Федеральное агентство по образованию

Пермский Государственный Технический Университет

Гуманитарный факультет

Кафедра иностранных языков и связей с общественностью

**Реферат**

на тему: «Роль и значение местных приложений центральных изданий на рынке региональной прессы»

Пермь 2007

**Содержание**

Введение

1. История первой российской газеты «Санкт-Петербургские ведомости»

2. История прессы советского времени

3. История прессы постсоветского времени

4. Региональная пресса, на примере «Комсомольской правды»

5. «Комсомольская правда» сегодня

Заключение

Список литературы

**Введение**

Невозможно представить жизнь современного человека без повседневного обращения к газете, журналу, радио, телевидению. Возрастание роли и значения средств массовой информации тесно связано с историческими событиями России. А так же с научно-техническим прогрессом последних десятилетий, ведь именно он создал необходимые условия для широкого развития на новой технической основе средств массовой информации. Благодаря НТП мир узнал, что такое телевидение, а власть обрела новый инструмент воздействия на общественность. Тем самым НТП обусловил повышение влияния и авторитета СМИ, их возможностей в разных сферах жизни общества.

Было время, когда печатные издания являлись единственным, а следовательно и самым важным СМИ, затем появилось радио, и только потом телевидение. Естественно, что аудитория охвата телевидения намного больше, всех остальных СМИ и таким образом, как некая альтернатива телевидению возникли региональные приложения центральных печатных изданий. Так периодическая печать, в том числе и местные приложения, осталась одним из основных средств массовой информации и пропаганды. Она является мощным орудием социальной и политической борьбы, просвещения, распространения научных знаний, развития культуры, формирования мировоззрения и т.д.

Местные приложения центральных изданий основываются на специфике целевой аудитории того или иного региона, в частности они раскрывают наиболее важные темы для определенного города.

**Цель** моей работы показать роль региональной прессы на сегодняшний день на примере газеты «Комсомольская правда».

Для этого, главной **задачей** для себя, я ставлю раскрытие исторических предпосылок возникновения местных приложений центральных изданий и выявление причин изменения их значения. В связи с этим, в теоретической части своей работы я приведу историю прессы в целом, и региональной в том числе, а в практической проведу контент-анализ 15и номеров газеты «Комсомольская правда».

**1. История первой российской газеты «Санкт-Петербургские ведомости»**

Самой первой российской газетой принято считать «Санкт-Петербургские ведомости». Второго января 1728 года она выпустила свой первый номер. Ее начальный тираж составлял 250 экземпляров, номер стоил 4 копейки, и выходила газета два раза в неделю. За время своего существования газета претерпела множество изменений. Если в начале издание принадлежало Академии наук, то уже в 1847 году было принято решение сдавать газету в аренду. За это время главным редактором успел побыть Михаил Васильевич Ломоносов (с 1748-1775), поэт и автор «Душеньки» Ипполит Федорович Богданович (с 1775-1800) и, критик и цензор Амплий Николаевич Очкин (с 1800-1861).

Все они привносили, что-то свое в газету. Ломоносов, например, внес более простой, легкий и понятный читателю язык, а Богданович расширял тематику газетных объявлений. Именно под его редакцией появился первый прогноз погоды, в 1778 году. Очкин, в свою очередь, пытался превратить «Санкт-Петербургские ведомости» в серьезную общественно-политическую газету. В 1861 году, когда редактором становится Андрей Александрович Краевский, газета вновь меняется, но именно благодаря этим изменениям тираж «Санкт-Петербургских ведомостей» возрастает втрое.

Но, все же, в 1863 году редактор и арендатор газеты вновь меняется, и «власть захватывает» Валентин Федорович Корш. Он увеличивает формат «Санкт-Петербургских ведомостей». При Корше в газете появились постоянные политический и литературный отделы, создана обширная корреспондентская сеть. В это время в газете появились два молодых сотрудника – Виктор Буренин и Алексей Суворин.

Они сыграли особую роль в развитии газеты. Они внесли в «Санкт-Петербургские ведомости» остроумный фельетон, и на страницах газеты стали печататься кадры отечественной жизни, имена и факты.

Естественно, что публика заинтересовалась этим жанром, и тираж газеты снова вырос. Однако властям такой жанр был не по душе, и они стали подавлять «Санкт-Петербургские ведомости». 21 августа 1865 года редакция получила первое предупреждение, трех таких предупреждений хватало, чтобы закрыть газету, что и произошло уже в 1866. Тогда газета не выпускалась три месяца, но потом вернулась. Корш, окрыленный таким успехом, решился на отчаянный поступок – он выступил против министра народного просвещения Д.А. Толстого и затеянной им реформы образования. Естественно, что Толстой пришел в ярость и добился передачи газеты из ведения Академии наук в ведение своего министерства, и в конце 1874 года запретил Коршу редактировать газету, хотя срок его аренды еще не истек.

Толстой приобрел газету лишь для устранения препятствия на пути его реформы, газета, как таковая, была ему не нужна и в 1875 году она стала принадлежать банкиру Федору Петровичу Баймакову.

В конце 1876 завершилась и эта глава – банкирская контора Баймакова была объявлена обанкротившейся. В период с 1877 по 1917 год редактора сменяли один другого – отставной полковник Генштаба Виссарион Виссарионович Комаров (с 1877-1883), писатель, драматург и журналист Василий Григорьевич Авсеенко (с 1883-1896), князь Эспер Эсперович Ухтомский (с1896-1917).

Именно при Ухтомском газета отчетливо приняла проправительственную ориентацию.

**2. История прессы советского времени**

В то время, когда появилась первая газета, она носила лишь информационный характер, но позже, в советское время, пресса превратилось в орудие воздействия на массовую общественность.

Советская система средств массовой информации являлась неотъемлемой частью советского общества, а скорее даже советского правительства, ведь в это время в СССР медиа были мощным орудием пропаганды. Часто, завуалировано, они выражали внутренние напряженности системы. Повторюсь, СМИ являлись очень мощным каналом воздействия на целую страну. У всех жителей СССР была возможность получать «Литературную газету» или «Комсомольскую правду», в которых, можно было найти статьи на морально-этические темы, а так же просмотреть анализ международной политики.

Даже те, кто не хотел быть проинформирован о ситуации в стране, были вынуждены это делать. Во многих гостиницах, общежитиях, коммунальных квартирах и даже жилищных комплексах вещание радио начиналось в 6 утра, и его никак нельзя было выключить. Люди верили прессе, и другим средствам, потому что не было источников информации, которые могли бы раскрыть реальное положение вещей. В редакции газет и радиоканалов приходило множество писем читателей, которые хотели объективно разобраться в насущных проблемах – производственных конфликтах, экологических катастрофах и других, но их игнорировали. Люди не понимали, что печать является лишь орудием партии, что средства массовой информации не на их стороне, а на стороне власти.

**3. История прессы постсоветского времени**

Но с 12 июня 1990 года у прессы начинается новая жизнь, в этот день Верховным Советом СССР был принят «Закон о печати и других средствах массовой информации». Именно с этого момента пресса получила независимость и стала считать себя «четвертой властью». Журналистика противопоставляла себя государству и хотела быть независимой от него.

Период с 1991 по 1993 год признано считать «золотым веком свободы», которая включает в себя свободу слова, свободу мнений и свободу печати. Но, как оказалось, в России не всегда свобода печати означает возможность свободно выражать свои мысли и идеи. «Все более отчетливо выявляется экономическая сторона свободы печати. Для того, чтобы газеты, журналы, радио и телевидение свободно функционировали, они должны опираться на здоровый экономический фундамент» [1, с. 3].

Экономические реформы оказались очень трудным испытанием для прессы. Монопольные цены на бумагу, распространение, полиграфию очень сильно увеличили затраты на изготовление газет. Естественно, за этим последовал рост цен на прессу и снижение тиражей. После долгих лет существования журналистики по авторитарной модели, сложно научиться управлять газетой или журналом собственноручно. Какое то, время газеты пытались справиться с экономическим кризисом самостоятельно, и именно в это время местная пресса начинает развиваться. Во-первых, из-за того, что доставка центральных газет подорожала, во-вторых, проблемы, которые освещаются в местных изданиях, ближе к нуждам и потребностям каждого отдельно взятого региона.

На дальнейшее развитие прессы очень резко повлияли события 1996 года, когда потребовалось агитировать народ за избрание Бориса Ельцина.

Вся его политическая карьера была построена на взаимодействии со СМИ. Крупнейшие теле- и радиокомпании, печатные издания пропагандировали население за выбор в пользу Ельцина, что обеспечило его победу.

Под впечатлением от эффективности информационных технологий в ходе президентских выборов 1996 года крупные экономические группы вступали в "гонку информационного вооружения": принимали решения о масштабных инвестициях в средства массовой информации, что приводило к появлению еще нескольких крупных медиа-групп, формирующихся за счет захвата "демократических" СМИ, которым удалось сохранить независимость - таких, как "Литературная газета", "Известия" и "Комсомольская правда". В 1997 году все они становятся частью крупных холдингов.

Так вместе с президентскими выборами вернулся авторитарный режим в прессе. Только теперь, газеты и журналы контролировало не правительство, а крупнейшие бизнесмены страны, которым нужна была поддержка правительства. «Это новая модель средств массовой информации – корпоративно-авторитарная – сработала во время выборов. После победы на них стали «делиться ее «плоды». Березовский укрепил свои позиции на ОРТ, Гусинский получил право вещать на четвертом канале для НТВ с шести часов утра до шести часов вечера, заняв, таким образом, этот канал полностью» [1, с 6].

Таким же образом, благодаря поддержке Березовского и его СМИ в 2000 году выборы в президенты выиграл В.В. Путин.

Путин четко осознавал, что СМИ слишком мощный канал воздействия, и что при всех трудностях пресса России стала неотъемлемой и важной частью экономики, в которую поступают российские и иностранные инвестиции, которые в свою очередь формируют новые доходы и новые финансовые потоки. Нельзя допустить чтобы СМИ оставались без контроля государства - требовалось срочно создать орган, контролирующий все «махинации».

Именно поэтому Путиным было открыто Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.

**4. Региональная пресса, на примере «Комсомольской правды»**

Региональная пресса долгое время ничем не отличалась от центральных изданий, но в связи с развитием новой политики государства, она стала четко отделяться. На примере газеты «Комсомольская правда» и ее местного Пермского приложения, можно проследить, как менялась региональная пресса на протяжении прошедших десятилетий.

Со времени своего создания и до момента распада Советского Союза, «Комсомольская правда» была одним из лидеров прессы-пропаганды. В 30-х газета выходила под патриотическими слоганами, типа «Весь комсомол строит Урало-Кузбасс», «КП» привлекала молодежь к новостройкам, организовывала слеты и конференции, пропагандировала начало новых движений. Во время Великой Отечественной войны военные корреспонденты «КП» были бойцами переднего края. Строки газеты писались на поле боя, после атаки, на командном пункте батальона, на огневой позиции артиллеристов. «КП» напечатала рассказ своего военного корреспондента С. Любимого о подвиге «Тани» - Зое Космодемьянской. Военный корреспондент М. Котов и В. Лясковский опубликовали документы о героях Краснодона – «Молодой гвардии».

А воткогда развалился Союз, деятельность «КП» резко изменилась. В это время рухнула старая система, и центральная печать оказалась никому не нужна, «Комсомолка» стала искать надежных партнеров в регионах.

Теперь «КП» выпускается как информационная газета, включающая в себя ряд региональных информационно-рекламных вкладок и приложений, рассчитанных на местных читателей.

Сегодня «Комсомольская правда» печатается в 42 крупных городах бывшего Союза, Германии и других странах.

пресса издание приложение газета

**5. «Комсомольская правда» сегодня в Пермском крае**

### «Комсомольская правда» издается уже более 80 лет, как уже было сказано выше, изначально, как и любое СМИ, она носила откровенный политический характер. Сейчас тематика издания сильно изменилась и имеет скорее информационный характер.

### На сегодняшний день газета «Комсомольская правда » выпускается ежедневно, а один раз в неделю выходит «Комсомольская правда - еженедельник», которая по объему превышает ежедневную на 12 страниц.

Выпуск представляет собой совмещенное центральное издание и местное приложение, естественно, большую часть выпуска занимают общероссийские новости, а зачастую и мировые.

Как уже было сказано, как в ежедневных, так и в еженедельных выпусках существует местное Пермское приложение. В ежедневной газете оно занимает 32 % всего выпуска, а в еженедельной около 40%.

Для того, чтобы выявить цель местного приложения «КП» я провела контент-анализ 15 номеров газеты. Проанализировав выбранные мною выпуски, я заметила, что во всех номерах есть прогноз погоды и программа телепередач. В еженедельном выпуске есть даже дополнительное приложение «КП Телевизор», его в расчет контент-анализа я не включила. Так же, не входит в контент-агнализ и информация о погоде и телепередачах - в ежедневном выпуске, она стабильно занимает 2 страницы. Всю остальную информацию газеты я решила разделить по следующим тематикам:

«Закон» - статьи, объединенные этой темой, носят ознакомительный характер для населения по законодательству РФ. Люди задают вопросы - специалисты отвечают. Либо это информация о правонарушениях в Перми, или же статьи из серии «Как не попасться в руки мошенников».

«Политика» - в эту тематику входят статьи о правительстве Пермского края.

Тематика «Культура/Спорт» подразумевает освещение культурных и спортивных событий края.

«Реклама» - это, собственно, и есть реклама.

И «Общество» это статьи общественного характера – освещение интересных событий края, статьи-советы, статьи на интересные для читателей темы (Например: «Куда отправиться летом»).

Таким образом, обработав 15 номеров «КП» я составила следующую таблицу. (Таблица 1)

**Таблица 1**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № изданияКоличество страниц на конкретную и тему общее количество страниц приложения | Закон | Политика | Культура/Спорт | Реклама | Общество |
| №78 4стр |  |  |  |  | 4 |
| №79 10 стр | 1 | 2 | 0,95 | 1,75 | 4,3 |
| №79 т 10 стр | 0,9 | 1,3 | 1,5 | 2,2 | 4,1 |
| №85 8 стр | 1,6 | 1 | 0,4 | 0,3 | 4,7 |
| №88 5 стр | 0,3 |  |  | 0,4 | 4,3 |
| №91 7стр | 0,8 |  | 1,5 | 0,2 | 3,7 |
| №92 3стр |  |  |  |  | 3 |
| №93 7стр | 1 | 1 |  | 1,4 | 3,6 |
| №93 т 6стр | 0,6 | 1 |  | 1,2 | 3,2 |
| №94 5стр | 2 |  |  | 0,6 | 2,4 |
| №110 6стр | 2,6 |  | 1 | 0,2 | 2,2 |
| №111 4стр | 0,8 |  | 1 | 0,1 | 2,1 |
| №114 6стр | 0,6 | 1 | 0,6 | 0,4 | 3,4 |
| №115 4стр | 0,4 |  | 1,5 |  | 2,1 |
| №116 т 9стр |  | 3 |  | 1 | 5 |
| Итого: 94стр | 12,6 | 10,3 | 8,45 | 9,75 | 52,9 |

Таблица 2, представляет собой сводную таблицу по всем номерам, причем в процентном соотношении. Все проанализированные мною номера это 100%, следовательно, процентное соотношение выражается ко всем номерам.

**Таблица 2**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Закон | Политика | Культура/Спорт | Реклама | Общество |
| Всего страниц | 12,6 | 10,3 | 8,45 | 9,75 | 52,9 |
| Процент от всех выпусков | 13,4% | 11% | 9% | 10,4% | 56,2% |

Таким образом, прослеживается четкая тенденция «КП» публиковать статьи общественного назначения, таких страниц больше половины – 56,2%. Тематику «Закон» можно так же отнести к теме «Общество», ведь именно население задает вопросы о законодательстве.

Почему же в «КП» стало так мало политических публикаций? Ответ прост.

Хоть в газетах и стало меньше политической пропаганды, они не стали абсолютно свободны. Все СМИ жестко контролируются властью, особенно на региональном уровне. Именно поэтому к каждой статье на политическую тему редакторы относятся очень скрупулезно, ведь лишне написанная буква может привести газету к краху. Чтобы избежать риска, газеты перешли на более «свободные» тематики.

Есть и еще одна причина, по которой газеты перестали писать о политике – людям это не интересно. Местная пресса пользуется популярностью среди читателей, именно потому, что материалы отвечают интересам населения отдельно взятого региона. В течение 7 лет подписные тиражи местных изданий суммарно превышают тиражи центральных и в общем, объеме подписки составляют 64%. А из центральных газет наиболее популярны те, которые издаются именно с региональными вкладками.

**Заключение**

Долгое время, СМИ, в том числе и местные приложения центральных изданий, были орудием пропаганды для правительства, но коренной перелом произошел в 1990 году. Законом СССР «О печати и других средствах массовой информации» новое правительство гласило, что свобода прессы и современная российская государственность должны идти рядом.

«Все последующие события убедительно доказали, что ущемление свободы прессы неминуемо ведет к нарастанию угроз национальной безопасности (пример — тотальная коррупция, поразившая весь государственный аппарат), а всякая угроза государственному суверенитету страны — к попыткам ограничения свободы прессы, что, в свою очередь, снижает вовлеченность общества в ликвидацию угрозы и, тем самым, повышает ее опасность.» [4]

Региональная пресса образовалась для политического воздействия на население всей страны, но со временем ее предназначение измелилось. Сейчас, когда в России происходит становление демократии, газеты отошли от политических публикации, и ориентируют свои статьи на интересы общества.

**Список литературы**

1. Засурский, Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России / Я.Н. Засурский.- М: Аспект Пресс, 2002.- 303 с.

2. Библиотека центра экстремальной журналистики / Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика девяностых <http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=209&c_id=1601>

3. Комсомольская правда http://www.kppublish.ru/

4. Новое литературное обозрение Михаил Федотов. Закон СССР о печати как юридическое чудо

5. Санкт-Петербургские Ведомости http://www.spbvedomosti.ru/