

## Специфика работы городской газеты

Научный руководитель – Глебович Татьяна Александровна

*Калинина Ксения Юрьевна*

*Студент (бакалавр)*

Югорский государственный университет, Ханты-Мансийск, Россия

*E-mail: kalinji96@mail.ru*

Городские газеты - это издания, основным признаком идентификации которых выступает локальность. К тому же, тесная связь с читателем, содержание, связанное с городской тематикой и проблематикой, заинтересованность в расширении инфраструктуры города, в решении общих и частных задач позволяет городским газетам уверенно занимать объемную нишу в системе современной прессы. Ведь городские газеты представляют собой наиболее многочисленный типологический класс местной прессы. Это - самая многокомпонентная система печатных изданий и широкая группа из всей выходящей сегодня в России газетной продукции (примерно треть по наименованиям и около 40% по разовым тиражам). Это феномен, целью которого является всестороннее удовлетворение информационных запросов городской читательской аудитории.

Формирование городских газет как самостоятельного типа изданий обусловлено развитием городского сообщества, экономики, культуры, производства, торговых отношений. Они постоянно находятся в процессе трансформации типологической структуры, появляются новые модели изданий, расширяется или сужается круг функций, меняются предметно-тематические акценты. Они постоянно модернизируются, адаптируясь к непрерывно меняющимся условиям жизни городского социума [n1].

Большинство городских газет позиционируют себя как социальные. Половина их материалов посвящена соответствующей проблематике. Но часть журналистских произведений, независимо от избранного жанра, представляют собой отчет о деятельности городской (областной) власти в области решения проблем местного сообщества. Не последнюю роль здесь играет учредитель. В местных изданиях им преимущественно становится городская Администрация. Горожанам отводится роль пассивного созерцателя. Это явление имеет свое название - информационный монолог. А ведь газета, в свою очередь, должна выступать в роли организатора духовного сотрудничества, выявлять больше различных мнений и предложений всех заинтересованных сторон [n3].

Для анализа специфики работы городского издания нами была выбрана городская общественно-политическая газета «Самарово - Ханты-Мансийск» (ХМАО-Югра, г. Ханты-Мансийск). Целью работы является проведение комплексного исследования городской газеты Ханты-Мансийска в историческом и теоретическом аспектах с целью определения ее типологической структуры, динамики развития и современного состояния. В процессе исследования нами были изучены история и тенденции развития этого издания. Также был проведен контент-анализ материалов разных этапов развития газеты, под руководством разных редакторов.

Главные вопросы, которые чаще всего обсуждают журналисты с населением, — это жилищно-коммунальное хозяйство, социальные проблемы и благоустройство города, его инфраструктура. Не ускользают от их внимания и проблемы здравоохранения, образования, экологии. Таким образом, спектр обсуждаемых проблем достаточно широк: и социальные, и политические, и экономические, и межнациональные, и религиозные. Тем не менее, редко публикуются глубокие аналитические статьи и качественная публицистика. При этом

сам уровень подготовки и профессионализм публикаций часто оставляют желать лучшего [п5].

Тем не менее, аудитория никогда не изменяла локальной прессе. Поэтому в сравнении с общенациональной (центральной) и региональной (областной) прессой локальная печать всегда занимала в потреблении аудитории свое устойчивое и только ей принадлежащее место. Другое дело, что аудитория районных газет немолодая, молодежь успела «перекочевать» на широкие просторы Интернета. Но журналисты сходятся во мнении, что представителей молодёжной среды к чтению газеты и сотрудничеству с ней привлечь надо. И самый лучший для этого способ - наладить выпуск молодежной страницы, приложения, вести тематические полосы или постоянные рубрики [п4].

Количество сотрудников редакции городской газеты должно быть достаточно для выполнения всех творческих, технических и коммерческих задач, связанных с подготовкой и выпуском газеты. Речь идет о минимуме, который необходим для обеспечения выпуска периодического издания. В это число входят специалисты-управленцы, сотрудники, выполняющие связанные с выпуском номеров газеты функции, специалисты, работающие с редакционной почтой, журналисты. Все они занимаются тем, что собирают, перерабатывают, хранят и используют информацию, готовят к выпуску номер газеты, работают с вне редакционными авторами, проводят организационно-массовую работу и работают с редакционной почтой

Сам процесс выпуска газеты состоит из нескольких этапов: систематизации (разделения всей массы материалов, отобранных для номера, на несколько частей по общему признаку), концентрации (группировке и размещению материалов в одном разделе, рубрике номера, на одной полосе газеты) и выделения (выделения по значению и важности информации). Позже тексты набирают, верстают, вычитывают, подписывают, делают макет и отправляют «в печать» [п2]. Преимущественно - в типографии близлежащих и более крупных городов. Распространение происходит через розничную или оптовую продажу и подписки. Последняя форма распространения, кстати, наиболее популярна.

Итак, в процессе исследования нами были изучены общие направления развития газеты, позиции редакторов и авторов, структура их материалов, формат работы над текстами, их содержательные и предметно-тематические особенности и т. д. В результате работы были сделаны выводы.

### Источники и литература

- 1) Винничук А.В. Городские газеты: исторический, классификационно-типологический и содержательный аспекты: на примере городских газет г. Ростова-на-Дону и городов Ростовской области. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2009.
- 2) Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. М., 2004.
- 3) Назарова Т.В. Социальная проблематика в городской газете // Вестник Волгоградского государственного университета, Сер. 8 Литературоведение. Журналистика. 2007. С. 122-126.
- 4) Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Сидоров О.Г. Коммуникативные процессы и экономика редакций по результатам опроса журналистов в улусных (районных) газетах РС (Я) // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. Социология. 2016. С. 119-132.
- 5) Шкондин М.В., Свитич Л.Г., Смирнова О.В. Информационный потенциал общества и медиаресурсы городских газет (по итогам контент-аналитического исследования

газет средних и малых городов) // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. С. 1-10.