

**В. Е. Беленко**

*Новосибирский государственный университет  
ул. Пирогова, 2, Новосибирск, 630090, Россия*

*viktoria\_belenko@mail.ru*

## **СУБЪЕКТНАЯ СТРУКТУРА РАЙОННЫХ ГАЗЕТ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИЗДАНИЙ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ ПОПУЛЯРНОСТИ**

Предпринимается попытка найти ответ на вопрос, чем отличается районная газета, которая привлекает к себе читателей, и газета, которая не может найти подход к аудитории, привлечь ее к себе. На основании данных о тиражах и соотношения тиражей и жителей района Новосибирской области определяются два «популярных» и два «непопулярных» издания. С помощью контент-анализа выявляется субъектная структура районного издания, включающая в качестве основных компонентов 1) тех, кто упоминается в тексте или становится его главным героем; 2) тех, кто пишет, т. е. является автором. Среди выявленных групп субъектов, в качестве персонажей выступают: чиновники администраций разных уровней, сотрудники различных организаций, простые люди, которые упоминаются в публикациях вскользь, главные герои, которым уделено основное внимание в тексте. Как авторы выступают сотрудники редакции, публикующиеся из номера в номер, авторы-чиновники, авторы, в чьих подписях указывается должность, простые жители в качестве авторов, пресс-службы. Сравнение сформированных количественных показателей по группам факторов позволило выявить ряд показателей которые характерны для «популярных» и которые характерны для «непопулярных» изданий.

*Ключевые слова:* районная газета, местная пресса, субъектная структура, авторский состав, герои публикаций, факторы популярности.

В настоящее время районные газеты весьма востребованы среди читателей. В 2008 г. (более поздние отчеты ФАПМК не содержат данных о районных газетах) доля аудитории таких изданий составляла 35 % от общего населения страны<sup>1</sup>. Тираж местных газет нашей страны (32 %) занимает достойное место среди тиражей газет федеральных (35 %) и региональных (33 %). Несмотря на то, что редакционная политика малой прессы оказалась под влиянием рыночных процессов, а газеты значительно

утратили свою популярность в неравной конкуренции, прежде всего, с сетевыми массовыми еженедельниками, местное население верит «районкам», ведь они не пускаются в погоню за тиражами, в них нет насилия и «желтизны», а жизнь простых людей, напротив, занимает основное место в содержательной структуре этих газет. В роли авторов, кстати, нередко выступают и сами читатели. Вообще, организационно-массовая работа, умение взаимодействовать с аудиторией и тираж районной газеты зачастую находятся в прямо пропорциональных отношениях [Радионцева, 2008. С. 86].

Исследование районной прессы началось в советское время. Тогда научному изучению в основном подвергались результаты творческой и организаторской деятельности

---

<sup>1</sup> Российский рынок периодической печати, 2008 г. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, г. Москва, май 2008 г. URL: [www.fapmc.ru/news/agency/2008/6/item393.html](http://www.fapmc.ru/news/agency/2008/6/item393.html).

журналистов. В постсоветский период малая пресса стала представлять особый интерес для ученых как участник рыночных отношений, в который большинство местных изданий России так и не смогло включиться, изучению подвергались изменения в редакторском составе, трансформации тематики изданий. В дальнейшем много внимания уделялось районной газете как отдельному типу периодики, как особой редакционной системе, как организатору социального взаимодействия в сельских районах. Много дискуссий и публикаций вызвал Федеральный закон № 131, согласно которому государственные районные администрации уступили место муниципальным районам, т. е. районные газеты остались без основного соучредителя. Учредителем местных государственных газет и редакций радиовещания выступили областные администрации, что позволило сохранить «районку», но поставило ее в зависимость от «нового начальника».

Сибирские «районки» также попадали в поле внимания исследователей. На материале изданий Западной Сибири выполнены работы Л. Н. Кислой [2008; 2013] и Е. С. Радионцевой [2008]. Отдельно следует отметить проект В. П. Юкечева «Новая жизнь старых газет», построенный как серия методических рекомендаций для «районков» по повышению эффективности функционирования [Новая жизнь..., 2008; Новая концепция..., 2010. С. 65]. Издания, выпущенные в рамках проекта, содержали конкретные рекомендации по бюджетному планированию, управлению редакционным коллективом, социальному проектированию и были высоко оценены корреспондентами и редакторами. Центральная идея, которая проходит через методические рекомендации такова: газета должна стать социальным лидером, именно она помогает людям быть более активными, «ищет пути решения проблем, показывает, как сообщество может реально повлиять на эти решения» [Новая жизнь..., 2008. С. 152].

В данной работе предпринимается попытка найти ответ на вопрос, чем отличается районная газета, которая привлекает к себе читателей, и газета, которая не может найти подход к аудитории, привлечь ее к себе. Формулируя гипотезу, предположим, что такое различие существует и его можно проследить, отставив в сторону вопросы о

финансировании и особенностях распространения, а работая только с содержанием изданий. Было высказано предположение, что такое различие можно проследить в тематической структуре газет, в их авторском составе и в том, какое место занимают местные жители на их страницах.

Для того чтобы проследить, нет ли корреляции между субъектной насыщенностью издания и его популярностью, была сформирована выборка из четырех изданий. Описывая методику исследования, отметим два документа, на которые пришлось опираться, составляя выборку: данные об официальных тиражах районных газет, предоставленных областной администрацией, а также данные о численности жителей районов области согласно переписи населения на 1 января 2009 г. Данные по тиражам позволили выявить две газеты, которые имеют самый высокий и самый низкий тираж среди областных районных газет соответственно. Это такие издания, как «Наша жизнь» и «Знамя труда». Газета «Наша жизнь» выходит в Карасукском районе Новосибирской области в цвете на 24 полосах тиражом 9 450–9 750 экз. Газета Усть-Таркского района «Знамя труда» выходит тиражом 2 005 экз. В газете 8 полос, некоторые из них (1, 4–5 и 8-я) издаются в цвете.

Соотношение данных о тиражах газет с количеством жителей районов, согласно переписи на 1 января 2009 г., позволило выявить две газеты, имеющие самое высокое и самое низкое соотношение тираж – число жителей. Это такие газеты, как «Трудовая жизнь» и «Коченевские вести». «Трудовая жизнь» – газета Куйбышевского района Новосибирской области. Она выходит на 16 полосах тиражом 7 000–8 000 экз. Газета черно-белая. Самое низкое соотношение тираж – число жителей имеет газета Коченевского района, «Коченевские вести», выходящая на 8–20 полосах тиражом 4 700 экз. Она в основном черно-белая, хотя некоторые полосы цветные: 1, 2 и 4-я.

Выборка составила по девять номеров всех перечисленных выше изданий, с 3 сентября 2013 г., с шагом в пять номеров.

### **Местные жители на страницах районных газет**

В качестве основного метода исследования был выбран метод контент-анализа.

В ходе него отмечалось количество статей, в которых упоминались: 1) чиновники местной и областной администрации, депутаты законодательных собраний разных уровней; 2) сотрудники различных организаций, обращение журналистов к которым было продиктовано не интересом к самому человеку, а должностью, занимаемой им (например, было необходимо прокомментировать тему паводка), но при этом они не являлись сотрудниками администраций района, города, области; 3) люди, которые упоминались в публикациях вскользь; 4) люди, которым уделено центральное внимание в материале и которые стали его главными героями; 5) люди, которые на страницах газеты задают вопросы и публикуют письма.

Сопоставление «успешных» и «неуспешных» изданий позволило выявить следующие закономерности.

Количество упоминаний чиновников администраций не коррелирует с этими параметрами. Успешные газеты наравне с провальными предоставляют место для поздравлений губернатора, руководителя местного и областного заксобрания, главы района и города, которые они размещают на страницах издания накануне различных праздников (от Дня Победы до Дня хлеба-роба), публикуют отчеты с пресс-конференций и выдержки из выступлений. Однако заметна разница в акцентах, которые расставляют журналисты. «Наша жизнь» и «Трудовая жизнь» стремятся показать значимость мероприятия, а факт его посещения главой района или губернатором отодвигают на второй план. «Мы просто освещаем это мероприятие, а то, что награды вручает губернатор – это уже вторично», – понимается из публикации. В газетах «Знамя труда» и «Коченевские вести» внимание уделяется не просто самому событию, центральное место в публикациях занимает сам факт участия местной администрации. «Мы освещаем это мероприятие, потому что его посетил глава района или губернатор», – как бы говорят издания. Например, «Председатель райсовета Владимир Осипов вручает почетный знак отцу шестерых детей Александру Баннеру» (Трудовая жизнь. 2013. № 46) – акцент на председателе райсовета. «Мероприятие открыл глава района Александр Петрович Турлаков. Он поздравил всех работников с профессиональным праздником, пожелав им всего только само-

го доброго и вручил лучшим работникам за многолетний и добросовестный труд, личный вклад в развитие культуры Усть-Таркского района, грамоты и благодарственные письма администрации» (Знамя труда. 2014. № 14). «Среди четырех молодых граждан нашего региона, добившихся высоких результатов на международных, общероссийских, межрегиональных, областных мероприятиях, наша землячка Валентина Михайлова» (Наша жизнь. 2014. № 4) – на фото и. о. губернатора с Валентиной Михайловой. Казалось бы, похожие ситуации, но разные редакционные подходы.

Все издания большое внимание уделяют жителям района, отмечая их успехи в творческих конкурсах и профессиональных соревнованиях. В девяти анализируемых номерах газеты «Наша жизнь» упоминается 703 земляка, «Трудовая жизнь» – 287, «Знамя труда» – 297, «Коченевские вести» – 474 (рис. 1). Другими словами, значимых различий в количестве упоминаний жителей района на страницах газет выявить не удалось. Упоминания жителей района достаточно однотипны во всех рассмотренных изданиях: «По итогам лучшими стали Сережа Гордеев, Данила Пермяков, Алеша Зайцев» (Знамя труда. 2014. № 14), «Звонким голосом покорила зал Виктория Шевчук, исполнившая песню “Лети, перышко”. Красиво звучала и песня “Было, но прошло” в исполнении Суфии Сладко» (Там же), «В р. п. Чик прошел конкурс красоты среди школьниц “Мисс Весняночка – 2014”. За титул боролись 8 участниц в возрасте 10–12 лет. Победительницу определило жюри, в состав которого вошли директор Дома культуры “40 лет Октября” Галина Штейцель, хореограф Екатерина Ворончихина и воспитанник Чикской школы № 7 Вячеслав Чадин. Поддерживали конкурсанток участники вокальной студии “Голос будущего”, ансамбль “Школьные годы” и танцевальный коллектив “Каблuchок”. Роль ведущих на себя примерили активные участники творческой самодеятельности села Юрий Байсакалов и Андрей Лемконцев» (Коченевские вести. 2014. № 14). «По итогам конкурса I место присуждено Айдаоу Досжанову из аула Нижнебаяновский (в возрастной категории 7–12 лет) и Дарье Юартош из Михайловского (13–18 лет), а специальный приз жюри получили Данил Савота из Октябрьского и Юлия Куликова из Хорошего» (Наша жизнь. 2014. № 14).



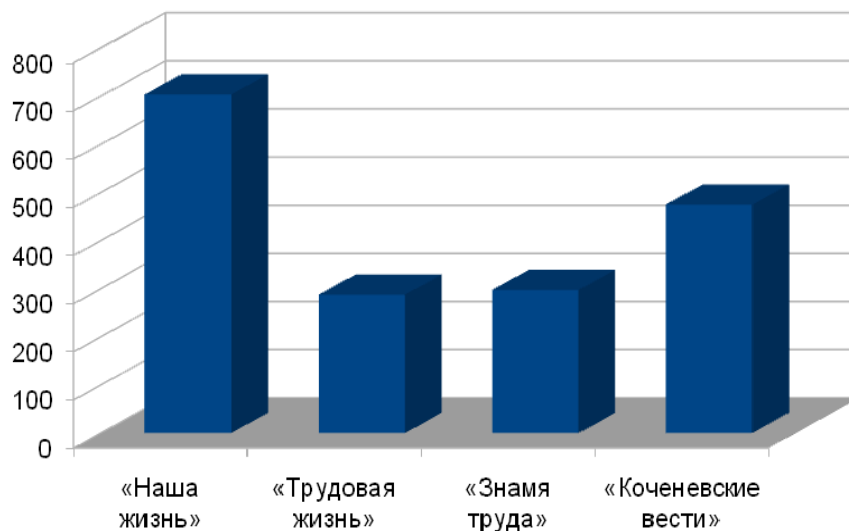


Рис. 1. Количество упоминаний местных жителей

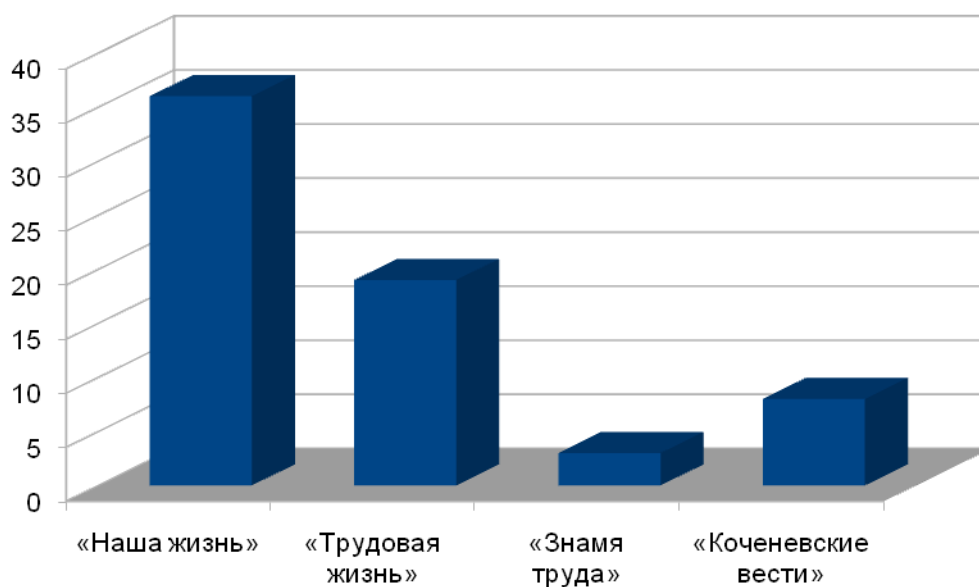


Рис. 2. Количество материалов, в которых есть главный герой

«Наша жизнь», однако, успевает охватить большее количество мероприятий, и персонажей в текстах этой газеты не просто больше, а больше фотографий людей, которые упоминаются на страницах. Неприятное

впечатление оставляют тексты (этим злоупотребляет «Знамя труда»), в которых говорится: «На уборке были отмечены» и далее идут 18 фамилий. Именно за счет большого количества упоминаний фамилий

данное издание и заняло такую высокую позицию по рассматриваемому параметру. Другой пример: «12 декабря 2013 года Госавтоинспекция и Управление образования Коченевского района провели семейную интеллектуально-спортивную игру на знание Правил дорожного движения “Папа, мама, я – знающая ПДД семья”» (Коченевские вести. 2014. № 51) – и внутри текста упоминаются 12 чел.

Если по такому параметру, как количество упомянутых сельчан, особой разницы между изданиями проследить не удалось, то можно отметить значительную разницу по такому параметру, как текст, посвященный одному герою. В газете «Наша жизнь» таких материалов в десяти номерах встретилось 36 (рис. 2). А это значит, что журналисты узнали об интересном человеке (возможно, от читателей), собрали о нем информацию, съездили к нему, чтобы пообщаться лично, сфотографировали и представили человека аудитории. В газете «Трудовая жизнь» таких материалов 19. В «Знамя труда» – 3, если не считать двух больших интервью с руководителями района, центра занятости, 4 юбилейных текстов (которые зачастую пишут не журналисты редакции) и 16 биографических справок с фотографиями о ветеранах в номере, посвященном Дню Победы. В газете «Коченевские вести» – 8, не считая блиц-опросов, в которых люди делятся своим отношением к какой-то теме, двух юбилейных материалов и двух больших интервью с чиновниками.

«Трудовая правда» пишет о почтальоне, ветеринаре, участковом уполномоченном, о вице-капитане местной волейбольной команды, электромонтере, пекаре, фельдшере, студентке филиала НГПУ, местном факелоносце, помощнике следователя, об истории семьи Доброхотовых и т. д.

«Наша жизнь» делает главными героями своих материалов спортивное семейство карасукчан Толстых, проводит акцию «С букетом к папе», которая позволяет рассказать о хлеборобе и любящей его семье, пишет о женщине, занимающейся разведением цветов, начальнике тяговой подстанции Карасукской дистанции электроснабжения, молодом нумизмате, кладовщике МУП «Коммунальщик», ученице школы и т. д.

Иными словами, в каждом номере есть несколько таких людей, ставших при этом основными героями материалов, и они не только ветераны и юбиляры.

Еще один пункт, в котором различия между успешными и не очень успешными газетами велики – это умение получить и отреагировать на вопросы и письма читателей. В газетах «Знамя труда» и «Коченевские вести» таких запросов встретилось 8 и 3 соответственно. В то время как в газете «Наша жизнь» – 17, а в газете «Трудовая жизнь» – 35 (рис. 3). В этой газете есть рубрики: «Читатели пишут», «Письмо с комментариями», «Проблема, как она есть», «Наболело», «Обзор писем», «Нам пишут»; журналисты отслеживают, обобщают, реагируют на обсуждения публикаций, которые газета организует в соцсети «Одноклассники».

С этим же качеством – готовностью и умением реагировать на вопросы, связывать аудиторию, у которой есть потребность в информации, связана и разница в количестве упоминаний людей, которые попали в материал благодаря своей должности, рассказывая о сезонных прививках, зимовке скота, покупке резерфордов, защите от половодья и т. п. Причем это не большие скучные интервью, а конкретные комментарии, включенные в общую публикацию, или полученный ответ на конкретный вопрос. И хотя разница между количеством таких упоминаний в анализируемых изданиях не велика (рис. 4), «Наша жизнь» и «Трудовая жизнь» чаще ищут подходящих чиновников, чтобы те ответили на вопрос журналиста (который, в свою очередь, нередко получает его от читателя), в то время как в «Знамя труда» и «Коченевские вести» больше текстов, в которых перечисляются принявшие участие в ведомственных мероприятиях.

Нельзя сказать, что полученные сведения стали совсем неожиданными. Что-то подобное было ожидаемо (хотя изначально было предположение, что разделение на популярные и непопулярные будет проходить по такому параметру, как упоминания местных чиновников), но можно однозначно, вооружившись количественными показателями, утверждать, что основной водораздел между изданиями, завоевавшими интерес аудитории и не особенно популярными у населе-

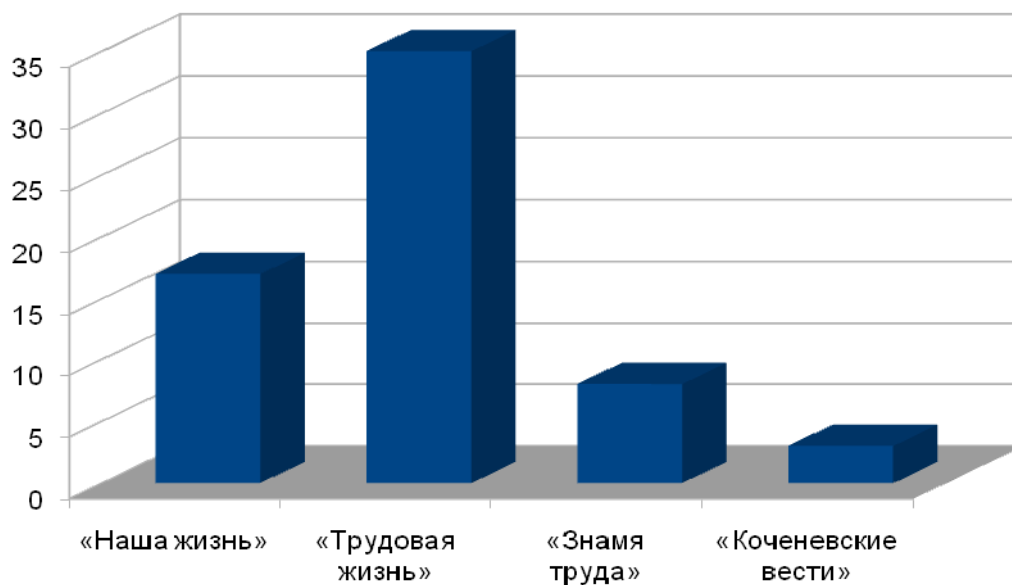


Рис. 3. Количество писем и вопросов от читателей

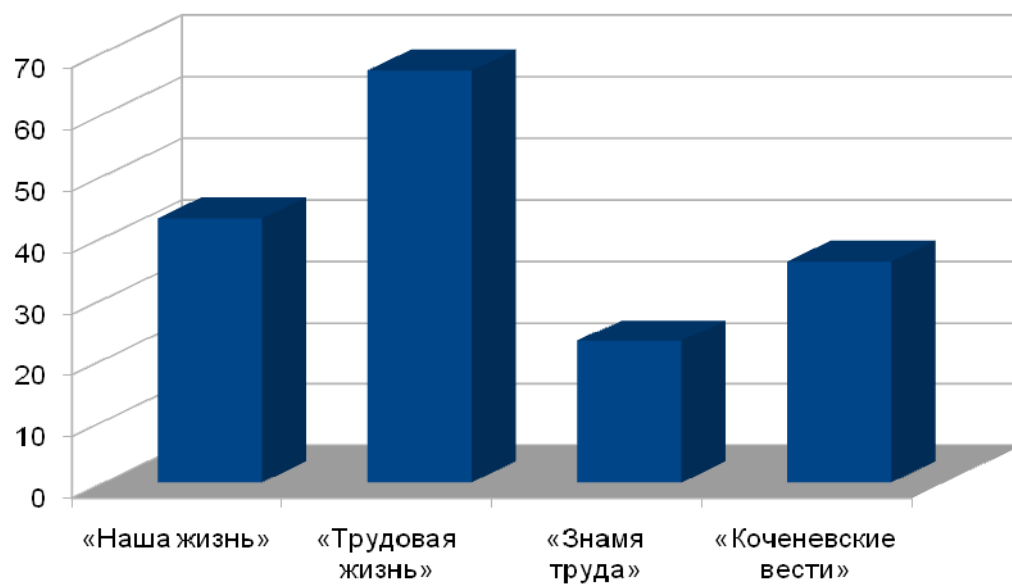


Рис. 4. Количество упоминаний должностных лиц

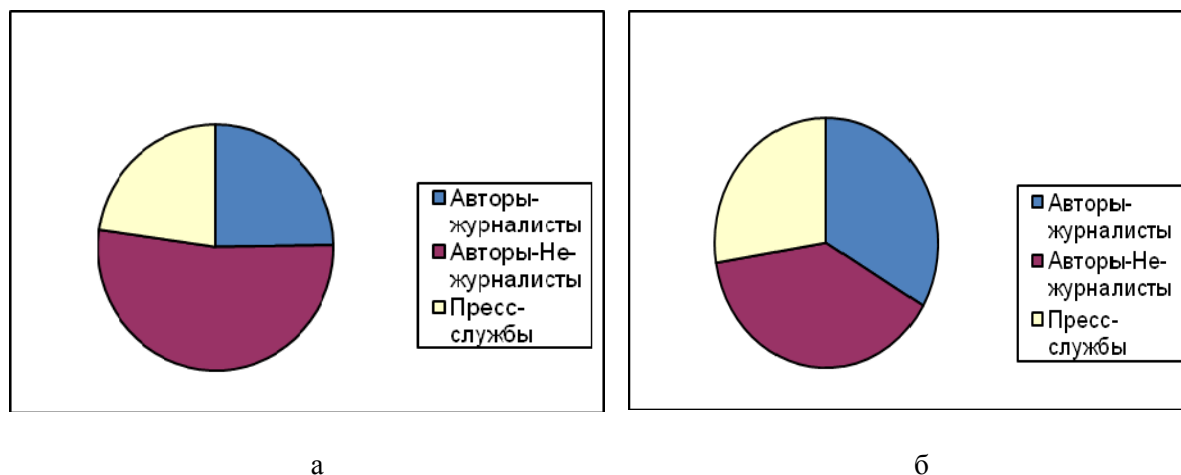


Рис. 5. Авторский состав газет: а – «Знамя труда», б – «Коченевские вести»

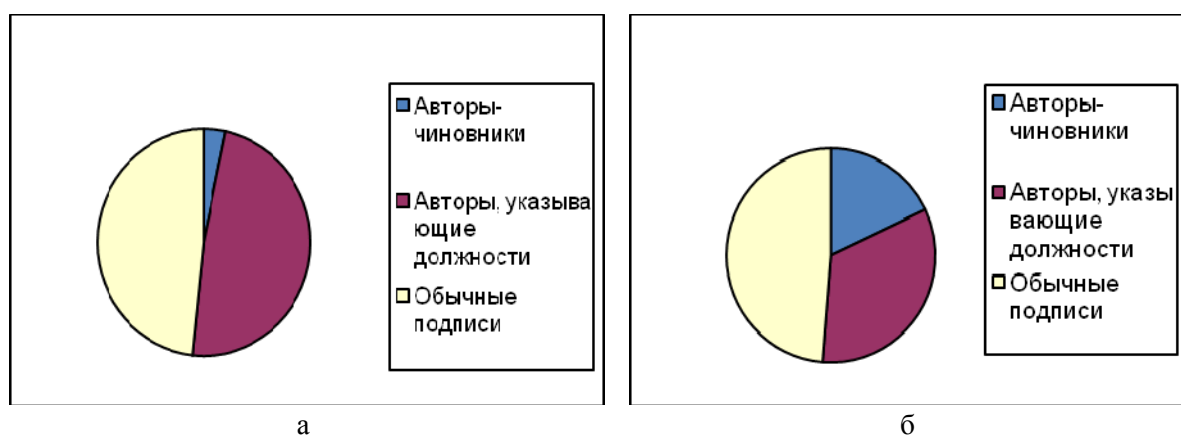


Рис. 6. Авторы, не являющиеся сотрудниками редакции газет:  
а – «Наша жизнь»; б – «Трудовая жизнь»

ния районов области, проходит в зоне активности журналистского коллектива по поиску главных героев для публикаций и в умении получить от читателей обратную связь (или просто чувствовать значимые для района темы) и использовать ее для формирования своей редакционной политики.

### Не все авторы одинаково полезны

Следующий фактор анализируемой субъектной структуры районных газет – непосредственно те люди, от лица которых на газетной полосе появляется тот или иной текст. Авторский состав районных изданий отслеживался по нескольким параметрам: 1) авторы – сотрудники редакции, журналисты, которые публикуются из номера в номер; 2) авторы, в чьих подписях указывают-

ся должность и место работы в качестве сотрудника районной администрации или сельсовета; 3) авторы, в чьих подписях указывается должность (т. е. они подчеркивают служебный характер публикации, как то «инспектор пожарной охраны, заведующая библиотекой» и т. п.; 4) авторы, к имени-фамилии которых ничего сопроводительного не добавлено, т. е. автор – просто какой-то человек не из редакции; 5) материалы, предоставленные пресс-службами губернатора и Законодательного собрания Новосибирской области.

Проанализировав полученные результаты контент-анализа, можно сделать ряд выводов. Например, в успешных изданиях существенно выше доля авторов, которые сопровождают свои тексты вполне приличными фотографиями, т. е. тех, про которых



написано: «фото автора». Это значит, что умеющий фотографировать журналист приносит редакции существенно больше пользы, чем просто пишущий. Скорее всего, это осознается редакциями, и умение фотографировать входит постепенно в стандарт требований к районному журналисту.

Разница между успешными и не очень изданиями оказалась весьма существенной. В газетах «Коченевские вести» и «Знамя труда» соотношение между текстами авторов-журналистов, нежурналистов и пресс-служб следующее: 46 : 54 : 38 и 25 : 53 : 23 соответственно. При этом более подробный анализ состава авторов-нежурналистов в двух этих изданиях показывает следующие результаты: чиновники – 18 и 18, иные авторы, указывающие должности – 19 и 14, авторы с обычной подписью – 22 и 23 (рис. 5).

В газетах «Наша жизнь» и «Трудовая жизнь» показатели совсем другие. Соотношение между текстами авторов-журналистов, нежурналистов и пресс-служб составляет 103 : 9 : 15 и 54 : 38 : 19 соответственно. При этом более подробный анализ состава авторов-нежурналистов показывает следующие результаты: чиновники – 1 и 7, иные авторы, указывающие должности – 15 и 13, авторы с обычной подписью – 15 и 19 (рис. 6).

Проведенный анализ субъектной структуры публикаций районных изданий Новосибирской области наглядно демонстрирует, что чем больше редакция готова предоставлять свое издание для публикации текстов авторами-чиновниками, тем хуже для нее. Инспекторов, заведующих детскими садами и т. п. также не должно быть слишком много, поскольку этот показатель имеет обратную корреляцию с популярностью издания. Читателей интересуют сотрудники различных служб в журналистских материалах, но при этом редко кто из них может написать интересный, удовлетворяющий аудиторию текст. Это несколько противоречит идее о том, что местная газета должна выступать площадкой для публикаций материалов разных авторов. Тот общественный диалог, который вменяется в «обязанности» районным газетам, оказывается эффективно вести именно через журналистов и с участием журналистов. Вопросы читателей с ответами на них соответствующий служб – полезно для издания, а регулярные публикации

облеченных должностями авторов – уже нет.

Полученные выводы можно предложить в качестве некоторых рекомендаций районным газетам, стремящимся найти путь к сердцу аудитории, поскольку данная работа наглядно демонстрирует, какие измеримые (и главное – потенциально изменяемые, если есть воля редактора и желание журналистов) параметры коррелируют с аудиторными показателями изданий. Основной водораздел проходит в зоне активности журналистов в поиске тем, интересных персон, новых акций, главных героев, в умении получить от читателей запрос (или просто почувствовать основные темы района) и отвечать на него с помощью привлекаемых экспертов.

### Список литературы

*Кислая Л. Н.* Специфика сайтов районных изданий (на примере сайтов газет Новосибирской области) // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Журналистика. 2013. Т. 12, вып. 6. С. 67–72.

*Кислая Л. Н.* Редакционная политика районной прессы (на примере газет Новосибирской области): Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.

Новая жизнь «старых» газет: 6 задач на пути к успеху на малом медиарынке / Под ред. В. Юкечева. Новосибирск: ИРП-Сибирь, 2008.

Новая концепция для местных масс-медиа: 9 ответов на вопрос о том, как наладить коммуникации в вашем обществе / Под ред. В. Юкечева. Новосибирск, 2010.

*Радионцева Е. С.* Творческий потенциал современной районной газеты: Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.

### Список источников

Знамя труда. 2014. № 14.

Коченевские вести. 2014. № 14, 51.

Наша жизнь. 2014. № 4, 14.

Трудовая жизнь. 2013. № 46.

**V. E. Belenko**

*Novosibirsk State University*

*2 Pirogov Str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation*

*viktoria\_belenko@mail.ru*

**SUBJECTIVE STRUCTURE OF NOVOSIBIRSK REGIONAL NEWSPAPERS:  
A COMPARATIVE ANALYSIS OF PUBLICATIONS  
WITH DIFFERENT LEVEL OF POPULARITY**

The article demonstrates an attempt to find the answer to the question of what distinguishes a local newspaper, which attracts readers, and newspaper, which cannot reach out to the audience, cannot capture reader's attention. On the basis of data on the circulation and the ratio of circulation and the residents of a district of Novosibirsk region two «popular» and two «unpopular» editions were revealed. The content analysis helped to discover subjective structure of the district publications, including the following main components 1) those who are mentioned in the text or the main hero 2) those who write – the author. Among the identified groups of subjects, as the characters are: the officials of administrations at different levels, employees of various organizations, ordinary people who are mentioned in publications casually, main characters, who are the main focus in the text. The authors are employees of the editorial, published from issue to issue; the authors are officials, authors, whose signatures indicate the position, ordinary citizens as authors, and the press service. Comparison of quantified indicators for groups of factors allowed to identify a number of indicators which are characteristic of «popular» and «unpopular» editions.

*Keywords:* local newspaper, the local press, subjective structure, architectural composition, heroes of publications, factors of popularity.