МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования **«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВПО КубГУ)**

**Факультет журналистики Кафедра публицистики и журналистского мастерства**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Основы теории журналистики»

*на тему:* **«ПЛЮСЫ И МИНУСЫ МЕСТНЫХ СМИ»**

Работу выполнила **М.А.Башмак**

Факультет журналистики курс 1

Специальность журналистика

Научный руководитель:

Канд. филол. наук, проф. **П.Т.Сопкин**

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение………………………………………………………………………...3

1. Теоретические основы понятия местные СМИ………………………..6

1.1 История возникновения и развития местных СМИ в России и на Кубани……………………………………………………………………….6

1.2 Особенности функционирования местных СМИ……………….13

1.3 Типология местных СМИ ………………………………………...15

2 Практическая часть: анализ местных печатных СМИ Краснодарского края…...................................................................................................................19

Заключение……………………………………………………………………...29

Список использованной литературы…………………………………………..31

Приложение А …………………………………………………………………..33

Приложение Б …………………………………………………………………...34

Приложение В …………………………………………………………………...35

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Местные СМИ играют значительную роль в жизни общества, они организовывают диалог между властью и населением, выражают общественное мнение, акцентируют внимание на проблемах города или района. Изучение проблем городских и районных СМИ способствует успешному функционированию местной печати. Поэтому анализ региональных средств массовой информации, выявление их достоинств и недостатков, и улучшение их качества является чрезвычайно актуальной задачей. Возникает также потребность в сравнительном анализе западного опыта в вопросах профессионализма и качества современных местных СМИ. Степень разработанности темы. Тема разработана довольно широко. Местная газета рассматривается в федеральной системе СМИ, изучается ее внешний вид, качество печати, проблематика материалов и их жанровая характеристика. Также определена типология местной прессы, факторы, влияющие на её функционирование. Наиболее полно эти темы разработаны в научных работах, учебных пособиях М. Н. Кима «Основы теории журналистики», Я.Н. Засурского «Система средств массовой информации России», Г. С. Мельника и А. Н. Тепляшиной «Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития», коллектива авторов под редакцией М.В. Шкондина «Типология периодической печати», подробно рассмотрено в диссертации Ю.С. Пули «Динамика и характер развития местных газет в структуре региональных и федеральных СМИ России». Новизна работы. В работе представлен анализ современных печатных изданий Краснодарского края, на его основе выявлены недостатки и достоинства провинциальной периодики. Большинство исследований, направленных на изучение местных газет, проводились в начале 2000-х годов. Системный анализ Кубанской прессы в научной литературе не представлен. Также, предпринята попытка сравнения особенностей зарубежной и российской местной печати.

Возможное применение полученных знаний. Анализ плюсов и минусов местных СМИ помогает обозначить их слабые и сильные стороны и может быть использован для оптимизации работы районных и городских газет. А изучение западного опыта даст возможность перевести местные российские газеты на более высокий качественный уровень. Цель исследования. Цель моей курсовой работы заключается в том, чтобы выявить плюсы и минусы местных печатных СМИ и оценить состояние современной местной прессы. Задачи исследования

1. Конкретизировать понятие: «местные СМИ».
2. Проследить этапы развития местной периодической печати
3. Рассмотреть типологические особенности и факторы, влияющие на развитие местной прессы.
4. Провести анализ районных и городских газет.

Объект исследования. Местные печатные средства массовой информации. Предмет исследования. Местные печатные СМИ Краснодарского края: «Краснодарские известия», «Приазовье» (газета Приморско-Ахтарского района), «Этаж новостей Тимашевск», «Знамя труда» (Тимашевская районная газета), «Провинциальная газета» (город Лабинск), «Прибой» (газета города Геленджик), «Анапское Черноморье», «Черноморка» (газета города курорта Анапа), «Новости Сочи», «Наш дом – Сочи» и «Приазовские степи» (газета Ейского района). А также зарубежные местные газеты, а именно немецкое издание «Нюрнбергские новости» и карловарская газета «MladaDnes». Методы исследования. Для решения поставленных задач в курсовой работе были использованы следующие методы исследования: контент-анализ местной прессы, социальный опрос и сравнительный метод. Структура работы. Курсовая работа состоит из следующих частей: введение, которое содержит определение целей и задач работы, описание методов исследования, а также указание на их предмет; две главы: первая, в свою очередь подразделяется на три параграфа, и содержит теоретические основы, необходимые для изучения местных СМИ, вторая – практическая часть, где проводится анализ некоторых газет Краснодарского края; заключение, которое включает в себя подведение итогов проделанной работы и вывод; список использованной литературы, состоящий из 15 наименований; приложения.

**1. Теоретические основы понятия местные СМИ**

* 1. **История возникновения и развития местных СМИ в России и на Кубани**

Журналистика зародилась в России в 1702 году, когда Петр I подписал указ о создании первой русской печатной газеты «Ведомости». Долгое время основными и единственными журналистскими центрами были две столицы – Санкт-Петербург и Москва. В провинции же, первым изданием стал журнал «Уединенный пошехонец», который был напечатан только в 1786 году, спустя 84 года после появления первой российской газеты. История провинциальной прессы ведет свое начало именно с этого журнала, с него начинается этап накопления издательского опыта на периферии и апробации в регионах различных типов местных изданий. Одной из самых первых частных газет провинции был «Справочный листок для Нижегородской ярмарки», в которой печатались правительственные распоряжения, касающиеся торговли, судебная хроника, информация о движении поездов, частные объявления. Важным фактором появления местных периодических изданий считается наличие необходимых материально-технических условий. После выхода «Указа о вольных типографиях» (1783) ими обзавелись 17 губернских городов России, однако только в трех появились периодические издания. Развитие провинциальной журналистики проходило крайне низкими темпами. До 1812 года в провинции выпускалось максимум 2 издания (в 1797, 1799 годах они были представлены только Киевским и Харьковским месяцесловами), а по 10-12 изданий (наибольшее число в анализируемый период) в регионах Российской империи печаталось только в 1831, 1833, 1834, 1837 годы. В 1838 году в системе провинциальной прессы появились губернские (областные, уездные, войсковые) ведомости. Они послужили типологической моделью для последующих официальных местных изданий, они также способствовали формированию читательской аудитории. Типообразующими факторами для местных ведомостей стали целевое назначение и правительственная программа, которая определила жанровое своеобразие газеты, её структуру и область информационного внимания. Губернские ведомости удовлетворяли потребности читателей в новостной и деловой информации. Вместе с тем, 1838 год считается годом повсеместного возникновения губернских ведомостей. Распространение периодических изданий в провинции связано с возникновением университетов в Российской империи. Эти учебные заведения имели неплохую для того времени полиграфическую базу и это способствовало появлению периодической печати. Наиболее весомый вклад в развитие провинциальной журналистики внес Харьковский университет, издающий не только еженедельную деловую газету, но и литературный, сатирический, сельскохозяйственный журналы. В таких городах как Астрахань, Гродно, Калуга, Красноярск, Одесса, Орел, Ревель, Рига, Тифлис, Ярославль периодические издания возникали и независимо от университетских центров. Это связано с наличием общественных объединений и общественной активностью, стоящих у власти образованных и инициативных людей. Вторая половина 19 века охарактеризовалась значительным увеличением печатных изданий и возникновением новых центров журналистики, в том числе в уездных и приморских портовых городах. Коренные изменения во многих сферах жизни России стимулировали появление публицистики действительно явившейся средством массовой информации для населения, живущего на периферии. Так, представителями малой городской прессы являлись газеты, имевшие в своем названии слово «листок», они были рассчитаны на массового читателя. В них печатались статьи и заметки по вопросам политики, науки, искусства, торговые и промышленные новости. В условиях первой русской революции превалирующим типом изданий стала частная общественно-политическая газета. Возникли еженедельные тонкие сатирические журналы. Партийная пресса, которая зародилась в виде нелегальных листовок, с 1905 года существовала законно в форме общественно-политических газет. Первая Мировая война изменила информационные потребности общества, теперь в системе местной прессы появились малоформатные газеты, которые сообщали о ходе военных действий. После революции 1917 года официальная пресса царской России исчезла и повсеместно стали создаваться газеты местных партийных организаций. Большевики считали основной задачей прессы пропаганду нового политического строя. На её решение было направлено налаживание большой сети периодических печатных изданий. Уже в начале 1918 г. в стране на смену дореволюционным СМИ пришли 884 газеты и 753 журнала, а год спустя общее число газет достигло почти 1000 наименований. Это происходило в нелегких условиях становления печати, издательского дела, острой нехватки журналистских кадров, недостатка опыта повседневной редакционной работы. 30-е годы характеризуются усилением контроля Коммунистической партии над советской журналистикой. В многочисленных постановлениях ЦК ВКП (б) подчеркивается, что главной задачей средств массовой информации является коммунистическое воспитание трудящихся. К 40-м годам количество газет значительно выросло. Процесс создания однопартийной журналистики развивается и в новых советских республиках. Создавалась дифференцированная система периодики, как на русском, так и на национальных языках. Во время Великой Отечественной войны значительно сократилось число местных изданий. И, тем не менее, значение газеты невероятно возросло. Именно они рассказывали о патриотизме советских людей, широко освещали жизнь тыла, а после изгнания врага с оккупированной им территории, сообщали о восстановлении народного хозяйства. Основными задачами печати в эти годы были воспитание героизма, мобилизация сил народа на борьбу с врагом. В послевоенное время областная и краевая пресса продолжала оставаться партийной (осуществляла идеологическую функцию) и «имела определенный и стандартный набор изданий соответствующий статусу региона: одна ежедневная общественно-политическая газета, одна молодежная»[[1]](#footnote-1), один малоформатный партийный бюллетень «Блокнот агитатора». Местная пресса получила развитие и во время перестройки (вторая половина 80-х – начало 90-х годов). В это время стали издаваться газеты разной типологической направленности это литературные, рекламно-коммерческие, религиозные. С распадом СССР было разрушено единое информационное пространство страны. Тираж общероссийских печатных изданий уменьшился, вместе с тем, возросла стоимость на их подписку, доставка периодики была затруднена. Из-за повышения цен на материально-техническое обеспечение у ряда изданий возникли финансовые трудности, и многие газеты закрылись. Также некоторые издания были не конкурентоспособны, они не могли заинтересовать и удержать читательскую аудиторию. С 1993 года центральную прессу стала заменять местная и региональная. Количество подписчиков местной газеты возросло. С переходом от вертикальной на горизонтальную систему СМИ, все издания стали равны, появился плюрализм мнений. Конкуренция, борьба городской и районной периодики за читателя способствовала оживлению работы местных печатных СМИ. В Кубанской области первой газетой стали «Кубанские Войсковые ведомости». Здесь печатались распоряжения атамана Кубанского казачьего войска, царские указы, краеведческие материалы, истории из жизни местного населения и др. Первый номер издания вышел в Екатеринодаре 30 марта 1863 года. В конце 19 века на Кубани стали выходить частные общественные литературные газеты, такие как «Кубань», «Кубанский край». «Газетный бум на Кубани начался после Первой буржуазной революции в России»[[2]](#footnote-2). Самыми популярными газетами в то время были «Кубанский курьер», «Листок войны», «Свобода». На их содержание влияла военная цензура. К 1917 году в Екатеринодаре издавалось более двух десятков журналов, бюллетеней, справочников. После падения монархии газеты стали отражать революционное настроение трудящихся масс. Выпуск газет сопровождался большими трудностями, у многих не было своей типографии, а печатники нередко бойкотировали газету. После победы Советской власти на Кубани и в Черноморских губерниях, стали выходить печатные органы Советов, в больших же городах, таких как, например, Новороссийск и Армавир начали издаваться газеты партийных комитетов – это «Кубанская правда» и «Красная газета». «Газеты издавались на высоком идейном уровне»[[3]](#footnote-3), они также «пропагандировали добровольные пожертвования, давали высокую оценку действиям тех лиц, которые своими средствами помогали советской власти облегчить тяжелое бремя голода»[[4]](#footnote-4), называли их имена, ставили в пример. В период Гражданской войны по всей территории Кубани и Черноморья распространялись большевистские листовки, воззвания, газеты, которые создавались в подпольных типографиях. Сразу после того как большевики заняли город Екатеринодар, отвоевав его у белогвардейцев, стала выходить газета Реввоенсовета IX армии «Красноармеец». С января по декабрь 1920 года – период становления советской власти – в Кубано-Черноморской области издавались газеты, которые отличались друг от друга по направленности материалов, их тематике. Все большевистские газеты, несмотря на тип изданий, аудиторную направленность, их содержание и форму, способствовали становлению и укреплению советской власти в регионе. После окончания Гражданской войны вновь стала создаваться партийно-советская печать. Но выпуск газет сопровождался большими трудностями. Из-за нехватки журналистских кадров редактору зачастую приходилось самому (с несколькими помощниками) создавать номер. Полиграфическая база была слабой, не хватало бумаги, специалистов полиграфистов, печатные машины отличались низкой производительностью. В связи с этим тиражи газет были небольшими – от 1,5 до 3 тысяч городских. Значительную роль в процессе повышения качества газет сыграла резолюция VIII съезда РКП(б) «О партийной и советской печати». ЦК РКП(б) разработал общую краткую программу губернских и уездных газет, которая соответствовала задачам того времени. Теперь, основной целью этих изданий было вовлечение населения в общественно-политическую жизнь страны. Освещались темы сельскохозяйственного строительства и фабрично-заводской промышленности, городского хозяйства, народного просвещения, а также партийная жизнь. СМИ должны были вести активную борьбу по ликвидации неграмотности, показывать героев труда, критиковать тунеядцев, описывать работу советских учреждений и состояние местных фабрик и заводов. «На основании Постановления ЦК ВКП(б) о ликвидации округов и окружных газет в стране началось издание районных газет. В 1930 году на Кубани в свет вышло 13 районных газет»[[5]](#footnote-5), первой из них была «районка» «Коллективист». Районные газеты играли важную роль в строительстве социализма и в борьбе против недовольных советской властью, а также в воспитании патриотов нового государства. В годы второй пятилетки периодическая печать получила большое развитие. «Если в 1914 году на Кубани издавалось 15 газет, то в 1937-м выходило 154 газеты»[[6]](#footnote-6). Помимо районных газет в крае выпускались 82 многотиражные печатные газеты на промышленных предприятиях, в совхозах и колхозах. Во время Великой Отечественной войны средства массовой информации Краснодарского края работали в особом режиме. Кубань подверглась оккупации и периодика, отпечатанная в СССР, почти не доходила до населения. Однако с развитием партизанского движения появилась возможность создавать газеты и листовки. После освобождения Кубани от немецко-фашистских захватчиков, местная печать призывает народ к восстановлению разрушенных фашистами городов и станиц, рассказывает об успехах Красной армии, сообщает о судебных процессах над изменниками Родины. В послевоенные годы местные газеты много сделали для того, чтобы активизировать работу граждан для быстрого восстановления экономики страны. Так, на страницах газеты «Большевик» в 1943 году был размещен материал «Краснодар восстанавливается» о ремонте трамвайных путей, и о строительстве театра. Газета «Новороссийский рабочий» призывала широко развернуть социалистическое соревнование в честь Победы, чтобы скорее возродить советскую Кубань. В 1967 году на Кубани «издавалось три краевые, две областные, 43 городские и районные газеты»[[7]](#footnote-7). Местная печать показывала социальные и культурные преобразования, освещала вопросы экономики, культуры, сельского хозяйства. Перед распадом СССР местные газеты постоянно писали о снижении уровня жизни советских людей. В 1991 году СМИ «глубоко вникают в политическую систему, превращаются в один из важнейших инструментов реализации политических процессов»[[8]](#footnote-8). Многие газеты быстро перестроились, изменили идеологию, «начали критиковать советскую власть и хвалить только что возникший режим»[[9]](#footnote-9). «В Краснодарском крае стало издаваться большое количество газет самых разных как по содержанию и политической направленности, так и по статусу, размерам, тиражам и периодичности изданий»[[10]](#footnote-10). В 2013 году в крае издавалось 573 газеты и 320 журналов. «Всего на Кубани зарегистрировано 1,5 тыс. СМИ. Общий тираж печатных изданий приблизился к 2 500 000»[[11]](#footnote-11). За 4 года заметно уменьшилось количество СМИ в целом и газет в частности. Согласно данным базы ЕИС (единой информационной системы) Роскомнадзора по состоянию на 11 января 2017 года на территории Краснодарского края Управлением зарегистрировано 901 СМИ, из которых: газет – 354, журналов – 181.

* 1. **Особенности функционирования местных СМИ**

Прежде всего, надо разобраться, что же входит в понятие местных СМИ. Так, некоторые авторы определяют местную газету как «универсальное издание с преобладанием местной тематики»[[12]](#footnote-12) и относят к ней городские и районные издания. Главные функции местной газеты «выступают в комплексе: информационная, форма местного самоуправления, средство организации коммуникации внутри города или района, источник полезной информации для читателей».[[13]](#footnote-13)

Городская пресса «составляет значительную долю печатной продукции и по наименованиям и по разовым тиражам»[[14]](#footnote-14). По данным Росохранкультуры в 2010 г. в России зарегистрировано 35,5 тыс. газет и еженедельников, в том числе 28 126 региональных и местных и 7374 общероссийские; (реально издается примерно 17–18 тыс. газет).

Российские регионы не равнозначны в производстве информационного продукта, на их развитие влияют различные факторы. «Благоприятными условиями для устойчивого развития местной периодической печати являются: высокий экономический потенциал (Челябинск, Иркутск), самобытность региона и высокая степень исторически оправданных претензий на лидирующие позиции в рамках своего региона (Санкт-Петербург, Тюмень), его близость к границам и географическая удаленность от центра (Сахалин, Калининградская область)» [[15]](#footnote-15).

Городские газеты являются наиболее популярными среди населения, так как наиболее полно освещают местные новости. Ряд исследователей считает, что местная пресса постепенно вытесняет общероссийские издания. Так, по мнению О.А. Вороновой «на современном этапе происходит отчетливое перенесение центра тяжести читательских предпочтений с общефедерального на местный уровень»[[16]](#footnote-16). Действительно, по результатам социального опроса жителей Краснодара 70% предпочитают местную прессу, 10% – читают и городские и общероссийские издания, и только 20% выбирают общероссийские газеты. Специалисты считают, что основной причиной частого обращения читателей именно к местной прессе является глобализация информационных процессов, в условиях которой растет значение местной информации. Также на спрос влияет близость местных СМИ к аудитории. Это выражается не только в поддержании обратной связи между редакцией и читателем, но и в том, что в городских и районных газетах пишут о том, что хорошо известно жителю: о мероприятиях, на которых он был, о знакомых ему людях или о проблемах в его жилом районе. К тому же привлекает доступность и простота изложения материалов. На уровне городской и районной газет можно поднимать актуальные вопросы местности, рассматривать наиболее важные проблемы и находить пути их решения. Приоритетная тематика, как в районных, так и в городских газетах – социальная, это также способствует привлечению аудитории.

Одной из проблем местной печати является «прямая зависимость от властных структур»[[17]](#footnote-17). Хотя существуют и независимые от администрации издания, например, «Площадь мира», г. Дубна; «Ять», г. Коломна. «Некоторые газеты трансформируются в рекламно-информационные, что дает им возможность расширить ареал распространения»[[18]](#footnote-18), а также удержатся «на плаву» за счет денежных средств рекламодателя.

Еще одной распространенной проблемой местных изданий является качество их печати. Так, Ю.С. Пуля указывает на то, что технология печати районных и городских газет отстает от современных требований, большинство изданий, а точнее 80% , печатается офсетным способом, и только 17,5 % использует технологию высокой печати.

Местная пресса является важной составляющей частью для сохранения целостности единого информационного пространства страны. Местные газеты в своей совокупности дают более полную информационную картину субъекта «Только локальные газеты, взятые в совокупности, могут дать самый широкий охват территории любого субъекта РФ»[[19]](#footnote-19).

**1.3 Типология местных СМИ**

Типология СМИ – это классификация СМИ по общности каких-либо признаков. Типология помогает определить место изданий в системе СМИ, определяет особенности деятельности, взаимоотношений с читателями. «Обеспечивает наиболее эффективную реализацию информационной политики, помогает выработать методы общения с аудиторией»[[20]](#footnote-20). К типологии местных изданий подходит трехрядная модель[[21]](#footnote-21), которая обычно применяется к всероссийским изданиям: 1) печатные СМИ, адресуемые «всем» (в пределах своего ареала распространения) и повествующие «обо всем» (общественно-политические); 2) СМИ, адресуемые определенному социальному слою (деловая, партийная); 3) СМИ узкоспециализированные (детская, для садоводов и огородников).

Существует и другое деление местной прессы на типы. Эта система представлена в трех уровнях: на горизонтальном (в зависимости от учредителя – государственные, частные), вертикальном (в зависимости от сферы распространения – городские, районные) и социокультурном (в зависимости от интересов).

Стоит отметить, что на территории Краснодарского края узкоспециализированные газеты не распространенный тип изданий, они существуют в основном в виде вкладышей. Например, молодежная газета «Зеркало» представлена в издании «Знамя труда» одним печатным листом. На Кубани преобладают общественно-политические газеты.

Главным типообразующим фактором является аудиторная направленность, которая определяет содержание контента, его тематику, социальную позицию.

Еще одним немаловажным «параметром, определяющим качественно-количественные характеристики местной печати, а также организационные условия ее функционирования, является фактор локального распространения»[[22]](#footnote-22). Он определяет объем тиража, позволяет организовать быструю доставку газет, в указанные сроки. Небольшая территория способствует оперативному сбору информации журналистами.

Выделяют и другие факторы, влияющие на типологию СМИ:

1) географический фактор – влияет на уровень качества газеты, (издания в приморских и столичных регионах наиболее развиты) и на ее содержание. Например, местные СМИ территорий граничащих с иностранными государствами (Калининградская область) должны учитывать интерес читателей, не только к местным новостям, но и к событиям, которые происходят в соседнем государстве;

2) демографический фактор обязывает местную прессу обращать внимание на динамику изменения численности населения, миграцию, на его этнический, социальный и возрастной состав;

3) Социально-экономический фактор. Из-за роста цен на бумагу и на типографские услуги у местных СМИ возникли экономические трудности. При этом снизилась платежеспособность населения. В таких условиях достойно существовать, способны те издания, которые пользуются наибольшим спросом. По мнению Тепляшиной и Мельника таковыми «являются рекламные и бульварные СМИ» и в связи с этим «общественно политические издания вынуждены либо искать покровителей в лице властных или финансовых структур, либо вести нелегкую борьбу за выживание в качестве независимых. Выживание чаще всего связано с серьезными типологическими изменениями, суть которых состоит в превращении общественно-политических газет в «полужелтые», постоянно балансирующие между респектабельностью и бульварностью».

4) историко-генетический. Накопленный исторический и генетический опыт издания СМИ оказывает непосредственное влияние на процесс выпуска номера газеты в настоящем. Это выражается во всем, начиная с тематики и содержания, заканчивая традициями оформления[[23]](#footnote-23).

5) Политический фактор. Политизированные СМИ не только оперативно и объективно информируют аудиторию о политических событиях, но и разъясняют, комментируют, анализируют их.

6) Социально-психологический (идеологический, религиозный). Этот фактор влияет на развитие и типологию местных СМИ, если в регионе (районе, городе) есть собственная идеология или религиозные обычаи и традиции.

«Перечисленные факторы во многом обусловили структурные, типологические и содержательные изменения местных СМИ. Причем в большей степени на трансформацию СМИ повлияли социально-экономический, историко-генетический и социально-психологический факторы».[[24]](#footnote-24)

**2. Практическая часть: анализ местных печатных СМИ Краснодарского края**

Для практической части мною выбраны местные газеты «Краснодарские известия», «Приазовье» (газета Приморско-Ахтарского района), «Этаж новостей Тимашевск», «Знамя труда» (Тимашевская районная газета), «Провинциальная газета» (город Лабинск), «Прибой» (газета города Геленджик), «Анапское Черноморье», «Черноморка» (газета города курорта Анапа), «Новости Сочи», «Наш дом – Сочи» и «Приазовские степи» (газета Ейского района). Также были рассмотрены две зарубежные местные газеты: «Нюрнбергские новости» (г. Нюрнберг, Германия) и «MladaDnes» (г. Карловы Вары, Чехия). На примере этих местных печатных СМИ попытаемся выявить их плюсы и минусы. В основном, все вышеперечисленные газеты выходят 2-3 раза в неделю. Исключение составляют «Краснодарские известия», которые выпускаются 4 раза в 7 дней и еженедельники «Этаж новостей» и «Сочи – наш дом». Это, по-моему, хороший показатель частоты выпусков, который говорит об эффективности работы редакции. Объем газеты каждого наименования различный. Он исчисляется от одного печатного листа («Анапское Черноморье» выпуск №32 от 28.03.2017) до 32 полос. Иногда объем увеличивается за счет приложений, например, в «районку» «Знамя труда» (выпуск №25 от 30.03.2017) вставлен один печатный лист молодежной газеты «Зеркало». Зачастую количество листов увеличивают официальные документы: постановления, извещения, реестры, административные регламенты. Так, например, в Геленджикской городской газете «Прибой» «Вестник официальной жизни курорта» занял 27 страниц из 32 (выпуск №33-34 от 28.03.2017). «Новости Сочи» (выпуск №10 от 26.01.2017) разместила 17 полос под заголовком «Официально», отдав под информационные материалы только 3 страницы. Помимо этого, все местные СМИ размещают информационные сообщения администрации. Это предупреждения об изменении размера арендной платы, о проведении публичных слушаний и т.д. В местных газетах администрация города или района публикует не только официальные документы, но и поздравления («Краснодарские известия» выпуск №31 от 7.03.2017), а также выражают соболезнования родным и близким погибших («КИ» выпуск №33 от 11.03.2017). В газете «Приазовские степи» размещаются материалы пресс-службы администрации предупреждающие об опасности или информирующие о социальных программах («Жилищная программа «Жилье для российской семьи»» выпуск №38 от 6.04.2017). Я считаю, что в этом заключается плюс местной прессы, она становится посредником между властью и горожанами. Для периодических печатных изданий ключевым и очень важным фактором является обратная связь, взаимодействие с читателями. Например, в газете «Прибой» общение с аудиторией очень тесное. Есть рубрика «Народная новость», в которой горожане обращают внимание на проблемы города, или благодарят сотрудников каких-либо учреждений. Редакция газеты также отвечает на волнующие вопросы читателей (материал под заголовком «Есть вопрос, есть ответ», выпуск №31 от 23.03.2017) привлекая для ответа компетентное лицо, например, начальника управления архитектуры и градостроительства. Анапская газета «Черноморка» удовлетворяет желания аудитории в получении какой-либо информации, так, например, в выпуске №23 от 25.03.2017 под рубрикой «Читатель спрашивал» журналист рассказал об интересующей подписчика исторической личности. Помимо этого газета публикует материалы своих читателей. В том же номере в рамках темы «Исторический клуб», был размещен рассказ жителя города на военную тематику. Такое непосредственное общение, безусловно, привлекает аудиторию. Газета, можно сказать, сотрудничает с читателями, между ними строится доверительный диалог – это огромный плюс. Проблемно-тематический анализ показал, что в местной прессе преобладают новостные материалы. В основном это городские новости, реже встречаются краевые информационные сообщения, они освещаются, например, в Ейской районной газете под рубрикой «За пределами района». В основном местная печать информирует читателей оперативно. Но, иногда случаются сбои. Например, в газете «Краснодарские известия» (выпуск №31 от 7.03.2017), были размещены сообщения о праздничных концертах проходивших 7 марта, т.е. в день выпуска газеты. Мне кажется, что о них нужно было предупредить как минимум за несколько дней. Бывает, что издания долго не публикуют материалы о прошедших мероприятиях. Так, газета «Прибой», выпуск №35 от 30.03.2017, рассказывает о событиях произошедших 17 марта и 20 марта, т.е. информируют читателя спустя 10-13 дней. Это существенный минус. Тематика местных печатных СМИ разнообразна. В основном преобладают материалы на социальную тему (Был проведен контент-анализ пяти номеров газеты «Краснодарские известия» на основе его результатов, составлена таблица (см.таб.№1)). Прежде всего, поднимаются вопросы благоустройства города, тема строительства, ремонта, освещаются актуальные проблемы этой сферы. Так, например, в «Краснодарских известиях» публикуются материалы о проблемных районах Краснодара. Основной темой в этой области стало восстановление сгоревших домов на улице Прокофьева (выпуск №33 от 11.03.2017 и №36 от 17.03.2017). В газете «Знамя труда» (№25-26 от 30.03.2017) на первую полосу вынесен материал «Островок «примерного благоустройства»» о проблемном участке дороги. «Прибой» в своей постоянной рубрике «Народная новость» публикует мнения, жалобы, нарекания горожан на тему благоустройства города. Местные газеты информируют читателей и о трагедиях, авариях, автокатастрофах. Освещается деятельность власти, преобладают отчеты о собраниях или мероприятиях проведенных администрацией города. Городские и районные газеты публикуют материалы о местных жителях, что, как мне кажется, является плюсом для локальной прессы. Часто пишут о ветеранах войны и труда, о деятелях науки, специалистах какой-либо профессии, о призерах различных конкурсов. Иногда интервью или биографии приурочены к какому-либо событию. Например, в праздничном номере «Краснодарских известий» (выпуск №31 от 7 марта), посвященный Международному женскому дню, публиковались материалы о женщинах, девушках, девочках, которыми гордится Краснодар. Не последнее место в местной прессе занимают сообщения о событиях и мероприятиях культуры, науки и спорта. В «Краснодарских известиях» спортивные заметки объединяет специальная рубрика «Спорт». Минусом многих газет, как мне кажется, является то, что материалы не упорядочены по своей тематике, а «разбросаны» по всему номеру, нет четкого распределения тем по полосам. Возможно, это связано с тем, что не всегда удается собрать информацию в нужном количестве по конкретной тематике. Относительная постоянность наблюдается в «Краснодарских известиях». Телепрограмма, рубрика «Местное время» всегда располагаются на одном и том же месте. Материалы на тему спорта и культуры чаще всего размещаются в конце номера. Постоянных рубрик практически нет, за исключением некоторых «Народная новость», «Вестник официальной жизни курорта», «Есть вопрос, есть ответ» («Прибой»), «Местное время», «Экспресс-опрос», «Новости дня», «Телетайп «КИ»» («Краснодарские известия»), «Спецсигнал», «В номер!» («Черноморье»), «День за днем»(«Приазовские степи»). В «Краснодарских известиях» тексты на тему культуры и искусства отдельной рубрики не имеют, несмотря на то, что публикуются в каждом номере. Это, считаю, недочетом. Т.к. в газетах преобладают новостные материалы, самым распространенным жанром является заметка и расширенная заметка. Эта тенденция характерна для всех анализируемых газет. Преобладание остальных жанров варьируются в каждом издании (см.таб.№2). В основном же, наиболее популярными являются информационные жанры: отчет, анонс, блиц-опрос, информационное интервью, репортаж. Реже встречаются аналитические статьи. Проблемных материалов крайне мало. В целом тексты написаны интересно, просто, доступно и грамотно. Но, иногда, встречаются опечатки. Например, на первой полосе газеты «Прибой» (выпуск № от) был размещен материал под заголовком «Серкет любви и красоты». Изредка встречаются несогласованные предложения: «Встретив двоих незнакомых мальчиков в возрасте 13 и 14 лет, злоумышленники вывели их на улицу, ударив подростка и угрожая, отобрали деньги и мобильные телефоны» («Краснодарские известия» выпуск №34 от 14.03.2017). Некоторые газеты («Черноморка», «Этаж новостей») размещают материалы развлекательного характера: анекдоты, астрологические прогнозы, ребусы, кроссворды. Помимо этого, «Черноморка» публикует рецепты народных средств лечения заболеваний и любовные истории, которые присылают читатели. Мне кажется, что этот факт нельзя расценивать положительно или отрицательно, т.к. все зависит от того, как себя позиционирует газета, и на какую аудиторию она рассчитывает. Неотъемлемой частью местной прессы является прогноз погоды и телепрограмма передач. Последняя, стала одним из факторов привлечения аудитории. Так, во время социального опроса, 30 % опрошенных признавались, что покупают издание ради ТВ программы, а заодно читают городские новости. Пожалуй, основным минусом я назвала бы обилие рекламы в большинстве изданий. Так, в Лабинской «Провинциальной газете» огромное место отдается под рекламные объявления. Они составляют почти 70% всей газеты. Первая полоса «Этажа новостей» (выпуск №12 от 30.03.2017)полностью была занята рекламой. Зато на остальных страницах она практически отсутствовала. В некоторых изданиях размещаются целые материалы, рекламирующие, например, лекарственные препараты («Прибой», выпуск №31 от 23.03.2017). В ходе композиционно-графического анализа было выявлено несколько ошибок в способах расположения материалов. Например, в «Провинциальной газете» города Лабинск, гороскоп был размещен на первой полосе, оформленный в виде «свечи», рядом с сообщением под рубрикой «Важно». Мне кажется, это не совсем правильный подход к расположению материалов, т.к. на первую полосу должны выноситься главные новости. Однако, важная информация о «предоставлении компенсации расходов на оплату ЖКУ по новым нормативам по отоплению» была напечатана в нижнем углу страницы вместе с программой передач. Минус этой газеты, который редко встречается в других, неправильное расположение новостей, не способность выявить главную. Еще одна ошибка в размещении материала в выпуске №8 от 23.03.2017. Статья на первой полосе должна была быть продолжена на 2 странице, на это указывала подпись под текстом. Но, на оговоренной полосе материал не был представлен. Окончание я нашла на последней 4 странице, его было трудно заметить в нижнем углу листа среди рекламы. Первая полоса газеты – её «лицо», и поэтому она заслуживает особого внимания. Каждое издание по-своему оформляет первую страницу. Формирует её макет либо из постоянных рубрик, переходящих из одного выпуска в другой («Краснодарские известия» рубрика «Телетайп «КИ»; «Черноморка» – «Спецсигнал»), либо размещают материалы рандомно («Прибой», «Приазовье»). Первые полосы некоторых газет практически полностью заняты текстовым материалом, на них публикуются главные новости («Черноморка» выпуск №23 от 25.03.17). Но, бывает, что на первой полосе и вовсе нет журналистских текстов. Так, например, все «лицо» газеты «Этаж новостей» занято рекламой. Мне кажется, это не самый удачный вариант оформления первой полосы. Все-таки её задача состоит в том, чтобы стимулировать читателя к выбору именно этого издания и заинтересовать содержанием. Удачным решением, я считаю, расположение на первой полосе анонса на весь номер. Это очень удобная система навигации по выпуску газеты, а также возможность привлечь аудиторию, в том случае, если в нем есть ссылка на новость, о которой хотел бы узнать читатель. Из числа проанализированных газет анонсы имеют «Новости Сочи», «Черноморка», «Знамя труда». Не все газеты могут позволить себе цветную печать каждого номера, поэтому зачастую издания либо полностью «серые», либо комбинированные. Полностью цветные номера встречаются реже. («Краснодарские известия» выпуск №31 от 7.03.2017; «Наш дом – Сочи» выпуск №8 от 23.03.2017). Черно-белую печать, конечно, можно считать минусом, т.к. цветные газеты выглядят более привлекательно. В основном, на первой полосе располагается 2-3 изображения, но, в некоторых случаях это может быть целая композиция из фотографий, например, праздничный номер «Краснодарских известий» (выпуск №31 от 7.03.2017). На первой полосе было размещено 30 мини-портретов героинь материала. Качество фотографий неоднозначное. В одном выпуске газеты могут быть очень четкие изображения вместе с не резкими, размытыми фото. Иногда попадаются фотографии «в крапинку», такая, например, как в «Краснодарских известиях» (выпуск №33 от 11.03.2017 ) на которой были синие точки –результат нарушения техники печати. В «Черноморке» фотографии либо «засвеченные», либо слишком темные. Качество печати текста в этом издании также страдает. Но, в большинстве случаев, у местных газет оно выше среднего. Так, например, качество изображений, текста, а также бумаги в газете «Знамя труда» я оценила бы на «отлично». С авторством фотографий и подписями к ним дело обстоит сложнее. Среди анализируемых газет подписи к изображениям, а также указания на автора фото имеют только «Краснодарские известия», «Новости Сочи», «Знамя труда», «Приазовские степи», «Анапское Черноморье» и «Приазовье». Но и в этих газетах попадаются «ничейные» фотографии. Зачастую изображения в них подписываются в том случае, если они принадлежат автору статьи или фотографу редакции. Другие источники не указываются, за редким исключением («Краснодарские известия» выпуск №36 от 17.03.2017 подписи: «фото из семейного архива», «фото пресс-службы управления МВД РФ по Краснодару»). Такие недочеты я считаю «минусом». В выпуске №1 от 26.01.2017 газеты «Наш дом – Сочи» не указали даже имена авторов текстов. Однако в следующем номере подписи появляются. Причина их отсутствия в предыдущем выпуске неизвестна. Графическая концепция оформления местных газет (шрифты, линейки, конструкция заголовков) представлена достаточно широко. Заголовки, лиды и рубрики выделены. Зачастую тексты размещаются в области, фон которых другого цвета, таким образом, акцентируя внимание на них. Одним из важнейших элементов дизайна любой газеты является шрифт, т.к. варьирование его размера и типа набора способно оживить страницу. Например, в газете «Прибой» главное в тексте подчеркивалось или выделялось жирным начертанием. «Мелкий шрифт» – «минус», выявленный в ходе социального опроса, касается многих газет. Например, в «Краснодарских известиях» текст не удобочитаем по сравнению с «Приазовьем», в котором шрифт был больше, и воспринимался лучше, чем в других изданиях. В целом оформление местных газет Краснодарского края можно считать удовлетворительным, каждая из них имеет свой стиль. Качество местных газет при такой низкой цене от 7 до 20 рублей, мне кажется, приемлемое. В ходе опроса 65% читателей оценили местную прессу на 5 из 5 баллов, 35% – 4 из 4. Тем не менее, хотелось бы сравнить российские местные газеты с зарубежными. Наиболее существенное различие, на мой взгляд, состоит в том, что местные газеты Краснодарского края не стремятся информировать население о международных и общероссийских событиях. Такой опыт используют зарубежные местные СМИ, например, «Нюрнбергские новости» и «MladaDnes».За счет публикации международных новостей эти газеты намного больше по объему. Например, немецкая газета Нюрнберга состоит из 40 полос. Следует отметить, что у зарубежных газет качество печати намного лучше, но и цена их выше (если у карловарской газеты она относительно приемлемая 18 крон – 45 рублей, то стоимость немецкой газеты составляет около 120 рублей.) Также, они имеют четкую структуру, которая остается неизменной из выпуска в выпуск. В этом заключается еще одна принципиальная разница между российскими местными СМИ и зарубежными. Например, в чешской газете сначала освещаются события страны («Z domova»), затем публикуются всемирные новости («Ze sveta»), далее следуют рубрики объединяющие материалы одной тематики: «Экономика», «Мнения», «Разговор», «Культура». И только после этого под большим заголовком «Карловарские дни» освещаются местные новости, которые занимают 8 полос. Плюс газет с такой структурой в их универсальности, возможности отображения в ней всех сторон жизни, интересующих читателя, исключающей необходимость получать информацию из разных источников. Интересно устроено и немецкое издание. Это, пожалуй, самый лучший пример универсальной газеты. Она удовлетворяет все информационные потребности читателя. Помимо местных новостей, освещаются международные и общенациональные. Публикуются материалы на тему политики, культуры, отдельная страница посвящена рубрике «Молодежь». В разделе «Читательский форум» осуществляется диалог аудитории и редакции газеты. Пять полос отведено экономике, причем есть отдельная рубрика «Экономика и потребитель», в которой рассматривается не только экономическая ситуация в общем, представленная, кстати, в таблицах, схемах и сводках (помимо текстов), но и ситуация конкретно в Нюрнберге. Газета сообщает о новостях спорта, как в целом Германии, так и города. 4 полосы занимают сообщения о смерти граждан, соболезнования. Отдельной вкладкой является рубрика «Магазин на выходных», в него входят материалы развлекательного характера, а также различные головоломки для детей и взрослых. Не встретишь в российских местных газетах как рубрику «Знакомства и свадьбы», так и раздел для автомобилистов, в который входят материалы о новых марках машин, а также сообщения о продаже и покупке авто. Объявления занимают большое количество места. Информируют об аренде и покупке недвижимости, об обучающих курсах, образовательных услугах, о продаже и покупке различных вещей (размещенные, как и торговыми фирмами, так и частными гражданами). Замечательной идеей, которая воплощена в России только в журналах или специализированных газетах, считаю рубрику о путешествиях. В немецкой газете она публикуется под названием «Хорошая поездка». В разделе городских новостей материалы размещаются под рубриками: «В центре внимания», «Жизнь семьи», «Услуги», «За городом», «Отдых» и «Производство» – здесь рассказывается о новых проектах, разработках. Мне кажется, что эту газету можно считать образцово-показательной. Здесь проделана огромная работа журналистов, редакторов и дизайнеров. Такое качество немецкого издания обусловливается и историческими причинами. В Германии выпускается небольшое количество общенациональных газет и наиболее развита местная пресса, поскольку в послевоенные годы Германия была разбита на две части и делилась на оккупационные зоны и страны, контролирующие эти территории, делали упор на развитие медиа внутри регионов. Общенациональных изданий, было мало и большинство из них появилось только после 1949 года. Также многие местные газеты, особенно с небольшим тиражом, объединяются в издательские концерны, это позволяет консолидировать капиталы и выпускать более качественную продукцию, и как следствие удержаться на рынке в условиях кризиса. Единственное, чего я не заметила ни в чешской, ни в немецкой газете это информационные сообщения власти и официальные документы, того, чему в местной российской печати уделяют большое внимание. Можно сказать, что качество местной прессы в России немного отстает от западноевропейской. Но, ситуация в нашей стране усложняется в связи с неравнозначным экономическим развитием регионов. Поэтому, не следует идеализировать зарубежную печать, необходимо учитывать их опыт, и, исходя из особенностей развития отечественной журналистики, перенять лучшее.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Местные издания становятся все более значимыми в системе СМИ и наиболее популярными среди читателей. Количество городских и районных газет намного превышает число общероссийских. Местная печать является основным носителем локальной информации, её содержание соответствует потребностям жителей и потому становится особенно актуальным. Только благодаря целостной системе местных СМИ сохраняется единое информационное пространство страны.

В ходе исследования предстояло решить следующие задачи: раскрыть понятие «местных СМИ», рассмотреть этапы развития провинциальной периодики в различные исторические периоды и её роль в социально-политической жизни России и Кубани, выявить типологические особенности местных периодических изданий, а также проанализировать сильные и слабые стороны местных газет.

Местная пресса всегда отражала реальную действительность: была источником информации о законотворческой деятельности правительства в царской России, выступала самым активным участником политической борьбы в периоды революций, призывала к битве с врагом в годы Великой Отечественной войны, побуждала граждан к восстановлению страны в послевоенный период, после распада СССР, несмотря на финансовые трудности, продолжала освещать новости.

Успешное функционирование местной периодики зависит от экономического развития региона. Ряд факторов оказывает влияние и на типологию городских и районных газет: географический, демографический, политический, историко-генетический, социально-экономический. В основном местные издания являются общественно-политическими, в них преобладают информационные материалы.

В ходе контент-анализа были выявлены такие минусы как, например, недостаточное количество аналитики, отсутствие в некоторых изданиях логики размещения материалов, не упорядоченность их по тематике, избыток рекламных объявлений. А также не качественная печать текста и фото в некоторых газетах. Не всегда оперативное информирование.

Плюсами местных газет можно считать, взаимодействие с читателями, публикация их материалов, ответы на задаваемые вопросы, обилие новостей, размещение информационных сообщений власти, а также освещение их деятельности. Преобладание социальной тематики в публикациях. Обращение внимания на актуальные проблемы города, района. Низкая цена, наличие телепрограммы, афиш, прогноза погоды.

Сравнительный анализ российской и зарубежной местной печати показал, что отечественные газеты уступают по некоторым показателям иностранным. Однако, в целом, российские издания можно считать конкурентоспособными. Таким образом, качество городских и районных газет можно оценить как вполне достойное.

**Список использованной литературы:**

1. Бергер, Н. В. О проблемах развития местных СМИ / Н. В. Бергер // Вестник ВолГУ. – (Сер. 8. Журналистика). – 2005. – №4. – С. 96-104

2. Грабельников, В. В. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. – 274 с.

3. Графическая модель районной газеты: Методическое пособие для операторов верстки, дизайнеров, ответственных секретарей газет / Департамент по делам СМИ, печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций Краснодарского края; под ред. Е. Ф. Семенченко. – Краснодар, Вып. 9. – 2006 – 68 с.

4. Гуревич, С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов / С. М. Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.

5. Ким, М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. / М. Н. Ким. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.

6. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации / А. Г. Киселёв. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.

7. Мартыненко, К. М. Печать Кубани: история и современность / К. М. Мартыненко – Краснодар: Экоинвест, 2014. – 338 с.

8. Мельник, Г. С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие/ Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб., 2011. – 130 с.

9. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е. П. Прохоров. – 5-е изд., испр. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 367 с.

10. Пуля Ю. С. Динамика и характер развития местных газет в структуре региональных и федеральных СМИ России: дис. … канд. полит. наук. – СПб, 2004. – 254 с.

11. Система средств массовой информации России / Я.Н. Засурский [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2001 – 259 с.

12. Средства массовой информации в России / М. И. Алексеева [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2005. – 382 с.

13. Типология периодической печати / М. Е. Аникина [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.

14. Тулупов, В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / В. В. Тулупов. – Воронеж: Изд-во «Кварта», 2001. – 320 с.

15. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2013. – 464 с.

**Приложение А**

Список вопросов социального опроса (опрошено 30 человек)

1) Читаете ли Вы газеты и как часто?

2) Каким газетам Вы отдаете предпочтение: местным или общероссийским?

3) Устраивает ли Вас качество газет?

(качество фото и иллюстраций, бумаги, удобочитаема ли газета?)

4) Как Вы оцениваете качество написания материалов?

(интересны/неинтересны, информативны/неинформативны, полезны/неполезны)

5) Оцените качество газеты в целом по пятибалльной шкале?

**Приложение Б**

Таб.1 Тематика материалов (газета «Краснодарские известия», данные предоставлены на основе анализа 5 выпусков)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Тематика | Процент(%) |
| 1 | Социальная | 40 |
| 2 | Культура и наука | 16 |
| 3 | Биографии, истории из жизни земляков | 14 |
| 4 | Спорт | 12 |
| 5 | Экономика | 6 |
| 6 | Криминал | 5 |
| 7 | Здравоохранение | 5 |
| 8 | Религия | 2 |

**Приложение В**

Таб.2 Жанровое соотношение (газета «Краснодарские известия», данные предоставлены на основе анализа 5 выпусков)

|  |  |
| --- | --- |
| Жанр | Процент(%) |
| Заметка, расширенная заметка | 44 |
| Отчет | 13 |
| Анонс | 13 |
| Корреспонденция | 9 |
| Интервью | 8 |
| Социальные опросы | 5 |
| Репортаж | 3 |
| Афиша | 3 |
| Статьи | 2 |

1. Средства массовой информации в России / М. И. Алексеева [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2005. – 257 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Мартыненко, К. М. Печать Кубани: история и современность. Краснодар: Экоинвест, 2014. – С.7 [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же. С. 41 [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. С. 55 [↑](#footnote-ref-4)
5. Там же. С. 137 [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. С. 171 [↑](#footnote-ref-6)
7. Там же. С. 280 [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же. С. 337 [↑](#footnote-ref-8)
9. Там же. С. 338 [↑](#footnote-ref-9)
10. Там же. С. 339 [↑](#footnote-ref-10)
11. Там же. С. 339 [↑](#footnote-ref-11)
12. Типология периодической печати / М. Е. Аникина [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 60 [↑](#footnote-ref-12)
13. Там же. С. 64 [↑](#footnote-ref-13)
14. Средства массовой информации в России / М. И. Алексеева [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 258 [↑](#footnote-ref-14)
15. Мельник, Г. С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие/ Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб., 2011. С. 72 [↑](#footnote-ref-15)
16. Ким, М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. / М. Н. Ким. – СПб.: Питер, 2013. С. 251 [↑](#footnote-ref-16)
17. Типология периодической печати / М. Е. Аникина [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 63 [↑](#footnote-ref-17)
18. Типология периодической печати / М. Е. Аникина [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 63 [↑](#footnote-ref-18)
19. Там же. С. 78 [↑](#footnote-ref-19)
20. Система средств массовой информации России / Я.Н. Засурский [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2001 – С. 16 [↑](#footnote-ref-20)
21. Средства массовой информации в России / М. И. Алексеева [и др.]. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 251 [↑](#footnote-ref-21)
22. Мельник, Г. С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пособие/ Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб., 2011. С. 75 [↑](#footnote-ref-22)
23. Тепляшина Мельник С. 70 [↑](#footnote-ref-23)
24. Там же. С. 71 [↑](#footnote-ref-24)