**Федеральное агентство по образованию**

**Курсовая работа**

**Предмет: "Журналистика"**

**Тема:** **"Сельская тема в районных периодических изданиях (на примере газеты "Усть-Абаканские известия")"**

Абакан 2008

**Содержание**

Введение

1. Сельская тема в современной периодике

1.1 Характеристика современной аграрной прессы

1.2 Специфика статей на сельскую тему в районной прессе

2. Сельская тема в газете «Усть-Абаканские» известия

2.1 История развития и характеристика современного состояния газеты «Усть-Абаканские известия»

2.2 Анализ статей на сельскую тему в газете «Усть-Абаканские известия»

Заключение

Библиографический список

Введение

Районная газета, которую условно можно назвать «сельской районкой», характерна для регионов сельскохозяйственного профиля. Сельская районка самая нищая, а значит, бесправная. Нет рекламодателя, местные бюджеты не всегда выполняются, газеты зависят от дотаций, их аудитория неплатежеспособна, да к тому же высоковозрастна.

Очевидно, что необходим прорыв из состояния выживания. Одним из наиболее эффективных способов могло бы стать увеличение тиражей. Но для этого необходимо дать аудитории такой информационный продукт, который будет интересен широкому читателю и этот информационный продукт должен быть достаточно высокого качества.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что рассмотрение особенностей освещения сельской тематики в районной газете может способствовать подъему публикуемых материалов на новый качественный уровень, удовлетворению интересов более широкого круга читателей.

Объектом курсовой работы являются материалы сельской тематики в газете «Усть-Абаканские известия». Предмет курсовой работы – особенности освещения сельской темы в газете «Усть-Абаканские известия».

Цель курсовой работы состоит в изучении особенностей освещения сельской темы в районных периодических изданиях на примере газеты «Усть-Абаканские известия». Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Дать характеристику современной аграрной прессы, ее особенности, типологию и классификацию;
2. Проследить историю развития газеты «Усть-Абаканские известия» и дать ее краткую характеристику на современном этапе;
3. Проанализировать характерные для данного периодического издания статьи сельской тематики и выделить их особенности;
4. Определить специфику освещения сельской темы в районной прессе (основные жанры, источники получения информации и т.д.).

Теоретической базой исследования стали труды таких авторов, как Прохоров, Корконосенко, Мельников и др. Большую поддержку при написании курсовой работы оказали материалы периодической печати, публикуемые в журнале «Журналист».

Методологической базой исследования являются принцип историзма, комплексный подход и аналитический. При написании курсовой работы использовались методы классификации, хронологический, сравнительно-сопоставительный методы.

Курсовая работа состоит из двух глав, введения, заключения и библиографического списка. В первой главе курсовой работы рассматриваются теоретические аспекты освещения сельской темы в современных СМИ и прессе. Вторая глава курсовой работы посвящена исследованию конкретного периодического издания. Рассмотрена история развития газеты «Усть-Абаканские известия» и проанализированы особенности освещения сельской темы в данном периодическом издании.

В заключение курсовой работы сделан вывод об актуальности освещения сельской темы в современных районных периодических изданиях и об основных особенностях раскрытия данной тематики.

Теоретическая значимость исследования данной темы заключается в выделении наиболее характерных приемов и способов освещения сельской темы в современной региональной прессе.

# Сельская тема в современной периодике

##

## Характеристика современной аграрной прессы

Агропромышленный комплекс находится сегодня в катастрофическом положении. Государственное датирование сельского хозяйства, практикуемое во многих государствах, практически прекратилось. Кредиты «под урожай» на фоне роста цен на топливо, горюче-смазочные материалы и технику не погашают затрат на производство. В этих условиях цены на аграрную продукцию оказываются неконкурентными по сравнению с импортными продуктами.

Попытки государства развивать частный сектор – фермерство оказались несостоятельными, т. к. на обустройство одного фермерского хозяйства требуется не менее 300 тыс. долларов, а таких средств в казне, конечно же, сегодня и в ближайшие годы не предвидится. В итоге – выпадение из оборота десятков миллионов гектаров угодий, сокращение поголовья скота. За минувшее десятилетие объем сельхозпроизводства упал в 2,5 раза [Кулев, 2001: С. 127].

Современные средства массовой информации (газеты, телевидение) чутко отражают это плачевное состояние агропромышленного комплекса страны. Особенно ярко эти проблемы отражаются в аграрной прессе.

Под аграрной прессой в данном случае понимаются печатные периодические издания, посвященные сельскохозяйственной тематике. Если говорить об аграрной прессе в целом, то следует отметить две тенденции. С одной стороны, агарная периодика все же расширила свой тематический диапазон, с другой – общественно-политические издания увеличили внимание к сельскому хозяйству.

Современная аграрная пресса очень представительна: в достаточном количестве присутствуют газеты, журналы, альманахи, бюллетени. В целом, всю сельскохозяйственную периодику можно разделить по такому признаку, как характер аудитории:

* для жителей села;
* для городских жителей (для дачников);
* издания общего характера (для всех);
* особая группа – издания для фермеров.

1. *Издания, рассчитанные на землевладельцев, земледельцев, сельских жителей*. Для этой группы характерен общественно-политический уклон, но сюда же можно отнести большую часть отраслевых журналов. Эти издания, рассчитанные на садоводов-огородников, фермеров и дачников, выходят тиражом от 5–7 до 10–15 тыс. экз. Они дают информацию о специфике сезонных работ, полезные советы, публикуют материалы в помощь агрохимическому самообразованию и т.п.

2. *Издания, рассчитанные на горожанина-земледельца и землевладельца.* Последние, за редким исключением, дают в основном практическую сельскохозяйственную информацию, не связанную с миром текущей политики. Такие прикладные, как правило, издания подчеркнуто аполитичны и носят сугубо «инструментарный» характер.

3. *Издания общего характера* – рассчитанные как на сельских жителей, так и на горожан. Для этих изданий характерно смешение общественно-политического и сельскохозяйственного уклона.

4. Отдельную группу образуют *фермерские издания*. В основной своей массе – это газеты, появившиеся в ходе развития фермерского движения. Опыт издания фермерских газет небогат, труден и подчас неудачен [Система СМИ России: 114].

При разном тираже аграрные газеты имеют чаще всего восьмиполосный объем. Почти каждая из них практикует одно- и двухполосные разделы и достаточно большое внимание уделяет разнообразной рекламе. Периодичность выхода у них различная, некоторые из федеральных и региональных аграрных газет рассчитаны на читателей как России, так и СНГ.

Чтобы более подробно понять структуру сегодняшней агарной прессы можно рассмотреть и следующую классификацию сельскохозяйственной периодики, составленную согласно характеру той информации, которую она несет:

1. отраслевые издания;

2. общественно-политические;

3. рекламно-информационные;

4. развлекательные.

Структура *отраслевой* сельскохозяйственной прессы практически не изменилась с советских времен, т.к. основные ее представители выпускаются при содействии Минсельхоза, который в свою очередь сохранил все традиции издания аграрной периодики.

К отраслевой сельскохозяйственной прессе относятся сельскохозяйственные издания общего содержания, газеты и журналы по растениеводству, животноводству, по механизации и электрификации, по пчеловодству и экономические.

*Общественно-политические* издания представлены очень широко, т.к. часть сельскохозяйственной тематики взяла на себя региональная пресса. Поэтому можно сделать такое разделение: центральные аграрные издания с общественно-политическим уклоном; региональные аграрные издания с общественно-политическим уклоном (областные, районные, городские); региональные общественно-политические издания, затрагивающие периодически аграрную проблематику и имеющие постоянные рубрики, рассчитанные на дачников. В группу общественно-политической агарной периодики можно отнести и фермерские издания.

Аграрные издания с *рекламно-информационным* уклоном – это рекламные и рекламно-информационные издания, рассчитанные на сельхозпроизводителей и сельских жителей.

К *развлекательным* или тяготеющим к развлекательности можно отнести молодежные, женские и детские издания. Эти издания немногочисленны и часто не имеют четко выраженного сельскохозяйственного уклона. Некоторые из них находятся в поиске своей ниши на рынке агарной прессы.

По региону распространения газеты и журналы можно разбить на три большие группы, или сегмента:

* *общенациональные***,** распространяющиеся по всей стране;
* *региональные*– распространяющиеся на территории региона, например, по Югу России;
* *местные* – охватывающие территорию города, области, района.

В последнее время именно региональные издания развиваются более интенсивно и оказывают максимальное влияние на аудиторию. Укрепление позиций региональной прессы на информационном рынке, усиление ее влияния на общественные отношения обусловлено целым рядом причин:

1. Экономическое и политическое укрепление самостоятельности регионов упрочило позиции местной прессы.

2. Снизилась покупательная способность населения: потенциальный читатель вынужден делать выбор в пользу лишь одного издания, причем сравнительно недорогого, из выписываемого ранее набора. Таким изданием оказывается чаще всего местная газета (районная, городская, областная, краевая, республиканская).

3. Монополизм связистов, взвинтивших стоимость услуг по доставке прессы, сделал невыгодным распространение больших тиражей на большой территории.

4. Активность региональных властных и деловых элит привела к появлению и укреплению местной прессы, которая способна обеспечить информационную поддержку в реализации как политических, так и коммерческих проектов.

5. Крушение идеалов сильного централизованного государства повлекло за собой переключение интересов аудитории с общефедеральных на региональные.

Доля общероссийских газет среди всей массы возникших за последнее десятилетие изданий составляет 14,7%, а региональных (краевых, республиканских) – 57,8%, городских и районных – 11,3%, межрегиональных (распространяемых в нескольких областях) – 11,4% [Система СМИ России 2001:67].

Целый ряд факторов – политических, экономических, социокультурных, идеологических – обусловливает развитие региональных СМИ. Российское государство – большое и неоднородное образование, региональные субъекты, входящие в состав федерации, заметно отличаются друг от друга, а, следовательно, и система СМИ этих регионов во многом зависит от местных особенностей.

Важным для развития региональных СМИ является их географическое положение – удаленность от центра, близость рубежей государства и т.д. Пресса отдаленных территорий может минимально конкурировать с центральной (трудности доставки последней, ее запаздывание), но должна принимать во внимание воздействие зарубежных информационных каналов на свою аудиторию.

Все очевиднее становятся различия между системами СМИ регионов, где есть мегаполисы, и регионами с сельскохозяйственным профилем. Пресса мегаполисов, например Санкт-Петербурга, перенасыщена. В 1998–1999 гг. выходило не менее 70 газет, имеющих высокие тиражи, и около 30 журналов. В сельскохозяйственных районах, напротив, спектр местных изданий значительно уже, а экспансия центральной прессы заметнее.

Благоприятными условиями для устойчивого развития местной печати являются высокий экономический потенциал; самобытность региона и высокая степень исторически оправданных претензий на лидирующие позиции в рамках своего района; близость к границам и географическая удаленность от центра.

Основные факторы – социально-экономические, политические, географические, культурно-исторические действуют в комплексе даже в рамках одного региона.

Основным параметром, определяющим качественные и количественные характеристики региональной печати, условия ее функционирования, является характер территориальной общности, на которой она распространяется, или ареал ее распространения.

Традиционная городская пресса занимает обычно прочные позиции в городской информационной структуре и в качестве главного поставщика местной информации пользуется неизменным читательским спросом. Однако ее положение, как и в целом сама ситуация на городском информационном рынке, нередко зависит от того, как складываются отношения между местными властями и СМИ. Там, где редакция газеты ведет более или менее независимую политику, неизбежно возникают новые издания, полностью контролируемые городской администрацией и интенсивно ею дотируемые.

Районная печать, несмотря на ряд исторически сложившихся неблагоприятных факторов (трудная экономическая ситуация, зависимость от местных властей, отсталая полиграфическая база, отсутствие квалифицированных журналистских кадров), пользуется неизменным спросом у местных жителей.

Возможно, районные газеты не всегда устраивают своего читателя по качеству исполнения но, ни одна центральная газета с высот своего взгляда на мир спускаться к читателю не будет. Поэтому районкам обеспечена долгая жизнь. Еще одно их немаловажное достоинство – доступная цена. Но это же обстоятельство делает весьма проблематичным рост их качества.

Другая проблема районных изданий – прямая зависимость от властных структур, которая сегодня еще более сильна, чем от прежних хозяев – райкомов. Фактически это муниципальные предприятия. Ситуация усугубляется тем, что бюджет многих районов находится на нуле, местные предприятия не функционируют: дотации мизерны, рекламы мало.

Не смотря на все эти проблемы и сложности, именно районная газета остается одним из главных источников информации для жителей отдельных регионов и районов. В районах с развитой структурой сельского хозяйства, ориентируясь на интересы читателей, дают много материалов по сельской тематике. Рассмотрим особенности освещения сельской темы в районных изданиях более подробно.

## Специфика статей на сельскую тему в районной прессе

Специфика статей на сельские темы в современной районной прессе зависит от ряда факторов, таких как особенности самой районной прессы, особенности региона распространения и читательской аудитории, жанровые и тематические особенности.

*Особенности районной прессы*. Интерес к событиям, близким к дому, позволяет районке быть в курсе местных новостей. Она способна обеспечивать читателя важными для него сведениями справочного характера, своевременно сообщать о деятельности различных местных служб, публиковать официальную информацию.

Внимание районной прессы сконцентрировано на тех аспектах общественной жизни, которые практически не освещаются другими средствами массовой информации. Так что заменить районку не может никакое иное СМИ.

Велико ее значение и для местного самоуправления, взаимодействия местной власти с населением, для активизации участия граждан в решении общих для всех жителей района вопросов.

Не секрет, что большинство районных газет убыточно. Среди участвовавших в опросе редакторов абсолютное большинство (78%) относят свои издания к убыточным. Только 20% считают, что удается добиться равновесия между расходами и доходами. И лишь 2% относят свои издания к прибыльным.

Улучшить свое экономическое положение районки могут несколькими способами. Один из них – повысить цену за газету. Однако этому мешает низкий платежеспособный уровень населения. Поэтому подписная цена на районные издания, как правило, ниже себестоимости.

Доходы от подписки составляют в лучшем случае 30% редакционного бюджета, а от розничной продажи они вообще микроскопические. Вырученные средства не покрывают затрат на бумагу и типографские услуги. Доходы от рекламы в бюджете районки тоже, как правило, лежат в диапазоне от 3 до 30%.

Основу бюджета среднестатистической районной газеты составляют дотации. Но поскольку средства на печать проходят по разделу «незащищенные статьи», редакции все время приходится быть в ожидании: если местный бюджет выполняется, то и районка деньги получит; если нет – попадет в долговую яму.

Таким образом, особенности самой районной прессы обуславливают тот факт, что материалы сельской тематики имеют местный масштаб, ограниченный регионом распространения данной газеты. Высокая степень зависимости от местной власти тоже оказывает свое влияние на содержание и подачу материала.

*Особенности региона распространения*. К особенностям региона распространения можно отнести экономическое положение региона, степень давления властных структур и экономико-географические особенности.

В районах с прочной экономикой встречаются рентабельные издания, с достаточным количеством рекламы. Но в дотационных районах о самоокупаемой газете вести речь преждевременно.

Районную прессу столичного региона в целом можно отнести к прогрессивной низкодотационной прессе. Здесь немало газет, где госдотации составляют от 0,1 до 5%. Есть и издания, живущие без дотаций.

Издания, обладающие экономической самостоятельностью или близкие к ней, гораздо свободнее в выборе информационной политики. Пользуются авторитетом и слабо контролируются местной властью. Такие газеты пишут на острые темы распределения бюджетных средств района или города, о дефиците рабочих мест, проблемах социальной сферы, благоустройства.

Давление властей на редакции приводит к тому, что районная газета перестает служить интересам местного сообщества и превращается в транслятор бюрократических идей.

Свой отпечаток на характер районной прессы накладывают и экономико-географические особенности региона. По этому основанию возможно выделить «северную» модель районной газеты (Якутия, Ямало-Ненецкий АО), для которой характерны очень высокий уровень госдотаций, относительная независимость от местной власти.

*Особенности читательской аудитории*. Успешность газеты непосредственно зависит от того, насколько она отвечает информационным запросам и интересам своей аудитории.

Основной читательской аудиторией для районной газеты являются жители того региона, на территории которого она распространяется. Если район имеет преимущественно сельскохозяйственную инфраструктуру, то и интересы читателей будут более сконцентрированы на сельской тематике.

Характеристиками читательской аудитории могут служить средний возраст, род занятий, уровень образования, направленность интересов и т.д. Не секрет, что в районах с сельскохозяйственной инфраструктурой средний возраст читательской аудитории гораздо выше, чем в «городских» районах. Род занятий сельской аудитории тоже так или иначе связан с сельским хозяйством.

Спокойный, размеренный образ жизни сельских жителей, территориальная ограниченность, относительно небольшая численность населения накладывают свой отпечаток на направленность интересов данной аудитории. Она проявляет больше интереса к историям знакомых людей, домашним и рабочим проблемам, отношениям с мастными властями.

Одной из основных особенностей районной газеты является относительно небольшой объем. На четырех – шести газетных полосах необходимо уместить всю необходимую информацию. Это обуславливает и объем публикуемого материала. Редко когда объем одной статьи превышает половину полосы. Это ограничение накладывает свой отпечаток и на жанровые особенности материала.

Прежняя жанровая классификация публицистических текстов устарела. Современные теоретики журналистики предпочитают оперировать терминами «журналистика новостей», «авторская журналистика», «аналитическая журналистика». Иногда тексты группируют по методам сбора и обработки информации: «репортерская журналистика», «образная публицистика», «комментирующая журналистика».

Между тем, какая бы классификация ни предлагалась, публицистический текст непременно включает в себя три важнейших компонента: а) сообщение о новости или возникшей проблеме; б) фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации; в) приемы эмоционального воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне).

В этой связи тексты, появляющиеся в прессе, можно разбить на пять групп:

1. оперативно-новостные – заметка во всех ее разновидностях;
2. оперативно-исследовательские – интервью, репортажи, отчеты;
3. исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
4. исследовательские – статья, письмо, обозрение;
5. исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет.

Для качественного освещения любой тематики, в том числе и сельской, журналист должен владеть основными приемами перечисленных жанров, уметь использовать в своей работе преимущества каждого из них.

Основным источником получения информации при освещении сельской темы является человек. Человек, с одной стороны – свидетель или участник происходящих вокруг нас событий и потому выступает в качестве носителя информации об этих событиях. С другой стороны, он держатель информации о себе, о своём внутреннем, неповторимом мире. И, наконец, он транслятор информации, полученной от других.

Особенность этого источника в том, что он может открыться или не открыться для журналиста: как существо социальное он сам программирует своё поведение, это необходимо учесть каждому журналисту, работающему с этим источником информации.

Таким образом, на качество материалов по сельской теме, публикуемых в районной газете, большое влияние оказывает профессиональное мастерство журналиста, его заинтересованность в грамотной, доступной подаче материала.

После рассмотрения теоретических аспектов освещения сельской темы в современной периодике можно сделать следующие выводы:

1. Современные средства массовой информации (газеты, телевидение) чутко отражают плачевное состояние агропромышленного комплекса страны. Особенно ярко эти проблемы отражаются в аграрной прессе.

2. Под аграрной прессой понимаются печатные периодические издания, посвященные сельскохозяйственной тематике. Современная аграрная пресса очень представительна: в достаточном количестве присутствуют газеты, журналы, альманахи, бюллетени.

3. В целом, всю сельскохозяйственную периодику можно разделить по таким признакам, как:

* по характеру аудитории (жители села, городские жители, фермеры);
* по характеру той информации, которую она несет (отраслевая, общественно-политическая, рекламно-информационная, развлекательная);
* по региону распространения (общенациональная, региональная, местная).

4. Целый ряд факторов – политических, экономических, социокультурных, идеологических – обусловливает развитие региональных СМИ. Российское государство – большое и неоднородное образование, региональные субъекты, входящие в состав федерации, заметно отличаются друг от друга, а, следовательно, и система СМИ этих регионов во многом зависит от местных особенностей.

5. Специфика статей на сельские темы в современной районной прессе зависит от ряда факторов, таких как особенности самой районной прессы, особенности региона распространения и читательской аудитории, жанровые и тематические особенности.

# Сельская тема в газете «Усть-Абаканские» известия

##

## История развития и характеристика современного состояния газеты «Усть-Абаканские известия»

1 июня 1947 года в свет вышел первый номер районной газеты с названием «Победа». Газета была небольшой – всего 2 полосы и выходила 2 раза в неделю: в четверг и воскресенье, тиражом в 1500 тысячи экземпляров.

Тогда в штате кроме ответственного редактора Вдовина, корреспондентов не было, статьи и заметки писали специалисты различных управлений: секретарь территориальной парторганизации, директор завода, директор лесозавода, директор районной колхозной школы и многие другие.

«Победа» существовала до 1962 года. В 1963 году газета стала выходить под другим названием. Она стала называться «Путь к коммунизму» редактором стал Олег Кузебных.

С 1 мая 1965 года его сменил Н.М. Кощеев. 5 июня 1969 года на должность редактора районной газеты был назначен А.М. Кузьменко, участник Великой Отечественной войны, профессиональный журналист, он, будучи уже на заслуженном отдыхе, продолжал работать.

7 сентября 1991 года газета опять претерпела изменения в названии и стала именоваться «Районный вестник», её редактором стал Б.П. Баинов. С 1 июля 1997 года на должность редактора пришёл В.В. Березицкий. При Валерии Васильевиче были приобретены компьютеры для набора текста и вёрстки газеты.

В конце 80‑х начале 90‑х годов авторитет районной газеты был, пожалуй, самым высоким за все годы существования. Именно тогда было время, когда тираж районной газеты превысил 8 тысяч.

С 10 января 2002 года редактором стала Т.Н. Михалёва. А с 10 октября 2003 года и по сей день в должности редактора – М.А. Губина. Как руководитель, не боится внедрять что-то новое: при ней изменилось название газеты – она стала называться «Усть-Абаканские известия», стали выходить спецвыпуски, появилась новая современная оргтехника.

Современный коллектив редакции небольшой, но очень сплоченный.

Ответственный секретарь и корректор – О.И. Мальцева.

Главный бухгалтер – К.И. Доможакова.

Фотокорреспондент Н.Ю. Каркова.

Корреспондент Т.А. Филимонова.

Компьютерная верстка – Н. Малунов.

А так же Вера Малунова и Марина Сергеева.

Учредителем газеты «Усть-Абаканские известия» является администрация муниципального образования Усть-Абаканский район. Газета зарегистрирована в Средне-Сибирском межрегиональном территориальном управлении МПТР РФ. Регистрационный номер ПИ №16 – 0480. Печатается газета в УПП «Хакасия».

На сегодняшний день тираж газеты составляет 3 600 экземпляров. «Усть-Абаканские известия» распространяются по подписке и в розничной продаже. Регион распространения – Усть-Абаканский район. Сюда входят как близлежащие населенные пункты (Расцвет, Калинино, Абакан, Черногорск, Зеленое, Солнечное, Сапогов), так и более удаленные (Усть-Бюр, Чарков, Весеннее, Доможаков, Вершино-Биджа и т.д.).

«Усть-Абаканские известия» имеет статус общественно-политической газеты. Выходит два раза в неделю – по вторникам и пятницам. Во вторник газета выходит с приложением «На завалинке», а в пятницу – с телепрограммой.

Приложение «На завалинке» выходит на четырех полосах и имеет информационно-развлекательный характер. Постоянными рубликами являются: гороскоп, анекдоты, кроссворд. Кроме этого в материалах приложения читатели могут найти кулинарные рецепты, советы по уходу за садом и огородом, стихи местных поэтов.

Программа ТВ тоже составляет четыре газетные полосы и охватывает наиболее популярные и доступные в районе телеканалы (1-й канал, Россия, НТВ, СТС и др.). Половина последней полосы телепрограммы отводится под объявления. Среди них преобладают объявления частного характера.

Сама газета «Усть-Абаканские известия» стандартно выходит на четырех газетных полосах. Иногда, когда объем важных материалов для публикации превышает стандартный объем газеты, добавляется еще две – четыре полосы в виде вкладыша в газету.

Тематика публикаций в районной газете «Усть-Абаканские известия» достаточно разнообразна. Так как сам район можно отнести к сельскому (большинство читателей являются жителями сел, поселков и деревень), то и публикации в газете отражают специфику интересов именно сельского населения.

Для более полного и всестороннего изучения заявленной темы проанализируем объем, специфику и другие характеристики публикаций на сельскую тему в газете «Усть-абаканские известия».

## Анализ статей на сельскую тему в газете «Усть-Абаканские известия»

Для анализа статей на сельские темы в газете «Усть-Абаканские известия» возьмем статьи за период с января по май 2008 года.

Система анализа состоит из критериев, по которым анализировались статьи на сельскую тему в газете «Усть-Абаканские известия». Среди таких критериев можно выделить объем публикуемых статей, их характер, периодичность, тематику и авторство.

Максимальный объем публикуемых материалов составляет одну газетную полосу, но такие материалы достаточно редки. За исследованный период только несколько статей данной газеты занимали такой объем. Например, материал к 70‑летнему юбилею МОУ Капчалинской ООШ, опубликованный в газете за 18 марта 2008 г.

Материалы объемом в ½ газетной полосы встречаются чаще, но и они по количественному отношению уступают более мелким публикациям. Наиболее распространенный объем одной газетной публикации составляет ¼ газетной полосы. Для кратких информационных сообщений используется еще меньший объем: до 1/8 газетной полосы.

Рассмотрим соотношение публикаций различного объема в одном из номеров газеты «Усть-абаканские известия». Например, в номере от 23 мая 2008 года публикаций объемом ½ полосы всего 1, объемом ¼ полосы – 8 публикаций, менее ¼ полосы – 6. Таким образом, процентное соотношение публикаций различного объема в одном номере газеты составит:

* публикации объемом на ½ полосы – 10%;
* публикации объемом ¼ полосы – 50%;
* публикации объемом менее ¼ полосы – 40%.

По характеру публикуемых материалов можно выделить материалы информационного характера, информационно-аналитические и развлекательные.

Большинство материалов носит информационный или информационно-аналитический характер. К информационным сообщениям можно отнести материалы, публикуемые различными службами (например, пенсионным фондом, налоговой инспекцией и т.д.), различного рода сообщения (например, о проведении открытого аукциона или протокол о результатах его проведения), объявления и т.д.

В публикациях информационно-аналитического характера дается не только информация о том или ином событии, но и отношение автора материала к этому событию. Таких публикаций в газете «Усть-Абаканские известия» не мало. Это статьи на различные темы школьной или общественной жизни.

Соотношение материалов информационного и информационно-аналитического характера в одном номере газеты составляет примерно 35 и 65% соответственно. Материалов информационного характера больше по количеству, информационно-аналитические материалы имеют больший объем.

Характерной особенность газеты «Усть-Абаканские известия» является то, что материалы развлекательного характера выходят с периодичностью один раз в неделю и объединены в специальное приложение к газете, которое называется «На завалинке». Таким образом, материалов развлекательного характера по отношению к другим видам в течение недели – 25%.

По критерию периодичности можно выделить постоянные рубрики, материалы которых публикуются в каждом номере газеты и периодические публикации, посвященные особо актуальным темам.

Среди постоянных рубрик газеты «Усть-Абаканские известия» можно выделить следующие:

«Год семьи» (материалы, посвященные общероссийской акции);

«Школьная жизнь», «У дошколят», «На спортивных площадках» (материалы, освещающие работу школ, детских садов);

«Сходка» (материалы, посвященные результатам общих собраний жителей различных населенных пунктов района);

«ГИБДД сообщает», «ОВД сообщает», «Вести из прокуратуры» (информационные материалы правоохранительных органов);

«Миграционная служба информирует», «Пенсионный фонд разъясняет» (информационные сообщения различных служб и ведомств).

В каждом вторничном номере газеты «Усть-Абаканские известия» публикуется прогноз погоды на неделю. Объявления частного характера в пятничном номере газеты занимают ½ последней полосы телепрограммы, в в номере, выходящем во вторник – ¼ последней полосы самой газеты. Практически в каждом номере публикуются объявления муниципальных властей о проведении открытого аукциона или о его результатах.

Особенностью газеты «Усть-Абаканские известия» являются извещения о намерении выделения земельного участка в счет земельной доли. В каждом номере газеты под эти извещения отводится от ¼ до ½ последней полосы.

Поздравления с праздниками занимают обычно первую полосу газеты «Усть-Абаканские известия». Читателей поздравляют как представители местной власти, так и редакция самой газеты.

Периодические публикации посвящены, как правило, определенным событиям, как социального, так и политического характера. Например, статья «1937 год – год «большого террора»», опубликованная в номере от 30 октября 2008 года посвящена жертвам сталинских репрессий. Данный материал опубликован в рамках Всероссийского дня памяти жертв политических репрессий.

Количественное соотношение постоянных рубрик и периодических публикаций составляет примерно 40% и 60% соответственно.

Тематика публикуемых статей отражает интересы читательской аудитории. Среди публикаций можно выделить следующие типы:

* информационные и поздравительные сообщения муниципальных властей;
* информационные сообщения отдельных служб и ведомств (налоговая служба, пенсионный фонд, ГИБДД, милиция, пожарные и т.д.);
* публикации на социальные темы (проведение фестивалей, конкурсов, освещение работы школ, детских садов, библиотек и т.д.);
* публикации писем и материалов читателей.

По критерию авторства все материалы, публикуемые в газете «Усть-Абаканские известия» можно разделить на три большие группы:

* материалы собственных корреспондентов газеты;
* материалы, предоставленные представителями различных служб;
* материалы, предоставляемые читателями.

Материалы собственных корреспондентов газеты «Усть-Абаканские известия» носят преимущественно информационно-аналитический характер. В основном это статьи о происходящих в районе событиях: юбилеях, фестивалях, конкурсах. Так же встречаются заметки о происходящих в районе событиях и интервью с интересными людьми района. Наиболее часто на страницах газеты встречаются материалы М. Сергеевой, Е. Фисенко, Н. Карковой.

Материалы, предоставленные представителями различных служб, чаще всего носят чисто информационный характер. В каждом номере газеты «Усть-Абаканские известия» четверть полосы отводится под публикации, проходящие под рубриками «Пенсионный фонд разъясняет», «ОВД информирует», «ГИБДД сообщает» и т.п.

Авторами таких материалов являются представители тех организаций, от лица которых они выступают. Например, материалы по сводкам ГИБДД предоставляет начальник ОГИБДД С. Жилинский или инспектор по пропаганде ОГИБДД О. Хрунова.

Читательские материалы более эмоциональны, объем их относительно других статей небольшой. Чаще всего эти материалы выходят под рубрикой «Нам пишут», но бывают публикации и в других разделах газеты, если материал, предоставленный читателем, соответствует определенной теме.

Количественное соотношение публикаций различного авторства в газете «Усть-Абаканские известия» примерно следующее: материалы собственных корреспондентов газеты – 30%; материалы, предоставленные службами и ведомствами – 60%; материалы, предоставленные читателями – 10%.

Существуют определенные особенности публикуемого материала в зависимости от времени публикации. Так, за рассматриваемый период можно наблюдать что, с приближением выборов повышается количество материалов, посвященных предвыборной агитации. С окончанием очередного учебного года средние образовательные школы района печатают отчеты и доклады по результатам своей деятельности. В летний период возрастает количество публикаций на тему пожароопасности и мер по борьбе со стихийными бедствиями.

Характерной особенностью любой районной газеты, в том числе и газеты «Усть-Абаканские известия» является публикация материалов о людях, проживающих в районе и о событиях, которые здесь происходят. Именно эти материалы наиболее интересны для читателей районной газеты.

И, тем не менее, работа по выявлению интересов читательской аудитории должна проводиться постоянно. Большую помощь в этом оказывает почта, приходящая от читателей, но кроме этого может быть использован и опрос. Так в номере от 23 мая 2008 года опубликована анкета для подписчиков.

После рассмотрения истории газеты «Усть-Абаканские известия» и анализа публикуемых статей на сельские темы можно сделать следующие выводы:

1. Газета «Усть-Абаканские известия» прошла проверку временем. Она выходит с 1947 года и по сей день. За это время сменилось немало редакторов, газета два раза изменила название, но все перемены, произошедшие за это время, способствовали ее развитию и улучшению.

2. Все статьи, публикуемые в газете «Усть-Абаканские известия» на сегодняшний день, можно проанализировать по критериям объема, их характера, периодичности, тематики и авторства.

3. Процентное соотношение публикаций различного объема в одном номере газеты: публикации объемом на ½ полосы – 10%; публикации объемом ¼ полосы – 50%; публикации объемом менее ¼ полосы – 40%.

4. Соотношение материалов информационного и информационно-аналитического характера в одном номере газеты составляет примерно 35 и 65% соответственно. Материалов информационного характера больше по количеству, информационно-аналитические материалы имеют больший объем.

5. Количественное соотношение постоянных рубрик и периодических публикаций составляет примерно 40% и 60% соответственно.

6. Тематика публикуемых статей отражает интересы читательской аудитории. Среди публикаций можно выделить следующие типы: информационные и поздравительные сообщения муниципальных властей; информационные сообщения отдельных служб и ведомств (налоговая служба, пенсионный фонд, ГИБДД, милиция, пожарные и т.д.); публикации на социальные темы (проведение фестивалей, конкурсов, освещение работы школ, детских садов, библиотек и т.д.); публикации писем и материалов читателей.

7. Количественное соотношение публикаций различного авторства в газете «Усть-Абаканские известия» следующее: материалы собственных корреспондентов газеты – 30%; материалы, предоставленные службами и ведомствами – 60%; материалы, предоставленные читателями – 10%.

Заключение

В результате написания курсовой работы была достигнута ее основная цель – изучены особенности освещения сельской темы в районных периодических изданиях и сделаны следующие выводы:

Характерной особенностью любой районной газеты, является публикация материалов о людях, проживающих в районе и о событиях, которые здесь происходят. Именно эти материалы наиболее интересны для читателей районной газеты. Районная газета является в первую очередь общественно-политическим изданием.

Специфика статей на сельские темы в современной районной прессе зависит от ряда факторов, таких как особенности самой районной прессы, особенности региона распространения и читательской аудитории, жанровые и тематические особенности.

Сельская жизнь охватывает все стороны жизни человека, поэтому к сельской теме можно отнести не только те материалы, которые касаются непосредственно сельскохозяйственной проблематики, но и многие другие темы, интересующие жителей села.

Тематика публикуемых статей отражает интересы читательской аудитории. Среди публикаций можно выделить следующие типы:

* информационные и поздравительные сообщения муниципальных властей;
* информационные сообщения отдельных служб и ведомств (налоговая служба, пенсионный фонд, ГИБДД, милиция, пожарные и т.д.);
* публикации на социальные темы (проведение фестивалей, конкурсов, освещение работы школ, детских садов, библиотек и т.д.);
* публикации писем и материалов читателей.

Практическая значимость исследованного вопроса заключается в повышении доступности изложения и актуальности статей на сельские темы в районном периодическом издании. Результаты данного исследования могут быть использованы в практической деятельности редакции районной газеты для повышения уровня освещения сельской темы в районной прессе.

Библиографический список

1. Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике. М., 1999.
2. Аграновский В. Ради единого слова. М., 1988.
3. Акопов А.И. Периодические издания. Ростов-на-Дону, 1995.
4. Введение в теорию журналистики. /Сост. Прохоров Е.П. – М., 1992.
5. Ворошилов В.В. Типология журналистики. СПб., 1998.
6. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. М., 1993.
7. Журналист и информация. Уч. Пособие. Под ред. Корконосенко С.Г. СПб., 1994.
8. Засорина Т., Федосова Н. Профессия журналист. Ростов на Дону. 1999.
9. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.
10. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001.
11. Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий. Ростов-на-Дону, 1999.
12. Кулев В.С. Экономическая проблематика периодической печати. М., 2001.
13. Лазутина В.Г. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.
14. Методика изучения периодической печати. М., 1977.
15. Методы исследования журналистики. Ростов-на-Дону, 1979.
16. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2000.
17. Региональная пресса России и структуры гражданского общества: сотрудничество во имя развития. М., 1999.
18. Сапонов В.И. Аграрная пресса России. М., 1996.
19. Система средств массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2001.
20. Смелкова З.С., Ассуирова Л.В., Савова М.Р., Сальникова О.А. Риторические основы журналистики. М. 2000.
21. Смелкова З.С., Ассуирова Л.В., Савова М.Р., Сальникова О.А. Риторические основы журналистики. М. 2000.
22. Статистические материалы и результаты исследований развития агропромышленного производства России. // Российская академия сельскохозяйственных наук. 2001 год. М., С. 12.
23. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М., 1998.
24. Шкондин М.В. Система средств массовой информации. М., 2000.
25. Inernet: www.internew.ras.media, www.russ.ru, www.smi.ru, www.zerno.ru, www.relga.ru.