

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

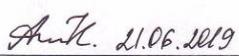
ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е. Г. Иващенко
« 24 » 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Типологические особенности общественно-политических региональных изданий

Исполнитель студент группы 598 – об (2)	 17.06.2019 (подпись, дата)	Н. В. Матреницкая
Руководитель доцент, к. фил.н.	 17.06.2019 (подпись, дата)	Н. В. Калинина
Нормоконтроль	 21.06.2019 (подпись, дата)	К. О. Антонидина

Благовещенск 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет гуманитарный
Кафедра информационных технологий и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой

И. О. Фамилия
И. О. Фамилия

« 04 » 10 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Матвеева А. В.

1. Тема курсовой работы (проекта): Информационные особенности общественно-политического мониторинга в России
(утверждена приказом от 28.03.18 № 666)
 2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 17.06.18
 3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: курсовая работа на тему "Информационно-технологическая направленность мониторинга СМИ на примере газет и Интернет-портала"
 4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Особенности мониторинга СМИ 2. Информационно-технологический мониторинг СМИ и Интернет-портала
 5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) таблицы
 6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) —
 7. Дата выдачи задания 4.10.18
- Руководитель выпускной квалификационной работы Александр Александрович
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)
- Смирнов, А. Владим.
- Задание принял к исполнению (дата): 4.10.18
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 69 с., 6 приложений, 46 источников.

ТИПОЛОГИЯ ПРЕССЫ, ПЕЧАТНЫЕ СМИ, ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ СМИ, РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА, СМИ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ, АМУРСКАЯ ПРАВДА.

Работа посвящена типологическому анализу общественно-типологического регионального издания «Амурская правда». В первой главе работы изучена специфика региональных общественно-политических СМИ, описаны различные подходы к типологии современных печатных СМИ России, а также охарактеризованы особенности содержательной модели издания. Во второй главе представлен типологический анализ «Амурской правды».

Объект исследования – типология современных печатных СМИ России.

Предмет исследования – региональная общественно-политическая газета «Амурская правда».

Цель исследования – определить типологические особенности региональной общественно-политической газеты «Амурская правда».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Особенности типологии печатных СМИ	8
1.1 Общественно-политические региональные СМИ в современной российской системе печати	8
1.2 Типология современных печатных СМИ России	14
1.3 Содержательная модель современных печатных СМИ	23
2 Региональное общественно-политическое издание «Амурская правда»	23
2.1 Общая характеристика газеты «Амурская правда»	29
2.2 Типологический анализ регионального общественно-политического издания «Амурская правда»	30
2.2.1 Типоформирующие признаки издания	30
2.2.2 Типологические признаки «Амурской правды»	36
2.2.3 Формальные типологические признаки издания	52
Заключение	53
Библиографический список	56
Приложение А	62
Приложение Б	64
Приложение В	66
Приложение Г	67
Приложение Д	68
Приложение Е	70

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Практика воздействия СМИ на аудиторию в условиях трансформации российского общества значительно опережает теоретические исследования в данной области, поэтому возникает потребность в анализе функционирования региональных средств массовой информации на данный период. Именно поэтому возникает необходимость изучать особенности развития регионального СМИ, в частности тематическую направленность таких изданий. В большей степени тематика журналистского материала определяется содержательной моделью изданий, а также актуальными проблемами и вопросами, которые должны обозревать СМИ.

Научная новизна заключается в том, что в данной работе проведен типологический анализ регионального общественно-политического издания «Амурская правда».

Степень научной разработанности темы. Данное исследование носит междисциплинарный характер. Вопросами региональной печатной журналистики занималась группа исследователей – Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева, М.В. Шкондин. Ученые провели контент-анализ газет средних и малых городов России, выявив проблемно-тематическую структуру и функциональную специфику данной прессы. О проблемах региональной печати писал В.С. Мазенко в своей статье «Что мешает развитию независимой региональной журналистики в России» он выделил естественные и искусственные проблемы СМИ и предложил пути их решения.

Типологией печатных СМИ занимаются следующие исследователи Л.А. Реснянская, М.В. Шкондин, О.А. Воронова. Они подразделяют все признаки средства массовой информации на технологические, экономические и аудиторные. Исследователь С.Г. Корконосенко в качестве основных параметров выделяет регион распространения информации, аудиторию, тираж и объем. Профессор А.И. Акопов подразделяет в своей классификации все признаки печатных изданий на типоформирующие, типологические и

формальные типологические. Исследователь В.В. Тулупов в своей работе «Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий» развивает данную классификацию, рассуждая о том, как классические признаки СМИ трансформируются в условиях современного общества. Рассматривает структуру печатных периодических изданий в контексте развития информационно-коммуникационных технологий и автор С.С. Распопова в статье «Печатные издания в поисках типологической идентичности».

Конкретизирует типологические параметры издания его комплексная модель. Её описанием занимался Д.Д. Мурзин. Кроме того, исследователи В.И. Соловьев и Н.З. Рябинина в пособии «Редакторская подготовка периодических изданий» также указывают на необходимость разработки комплексной модели и описывают её структуру.

Объектом изучения стала типология современных печатных СМИ России.

Предмет исследования – региональная общественно-политическая газета «Амурская правда».

Эмпирическая база исследования – выпуски «Амурской правды» за период с декабря 2018 по апрель 2019 гг. Всего было проанализировано 477 газетных материалов.

Цель исследования – определить типологические особенности региональной общественно-политической газеты «Амурская правда».

В соответствии с поставленной целью были определены следующие **задачи**:

- описать положение региональных общественно-политических СМИ в российской системе печати;
- выделить типологические признаки печатных изданий;
- изучить специфику построения содержательной модели издания;
- дать общую характеристику газеты «Амурская правда»;
- провести типологический анализ «Амурской правды».

В данной работе использованы следующие **теоретические методы исследования**: анализ, синтез и систематизация научной литературы и публикаций по данной теме. **Эмпирическая** часть исследования проводилась с помощью контент-анализа публикаций в газете «Амурская правда» с декабря 2018 по апрель 2019 года и типологического метода.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты исследования могут использоваться при подготовке лекций и семинаров, посвященных современной региональной журналистике.

Данная работа может стать основой для дальнейшего изучения печатных современных изданий Амурской области. В этом мы видим её **теоретическую значимость**.

1 ОСОБЕННОСТИ ТИПОЛОГИИ ПЕЧАТНЫХ СМИ

1.1 Общественно-политические региональные СМИ в современной российской системе печати

Региональная пресса является неотъемлемой частью российской системы средств массовой информации и занимает особое в ней место в силу присущих печати отличительных черт.

Печатные издания регионов имеют свою нишу, в первую очередь, в функциональном и тематическом плане. Данные медиа призваны обеспечивать население информацией о локальных событиях. На сегодняшний день процесс локализации всё ещё в значительной степени осуществляют региональные СМИ: областные, городские, районные. Иногда они становятся единственным информатором, рассказывающим о жизни города или региона. Именно акцент на местных новостях делает локальные медиа востребованными и жизнеспособными.

Региональная пресса несет важнейшую миссию: сохраняет близкую к народу, его нуждам и потребностям, журналистику. Локальные газеты имеют возможность привлекать внимание населения к местным проблемам, призывать гражданское общество к обсуждению, поиску способов разрешения этих проблем. Данные СМИ призваны решать очень важные задачи: консолидировать локальные сообщества, способствовать развитию экономического и социокультурного потенциала города или района, содействовать решению проблем своих читателей.

Этим объясняется популярность региональных печатных СМИ, сохранившаяся и в наши дни. В 2015 году общенациональные газеты составили 35% от общего тиража российской газетной периодики. Вместе с тем региональные и местные издания занимают 65% от совокупного тиража газет России¹.

¹ Кудинова, А.Н. Функционально-содержательная модель общенациональной газеты России и Норвегии: сравнительный анализ : автореф. дис... канд. филол. наук. М., 2015. С. 15.

Тенденции развития региональных СМИ тесно связаны с моделью развития федеральных медиа, а те, в свою очередь, следуют мировым трендам. Современная реально бросает печати несколько вызовов: конкуренция за внимание аудитории (в том числе, с социальными сетями и другими медиа-продуктами), переход от печатных версий к веб-версии, необходимость в сокращении издержек. Данные проблемы касаются и частных, и государственных изданий. Содержать медиахолдинги за свой счет всё более затратно и всё менее эффективно для местных администраций.

«Особенно тяжело выживают региональные СМИ, и в большинстве своем это уже не бизнес, а политический инструмент, живущий в лучшем случае «в ноль». Одновременно региональные власти очень часто тратят гигантские деньги на СМИ, вообще никак не коррелируя с качеством и аудиторией. И из-за раздутых государственных бюджетов всем остальным СМИ выживать очень тяжело, так как для госСМИ, точно не главная задача экономика и расширение аудитории», – отмечает Федор Щербаков, директор холдинга «Ура медиа»².

Таким образом, особенностью современной России является то, что медиаполитическая система характеризуется большим количеством государственных и муниципальных СМИ. Наиболее прочную и активную позицию, в том числе на региональном уровне, занимают масс-медиа, финансируемые из госбюджета или поддерживаемые крупными корпорациями.

Эту же тенденцию отмечает и главный редактор газеты «Моё» города Воронеж. В своей статье «Что мешает развитию независимой региональной журналистики в России»³ он анализирует проблемы отрасли, возникшие под влиянием естественных и искусственных причин.

К естественным проблемам журналист относит лишь две: сокращение тиражей печатных СМИ.

Остальные причины, приведшие к кризису печатных региональных СМИ,

² Региональные СМИ: роль в текущей ситуации и в контексте выборов 2018 года. URL: <http://pltf.ru/2017/10/23/glavnye-informacionnye-trendy-nedeli> (дата обращения: 14.03.2019).

³ Мазенко В. С. Что мешает развитию независимой региональной журналистики в России // Журналистика и медиарынок. 2016. № 6. URL: <http://www.jourmedia.ru/pdf/2016-06-03.pdf>. (дата обращения: 14.03.2019).

авто называет искусственными. К ним относятся:

– проблемы, связанные с распространением СМИ. Они возникают из-за роста тарифов «Почты России», уменьшение количества магазинов, киосков и других точек продаж прессы.

– создание региональными властями крупных медиахолдингов, запуск неоправданно большого количества СМИ с госфинансированием. Так, в 2017 году республика Якутия потратила 1,175 миллиарда рублей на бюджетную поддержку медиа. А, например, власти Амурской области выделили на СМИ 109,2 миллиона рублей⁴. Отмечает автор также и непрозрачность финансовой поддержки региональных СМИ. Процесс ставит в зависимое положение финансируемые медиа и не контролируется обществом и экспертным сообществом.

– тенденция к ужесточению законодательства в сфере СМИ. Власти постепенно усиливают ответственность журналистов и редакций за экстремизм, нарушения избирательного законодательства, распространение персональных данных. Один из недавних примеров – законы о фейковых новостях, а также закон об оскорблении общества и государственных символов. Они вступили в силу в России 29 марта 2019 года. За их нарушения предусмотрены штрафы от 30 тысяч рублей до полутора миллионов. «Происходит системное закручивание гаек, которое не способствует развитию региональной журналистики», – отмечает Владимир Мазенко.

– публичная дискредитация органами власти труда журналистов. Часто чиновники позволяют себе высказывания о том, что журналистам нужны только «жареные факты», что они любят копаться в чужом белье, не говоря уже о том, что нередко критическая публикация может закончиться серьезным иском к СМИ со стороны должностного лица. Все это также подрывает доверие к медиа.

Также эксперт называет такие проблемы как самоцензура журналистов и снижение качества журналистики, закрытость региональных органов власти.

⁴Сколько регионы ДВ тратят на СМИ. URL: <https://asn24.ru/news/economic/45492> (дата обращения: 18.03.2019).

Такая ситуация в медиасфере приводит к тому, что разрывается связь между обществом и властью, так как традиционно посредником между ними становились СМИ.

Ангажированность локальной прессы также подтверждает и исследование, проведенное группой учёных – Свитич Л. Г., Смирновой О. В., Ширяевой А. А., Шкондиным М. В., в 2013-2015 гг. По результатам контент-анализа работа городских органов власти оказалась ведущей темой городских СМИ – публикации на эту тему занимают 12,4% от общего числа. В то время как их модальность чаще всего положительная или нейтральная – 5,0% и 6,5% от общего числа публикаций соответственно. Критические же материалы составляют лишь 0,7%⁵.

К слову, было выявлено, что большая часть публикаций в проанализированных изданиях носит положительный характер, а критических материалов, напротив, очень мало. Кроме деятельности органов власти чаще всего в позитивном ключе освещаются следующие сферы – образование, культура, история, досуг.

На втором месте по популярности находятся темы «досуг» и «спорт». Криминальная тематика оказалась на третьем месте. Причины этого авторы исследования объясняют тем, что материалы на данные темы всегда привлекают внимание аудитории, а игнорировать этот факт редакция не может, особенно находясь в трудном экономическом положении. Несравнимо мало места в газетах, согласно выводам авторов, уделяется социальным проблемам.

Таким образом, в регионах происходит деформация одной из наиболее важных функций локальной прессы – широкое освещение жизни города и помощь местным жителям в решении их проблем, удовлетворение потребности в местной информации.

⁵ Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 73.

При этом описанное выше исследование показало, что региональные печатные издания, как правило, относятся к типу универсальных.

В типологии печатных СМИ существует трехрядная модель, которая может быть применима как к всероссийским, так и к региональным изданиям. В рамках данной модели всю прессу делят на три типа:

– «для всех (в пределах региона распространения) и обо всём». К этому типу относят все классические общественно-политические медиа, информационно-рекламную прессу и так называемую «прессу массовой культуры».

– «не для всех обо всём». Свои материалы данные СМИ адресуют, как правило, определенному социальному слою, а потому и их область информационного внимания несколько уже. В данную группу исследователи относят деловую прессу, партийную, культурно-просветительскую, молодежные, спортивные издания и т. д.

– «не для всех не обо всём». Это узкоспециализированные СМИ, в данном случае сужена как целевая аудитория, так и тематика публикаций. К таким изданиям относят аннотированные телепрограммы, детские, аграрные (крестьянские) газеты, СМИ, адресованные садоводам и огородникам, эротические издания и т. д.

В числе региональных универсальных изданий, адресуемых всем и пишущих обо всём, как мы уже упоминали, находятся и традиционные общественно-политические издания. Основными её функциями являются информационная, обзорная и аналитическая. Все остальные (например, развлекательная, рекламная) являются, как правило, второстепенными, хотя издание их также реализовывает. Основной предмет освещения у этого типа СМИ – события местного значения, аудитория характеризуется как самая широкая в рамках ареала распространения издания. Традиционно такие газеты выходят ежедневно или пять раз в неделю, впрочем, в наши дни всё чаще издания печатаются с периодичностью раз в неделю или даже один раз в месяц.

Как отмечает исследователь В. В. Ворошилов, универсальную прессу

можно подразделить на два полюса: качественный и массовый. Газеты первого типа выполняют, в первую очередь, аналитические и информационные функции. Издания же массового подтипа акцентируют внимание на развлекательной функции, для них характерна скандальность, сенсационность. Автор считает, что традиционные общественно-политические СМИ обычно придерживаются смешанной «качественно-массовой» модели, а вот новые издания, напротив, выбирают или массовую, или качественную модель и активно её разрабатывают⁶.

Ещё одна заметная тенденция настоящего периода – уменьшение периодичности региональных печатных СМИ. В регионах практически исчезли ежедневные издания, а совокупные разовые тиражи газет, выходящих пять раз в неделю, внезапно упали. Но есть и позитивная тенденция – количество новых универсальных газет увеличилось за последнее десятилетие. Интенсивный темп роста этого типа прессы исследователи отмечают в следующих городах: Челябинск, Хабаровск, Тула, Пермь, Омск, Новосибирск, Екатеринбург, Воронеж.

Отмечается также, что на традиционной общественно-политической прессе естественным образом отражаются те кризисные процессы, в которые вовлечен весь отечественный медиарынок. Процессы эти связаны, в первую очередь, с неблагоприятными социально-экономическими факторами. Снижаются тиражи региональных универсальных газет, усиливается конкуренция между СМИ с одинаковым ареалом распространения.

Указанные выше факторы, а также усиление политического и экономического давления на прессу со стороны государства, способствуют изменению структуры региональной прессы.

Региональные общественно-политические СМИ реализуют модель «для всех и обо всём». Их основные функции – информационная и аналитическая. Стоит отметить, что происходящие экономические, техногенные и политические процессы негативно отражаются на развитии газет в современной

⁶ Ворошилов В. В. Журналистика : учебник для вузов. М., 2016. С. 135.

России: снижаются тиражи, падает рынок рекламы. Эти же тенденции, в частности, характеризуют региональную общественно-политическую прессу.

1.2 Типология современных печатных СМИ России

Структура российских печатных периодических изданий с развитием информационно-коммуникационных технологий претерпевает существенные перемены. Происходящие процессы сказываются на типологических характеристиках печатных периодических изданий.

Типология (от греч. – отпечаток, форма, образец и – слово, учение). В философском словаре приводится два варианта толкования этого понятия:

– метод научного познания, в основе которого лежит расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщённой, идеализированной модели или типа;

– результат типологического описания и сопоставления⁷.

Обращение к категории «типология» возникает во всех науках, которые имеют дело с крайне разнородными по составу множествами объектов и решают задачу упорядоченного описания и объяснения этих множеств. Типология опирается на выявление сходства и различия изучаемых объектов, на поиск надежных способов их идентификации, а в своей теоретически развитой форме стремится отобразить строение исследуемой системы, выявить ее закономерности, позволяющие предсказывать существование неизвестных пока объектов.

Применительно к прессе категория «типологии» используется при описании системы СМИ (периодических печатных изданий, программ телевидения и радиовещания). В теории журналистики существует диаметрально противоположные взгляды на признаки средств массовой информации. Но, несмотря на разность подходов, исследователи сходятся в том, что типологические характеристики СМИ должны рассматриваться с нескольких позиций.

⁷Новая философская энциклопедия. URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH012ba3def986377b05e1772b> (дата обращения: 02.04.2019).

Так, исследователи М. В. Шкондин, Л. Л. Реснянская, О. А. Воронова выделяют следующие существенные признаки средств массовой информации:

– технологические. К ним относятся формат изданий, тираж, объем издания, периодичность, время выхода;

– экономические, в соответствии с которыми СМИ различаются по формам собственности: государственные, частно-государственные, частные, общественные;

– аудиторные (по особенностям различных аудиторных групп);

– по характеру и типу информации: образовательная, просветительская, воспитательная, развлекательная;

– по целевому назначению: по характеру осуществляемых функций⁸.

Исследователь С. Г. Корконосенко⁹ в качестве основных параметров выделяет регион распространения информации. Здесь речь идет о разделении на транснациональную, национальную, региональную и местную прессу. Следующим параметром типологизации он считает характер аудитории, которая может классифицироваться по возрасту, полу, профессиональным и конфессиональным признакам. К издательским характеристикам исследователь относит периодичность, тираж, формат и объем. Называются еще такие параметры, как легитимность (с точки зрения наличия разрешения на издательскую деятельность) и содержательное наполнение (качественная и массовая пресса).

Самая сложная для восприятия модель типологизации предложена в трудах декана факультета журналистики Воронежского государственного университета профессора В.В. Тулупова. К типобразующим факторам он относит следующие:

– объективные (общественно-экономическая формация; тип общества; социально-экономическое положение и политическая ситуация в стране и регионе; законодательная база; конъюнктура информационного рынка;

⁸Шкондин М. В. Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати: учеб. пособие. М., 2009. С. 37-39.

⁹Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учеб. М., 2009. С. 76-87.

своеобразие потенциальной читательской аудитории; технологический и международный факторы);

– объективно-субъективные (цель; тип журналистики; профессиональные и этические стандарты; характер информирования; целевая читательская аудитория; авторский состав; организационная структура редакции; внутренняя структура; жанры и формы подачи материалов; язык и стиль; география материалов; реклама; дизайн; объем; тираж; периодичность; ареал и характер распространения);

– субъективные (квалификация и мастерство редактора, менеджеров, журналистов, технических работников, полиграфистов, а также квалификация читателей, а также их пол, возраст, образование, профессия, социальное положение).

Как отмечает исследователь В. В. Тулупов¹⁰, когда трансформируются объективные факторы, изменяется роль объективно-субъективных типологических критериев: какие-то становятся ведущими, какие-то утрачивают лидирующее положение. Значение квалификации субъектов деятельности вообще трудно переоценить: тип в конкретном издании оптимально выявляется лишь тогда, когда конкретные исполнители, реально оценив объективно сложившуюся ситуацию, точно определяют задачи, объект, предмет, и при помощи конкретных методов, средств, приемов достигают поставленной цели.

Типологические факторы представляют своеобразную систему, элементы которой постоянно взаимодействуют. Выпадение того или иного элемента или, напротив, внедрение чужеродного элемента в некую систему (тип) приводит к конфликтным ситуациям на самых разных уровнях. Например, подмена цели деятельности нередко приводит к тому, что под видом журналистики читателю предлагают пропаганду, политический заказ или рекламу.

Первые дискуссии о типологических признаках традиционных изданий

¹⁰Тулупов В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1970&level1=main> (дата обращения: 10.04.2019).

активизировались в эпоху появления в 1999 г. ежедневной «Газеты.Ру». У исследователей возникло представление о грядущей «смерти» печатных СМИ. Однако вышедшая в сети электронная версия газеты «Московские новости» вызвала у теоретиков и практиков сомнения в превосходстве онлайн-изданий над традиционными СМИ. Сегодня бумажная пресса не конкурирует с сетевой, так как за последние десятилетия сложилась система электронных версий печатных средств массовой информации. Вместе с тем происходящие изменения отражаются на периодических изданиях, меняя их исторически сложившиеся характеристики.

По мнению В. В. Ворошилова, типологическую структуру печатных СМИ России определяют следующие факторы:

– политический. Еще совсем недавно на повестке дня был актуален вопрос о сверхполитизации российской прессы, которая находилась под влиянием противоборствующих политико-экономических группировок. В настоящее время наблюдается тенденция к усилению роли государства в формировании информационной политики СМИ;

Так, например, официальный статус газеты во многом определяет состав, название и содержание ее разделов и рубрик, форму подачи, источники и авторов информации, несколько консервативный характер графической модели, язык ряда материалов.

– экономический. Рыночная экономика в сфере СМИ развита недостаточно мощно. Большинство газет, теле- и радиоканалов существуют за счет внешней административной или спонсорской подпитки. Это сводит на нет здоровую конкуренцию — благосостояние зависит не от популярности у аудитории, а от умения ладить с владельцами;

– техногенный. Слабое техническое обеспечение редакций, в особенности – региональных, снижает эффективность и интенсивность их работы;

– профессиональный. Утверждение новой русской журналистики на сломе старых идеологических парадигм имело и негативные последствия. Свобода слова оборачивалась свободой от этических и моральных норм,

элементарных журналистских знаний и навыков. Бурный рост числа СМИ привел к нехватке кадров и падению профессионального уровня¹¹.

Проанализировав большинство современных подходов к классификации и иерархии типологических признаков периодической печати, мы решили придерживаться классификации А. И. Акопова. Профессор кафедры журналистики Тольяттинского государственного университета предлагает осуществлять типологизацию периодики, учитывая типоформирующие признаки (издатель, цели и задачи, читательская аудитория), типологические признаки (авторский состав, внутренняя структура, набор используемых в издании жанров, оформление) и формальные типологические признаки (периодичность, объем, тираж)¹². По данным признакам во второй главе будет проведен анализ регионального периодического издания Амурской области «Амурская правда». Раскроем их подробнее.

– типоформирующие признаки:

Издатель. Согласно Закону РФ «О СМИ» под издателем понимается издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода.

Собранные данные должны быть дополнены сведениями об учредителе как для издающихся, так и, особенно, для новых изданий. При этом важно установить характер отношений издателя и учредителя. К этому нужно добавить состав и характер редакционной коллегии и/или редакционного совета.

Цели и задачи издания. Это один из основных типоформирующих признаков издания. Для его выявления в процессе анализа следует определить какие задачи стоят перед СМИ, какова программа периодического издания (из

¹¹Ворошилов В. В. Журналистика : учебник для вузов.М., 2016. С. 131.

¹²Акопов, А. И. Методика типологического исследования периодических изданий.Иркутск, 1985.С. 38-39.

редакционных статей в первых номерах года и из других источников), а также как СМИ выполняет свои задачи и программу фактически.

Целевая аудитория. Читательскую аудиторию следует определить из: а) материалов читательских конференций (если таковые редакцией проводились); б) редакционных отчетов или передовых статей; в) по письмам читателей и их обзорам; г) по характеру материалов; д) по рекламе, публикующейся на страницах данного издания.

– типологические признаки:

Авторский состав. Определяется из материалов читательских конференций, редакционных отчетов и по подписям к публикациям.

Внутренняя структура. Следует выписать все разделы и рубрики из газетных номеров, отметить их повторяемость, определить физическое и содержательное соотношение между ними. Одни разделы в изданиях постоянны, появляются из номера в номер, другие – 2-3 раза в год, третьи, появившись однажды, исчезают совсем, уступив место новым. Нужно рассмотреть, как распределяется обычно объем издания (число полос) по разделам и рубрикам, какие разделы журнала занимают основной объем. Данные по распределению площади журнала по разделам и рубрикам удобнее всего свести в табличную форму.

Также следует отметить и описать: специальные выпуски, целевые полосы, тематические и сменные страницы. Все подсчеты лучше сводить в итоговые таблицы, количество и форма которых определяется задачами исследования.

Анализ внутренней структуры издания предполагает детальный разбор всего, что составляет форму подачи публикаций на полосе. Оценку ее эффективности, естественно, нужно давать в сочетании с анализом содержания.

Набор используемых жанров. Определить из анализа публикаций в издании. Нужно дать соотношение материалов по жанрам (приблизительно в процентах). Отметить, какая группа жанров и какие жанры преобладают, каких явно мало. Какие цели преследует редакция, применяя те или иные жанры? Как это помогает редакции выполнять свои задачи и программу? Привести примеры

из различных номеров издания с конкретными ссылками. Дать свою оценку жанровой структуре издания, ее соответствию с типом издания и его задачами.

Оформление. Следует вначале оценить общее состояние оформления издания, какое эмоциональное впечатление оно производит? Определить количество иллюстраций различных типов – цветные и черно-белые фотографии, рисунки, диаграммы, схемы и т.п., а также площадь, которую они занимают в общем объеме журнального или газетного номера (например, в переводе на число полос или в процентах).

Нужно рассмотреть также и другие вопросы: каково разнообразие применяемых шрифтов, линеек, полиграфических украшений, какие фотоснимки и рисунки (по тематике, жанру) преобладают в журнале, какую роль они играют? Сделать вывод о том, как оформление служит целям и задачам издания, соответствует его типу.

– формальные типологические признаки:

Периодичность. Определить, насколько периодичность издания соответствует его задачам и типу. Сравнить с другими аналогичными изданиями. В какие промежутки времени издание выходит в свет фактически?

Объем. Данные по объему берутся из выходных сведений в учетно-издательских и физических листах. Эти данные следует сравнить между собой с целью определения плотности печатного листа. Определить число полос в номере при данном формате журнала, газеты. Сопоставить объем издания с другими, аналогичными по типу, отметить изменения этого показателя во времени, если таковые имеют место, и их причины.

Тираж. Среди разных понятий тиража (годовой, месячный и др.) для исследования обычно применяется понятие разовый тираж одного номера (выпуска). Определяется тираж как средний показатель из выходных сведений по всем номерам года (для журнала) или месяца, недели (для газеты).

Исследователи выделяют несколько вариантов классификации печатных СМИ. С. Г. Корконосенко предлагает следующее деление периодики:

– по региону распространения: транснациональная, национальная,

региональная, местная пресса;

– по учредителю: государственная и негосударственная пресса;

– по аудиторной характеристике: возрастной, половой, профессиональный, конфессиональный признаки;

– по издательским характеристикам: периодичность, тираж, формат, объем;

– по легитимности: с точки зрения наличия разрешения на издательскую деятельность;

– по содержательному наполнению: качественная и массовая¹³.

В качественных изданиях на первый план выходят аналитическая функция и функция информирования о событиях. За читателем закреплена роль равноправного социального субъекта, участвующего в политической, экономической, культурной жизни страны. Для типа таких газет не приемлема ангажированность.

Исследователь Б. Мисонжников так определяет качественную прессу: «Качественная пресса предназначена для интеллектуальной части общества, управляющей элиты, отличается глубокой аналитичностью, точностью, оперативностью, объективностью, что позволяет читательской аудитории ориентироваться в окружающей действительности, принимать правильные управленческие решения»¹⁴. По словам исследовательницы Л. Реснянской, информационное поле качественных изданий состоит из важных и достоверных фактов, актуальных тем и экспертного профессионального мнения. Качественная пресса охватывает по большей части две сферы – экономику и политику. Стоит отметить, что качественная пресса строит свою политику на принципах достоверности информации, объективности, независимости. По мнению исследователя С. Г. Корконосенко, качественная пресса характеризуется аналитичностью в подходе к событиям, взвешенностью

¹³Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение : учеб. пособие. М., 2010. С. 172.

¹⁴ Цит. по: Прытков В. А. Качественная и бульварная пресса в системе СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2011. № 2. С. 214.

оценок, надежностью мнений и фактов. Исследователь Д. Мурзин характеризует прессу как исходящую из такой точки зрения, что «принцип свободы печати не может быть абсолютизирован без ущерба для общества». Данный принцип гарантирует право свободно учреждать печатные СМИ, свободно их издавать и распространять, а также запрещает цензуру. Свобода, по определению, не имеет границ, а значит делает возможным нарушение прав личности или вторжение в чужую жизнь. Из этого следует, что профессиональная деятельность журналиста требует самостоятельного ограничения такой свободы, то есть соблюдения профессиональной этики. К вышеуказанным принципам качественной прессы также можно добавить и плюрализм. Стоит отметить, что некоторые из принципов не являются абсолютными. К примеру, автор текста не может быть полностью объективным: так или иначе субъективная сторона найдет свое отражение в материале. Также нельзя говорить о полной и всеобщей независимости СМИ. Исследователь С. Страшнов отмечает, что зачастую происходит подмена понятий. Нужно различать качественную прессу и прессу высокого качества. Последнее включает в себя качество оформительских, дизайнерских работ, в то время как истинно качественная пресса характеризуется аналитическим уровнем контента с достоверной информацией.

Массовые издания – газеты, журналы, еженедельники, рассчитанные на широкую читательскую аудиторию. Общественно-политическая, культурная и другая самая разнообразная информация, представленная в таких изданиях, предназначена для любого человека, интересующегося текущими событиями.

Массовую газету можно определить как газету информационного характера по содержанию. Она относится к «прессе факта», публикующей материалы «человеческого интереса» без присутствия в них комментариев и аналитики, не имеющей тематических ограничений. Это газета для всех и обо всем. С точки зрения аудитории массовая газета ориентирована на широкий круг читателей. Язык и стиль прост, ведь массовая пресса призвана быть понятной каждому читателю. Массовую прессу отличает доступная цена.

Графический дизайн построен на контрасте, наблюдается большое количество иллюстраций с целью оживить информационный материал, крупные шрифты. Для массовой периодики характерны высокие тиражи¹⁵.

1.3 Содержательная модель современных печатных СМИ

Каждая газета имеет свою комплексную модель. Она выполняет сразу несколько задач: конкретизирует типологические параметры печатного СМИ, чётко и в полной мере характеризует его цели и задачи, программу, основные принципы подбора темы и организации материала. Концепция всегда имеет конкретный характер и привязку к настоящим потребностям аудитории, к настоящему положению дел на медиарынке. В комплексную модель вносятся основные типологические параметры: специфика целевой аудитории, её уровень образования, информационные потребности. Следовательно, центральным моментом при разработке концепции является максимально конкретное определение читательской аудитории предполагаемого СМИ.

После чего редакция формулирует ответ на ключевой вопрос: каким должно быть медиа, отвечающее потребностям современного читателя. Кроме того, в комплексной модели определяется тип и классификация средства массовой информации.

Полная (комплексная модель) печатного издания состоит из трёх моделей: содержательной (концепции), композиционно-графической (оформления) и бизнес-модели. Все три связаны между собой, но основа комплексной модели – содержательная модель, которая определяет тип издания. Если рассматривать региональную печать в качестве определенного типа издания, то можно выделить и типовую содержательную модель региональной прессы. Она будет отвечать принципу тематического универсализма, газеты этой модели можно охарактеризовать как «ото всюду, обо всём, и в разных жанрах».

Модель – это стандарт, который обеспечивает воспроизводство заданного

¹⁵Павлушкина Н. А. Массовая пресса на печатном рынке Санкт-Петербурга: проблемы самоидентификации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Журналистика. 2009. № 1. С. 128.

качества. Таким образом, содержательная модель является стандартом качества содержания. Как правило, стандарт должен быть описан в определенном документе, на который опирается производитель. Для редакции этим концептом является содержательная модель или концепция средства массовой информации¹⁶.

Впрочем, стоит отметить, что содержательная модель издания учитывает не только традиционные, общие, тенденции, но и территориальные особенности. Совершенно очевидно, что концепция городской газеты и концепция «районки» будут несколько отличаться.

Комплексная модель описывает все основные характеристики издания. В первую очередь, при формировании модели следует учитывать следующие факторы: цели и задачи издания, его типологические особенности, специфику читательской аудитории, редакционный коллектив (количество журналистов, их опыт, специализацию и т. д.). Общая модель, как мы уже упоминали, имеет три составляющие: содержательную, композиционную и графическую.

Основу представляет содержательная модель издания. Она определяет проблемно-тематическую направленность издания, отвечая на вопрос: о чём следует писать в этом СМИ. Также содержательная модель определяет цели и задачи, программу издания, внутреннюю структуру издания (рубрикацию, важнейшие тематические направления). Композиционная модель создается, опираясь на содержательную модель издания. Композиция издания – это организация его содержания (контента), она включает в себя базовые тематические разделы и рубрикацию; определяет их распределение во времени и пространстве. Это значит, что в композиционной модели описывается, в какие дни недели или в каком месяце (если это – ежемесячник) будет публиковаться та или иная рубрика, а также где именно – на какой полосе и в каком блоке – она будет располагаться¹⁷.

¹⁶ Мурзин Д. А. Содержательная модель издания. URL: http://www.fapmc.ru/files/download/575_file.pdf. (дата обращения: 03.03.2019).

¹⁷ Соловьев В. И., Рябинина Н. З. Редакторская подготовка периодических изданий : учеб. пособие. М., 2015. С. 21.

Композиционная модель может быть описана в разной форме: иногда она представляет собой текстовое описание, но чаще всего бывает зафиксирована в форме сетевого графика. На нём указываются номер и полоса, где размещается рубрика. Уже на основе композиционной модели определяется модель графическая, то есть дизайн газеты. Она включает все «внешние» элементы издания, то есть специфику верстки, фотографии и графические иллюстрации, основные шрифты, цвета, способы разбивки и выделения текста и другие. Графическая модель нужна для того, чтобы художественно-техническое оформление газеты было постоянным, характерным для данного издания, привычным для читателя.

Правильно определенная и сформулированная модель издания позволяет двигаться в необходимом для СМИ направлении. Однако важно объективно оценивать изменения в обществе в целом и в сфере СМИ в частности, чтобы корректировать долговременную модель издания (как правило, изменения вносятся ежегодно), оставляя неизменным лишь «ядро» издания.

Во время формирования содержательной модели газеты необходимо принимать во внимание реальные информационные потребности целевой аудитории и возможности (творческие, технические, экономические) редакционного коллектива.

Содержательная модель издания подразделяется на определенные элементы:

- тематические направления (ключевые разделы и рубрики);
- модальность публикации (материалы подразделяют на нейтрально-информационные, положительные, критические, разноплановые (проблемные);
- жанровая палитра материалов (преобладание информационной, аналитической или художественно-публицистической группы жанров);
- локальность материалов (территориальная принадлежность информации);
- характер материалов (авторский, редакционный, сообщение информагентств, официальный документ, перепечатка из другого издания –

дайджест)¹⁸.

Как известно, выбор тем и проблем для освещения играет ключевую роль для издания. Тематический материал должен отличаться актуальностью, злободневностью, быть интересным читателям. Часто в газетах встречаются целые тематические страницы, представляющие особый формат подачи информации.

Тематическая страница является одной из старейших форм подачи материалов в печатных изданиях. В сущности, это тематическая подборка материалов, под которую отводится целая страница и которая посвящена какому-либо важному событию, проблеме. Тематические страницы могут различаться по своему характеру, целям, подаче материалов. Так, иногда всю полосу занимает одна большая публикация – статья, репортаж, очерк и т. п. С помощью различных врезок, выделителей, иллюстраций, инфографики облегчают восприятие такой страницы. Иногда автор делит тематическую страницу на смысловые блоки, для каждого придумывается подзаголовок, для оживления используются графические иллюстрации, фотографии и т. п.

Часто на страницах печатных изданий появляется и составная тематическая страница. В таком случае, на одной полосе публикуется несколько материалов, посвященных одной теме, но раскрывающих её с разных сторон. Так, некоторые из публикаций могут просто сообщать о фактах, другие эти факты анализировать и комментировать, третьи – обобщать, делать из них выводы и так далее. Однако даже в этом случае основой тематической страницы является аналитический или художественно-публицистический материал. Он играет роль так называемой «передовицы» и обобщает все то, о чём рассказывается в других публикациях. Вокруг этого большого материала и строятся все остальные тексты: заметки, материалы малых жанров, инфографика и т. п.

Также при формировании тематической страницы обязательно

¹⁸ Мурзин Д. А. Содержательная модель издания. URL: http://www.fapmc.ru/files/download/575_file.pdf (дата обращения: 03.03.2019).

используют различные иллюстрации. Они помогают глубже раскрыть избранную тему, а также разреживают сплошной текст, облегчают восприятие информации читателем. Кроме того, тематическая страница с хорошей композицией привлекает внимание потенциального читателя.

Что касается верстки, то в тематической странице чаще всего применяется ассиметричный тип. Это позволяет добавить динамику и расставить акценты на ключевых элементах страницы.

Размещать в одном номере сразу несколько тематических страниц не стоит, это дезориентирует читателя. Кроме того, редакция не сможет поместить в газете больше материалов, посвященных актуальным и проблемным вопросам, не связанным между собой единой тематикой.

Итак, каждое издание имеет комплексную модель. Она состоит из содержательной, графической и бизнес-модели издания, основной из которых является содержательная модель, она определяет тематику публикаций в газете, служит основой для выбора тона и характера материала. В содержательной модели выделяются цели и задачи, программа издания, его аудитория, проблемно-тематическая направленность.

2 РЕГИОНАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ «АМУРСКАЯ ПРАВДА»

2.1 Общая характеристика газеты «Амурская правда»

«Амурская правда» – ежедневное общественно-политическое издание Приамурья. Газета – старейшее издание Амурской области. Свою историю СМИ ведёт с 4 февраля 1918 года. Тогда в Благовещенске вышел первый номер газеты «Известия Благовещенского Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов». За год газета трижды меняла своё название, приостанавливала работу во время японской интервенции и временно печаталась подпольно. И через 12 месяцев – 8 февраля 1919 года – впервые вышла под названием «Амурская правда».

«В 20-х годах с обложки звучали призывы бороться с кулачеством, в 30-х – жить, согласно лозунгу Сталина, «жить стало лучше и веселее». Героями становятся ударники и стахановцы. 40-е пестрят фронтовыми сводками, а в 50-х область активно жнет, сеет и пашет. 60-80-е годы Приамурье активно строится, разворачиваются стройки века – Зейская и Бурейская ГЭС, БАМ. С обложек не сходят снимки передовиков производства, вести с полей и расшифровки заседаний ЦК КПСС. В 90-х картина резко меняется: на первых страницах появляются политические скандалы, фоторепортажи с митингов и забастовок, расследования и авторские колонки»¹⁹. Так описывают свою историю само издание.

С декабря 2016 года главным редактором «Амурской правды» является Елена Павлова, генеральным директором – Александр Щербинин. Журналисты газеты – победители множества российских и международных конкурсов. Например, в 2011 году «Амурская правда» заняла третье место во Всероссийском конкурсе «Лучшая региональная газета России»²⁰.

¹⁹ История в обложке: мы изучили жизнь Приамурья по первым страницам «Амурской правды». URL: ampravda.ru/2016/01/13/063520.html (дата обращения: 12.05.2019).

²⁰ «Амурская правда» – одна из лучших региональных газет страны. URL: <https://www.ampravda.ru/2012/05/26/034753.html> (дата обращения: 12.05.2019).

2.2 Типологический анализ регионального общественно-политического издания «Амурская правда»

Для того, чтобы провести типологический анализ газеты «Амурская правда», был сделан контент-анализ публикаций, вышедших в номерах с декабря 2018 года по апрель 2019 года. Всего было проанализировано 24 выпуска. После типологического анализа мы выявим, к какому типу – массовому или качественному, – относится данное издание.

2.2.1 Типоформирующие признаки издания

Издатель «Амурской правды» – ООО «Издательский дом «Амурская правда». Генеральным директором является Щербинин Александр Юрьевич. Учредитель – государственное бюджетное учреждение «Агентство по массовым коммуникациям «АмурМедиа». Данная организация также является и владельцем издательского дома²¹. Таким образом, фактически издание финансируется из регионального бюджета.

Цели и задачи издания. Для определения целей и задач издания, в первую очередь, мы обратились к опубликованным интервью с главным редактором и программным статьям. Сама редактор в разные годы по-разному определяла основную миссию «Амурской правды». Так, в 2013 году в своём интервью «Российской газете» рассказала, что главная миссия данной газеты – рассказывать о судьбах людей, ставить в центр публикации человека.

«Когда я только начинала работать, я терпеть не могла очерки. Эти огромные «кирпичи» текста на всю полосу были всего лишь литературными биографиями каких-то мало кому известных людей, мне казалось, это жутко не интересно! А сейчас, когда мы уже вошли в ритм актуальной, деловой газеты, я вдруг поняла, что отличить от информагентств нас может только рассказы о людях.

И мы ищем не скандалы в нашем «белом доме» или УВД, а человеческие истории. Наш главный принцип: надо ехать в командировку и искать

²¹СБИС: Издательский дом «Амурская правда». URL: <https://sbis.ru/contragents/2801124820/280101001> (дата обращения: 14.05.2019)

интересного человека! Бывшая учительница выиграла грант Минсельхоза, развела гусей, индюков, привезла из Тюмени 7 страусов – на заднем сидении машины, в самолет их не пустили. Две благовещенские швей-мотористки открыли первый в России цех по производству «омлета в пакетах». Жили этой идеей, сами разрабатывали «крутую», по их мнению, технологию, патентуют ее, даже не пустили наших журналистов в цех – только после патента! Мы стараемся, чтобы в каждом номере был человек со своей историей»²², – отмечает в интервью главный редактор «Амурской правды» Елена Павлова.

В 2018 году в интервью по случаю 10-летнего юбилея на посту главного редактора журналист говорит, что основная задача издания – рассказывать о том, что происходит в политической, экономической и социальной сферах жизни Амурской области.

«Мы остаемся общественно-политической газетой, поэтому в первую очередь рассказываем о том, что происходит в политике, экономике, социальной сфере региона. И делаем это доступно и интересно, чтобы амурчане понимали, как решения губернатора или депутатов Заксобрания коснутся их.

Но при этом мы не хотим быть боевым листком правительства. Мы стараемся честно рассказать, как и чем живет наша область. Нас часто обвиняют: правительственная газета не может критиковать власть, а вокруг столько проблем. Я не согласна. Мы пишем о проблемах, но без истерик и нагнетаний: объясняем причины, выслушиваем мнения и людей, и чиновников, всегда пытаемся помочь²³», – считает главный редактор данного средства массовой информации.

Для того чтобы подтвердить или опровергнуть слова редактора анализируем жанровые и тематические акценты в газете. Так, в первую очередь, в издании представлена информационная группа жанров. Самыми популярными являются заметка и расширенная заметка (324 публикации),

²² Елена Павлова: «Мы ищем не скандалы в «белом доме», а человеческие истории». URL: <https://ampravda.ru/2013/11/23/040242.html>(дата обращения: 14.05.2019).

²³ Елена Павлова в год столетия АП отметит десятилетний юбилей на посту главного редактора. URL: <https://ampravda.ru/2018/02/24/80346.html>(дата обращения: 14.05.2019).

интервью (36 публикаций), на четвертом месте находится аналитический комментарий (16 публикаций), а очерк является лишь восьмым по популярности жанром и занимают лишь 2,3% от общего числа публикаций. Тем не менее, за исследуемый период выявлено 11 очерков и 1 житейская история, то есть человеческие истории, достойные очерка, встречаются почти в каждом втором номере.

Что касается тематики издания, то ведущими темами в декабре 2018 – апреле 2019 года стали культура, медицина, политика и власти, криминал и экология (Приложение А).

Наибольшее число материалов встречается на тему культуры – сюда мы отнесли анонсы о культурных мероприятиях в городе, заметки и репортажи, написанные по их итогам, рецензии на фильмы, интервью с деятелями культуры – артистами, руководителями музеев, библиотек.

Следующая по популярности тема – медицина. Издание печатает интервью с врачами о лечении различных видов заболеваний, рассказывает об улучшении данной сферы в регионе (строительство больниц, поступление нового оборудования и т. д). Есть и один проблемный материал на данную тему – «Родители онкологических пациентов детской областной больницы жалуются на проверки в учреждении» (11 февраля 2019 г.). В материале рассказывается о том, что, по мнению родителей, из-за проверок в больнице онкобольных детей подвергают риску. Делается это из-за того, что по инструкции некоторые процедуры необходимо делать, например, в другом здании. Раньше врачи отступали от правил и делали так, как безопаснее для пациентов. После описания проблемы издание ограничивается комментарием Минздрава, который сам по себе слабо связан с приведенной выше проблемой: «Министерство здравоохранения Амурской области крайне заинтересовано в том, чтобы выявить причины и источник заболевания гепатитом С у детей, получавших лечение в онкогематологическом отделении, чтобы в дальнейшем избежать подобных случаев». По жанру материал близок к информационной

корреспонденции. Несмотря на то, что ситуация раскрывается подробно, сам журналист не анализирует проблему.

Издание часто пишет на политическую тематику: информирует читателя о кадровых переменах в правительстве и законодательном собрании региона, рассказывает о деятельности властей. При этом такие материалы чаще всего пишутся в жанрах заметки и информационного отчета и представляют собой набор реплик должностных лиц с описанием их действий. Для отчетов о деятельности властей выделена отдельная рубрика «Власти», регулярно появляющаяся на третьей полосе издания и занимающая всю полосу. Чаще всего информационные отчёты пишутся журналистами о выездах, собраниях и выступлениях губернатора Амурской области Василия Орлова. Реже героями публикаций становятся федеральные политики, приезжающие с проверками в регион.

«Амурская правда» регулярно рассказывает о происшествиях, случающихся в Амурской области. Основа таких материалов – пресс-релизы судов, прокуратуры, управления МВД. Ведущий жанр – информационная заметка.

Часто СМИ пишет и на экологическую тему. Однако мы можем предположить, что это связано с двумя крупными событиями, происходящими в исследуемый период – так называемая «мусорная» реформа и сходжение оползня на реку Зея. Выработке новых тарифов на вывоз мусора посвящено три материала, а сходжению оползня – девять публикаций. Однако обе они подаются лишь с комментариями официальных лиц, издание не привлекает к обсуждению проблем независимых экологов и активистов.

Для выявления тематических акцентов мы также проанализировали анонсы материалов и сами тексты, публикующиеся на первой полосе номера. Результаты представлены в таблице (Приложение Б). Ведущие темы – медицина, экология, образование, зоозащита, криминал. Таким образом, здесь превалирует социальная тематика.

Интересно, что в еженедельных номерах анонсируются публикации на следующие темы: популярная психология, красота, гороскопы, народы и страны, то есть те, которые выполняют развлекательную функцию. В «тослушках», в целом, несколько полос отводятся под развлекательные материалы: печатаются рецепты, истории звёзд, анекдоты, сканворды и кроссворды.

Таким образом, на основе анализа контента мы можем сделать вывод, что среди задач, которые выполняет издание, основной является информирование читателя о происходящих в Амурской области событиях. Следующая задача газеты, на наш взгляд, – довести до читателя позицию регионального руководства по проблемным вопросам. Это подтверждают и слова редактора: в интервью²⁴ Елена Павлова говорит: «Мы газета правительства, мы представляем его интересы», – и затем добавляет, – «но мы не «боевой листок» власти». Также мы считаем, что издание ставит перед собой задачу комментировать, анализировать, исследовать и объяснять читателю происходящие в Амурской области события. Аналитические материалы присутствуют в каждом номере издания, и они являются откликом журналистов на актуальные проблемы региона. Что касается рассказов о судьбах амурчан, мы считаем, что данная задача также представлена в издании, но не является ведущей. И последней задачей, которую ставит перед собой «Амурская правда», является развлекательная, причём данную задачу, в первую очередь, выполняет еженедельная, «толстая», версия издания.

Читательская аудитория. Само издание на своём сайте указывает, что газета рассчитана на широкий круг читателей²⁵. Однако в одном из интервью главный редактор газеты отмечает: «Амурская правда» никогда не делала ставку на количество – нашу газету читают думающие и равнодушные к области и стране люди»²⁶.

²⁴ Елена Павлова: «Мы ищем не скандалы в «белом доме», а человеческие истории». URL: <https://ampravda.ru/2013/11/23/040242.html> (дата обращения: 23.05.2019).

²⁵ «Амурская правда»: редакция. URL: <https://ampravda.ru/staff> (дата обращения: 23.05.2019).

²⁶ «Амурская правда»: спасибо, что вы с нами. URL: <https://ampravda.ru/2015/12/30/063342.html> (дата обращения: 23.05.2019).

Для выявления читательской аудитории средства массовой информации мы обратились к письмам и комментариям читателей, опубликованным на страницах газеты. В целом, газета очень редко публикует подобные материалы: в исследуемый период рубрика «Обратная связь» появилась только дважды. Чаще всего в издание писали женщины из сельской местности. Так, в № 42 от 18 апреля 2019 г. женщина из Козьмодемьяновки прислала фото и видео о том, что рыбаки обогатили озеро кислородом, а читательница из Благовещенска задала вопрос об открытых люках. В этом же номере газета напечатала подборку комментариев, оставленных пользователями на сайте ampravda.ru. Из 10 комментариев 6 никнеймов принадлежат женщинам, по 3 комментарием невозможно определить, кто их писал, и лишь 1 никнейм принадлежит мужчине.

Также в феврале 2019 года редакция издания проводила среди читателей конкурс фотографий «Реальная любовь», в нём приняли участие 59 женщин и 4 мужчины. В печатной версии были опубликованы лишь работы победителей («Амурчане показали свою любовь», «Амурская правда», № 16, 14 февраля 2019 года). По краткому описанию фотографий можно понять, что большинство победителей – это женщины-матери двоих и больше детей, проживающие в городе Благовещенске.

В рубрике «Здоровье» («Вопрос–ответ: о лечении туберкулёза и конкуренции в медучреждениях». «Амурская правда», № 10, 31 января 2019 г.) мы встречаем ещё один вопрос от читателя. Его задаёт 52-летний мужчина, место проживания мужчины не указывается.

В январе в рубрике «Ampravda» («Пока живут на свете дураки». «Амурская правда», № 7, 24 января 2019 г.) газета опубликовала комментарии читателей к материалу об амурчанке, которая перевела мошенникам 1,5 миллиона рублей. Из восьми комментариев шесть написаны женщинами. На этой же полосе напечатаны два письма от читателей, автор одного из них – жительница Зеи, занимающаяся сельским хозяйством («Сюрприз от несущки». «Амурская правда», № 7, 24 января 2019 г.), автор второго – женщина, однако

её место жительства не указано («Благодарность». «Амурская правда», № 7, 24 января 2019 г.).

Также зимой редакция «АП» предложила читателям рассказать об историях из детства («Острые ощущения: читатели АП вспомнили веселые зимние истории из своего детства». «Амурская правда», № 4, 17 января 2019 г.). 15 из 18 опубликованных историй написали женщины, их возраст и место проживания указаны не были. Также в «Амурской правде» регулярно печатаются поздравления – с днём рождения и с профессиональными праздниками – присланные читателями. Все они адресованы женщинам старше 50 лет.

Аудиторию издания можно отследить и по встречающимся рекламным объявлениям. При анализе рекламы (представлен на 37-38 с.) мы выявили, что на страницах данного средства массовой информации чаще всего встречается реклама кредитов и микрозаймов, а также реклама, адресованная людям, занимающимся сельским хозяйством. Покупка недвижимости и автомобилей также предлагается в кредит. Реклама предметов роскоши отсутствует.

Как указывалось выше, в издании превалирует культурная, социальная и политическая тематика. При этом газета представляет позицию власти и не критикует региональных и федеральных руководителей.

Таким образом, основываясь на анализе читательских писем, контента и рекламы, представленной в издании, мы можем сделать вывод о том, что аудитория «Амурской правды» преимущественно женская, с невысоким уровнем дохода. Читатели газеты равнодушны к событиям, происходящим в Амурской области, однако лояльны к региональной власти.

2.2.2 Типологические признаки «Амурской правды»

Авторский состав. Всего за исследуемый период в газете мы выявили 29 разных имён и фамилий, но известно, что иногда корреспонденты издания пишут под псевдонимами. На данный момент в штате редакции состоят 15 журналистов.

По словам сотрудников редакции, псевдонимы нужны по нескольким причинам. Чаще всего псевдонимами подписывают обработанные, переписанные пресс-релизы, чтобы дистанцироваться от чужого произведения, так как их создают пресс-службы, а не журналист. Вторая причина – безопасность. Иногда журналист хочет скрыть свое настоящее имя, чтобы после публикации материала не последовало негативной реакции в его адрес. Третья причина – нежелание ассоциировать своё имя с какими-то темами. «Например, журналист пишет обычно на экономические темы, делает аналитику, но иногда из-за нехватки сотрудников может взять развлекательную тему. Тогда такой материал подпишет псевдонимом, чтобы не «дискредитировать» свое серьезное имя», – рассказывает журналист «Амурской правды» Надежда Кожевникова. Кроме того, псевдонимы используются при написании партнерских и рекламных материалов.

Что касается специализации журналистов, то несколько лет назад редакция делилась на отделы: существовали отдел социальных проблем и культуры, отдел экономики, отдел новостей. Их возглавляли редакторы, которые по совместительству были редакторами выпусков. Однако теперь отделы упразднили. По факту вместо отделов теперь есть две редакции – редакция газеты и редакция сайта (в редакцию сайта трансформировался отдел новостей).

На данный момент специализация в издании носит условный характер. Все журналисты – универсалы и могут писать абсолютно на любые темы. Но, например, Ирина Ворошилова чаще всех пишет на темы здоровья, медицины, а также становится автором материалов о резонансных уголовных делах, Ольга Гординко пишет на экономическую тематику, о налогах и статистике, Елена Васильева – политический обозреватель. Также главный редактор издания Елена Павлова чаще всего становится автором интервью с губернатором области и федеральными политиками. Есть и одна авторская рубрика – «Ракурс» Андрея Анохина. Отметим, что только он и Александр

Ярошенко пишут в художественно-публицистических жанрах. Рецензии на фильмы в рубрике «Кино» публикует Андрей Митрофанов.

Внутренняя структура издания. Структура проявляется, прежде всего, в *системе рубрик*. Рубрикация в газете плавающая, названия рубрик, как правило, привязаны к содержанию публикации, находящейся на той или иной странице. Так, например, материал о снежном циклоне с гололедом и сильным ветром, пришедшими в регион (№ 43 от 19.04.2019) был опубликован в говорящей рубрике «Стихия», а текст о чемпионате для студентов вузов WorldSkills (№ 39 от 11.04.2019) – в рубрике «Перспективы».

И лишь 23% от общего числа рубрик являются постоянными и встречаются регулярно. Наиболее часто в исследуемый период выходили следующие рубрики: «Новости», «Актуально», «Власть», «Общество», «Здоровье», «Экономика», «Криминал», «Полезно», «Ракурс», «Жизнь», «Люди» (Приложение В). За «Новостями» закреплена вторая полоса издания. Рубрики «Власть» и «Актуально» делят третью полосу газеты. Остальные рубрики не закреплены за конкретными полосами.

Рубрика «Новости» традиционно печатается в каждом выпуске на второй полосе. В ней публикуются материалы о событиях, происходящих в регионе. Основной жанр – заметка. Инфоповодом к таким материалам служат пресс-релизы из официальных учреждений региона: правительства Амурской области («В детских домах Приамурья начали проверки», 7 февраля 2019 г.), региональных министерств («В школах и детсадах усилили контроль за температурой», 18 января 2019 г.), районных и сельских администраций («К концу года в Усть-Ивановке построят детский сад», 14 февраля 2019 г.), органов следствия («Застройщика осудили за мошенничество с деньгами дольщиков», 7 февраля 2019 г.).

Встречаются также тексты, основой которых стали публикации федеральных СМИ. Например, в материале «Уникальная мобильная лаборатория проследит за работой золотодобытчиков» (18 февраля 2019 г.) рассказывается о планах на закупку спецавтомобиля, позволяющего

исследовать воду и почву в труднодоступных местах. В публикации корреспондент ссылается на информа-ционное агентство «ТАСС».

Таким образом, вторую полосу издания занимает, в основном, официальная информация. Критических материалов выявлено не было. Если издание и пишет о какой-либо проблеме, то либо тогда, когда она уже разрешена, либо с официальным комментарием представителя органов власти.

Вторая по популярности в «Амурской правде» рубрика «Актуально». Она занимает третью или четвертую полосу издания. В рамках данной рубрики поднимаются темы, связанные с сельским хозяйством, экологией, сферой ЖКХ и благоустройства.

Например, материал «Мусору назначили цену: тарифы на вывоз ТКО для предпринимателей Тамбовского района выросли в разы» (7 февраля 2019 г.) рассказывает о двух проблемах тамбовских предпринимателей: новых высоких тарифах на вывоз ТБО и открытии крупного сетевого супермаркета, который, по мнению местных бизнесменов, заберет большую часть прибыли сельских магазинов. Однако, несмотря на громкий заголовок и лид, ниже выясняется, что тарифы на вывоз мусора уже пересмотрены региональным оператором. И хотя вторая проблема вряд ли разрешится – приход сетевого супермаркета неизбежен, публикация всё же заканчивается в позитивном ключе. «На 2019 год в бюджете Тамбовского района на поддержку предпринимателей предусмотрено 200 тысяч рублей. Кроме того, администрация и совет оказывают консультативную помощь начинающим и уже действующим предпринимателям», – пишет автор материала в последнем абзаце.

А публикации «Надежда на уральских быков: глава региона обсудил проблемы развития животноводства в Новосергеевке» и «В Благовещенске с речки Чигири срезают лёд» и вовсе посвящены деятельности руководителей власти. К слову, материалы обязательно сопровождают фотографии должностных лиц «в работе». Проблема здесь, как и в предыдущем материале, подаётся вместе с уже готовым решением.

Кроме того, у газеты существует и отдельная рубрика «Власть», занимающая третью строчку по количеству публикаций. Главной фигурой которых чаще всего становится губернатор Амурской области Василий Орлов. Это можно определить уже по заголовкам и подзаголовкам материалов: «Закон о переселении из аварийного жилья изменят ради северных территорий. Василий Орлов прокомментировал итоги расширенного заседания Госсовета РФ» (14 февраля 2019 г.) или «Гектары, китайская угроза и забор на Амуре. Василий Орлов дал большое интервью и ответил на вопросы амурчан в эфире ОТР» (21 февраля 2019 г.).

Следующая рубрика – «Общество» – как правило, лишена яркой политической окраски. Здесь издание рассказывает о необычных людях Амурской области. Например, 20 января 2019 года выходит материал под заголовком «Я ж не министр, а простой мужик». Она посвящена художнику Валерию Мельникову из села Марково. Мужчина прославился на всю страну тем, что каждый год рисует огромные открытки на снегу. К слову, амурчанина газета давно взяла под свою «опеку». Например, к Новому году издание собирало деньги на подарки для активиста, также редакция призывала жителей Приамурья отправить ему открытки с поздравлениями.

Другие публикации посвящены, например, ректору Благовещенского педагогического университета («От сессии до сессии. Советским студентам выдавали молоко за вредность и возили ловить лягушек», «Амурская правда», 29 января 2019 г.), семье из Приамурья, решившей переехать в Мексику («Успеть за сто дней. Молодая семья из Приамурья меняет дом в Сочи на роды в Мексике», «Амурская правда», 21 февраля 2019 г.). Также в рубрике встречаются материалы, рассказывающие о законодательных нововведениях («Пенсии пошли в рост», «Амурская правда», 12 января 2019 г.), о профилактике заболеваний («Время надевать маски», «Амурская правда», 17 января 2019 г.).

Отметим, что о здоровье рассказывается и в отдельной одноименной рубрике. В ней выбранный специалист отвечает на вопросы об отдельном

заболевании или даёт советы по актуальной, связанной с медициной, теме. Например, в номере от 21 февраля врач-эндокринолог рассказала о вреде и пользе популярных витаминов, а 1 февраля 2019 года газета опубликовала советы ЛОРа по профилактике и лечению осложнений после простуд.

Большая часть проблемных материалов выходят под рубриками «Резонанс» и «Ситуация». Так, отдельное внимание газета уделяет рассказу о приюте «Дружок» в селе Чигири, где содержащихся собак морили голодом. Редакция следила за развитием событий от начала истории и до конца. Из материалов «Амурской правды» читатели узнали об опубликовании видео с трупами животных, о том, что на владельца приюта завели уголовное дело, и что позже оставшихся в живых собак забрали к себе волонтерские организации Благовещенска.

Отметим, что резонансные истории, опубликованные на страницах газеты, чаще всего носят криминальный характер. Например, ещё один материал был посвящен пенсионерке, которую по ошибке доставили в морг («В морг Белогорска доставили живую пенсионерку», 17 января 2019 г.).

Впрочем, немалое внимание уделяет газета и социальной сфере. Ей посвящены рубрики «Образование», «Школа», «Медицина», «Люди». Так, в номере от 24 января корреспондент рассказывает о 72-летней амурчанке, едущей учить детей в умирающее село («Полвека у школьной доски», «Амурская правда», 24 января 2019 г.). А 17 января выходит полосной материал о семье, поборовшей алкоголизм и ставшей многодетной («Счастье – быть такими же, как все», «Амурская правда», 17 января 2019 г.).

Отдельно стоит выделить рубрики «Куда пойти учиться» и «Тайны профессии», обе они носят профориентационный характер. Последняя, к тому же, всегда дополнена специально созданной инфографикой. Интересно и жанровое решение: публикации выполнены в виде интервью-монолога. Мы считаем, что таким образом газета пытается расширить аудиторию и привлечь к себе внимание молодёжи.

Следующей характеристикой внутренней структуры издания являются *заголовки публикаций*. За исследуемый период в «Амурской правде» мы насчитали 339 номинативных заголовков, 69 игровых заголовков, 66 заголовков-цитат и 3 заголовка-вопроса.

Основную часть составляют номинативные заголовки: «Дом с рухнувшим балконом несколько раз обследовали» («Амурская правда», № 42, 18 апреля 2019 г.); «Пеликан улетит к лучшему учителю» («Амурская правда», № 41, 16 апреля 2019 г.); «Снижение транспортного налога коснётся среднего класса» («Амурская правда», № 38, 9 апреля 2019 г.); «Лаборатория на колесах проследит за работой золотодобытчиков» («Амурская правда», №19, 21 февраля 2019 г.) и т.д.

Также в газете регулярно встречаются игровые заголовки и заголовки-цитаты. Примеры игровых заголовков: «Яйцо в десятке» («Амурская правда», № 4, 17 января 2019 г.); «В подвешенном состоянии. Зачем студенты-медики имитировали невесомость» («Амурская правда», № 42, 18 апреля 2019 г.); «Что в области тебе моей. Имидж Приамурья создают новые проекты и люди»; («Амурская правда», № 42, 18 апреля 2019 г.); «Горячие» точки. АП провела день с добровольцами «Гринпис» в пылающих амурских полях» («Амурская правда», № 38, 9 апреля 2019 г.); «Снега зимой не допросились» («Амурская правда», № 19, 21 февраля 2019 г.); «Витамины: пить или не пить. Врач-эндокринолог – о вреде и пользе популярных витаминов» («Амурская правда», № 19, 21 февраля 2019 г.); «Пак для биття. Почему экс-амурчанин и министр здравоохранения Приамурья стал жертвой фэйковых новостей» («Амурская правда», № 16, 14 февраля 2019 г.).

Заголовки-цитаты чаще всего встречаются в интервью, хотя также присутствуют и в других жанрах: «Я хочу стоять на пьедестале, держать руку на сердце и петь гимн России!»: ребенок с синдромом Дауна впервые в Амурской области получил спортивный разряд» («Амурская правда», № 7, 24 января 2019 г.); «Впечатляет!»: губернатор оценил угольные перспективы» («Амурская правда», № 5, 18 января 2019 г.); «Мамины пироги вкуснее блюда,

приготовленного на вулкане»: актёр Владимир Фекленко – о кулинарных предпочтениях и пользе раздельного питания» («Амурская правда», № 5, 18 января 2019 г.).

Специфика оформления газеты. Дизайн исследуемой газеты строгий, лаконичный. В оформлении – в рубрикации, цитатах, отделительных линиях, заголовках – используются, в основном, только чёрный цвет, очень редко для подчеркиваний и выделений используется песочный, а для заголовков на первой полосе – красный. Сами тексты всегда разбиты на блоки с подзаголовками, встречаются врезки (например, «Мнение», «Важно» и т. д.), на полосах достаточно «воздуха» (пустого газетного пространства) – это делает текст удобным для чтения.

В качестве логотипа «Амурской правды» рядом с названием газеты напечатан советский Орден Трудового Красного Знамени (данную награду издание получило в 1968 году «За плодотворную работу по коммунистическому воспитанию трудящихся Амурской области, мобилизации их на выполнение задач хозяйственного и культурного строительства и в связи с 50-летием со дня выхода первого номера»). Орден подчёркивает связь современной газеты с её советской предшественницей, а также – её возраст: «Амурская правда» называет себя старейшим печатным изданием Приамурья.

В тонкой версии издания цветные лишь первая и последняя полосы, остальная газета полностью чёрно-белая, вместе с тем большинство материалов проиллюстрированы профессиональными фотографиями: в штате редакции состоит фотограф. Еженедельная версия печатается в цвете, однако это не делает газету чересчур яркой, ляпистой. Цветными становятся фотографии, графические рисунки и инфографика, появляющаяся только в «толстой» версии «АП». Все иллюстрации располагаются прямо, не выглядят кричащими. К публикациям публицистов, как правило, добавляется фотография автора, например, Александра Ярошенко, Андрея Анохина, Андрея Митрофанова.

В целом верстка газеты нейтральна и подчиняется современным правилам дизайна общественно-политического издания — без каких-либо очевидных новшеств и новаторства, но и без архаизмов.

Жанровое разнообразие публикаций. Что касается жанрового разнообразия публикаций, основу составляет информационная группа жанров (415 публикаций). Она представлена заметкой (268) и расширенной заметкой (56), интервью (36), репортажем (13), информационной корреспонденцией (12), информационным отчетом (12), опросом (9), фоторепортажем (4), жанром вопрос-ответ (3) и некрологом (2). Кроме того, в издании присутствуют и аналитические материалы (46 публикаций). Это следующие жанры: комментарий (16), аналитическая корреспонденция (9), статья (6), рекомендация (5), обзор СМИ (3), эксперимент (3), рецензия (2), обозрение (2), аналитический отчет (2). Также за исследуемый период мы встретили 12 материалов, принадлежащих к художественно-публицистической группе жанров: 11 портретных и исторических очерков и 1 житейскую историю (Приложение Г).

Рассмотрим подробнее ведущие жанры «Амурской правды». Больше всего материалов написаны в жанрах заметки и расширенной заметки. Чаще всего они встречаются в рубрике «Новости», хотя регулярно встречаются и на других полосах издания. Мы выявили следующие жанровые разновидности заметки: событийная, заметка-анонс, мини-портрет. Событийные заметки составляют основной поток информационных публикаций. Основным содержанием таких заметок является фактологическое описание, в качестве предмета отображения выступают свершившиеся события, а также положение дел в той или иной сфере. Такие заметки можно найти в каждом номере издания, например, «Надои молока в регионе выросли на 200 тонн из-за грантов» («Амурская правда», № 43, 19 апреля 2019 г.). Поджанранонс, представляющие собой превентивные сообщения о будущих всевозможных культурных мероприятиях, выставках, концертах. Такие материалы также часто встречаются в газете, пример можно найти в № 44 издания: «Исторический бал устроят на главной площади

столицы» («Амурская правда», № 44, 23 апреля 2019 г.). Портрет: «Вырвала победу зубами. 14-летняя амурчанка завоевала путевку на первенство России по вольной борьбе» («Амурская правда», № 19, 21 февраля 2019 г.)

Следующий по популярности жанр – интервью. В издании также встречается несколько его разновидностей. Например, в 14 февраля 2019 г. было опубликовано проблемное интервью с председателем Благовещенского городского суда Александром Першиным («Соврать суду стало обыденностью»: благовещенские судьи – о фальсифицированных доказательствах, подстрекательстве ко лжи и ответственности за нечестность на процессе»). Поводом к интервью послужило выявление судом трёх лжесвидетелей в резонансном деле: два года назад в центре Благовещенска был убит выстрелом военнослужащий-контрактник. Тема публикации: лжесвидетельство в суде, проблема – увеличение числа людей, дающих ложные показания в амурских судах. Текст поделен на несколько блоков с подзаголовками. Публикация написана простым языком, в речи и судьи, и журналиста используется только общеупотребительная лексика, в тексте отсутствуют образные средства выразительности, а также термины, громоздкие названия статей законов. Материал написан так, чтобы был понятен каждому читателю. Интересно, что журналист в большинстве случаев не задает прямой вопрос, а высказывает мнение, приводит факт, тем самым как бы вовлекая интервьюируемого в беседу. Например: «Я посмотрела судебную статистику: дело стрелка — первое за последние шесть лет в Приамурье, когда лжесвидетели понесли реальное наказание. Между тем сами судьи не скрывают: либеральность довела до того, что у нас солгать судье стало обыденностью». В речи интервьюируемого присутствуют побудительные предложения: «Или молчи, или правду говори!». Завершается интервью обращением судьи к читателям, он напоминает, что судимость может отразиться на детях осужденного при трудоустройстве в некоторые организации, тем самым аудиторию призывают не лжесвидетельствовать в суде.

Следующий тип интервью, который мы обнаружили в газете, интервью-монолог. Регулярно такие интервью появляются в рубрике «Тайны профессии». Так, 11 апреля было опубликовано интервью с туристическим гидом («Тайны гида: «Постоянно стыдно за русских туристов», № 39, 11 апреля 2019 г.). Весь материал построен на том, что гид делится своим опытом, рассказывает об историях, случившихся с ней и коллегами. В речи гида используется стилистически сниженная лексика («пофигизм», «начинают наезжать», «верещат», «обалдели», «лоханулись» и т. д.), фразеологизмы («не давал и рта раскрыть», «в ход пошли кулаки»). В целом, материал читается быстро, легко, но оставляет лишь негативное впечатление о работе гида.

Также в газете присутствует большое количество репортажей. Один из них посвящён деятельности директора амурского космодрома («Один день с начальником космодрома Восточный», № 39, 11 апреля 2019 г.), автор материала – главный редактор АП Елена Павлова. Репортаж описывает действия в хронологическом порядке, текст разбит на блоки по времени дня (например: «08:10: начало рабочего дня», «19:00: прогулка с семьей в микрорайоне Звездный»). В тексте много деталей (например, «у Романа Валерьевича даже чехол телефона – с изображением Международной космической станции»), используются глаголы настоящего времени, есть эпитеты («по-гагарински», «цены совсем не космические»), всё это создаёт ключевой для данного жанра эффект присутствия.

Однако в целом материал создаёт ощущение имиджевой публикации. Главный герой предстаёт идеальным человеком, из текста читатель узнает, что Роман Бобков – демократичный руководитель, который проводит на работе весь световой день (согласно публикации, 13 часов), увлечение директора – авиация, герой может найти общий язык как со взрослыми, так и с молодежью и детьми, также новый начальник космодрома – образцовый семьянин. Он вместе с супругой уже 20 лет, растит двоих детей, и даже среди загруженного дня смог выйти на прогулку со своей семьей (которая только накануне приехала из Байконура). Абсолютно все детали и описания направлена на

создание идеального образа директора. Кроме того, журналист задаёт лишь один проблемный вопрос – об использовании гептила, но в тексте нет ни слова о многочисленных проблемах организации: задержках зарплат рабочим, коррупции, регулярных срывах сроков запуска и т. д. Из-за этого материал выглядит непрофессиональным, однобоким.

Следующий жанр, который часто встречается в издании, – корреспонденция. Одна из них опубликована под заголовком «Из нас сделали прислугу для бомжей» («Амурская правда», № 39, 11 апреля 2019 г.). Поводом к публикации послужило видео, опубликованное в амурских СМИ, на котором врач скорой помощи трогает ботинком лежащего на земле человека. В начале текста корреспондент ярко, эмоционально описывает произошедшее, однако описанием самого события дело не ограничивается. Автор осуществляет причинно-следственный анализ случившегося: в публикации журналист пытается понять, почему врач поступил таким образом, и вскрывает целый ряд проблем, с которыми встречаются бригады скорой помощи: нехватка врачей, необходимость работы «внесмены», закрытие медвытрезвителей, несоизмеримо большое количество вызовов, неуважительное отношение людей к профессии. По словам работников скорой помощи, люди без определенного места жительства часто ведут себя агрессивно по отношению к врачам, а также симулируют опьянение, чтобы «переночевать в тепле». В публикации много стилистически окрашенной лексики («валят в штаны», «обделанный», «сил нет ноги таскать»). Используются образные фигуры речи: литота («дяденька двухметрового роста»), эпитеты («скандальное видео», «откровенный разговор»), метафоры («вылезать из своих нор», «обрастал комментариями»). В целом, текст очень эмоциональный, образный, при этом сам автор также использует стилистически сниженную лексику («послал куда подальше»). Однако в результате журналист не критикует систему – отсутствие специализированной помощи для таких людей, закрытие медвытрезвителей, то, что выезды к пациентам, у которых нет полиса, бригаде не оплачиваются, а делает акцент на поведении бомжей, вызывая у читателя неприязненное

отношение к ним: «До конца года из экстренной службы намерены уйти ещё несколько профессионалов. Кому от этого станет лучше? Может, бомжу Борюсику или тому самому обиженному «герою» по кличке Литвин? Они без своей кареты не останутся».

Жанр отчёта также регулярно появляется на страницах «Амурской правды». В качестве предмета отображения в отчетах выступают события, совершающиеся в форме обмена информацией, то есть различные конференции, заседания, собрания. Корреспонденты издания прибегают к данному жанру при публикации материалов с заседаний правительства и законодательного собрания области, встреч и выездов первых лиц региона. Пример такого материала можно найти в номере от 4 апреля. Инфоповод – рабочая поездка губернатора в Белогорскую больницу («Губернатор обсудит проблему снижения зарплат медиков с Минздравом РФ», «Амурская правда», № 36, 4 апреля 2019 г.). Основа публикации – перечисление и краткое изложение сути тех вопросов, которые рассматривались в ходе встречи. Журналист в данном жанре не выражает своё мнение, отношение к проблеме, а просто транслирует то, что было произнесено на встрече. Так, автор используют такие обороты: «губернатора интересовало,...», «главу региона заверили...». Публикация написана сухим языком, используется только общеупотребительная лексика.

Комментарий встречается в одном из январских выпусков под заголовком «НДС: верю – не верю». Вид комментария – дискурсивный, автор приводит разные точки зрения на повышение уровня НДС. Причём двое из опрошенных – амурский предприниматель и доцент Амурского университета, кандидат экономических наук отрицательно отзываються о нововведении. Язык публикации соответствует требованиям жанра: используется только общеупотребительная лексика, присутствуют фразеологизмы («подлить масла в огонь»), каламбур («после Нового года страну отрезвили новостью»), метафора («налог съест зарплаты»). Однако образных средств мало, автор использует их с целью показать своё отношение к явлению. Структурные элементы любого

комментария – информационный повод, тезис, бэкграунд, аргументы и вывод. Инфоповод – законодательное повышение ставки НДС, тезис – потребителям не стоит бояться повышения налога, его журналист формулирует не прямо, а косвенно, через вопрос («действительно ли налог «съест» наши зарплаты»), с бэкграунда начинается сам материал, читателю подробно объясняют, что это за налог, когда и почему он был повышен. Далее следуют аргументы разных сторон, они составляют основу публикации – журналист опрашивает представителей крупных торговых сетей Благовещенска, предпринимателей, экспертов. Прямой вывод отсутствует. Стоит отметить, что эта черта характерна для аналитических материалов «Амурской правды», часто они будто обрываются на комментарии какого-либо лица. Здесь текст завершает комментарий представителя антимонопольной службы об их опыте регулирования цен на амурском рынке.

Пример статьи находим в рубрике «Спецпроект» 36-го номера издания («Что вдыхает Благовещенск. АП выяснила, почему атмосферу в городе считают одной из самых грязных в стране», «Амурская правда», № 36, 4 апреля 2019 г.). Поводом к написанию статьи выступает тот факт, что Благовещенск ежегодно попадает в антирейтинг российских городов с самым грязным воздухом. Журналист в материале решает исследовать причины этого явления, к ним он относит климатические особенности, большое количество автомобилей, пробки, выбросы ТЭЦ и городских котельных. Важно, что при подготовке публикации автор использует разные источники информации: берет интервью у начальника лаборатории по мониторингу загрязнения среды Амурского ЦГМС, ссылается на отчет Росгидрометцентра, находит проведенное учеными исследование загрязнения атмосферы. Написан материал безэмоциональным языком, присутствуют термины («бензопирен», «бронхолёгочная система», «микрочастица PM1», «приземные инверсии»), аббревиатуры («ПДК», «ЦГМС») – всё это характерно для жанра статьи. Также автор не выражает никакого мнения относительно ситуации, приводит лишь факты и слова экспертов. Вместе с тем статья должна состоять из трёх

элементов: описания и оценки проблемы, выяснения причин её возникновения и установления программы и поиска путей решения. В данном материале присутствует только два элемента, но не журналист, не эксперты не предлагают никаких способов решения проблемы, предлагая читателю самому делать выводы.

Присутствует на страницах газеты и художественно-публицистическая группа жанров. Например, портретный очерк об инвалиде Дмитрие Шарашине («Не я считаю себя инвалидом, а общество меня», «Амурская правда», № 42, 18 апреля 2019 г.». В публикации присутствуют важные черты очерка – мотив преодоления: герой на протяжении всей публикации встречается с трудностями, обилие деталей, художественный домисел – журналист детально описывает момент, когда герой потерял ногу («испуганный машинист мгновенно подбежал к ребенку»), а вот образных средств в тексте немного, большая часть материала написана сухо, безэмоционально. Цель публикации – показать, что жизнь инвалида может ничем не отличаться от жизни полностью здоровых людей. Это иллюстрирует и фотография к материалу: на ней изображен Дмитрий на велосипеде.

Интересно также проследить изменение ведущей тематики в зависимости от группы жанров. И если в информационных жанрах тенденция по тематическим направлениям сохраняется (Приложение Д), то из аналитической группы почти выпадает сфера политики (Приложение Е). Можно сделать вывод, что деятельность властей никак не анализируется корреспондентами издания.

Таким образом, основу любого номера представляет информационная группа жанров. Вместе с тем на страницах издания встречается и аналитика, данная группа, в первую очередь, представлена комментарием и аналитической корреспонденцией. Такие публикации пишутся на проблемные для региона темы. Художественной публицистики в газете немного, в основном, это – портретный и исторический очерки.

Реклама. Рекламы в «Амурской правде» немного. В тонкой версии в каждом номере встречаются не больше двух объявлений, при этом реклама чаще всего располагается в «подвале» и занимает от $\frac{1}{4}$ до $\frac{1}{2}$ размера полосы. Отдельной полосы, закрепленной под данные объявления, нет; они могут печататься даже на первой странице. В еженедельной версии выделена последняя страница номера. Реклама в региональной газете представлена как баннерными объявлениями, так и публикациями, стилизованными под журналистские. Но всё же скрытая реклама в издании отсутствует: все рекламные материалы сопровождается пометка «На правах рекламы».

За исследуемый период мы выделили 31 объект рекламирования. Всех их можно условно разделить на несколько подгрупп (расположены по популярности):

- реклама банковских услуг. Рекламодателем «Амурской правды» являются сразу 4 банка и несколько микрофинансовых организаций. Чаще всего в объявлении амурчанам предлагают взять потребительский кредит или микрозайм.

- реклама, адресованная сельскохозяйственникам. Читателям предлагается купить сельскохозяйственную технику, теплицы, семена овощей и цветов, фильтры для спецтехники, а также сообщается о покупке сои.

- продажа недвижимости (квартир, домов) и автомобилей. При этом в данной рекламе также делается акцент на скидках и выгодных кредитных предложениях.

- реклама медицинских услуг и товаров. Основной рекламодаатель издания – страховая компания «СОГАЗ-мед», которая регулярно информирует читателей о скринингах и медицинских услугах, которые можно получить бесплатно.

- реклама культурных и спортивных мероприятий Благовещеска. Чаще всего амурчан приглашают на спектакли Амурской областной филармонии и Амурского театра драмы.

– реклама «B2B». Интересно, что в «Амурской правде» также печатается реклама типа «бизнес для бизнеса». Так, на страницах издания полиграфическая компания предлагала свои услуги по печати меню для заведений общепита, свой товар рекламировала компания-производитель сои, а также читателям предлагалось купить профессиональные клининговые средства, не предназначенные для личного пользования.

Кроме того, единично в газете встречается реклама продуктов питания, заведений общепита, одежды, цветочных букетов и мобильного оператора.

2.2.3 Формальные типологические признаки издания

Периодичность выхода. Тонкая версия «Амурской правды» выходит 2 раза в неделю, «толстушка» – еженедельно, по четвергам. Газета является утренней.

Объем. Тонкая версия публикуется на 8 полосах формата А3, а «толстушка» выходит на 32 полосах.

Тираж. Тираж тонкого выпуска (8 полос) составляет 8 тысяч экземпляров, еженедельника (32 полосы) – 12 тысяч экземпляров.

Проведенный типологический анализ позволяет нам говорить о том, что «Амурская правда» относится к массовому типу печатных СМИ. Основными параметрами, по которым исследователи относят издание к тому или иному типу, являются: оформление, цена, аудитория и контент. Лишь оформление издания соответствует качественному типу: газета выполнена в лаконичном стиле, преимущественно в чёрном цвете, без использования ярких, кричащих иллюстраций.

Уже цена издания позволяет отнести газету к массовой. Так, например, стоимость месячной подписки на «Амурскую правду – четверг» составляет 113 рубля для жителей Благовещенска. Это даже дешевле, чем подписка на классическую массовую газету «Комсомольская правда в Приамурье», здесь за месяц подписки необходимо заплатить минимум 125 рублей. Кроме того, в январе 2019 года стала возможной онлайн-подписка на газету. Её можно оформить и оплатить на сайте «Амурской правды» – стоимость за комплект из

всех номеров составляет 92 рубля. Тогда выпуски будут приходить пользователю на электронную почту.

Следующий критерий – аудитория. Как было упомянуто в первой главе, аудитория качественной прессы – интеллектуальная часть общества, люди с высоким уровнем образования, эта аудитория сравнительно узкая, элитарная. Массовые газеты, напротив, предназначены для широкой аудитории, они понятны и доступны каждому, кто интересуется происходящими событиями. Анализ аудитории «Амурской правды» также говорит о том, что издание является массовым.

Последний параметр – контент. Основу качественного издания составляет аналитическая группа жанров, в «Амурской правде» же преобладают информационные жанры. Тематика издания также направлена скорее на массового читателя. Аудитория качественных СМИ предпочитает аналитические материалы об экономике, политике, законодательстве страны. Таковых в исследуемой газете очень мало, в газете преобладает культурная, социальная и политическая (но без аналитики) информация. В еженедельной версии печатаются гороскопы, рецепты, интервью со звёздами, кроссворды – всё это также признак массовой прессы.

Кроме того, на наш взгляд, существенные ограничения на деятельность редакции накладывает то, что учредителем издания фактически является правительство Амурской области. Мы считаем, что это влияет и на обилие положительных публикаций о деятельности власти, и на небольшое число аналитических материалов. Критические публикации рассматривают проблему локально, лишь документируя произошедшее. Журналисты редко акцентируют внимание на том, что проблемы того или иного характера возникают регулярно, не раскрывают ситуацию в общероссийском масштабе. Впрочем, такая черта является типичной для региональных периодических изданий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучив литературу, посвященную общественно-политическим

региональным СМИ, мы выявили основные проблемы, с которыми сталкиваются современные издания. Это – борьба за аудитории, отказ от бумажных версий и переход в Интернет, конкуренция с социальными сетями и сокращение издержек. Современная медиаполитическая система характеризуется большим количеством государственных и муниципальных СМИ. Наиболее прочную и активную позицию, в том числе на региональном уровне, занимают масс-медиа, финансируемые из госбюджета или поддерживаемые крупными корпорациями. Причина такого явления – массовое снижение прибыли печатных изданий.

В следующем пункте мы охарактеризовали основные подходы к типологии СМИ, а также выявили, как данные параметры трансформируются в современных реалиях. Для анализа регионального издания «Амурская правда» нами была выбрана классическая схема, предложенная Акоповым А. И. Он предложил при типологизации учитывать типоформирующие признаки (издатель, цели и задачи, читательская аудитория), типологические признаки (авторский состав, внутренняя структура, набор используемых в издании жанров, оформление, реклама) и формальные типологические признаки (периодичность, объем, тираж).

Следующая глава посвящена типологическому анализу регионального издания «Амурская правда». «Амурская правда» — ежедневное общественно-политическое средство массовой информации Приамурья. С декабря 2016 года главным редактором «Амурской правды» является Елена Павлова. Издатель «Амурской правды» – ООО «Издательский дом «Амурская правда», владелец данной организации – государственное бюджетное учреждение «Агентство по массовым коммуникациям «АмурМедиа».

Основной задачей «Амурской правды» является информирование читателя о происходящих в Амурской области событиях.

На основе анализа писем и комментариев читателей, контента и рекламы, представленной в газете, мы выявили читательскую аудиторию «АП» – она преимущественно женская, с невысоким уровнем дохода. Читатели газеты

неравнодушны к событиям, происходящим в Амурской области, однако лояльны к региональной власти.

Далее мы выяснили, что в газете трудятся 15 журналистов. Специализация в издании, хоть и существует, но достаточно условна, все авторы – универсалы и могут писать на любую тематику.

Основу внутренней структуры любого издания составляет рубрикация. Нами было выявлено 23 постоянных рубрики, из них наиболее часто встречались «Новости», «Актуально», «Власть», «Общество», «Криминал». Далее мы проанализировали заголовки, встречающиеся в «АП». Большинство заголовков – номинативные, хотя в каждом номере можно найти и игровые заголовки, и заголовки-цитаты.

Дизайн исследуемой газеты строгий, лаконичный. В оформлении используется, в основном, только чёрный цвет. Сами тексты всегда разбиты на блоки с подзаголовками, встречаются врезки, на полосах достаточно «воздуха». В ежедневной версии цветными печатаются только первая и последняя полосы, еженедельник – полностью цветной. В обеих версиях издания присутствуют профессиональные фотографии.

Что касается жанрового разнообразия, основу газеты составляет информационная группа – заметка (268), расширенная заметка (56), интервью (36). Далее по популярности следует аналитический комментарий (16 публикаций за исследуемый период), а затем вновь информационные жанры – репортаж (13), отчет (12), корреспонденция (12). Художественно-публицистическая группа представлена очерком (11).

Рекламы в «Амурской правде» немного, присутствуют как баннерные объявления, так и публикации, стилизованные под журналистские материалы. Однако все они обозначены как реклама, так называемая «джинса» (скрытая реклама) в издании не была обнаружена. Основные объекты рекламирования – банки и другие финансовые организации, товары и услуги, предназначенные для сельскохозяйственников, недвижимость и автомобили.

Региональная газета выходит три раза в неделю – дважды на восьми

полосах, один раз (в четверг) на 32 полосах. Тираж ежедневного выпуска – 8 тысяч экземпляров, еженедельника – 12 тысяч экземпляров.

Проведенный типологический анализ позволяет нам говорить, что по трём из четырех параметров (оформление, цена, аудитория, контент) газета принадлежит к массовому типу издания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Акопов, А. И. Методика типологического исследования периодических изданий / А. И. Акопов. – Иркутск: Иркутский университет, 1985. – 96 с.
- 2 «Амурская правда» – одна из лучших региональных газет страны. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ampravda.ru/2012/05/26/034753.html>. – 14.06.2019.
- 3 «Амурская правда»: редакция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ampravda.ru/staff>. – 23.05.2019.
- 4 «Амурская правда»: спасибо, что вы с нами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ampravda.ru/2015/12/30/063342.html>. – 23.05.2019.
- 5 Аполлонова, Л.П. Журналистика как социальный институт / Л.П. Аполлонова. – Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2018. – 312 с.
- 6 Ахмадулин, Е.В. Краткая энциклопедия печати / Е.В. Ахмадулин. – М.: Дрофа, 2015. – 201 с.
- 7 Бакшин, В.В. Основы журналистики : учеб. пособие / В.В. Бакшин. – Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2017. – 140 с.
- 8 Буданцев, Ю.П. Теория и практика журналистики и массовых информационных процессов : учебное пособие / Ю. П. Буданцев. – М. :МНЭПУ, 2015. – 75 с.
- 9 Ворошилов, В.В. Журналистика: учебник для вузов / В.В. Ворошилов. –7-е изд., стер. – М.: Кнорус, 2016. – 492 с.
- 10 Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие для вузов / С.М. Гуревич. – М.: АспектПресс, 2014. – 288 с.
- 11 Гуревич, С.М. Газета вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 195 с.
- 12 Дзялошинский, И.М. Концепция современного периодического издания: учебно-метод. пособие / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М. :МедиаМир, 2016. – 344 с.
- 13 Дзялошинский, И.М. Формы и методы работы журналиста с источником информации / И.М.Дзялошинский. – М. :Пульс, 2016. – 40 с.

14 Елена Павлова в год столетия АП отметит десятилетний юбилей на посту главного редактора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ampravda.ru/2018/02/24/80346.html>. – 14.05.2019.

15 Елена Павлова: «Мы ищем не скандалы в «белом доме», а человеческие истории» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ampravda.ru/2013/11/23/040242.html>. – 23.05.2019.

16 Засурский, Я. Н. Система средств массовой информации России: учеб. пособие для вузов / Я.Н. Засурский. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 259 с.

17 Иванова, Л.В. Основы журналистской деятельности: базовые характеристики журналистского произведения / Л. В. Иванова. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2017. – 130 с.

18 История в обложке: мы изучили жизнь Приамурья по первым страницам «Амурской правды». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ampravda.ru/2016/01/13/063520.html. – 12.05.2019.

19 Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: учеб. / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 317 с.

20 Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение : учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. – М. : Логос, 2010. – 248 с.

21 Киреева, Н.В. Роль литературных приложений к газетам Амурской области в динамике литературного процесса региона в конце XX – начале XXI вв. [Электронный ресурс] / Н.В. Киреева// Современные проблемы науки и образования. – Пенза, 2014. – Режим доступа: <https://science-education.ru/pdf/2014/6/1034.pdf>. – 25.04.2019.

22 Кудинова, А.Н. Функционально-содержательная модель общенациональной газеты России и Норвегии: сравнительный анализ : автореф. дис... канд. филол. наук : 10.01.10. / А. Н. Кудинова. – М. : Изд-во МГУ, 2015. – 23 с.

23 Мазенко, В. С. Что мешает развитию независимой региональной журналистики в России [Электронный ресурс] / В. С. Мазенко // Журналистика и медиарынок. – 2016. – № 6. – Режим доступа:

<http://www.jourmedia.ru/pdf/2016-06-03.pdf>. – 14.03.2019.

24 Мельник, Г.С. Деловая журналистика / Г.С. Мельник, С.М. Виноградова.– СПб. : Питер, 2015. – 304 с.

25 Мурзин, Д. А. Содержательная модель издания / Д. А. Мурзин.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fapmc.ru/files/download/575_file.pdf. – 03.03.2019.

26 Новая философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH012ba3def986377b05e1772b>. – 02.04.2019.

27 Павлушкина, Н. А. Массовая пресса на печатном рынке Санкт-Петербурга: проблемы самоидентификации / Н. А. Павлушкина // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 127-135.

28 Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 244 с.

29 Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия / Е.П. Прохоров. – М.: Наука, 2014. – 306 с.

30 Прутцков, Г.В. Введение в мировую журналистику / Г.В. Прутцков. – М.: Просвещение, 2013. – 215 с.

31 Прытков, В. А. Качественная и бульварная пресса в системе СМИ / В. А. Прытков // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 211-215.

32 Региональные СМИ: роль в текущей ситуации и в контексте выборов 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pltf.ru/2017/10/23/glavnye-informacionnye-trendy-nedeli>. – 14.03.2019.

33 Реснянская, Л. Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики / Л. Л. Реснянская. – М.: Академия, 2016. – 399 с.

34 Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. 2018. – М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2018. – 174 с.

- 35 СБИС: Издательский дом «Амурская правда». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sbis.ru/contragents/2801124820/280101001>. – 14.05.2019.
- 36 Свитич, Л. Г. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, А. А. Ширяева, М. В. Шкондин // Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика. – 2014. – № 5. – С. 3-24.
- 37 Свитич, Л. Г. Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, А. А. Ширяева, М. В. Шкондин // Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика. – 2015. – № 6. – С. 64-91.
- 38 Сколько регионы ДВ тратят на СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://asn24.ru/news/economic/45492>. – 18.03.2019.
- 39 Соломонов, Ю. Ю. Региональная пресса. История и секреты успеха ежедневных газет / Ю. Ю. Соломонов. – М.: ВЛАДОС, 2015. – 506 с.
- 40 Соловьев, В.И. Редакторская подготовка периодических изданий : учеб. пособие / В. И. Соловьев, Н. З. Рябинина. – М. : Мир книги, 2015. – 98 с.
- 41 Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2016. – 312 с.
- 42 Тулупов, В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий [Электронный ресурс]// RELGA. – 05.06.2007. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1970&level1=main>. – 10.04.2019.
- 43 Тулупов, В.В. Теория и практика современной российской журналистики / В. В. Тулупов. – Воронеж, 2017. – 232 с.
- 44 Тулупов, В.В. Техника и технология СМИ / Тулупов В.В. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2016. – 318 с.
- 45 Что происходит с печатной прессой в России и мире – самое важное из годового доклада Роспечати. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2018/07/26/172978.phtml>.

– 08.04.2019.

46 Шкондин, М. В. Периодическая печать: системные основы типологии / М. В. Шкондин // Типология периодической печати: учеб. пособие. – М. : Аспект Пресс, 2009. – С. 10-47.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Тематика материалов	Кол-во материалов, ед.
Культура	56
Медицина	50
Политика и власти	44
Криминал	42
Экология	41
Образование	29
Сфера благоустройства и ЖКХ	21
Спорт	17
Законодательство и право	16
Экономика	14
Соцподдержка населения	13
Предпринимательство	13
Сельское хозяйство и животноводство	12
История	12
Российско-китайские отношения	11
Энергетика	11
Промышленность	11
Космическая отрасль	10
Транспортная доступность	10
Журналистика и СМИ	10
Зоозащита	9
Инклюзия	6
Народы и страны	6
Красота	4
Психология	2
Демография	2

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Наука	2
Религия	1
Паранаука	1
Итоги года	1
Всего:	477

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Тема	Тонкая версия		Еженедельник		Всего
	Анонс	Материалы	Основной анонс	Анонсы	
Медицина	3	4		6	13
Экология	1	8	1	2	12
Образование	1	3	1	5	10
Политика и власти	2	5		1	8
Зоозащита	1	5	1	1	8
Криминал		5		1	6
Сфера благоустройства и ЖКХ		3	2		5
Законодательство и право		2		3	5
Российско-китайские отношения		4		1	5
Экономика	1	1	1	1	4
Предпринимательство				4	4
Транспортная доступность		4			4
Культура	1	1		1	3
История	1	1	1		3
Космическая отрасль		1	1	1	3
Журналистика и СМИ	1	1		1	3
Соцподдержка населения		1	1		2

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Энергетика		2			2
Промышленность		2			2
Народы и страны				2	2
Красота				2	2
Наука				2	2
Инклюзия			1		1
Психология				1	1
Демография				1	1
Религия				1	1
Паранаука				1	1
Итоги года				1	1
Еда				1	1

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Рубрики	Кол-во материалов, ед.
Новости	176
Актуально	34
Власть	17
Общество	12
Криминал	11
Без рубрики	11
Здоровье	10
Люди	8
Экономика	7
Ракурс	6
Жизнь	6
Интересно	6
Ситуация	6
Полезно	5
Перспективы	5
Еда	4
Резонанс	4
Ampravda	4
Культура	4
Главная тема	4
Память	4
Тайны профессии	4
Звезда	4

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Жанр	Кол-во публикаций, ед.
Информационные жанры	
Заметка	268
Расширенная заметка	56
Интервью	36
Информационная корреспонденция	12
Репортаж	13
Информационный отчет	12
Опрос	9
Фоторепортаж	4
Вопрос-ответ	3
Некролог	2
Аналитические жанры	
Комментарий	16
Аналитическая корреспонденция	9
Рекомендация (совет)	5
Статья	6
Обзор СМИ	3
Рецензия	2
Обозрение	2
Эксперимент	3
Аналитический отчет	2
Художественно-публицистические жанры	
Очерк	11
Житейская история	1

Литературные (нежурналистские) жанры	
Дневниковые записи	1

ПРИЛОЖЕНИЕД

Тема/Жанр	Информационные жанры										
	Заметка	Расширенная заметка	Интервью	Инф. корреспонденция	Репортаж	Инф. отчет	Опрос	Фоторепортаж	Вопрос-ответ	Некролог	Всего
Экология	34	9	1	1	1						46
Культура	25	2	6	1	3		3	2		1	43
Политика и власти	18	5	5	1	1	9	3				42
Криминал	38	2					1				41
Медицина	19	4	5	2	1	1	1		1	1	35
Образование	14	7		2	2						25
Сфера благоустройства и ЖКХ	16	2			1				1		20
Спорт	12	1	1	1				1			16
Законодательство и право	9	4	2								15
Соцподдержка	9	1			2						12
Транспортная доступность	10	2									12
Сельское хозяйство и животноводство	9		1	1							11
Космическая отрасль	7	2			2						11
Российско-китайские отношения	9	1									10

Энергетика	7		3							10
Предпринимательство	4	2	3							9

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Экономика	4	3	2							9
Журналистика и СМИ	3	3	1					1		8
Зоозащита	4	2		1		1				8
Промышленность	5	1				1				7
История	1	2	1	1		1		1		7
Народы и страны	1	1	3							5
Инклюзия	2			1		1				4
Сфера красоты	1		2							3
Демография	2									2
Психология							1			1
Религия	1									1
Наука		1								1

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Тема/Жанр	Аналитические жанры									Всего:
	Комментарий	Аналит. корреспонденция	Рекомендация (совет)	Статья	Обзор СМИ	Рецензия	Обозрение	Эксперимент	Аналитический отчет	
Экология	8			1						9
Медицина	1	2	1					1		5
Экономика	1		1	1			1			4
Культура	1					2		1		4
Образование	1	3								4
Зоозащита	1			2						3
История		1			1					2
Журналистика и СМИ					2					2
Политика и власти	1								1	2
Сельское хозяйство и животноводство			1					1		2
Предпринимательство				1						1
Сфера благоустройства и ЖКХ				1						1
Психология			1							1

Сфера красоты			1							1
Наука	1									1
Итоги года							1			1

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Народы и страны		1								1
Криминал		1								1
Законодательство и право	1									1
Промышленность									1	1