

УДК 070.1
ББК 4602.47

*Людмила Александровна Коханова,
доктор филологических наук, профессор,
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
(125009, Россия, г. Москва, ул. Моховая, 9),
e-mail: l_kokhanova@mail.ru*

**Принципы исследования содержательной модели региональной прессы
(из опыта подготовки журналистов
филиала МГУ им. М. В. Ломоносова в Севастополе)**

В статье обобщаются результаты исследования региональной прессы, проведённого в восьмидесяти четырёх субъектах Российской Федерации с целью стимулирования интереса молодёжи к общественно-политической жизни страны. Автор выделяет ряд принципов, позволяющих эффективно структурировать исследование, среди них: у газеты есть будущее, но она становится другой; требуется новое поколение газетчиков, обладающих технологическими компетенциями; наблюдается «ренессанс» газетного содержания, однако формируются новые подходы к подаче информации; региональная пресса – это пресса молодых профессионалов, владеющих журналистским мастерством и новыми информационными технологиями. На базе указанных принципов проводится анализ содержательной модели газеты. Формулировка данных принципов позволила структурировать само исследование и сфокусировать внимание на анализе содержательной модели региональных периодических изданий за 2004–2015 гг.

Особый акцент делался на филологической составляющей. Как показала практика, содержательная модель изданий отражает общие закономерности прессы, которая состоит из следующих компонентов: тематическая направленность, жанровая палитра, модальность материалов (знак информации), локальность материалов, источник информации, лексико-стилистические особенности. В ходе исследования были выделены ключевые темы, освещаемые региональными изданиями.

Автор отмечает, что обобщение полученных данных позволяет отметить существенную трансформацию региональной прессы, активно осваивающей онлайн-овое пространство, но при этом текст, а не графика продолжает оставаться его основой. Структура текста, его компоненты и характеристики, лексико-стилистические особенности постепенно выходят на первый план.

Ключевые слова: журналистика, региональная пресса, медиатекст, содержательная модель, лексико-стилистические особенности, жанр.

*Lyudmila Aleksandrovna Kokhanova,
Doctor of Philology, Professor,
Moscow State University named after M. V. Lomonosov,
(9 Mokhovaya St., Moscow, Russia, 125009),
e-mail: l_kokhanova@mail.ru*

**Research Principles of Conceptual Model of the Regional Press
(from Educational Training Experience of Journalists in Sevostopol Branch
of Moscow State University named after M. V. Lomonosov)**

The article summarizes the results of study of the regional press, conducted in eighty-four subjects of the Russian Federation in order to stimulate the interest of young people in public and political life of the country. The author identifies a number of principles to effectively structure the investigation, among them: the newspaper has a future, but it becomes another; requires a new generation of newsmen who have technological competence; there is a “renaissance” of newspaper content, but the formation of new approaches to presenting information; regional press is a press of young professionals who owns journalistic skills and new information technologies. On the basis of these principles there is an analysis of the content model of the newspaper. The wording of these principles will help to structure the study itself and focus on the analysis of the content model of regional periodicals for 2004–2015.

Particular emphasis was placed on a philological component. Experience has shown that substantial model publications reflect the general laws of the press, which consists of the following components: thematic focus, genre palette modality materials (information sign), the local materials, and source of information, lexical and stylistic features. The study highlights the key themes covered in the regional editions.

The author notes that the generalization of the data allows you to mark a significant transformation of the regional press, actively explore the online space, but the text, not graphics continues to be its primary. The structure of the text, its components and features, lexical and stylistic features gradually come to the fore.

Keywords: journalism, regional press, media texts, meaningful model, lexical and stylistic features, genre.

Актуальность предпринятого исследования региональной прессы 84 субъектов Российской Федерации обусловлена тем, что российской периодике как никогда нужно новое пополнение. Молодёжь же, которая больше ориентирована на технологию информационного производства, предпочитает электронные средства массовой информации и не видит в работе в газетной редакции для себя возможностей в реализации собственных планов на жизнь. Как следствие во многих вузах кафедры печатных СМИ начинают испытывать дефицит в студентах, которые предпочитают специализацию на кафедрах телевидения, радио и интернет-СМИ.

Очевидно, что это не так, и такой дисбаланс в выборе журналистской специализации неправомерен. Но для этого молодому поколению журналистов надо показать, что на сегодня представляет собой пресса, каковы тенденции возрождения газетной отрасли после действительно тяжелейшего для неё периода в свете новых технологических реалий.

Начало этому исследованию было положено в 2004 г., когда пресс-служба Совета Федерации Федерального собрания РФ организовала Всероссийский конкурс «Современная Россия глазами молодых», который затем проводила несколько лет подряд. Он был ориентирован на молодых журналистов региональных изданий и ставил своей целью стимулировать интерес молодёжи к общественно-политической жизни страны, активизировать участие молодёжных СМИ и журналистов. Так как желающих участвовать в конкурсе оказалось много, студентам факультета журналистики было предложено помочь в отборе и анализе присылаемых на конкурс материалов. Результатом этого взаимодействия с пресс-службой СФ стало написание ряда курсовых и дипломных работ по региональной прессе. Затем уже в самостоятельном режиме это исследование

было продолжено на отделении журналистики филиала Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в г. Севастополе. В результате общими стараниями студентов и выпускников этого вуза, а также преподавателей кафедры журналистики филиала было собрано и проанализировано большое количество публикаций, напечатанных в периодической печати нашей большой страны в течение 2004–2015 гг.

Данное исследование базируется на ряде принципов, которые были выработаны в ходе работы и позволили его структурировать. Прежде всего, мы исходим из того, что у газеты есть будущее. Газета не умерла, как предсказывали в 90-е гг. XX в., но она становится другой. Это первый принцип предпринятого исследования.

В последние десятилетия у издателей газет, редакторов и журналистов, которые в них работали, было достаточно причин для беспокойства. Им пришлось приспособиться к сокращению рынка газетной бумаги, к стремительному падению тиражей, к уменьшению читательской аудитории и её старению.

Новое средство доставки информации – Интернет, который недавно расценивался многими издателями газет как прямая угроза, со временем превратился для них в дополнительный источник новых возможностей. «Где бы мы ни оказывались, повсюду ощущалась новая эра и решимость при вступлении в новое столетие развивать уникальные возможности газет. Возможно, мы забыли урок истории: ведь новые СМИ никогда не заменяли уже существующие формы распространения информации, – отмечает Бенгт Браун, Президент WAN. – Возможно, мы просто недостаточно верили в собственные силы» [2, с. 9].

Пожалуй, для нас главное то, что в собственные силы начинают верить и редак-

торы и журналисты российской прессы. По данным Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), в 2010 г. в России зарегистрировано 6435 средств массовой информации, в том числе 4193 печатных, 1053 электронных, 1028 электронных периодических (распространяемых в Интернете), 161 информационное агентство.

Согласно отчётным документам Службы, на 01.01.2015 общее количество зарегистрированных СМИ составляло 867 943, из них печатных – 65 596, электронных – 15 694, электронных периодических изданий – 6220, информационных агентств – 1663 [8].

Как видим, в регионах России по-прежнему выходит несколько тысяч газет, в которых начались процессы трансформации. Газетная региональная индустрия осторожнее, чем федеральная, но вростает в онлайн-реалии. Прежде всего, она использует онлайн-инструментарий при сборе и обработке информации. Но постепенно многие российские газеты начинают повторять опыт западных коллег и инвестировать свои онлайн-проекты и делают это для собственного продвижения на новые рынки. Как следствие, в регионах начинают возникать и развиваться мультимедийные редакции. Они требуют специалистов, обладающих новыми компетенциями, прежде всего, технологического плана.

Специалисты считают, что новые технологии открывают их читателям новые способы поиска информации. Однако получаемый в результате огромный информационный массив лишь стимулирует спрос на молодых и профессиональных журналистов. «Исследования убеждают, что во многих странах растёт доля читающей газеты молодёжи. Интересно и то, что молодые люди, работающие с компьютерами и имеющие доступ в Интернет, потребляют больше (а не меньше!) газет, чем остальное население», – говорит Т. Болдинг [2, с. 18].

Собственно, чтобы газеты сохранились не только на ближайшее будущее, но и на века, им нужно новое поколение газетчиков. Оно должно обладать технологическими компетенциями и быть способным говорить на одном языке с молодым читателем, предпочитающим интернет-пространство. Это следующий, второй принцип, на кото-

ром строится данное исследование. Региональной прессе нужны профессионалы, выросшие уже в другую, технологически оснащённую эпоху.

Их нужно готовить, в том числе и на примере научных исследований. Причём это можно делать в процессе обучения профильным дисциплинам, что лишь стимулирует их изучение, заставляет обращаться к учебникам и специализированной литературе. Студентам надо показывать возможности газеты, варианты реализации себя в печатной журналистике.

Более того, специалисты рекомендуют журналистам «готовиться к «ренессансу» газетного содержания, что должно дать им значительные преимущества в продолжающейся информационной революции» [2, с. 10]. Это позволит им занять должное место в информационно-коммуникативном пространстве страны в целом, и на поле онлайн-информации в частности.

Но при этом надо учитывать, что в этом новом расширенном пространстве меняются и требования к тому, как подаётся информация. Такой подход позволяет реализовать третий принцип данного исследования, т. к., по мнению специалистов, «никому, кроме работающих “по старинке” журналистов, не интересен текст, изложенный сухим, канцелярским языком. Людей интересует “история” (*story*), у которой есть завязка, развитие, кульминация и развязка. Людей интересуют не сухие цифры, а человеческие судьбы. Любое событие человек “примеривает” на себя, осмысливает его через свою призму. Людям интересны подробности, даже мелкие, которые иногда вообще не заслуживают того, чтобы попасть в пресс-релиз. Но именно это люди и запоминают! Образ чего угодно складывается из мелких деталей и подробностей, чаще всего, эмоциональных» [4].

Сегодня становится возможным возвращение к отечественным ценностям, т. к. в стране по-прежнему издание газет – не просто бизнес. Это попытка донести до читателя правдивую информацию. Об этом свидетельствуют события последних дней, когда постоянно приходят сообщения о том, что кто-то из журналистов в регионах заплатил самую высокую цену за честный материал.

Анализ большого массива публикаций региональных изданий показывает, что за десятилетний период исследования нема-

ло событий произошло в мире и в нашем обществе. Многие из этого нашли своё отражение в прессе 84 субъектов Российской Федерации. Безусловно, это отражение разное.

Профессионализм и сегодня имеет огромное значение. Есть множество примеров, когда сильная личность, талант и тяжёлый труд позволяли переломить негативные тенденции и сохранить газету в регионе. Есть примеры в сегодняшней истории региональной журналистики, когда потрясающий успех районной газеты достигался исключительно за счёт профессионализма её сотрудников. Соответственно, молодым журналистам, которые выбрали региональное издание, надо помочь стать профессионалами. Поэтому следующий, не менее знаковый принцип: региональная пресса – это пресса молодых профессионалов, в равной степени владеющих традиционным журналистским мастерством и новыми информационными технологиями. Поэтому в процессе исследования мы ориентировались на молодую, подрастающую журналистику.

Таким образом, в основу работы были положены следующие принципы:

- у газеты есть будущее, но она становится другой;
- нужно новое поколение газетчиков, обладающее технологическими компетенциями;
- «ренессанс» газетного содержания, но другие подходы к подаче информации («история», ценностные ориентации, российская ментальность и т. д.);
- региональная пресса – это пресса молодых профессионалов, в равной степени владеющих традиционным журналистским мастерством и новыми информационными технологиями.

Формулировка данных принципов позволила структурировать исследование и сфокусировать внимание на анализе содержательной модели. При этом необходимо было учитывать специфику его организации, которая заключается в том, что его вели студенты на протяжении десяти лет в рамках учебного процесса. Поэтому задачи дробились, они формулировались с ориентацией на конкретного студента. Затем поэтапно материал собирался и обобщался. Позже он использовался в качестве учебного пособия. Сделать это было несложно,

т. к., затеяв исследование, мы исходили из современных подходов к печатному изданию, прежде всего, это необходимость концептуального осмысления перспектив каждого издания.

Эту работу выполняли студенты, начиная с первого курса, которые ориентировались на работы отечественных и зарубежных исследователей по системному подходу к СМИ, их типологическому анализу. Прежде всего, мы начинали с изучения концепции издания, которая означает, по мнению исследователей, генеральный замысел, в соответствии с которым и выпускается СМИ. Он считает, что «этот генеральный замысел, как правило, воплощается в виде специального документа, состоящего из трех частей:

- 1) миссии, декларирующей предназначение издания;
- 2) программы издания, которая даёт полное представление о классификационных признаках газеты или журнала;
- 3) комплекса моделей издания – содержательной, оформительской и организационной, – представляющего собой стратегическую проработку основных параметров издания» [3, с. 7].

Это могла быть концепция издания, которое анализировалось. Тогда предполагалась определённая реконструкция по итогам его изучения. Это могло быть и посещение редакции, когда студенты с помощью работников редакции постигали смысл этого понятия. Они видели, как на её основе разрабатываются текущие планы работы.

Это позволяло нам подойти к овладению понятием «типология печати» и определить место содержательной модели в структуре издания. При этом мы исходили из того, что, по мнению профессора М. В. Шкондина, «форма содержательна, содержание формировано. Похожие формы изданий часто отличаются их различным содержанием. Эту “содержательную” отличительность более чётко фиксирует понятие “модель”. Понятие “тип” характеризует определённую группу изданий» [9, с. 24].

В связи с этим необходимо было ввести в тезаурис студентов ещё ряд терминов. В данном случае прояснить возникшие у них вопросы по структурированию исследования помогало использование понятия «модель». При этом мы исходили из того, что «модель (от фр. *Modele*, от лат. *Modulus* –

«мера, образец») – в широком смысле любой образ, аналог кого-либо объекта, процесса, явления» [1, с. 744].

Предлагали студентам обратиться и к другим определениям этого понятия, например, к работе «Концепция современного периодического издания». В ней авторы пишут: «В нашем случае модель – это некий шаблон для оптимального выстраивания процесса изготовления информационного продукта, опирающегося на технологическую основу» [3, с. 27].

Тем самым мы отработывали технологию исследования как совокупность приёмов и способов осуществления профессиональной деятельности. В нашем случае – сбора и переработки различных видов информации о деятельности региональной прессы и превращения её в исследовательскую работу. Это позволяло студентам осваивать принципы написания курсовой и дипломной работы. Они уже начинали понимать, что совокупность моделей издания составляет тактику редакционного коллектива. Главное – они приходили самостоятельно к выводу, что для полноценного функционирования печатного издания надо иметь несколько моделей: содержательную, оформительскую (дизайнерскую), организационную, аудиторную и др.

Таким образом, мы подходили к центральной части исследования – содержательной модели региональной прессы. Акцент на филологическую составляющую в этой работе крайне важен, т. к. студенты должны увидеть нужность работы с текстом. Поэтому хорошей новостью для них становилось то, что значение информационного наполнения газет обеспечивает им вторую жизнь в Интернете. Но при этом они должны быть готовы к тому, что содержание в сети, скорее всего, уже облечено в самую невероятную форму. Это другой текст: более раскованный и менее структурированный.

Они видят, что это тенденции сегодняшнего дня, когда способы подачи и потребления информации через Интернет уже существенно изменили ландшафт всей нашей культуры, деятельности, да и всей жизни. Специалисты называют происходящие перемены «возрождением содержания» [2, с. 22].

Это означает, что в мире и традиционной газеты, и онлайн по-прежнему доминирует текст. К тому же, что рынок уже и региональной прессы всё более усложняется,

дробясь на отдельные сегменты, он в то же время ещё сильнее демонстрирует конкурентные преимущества хороших газет. «Ни одно другое СМИ, взятое в отдельности, не имеет тех возможностей, что есть у газет с их широчайшим охватом», – утверждает Т. Болдинг [2, с. 18].

Именно этот тип изданий в большинстве своём представляет региональная печать. Практика показала, что содержательная модель этих изданий отражает общие закономерности прессы. Она, по мнению исследователей, обычно «состоит из следующих компонентов: тематических направлений; жанровой палитры; модальности материалов; локальности материалов; источника информации; лексико-стилистических особенностей» [1, с. 27].

В процессе работы студенты анализируют все параметры содержательной модели. В рамках настоящей статьи рассмотрим более подробно только компонент «тематические направления», как он задаёт тональность исследования. Вполне закономерно, что формирование содержательной модели начинается с него, а точнее, с определения перечня тем, которые достаточно регулярно появляются в данном издании.

В ряде исследований представлен типовой перечень тем, характерный для региональной прессы. Но так как на первых порах наше исследование основывалось на публикациях Всероссийского конкурса «Современная Россия глазами молодых», в рамках которого были определены номинации, то мы и сохранили их в течение всего периода исследования. Тем более что они охватывали практически весь диапазон тем, свойственных молодёжным интересам и потребностям.

В нашем исследовании это были следующие номинации или тематики:

- «Формула успеха» (материалы, посвящённые системе российского образования и инициативам в области занятости молодёжи);
- «Право на жизнь» (проблемы наркомании, алкоголизма, СПИДа, правонарушений среди молодёжи);
- «Молодёжь и политика» (взаимодействие молодёжи и власти);
- «Долг службы» (Российская армия и флот, отношение молодёжи к воинской службе);

– «Молодёжная инициатива» (участие молодёжи в общественных объединениях, в молодёжных проектах);

– «Здоровое поколение» (развитие спорта и пропаганда здорового образа жизни, проблемы экологии);

– «Культурная пирамида» (тенденции молодёжной культуры, стили и направления современного искусства);

– «Россия в объективе» (фотоматериалы, отражающие различные аспекты жизни современной России).

Оказалось, определить тематическое направление не так просто, т. к., прежде всего, необходимо разобраться в заданной формулировке темы, т. е. в грамматическом, синтаксическом её оформлении. С этого студенты и начинали своё исследование. Уже затем они определяли объём темы, т. е. количество публикаций, подлежащих анализу, выясняли содержание темы.

Приведём фрагменты из нескольких работ, выполненных студентами на протяжении всего этого периода. Так, Валерия Новокрещенова пишет: «Проанализировав уже имеющийся архивный материал и собранный мною, я пришла к выводу, что выбранная мною тема в трактовке коллег принципиально отличается в понимании сочетания “молодёжь и политика” от того, что я о ней думаю. Ранее статьи подбирались согласно представлениям о том, как политика помогает молодым семьям, подросткам и детям. Я же понимаю тему “Молодёжь и политика” как непосредственное участие молодых людей в политическом процессе на разных уровнях».

Далее она свои рассуждения подтверждает несколькими печатными материалами, доказывая понимание темы. Например, в статье А. Сахарова говорится о том, что «областной спорткомитет не раз подвергался критике за невнимание к футболу в нашей области. Полтора месяца назад руководство спорткомитета решило обелить себя перед лицом любителей футбола и направило футбольным командам, участвующим в чемпионате области, проект положения о проведении первенства области и кубка по большому футболу в 2005 году. Положение один в один повторяет аналогичный документ, но только разработанный областной федерацией футбола. <...> Отличие только одно – облспорткомитет выделяет конкретную сумму на финансирование судейства» [5].

Затем она обосновывает свою трактовку понимания этого термина и уже в соответствии с ней подбирает и анализирует газетные публикации. По итогам своей работы она пишет: «В ходе проведённого мною исследования темы “Молодёжь и политика” были проанализированы материалы, временной охват которых – почти десятилетие. Я пришла к выводу, что само словосочетание “молодёжь и политика” претерпевает изменения. Даже его восприятие в ходе исторического процесса менялось: от получения стипендии и социальных бонусов до непосредственного участия молодых людей в различных властных структурах и организациях. Используемый в работе материал был представлен более чем десятью регионами РФ, также республиками Дагестан и Башкирией. Основной формой, рассказывающей о деятельности молодёжи в политике, была и остаётся информационная, новостная заметка или небольшая статья».

По такой же схеме: от обоснования понятия к анализу собранных публикаций – строится большинство студенческих исследований. Но важно, что эти темы их заинтересовали, и они хотят разобраться в том, чем им предстоит заняться.

Примером такой работы может служить исследование Алёны Пашковской. Она начинает своё рассуждение с вопроса: «Что такое успех? Что значит успех лично для меня? Этими вопросами, я думаю, время от времени задаётся каждый человек. Но сегодня мы будем рассматривать тему успеха не как её потребители, а как журналисты. Для этого мы рассмотрели подборку статей за десять лет (с 2003 по 2013 годы) из восьмидесяти четырёх регионов Российской Федерации и обнаружили интересные тенденции изменения как трактовки формулы успеха, так и самой подачи материалов».

Потребность раскрыть это понятие заставило её обратиться к различным источникам, о чём она и пишет в своей работе. «Итак, прежде чем приступать непосредственно к анализу, давайте определим, что такое формула успеха. Известный американский бизнесмен Дональд Трамп [6] определяет формулу успеха как возможность мыслить, если ты при этом состоятельный, богатый человек. Подобные определения мы можем найти в книгах Джона Кехо, Наполеона Хилла, Джона Максвелла и мно-

гих других писателей и предпринимателей. Российские журналисты описывали успех в разных областях жизни: в бизнесе, в образовании, в науке, спорте и в других сферах».

Далее в работе следует анализ публикаций и его результаты. Она сообщает, что ею было проанализировано 120 статей из собранной на кафедре базы данных по региональной прессе и найденных ею лично на сайтах ряда газет различных городов.

Данная выборка достаточно репрезентативна, что позволило сделать А. Пашковской следующие расчёты. Она считает, что, по её данным, больше всего успех описывается в спортивных достижениях – 32 %, на втором месте стоит образование – 22 %, на третьем – успех в личной жизни (семье, воспитании детей, персональной реализации) – 14 %. К сожалению, такие важные темы, как политика, экономика и наука, рассматриваются гораздо реже (политика – 3 %, экономика – 4 %, наука – 1 %). Сделанная ею подборка публикаций полностью подтверждает полученные её данные.

Остановимся ещё на одной работе, которая свидетельствует о том, что начинающие исследователи журналистики уже достаточно профессионально выполняют полученное задание. Это исследование Ксении Кокуновой. Она пишет: «Для выполнения любой работы, будь то журналистское задание или исследование, необходимо, прежде всего, ознакомиться с понятиями, представленными в теме. Для меня основным понятием становится “культурная пирамида”.

“Культурная пирамида (культурная стратификация) – иерархически выраженные различия людей, принадлежащих к одной культуре, но различающихся субкультурными, речевыми характеристиками, образом жизни, досуговыми и культурными предпочтениями” [7].

Таким образом, культурные интересы могут зависеть от различных факторов: социальных, возрастных, гендерных и др. Женщины и мужчины, взрослые и дети, жители городов и жители сёл будут проводить свой досуг по-разному. Подобные различия, само собой, будут проявляться и в журналистике различных регионов.

Рассматривая региональные СМИ, следует обратить внимание на темы, затрагиваемые в статьях. Изучив предоставленную базу данных и пополнив найденными мною

в сети, я пришла к выводу, что акценты, расставляемые региональными журналистами, отличаются от приоритетов журналистов мегаполисов. Крупные издания много внимания уделяют внешней и внутренней политике, различным международным мероприятиям. А на чём же фокусируется региональная пресса?»

Далее идёт подробный анализ публикаций, который сопровождается таблицами и гистограммами, наглядно показывающий интерес региональных газет к данной тематике. Автор исследования пишет: «Проанализировав 174 статьи из 84 регионов Российской Федерации, я пришла к выводу, что наиболее популярной темой в подобных изданиях является рассказ о выдающихся людях, живущих в данном регионе (14 % от материалов раздела “культура, общество”). Героями подобных статей становятся представители различных профессий. Так, например, в 2003 году газета “Лицей” рассказала о работе диджея Наиры, Анна Зайдова – о творчестве художника Амирхана Магомедова. В 2008 году архангельская газета “Правда Севера” познакомила читателей с семьей Фоминых, содержащих собственную творческую мастерскую. По моему мнению, такое количество статей о жителях регионов обусловлено влиянием социальных черт, присущих людям, живущим в небольших городах и сёлах.

Второе место по количеству занимают материалы о различных фестивалях, проводимых в регионе (13 %). Пик популярности подобных материалов приходится на 2004 год. Костяк этой темы составляют статьи о музыкальных мероприятиях: “Патрон, гитара и ‘черный тюльпан’” (фестиваль, посвящённый ветеранам), “На поэтической тропе наперевес с гитарой” (фестиваль студенческой авторской песни) (Белгород, 2004). Любит наш народ разные фестивали, а уж музыку хорошую послушать – и подавно. Подтверждением тому могут служить и небезызвестные фестивали “Нашествие”, “Максидром”, “Кубана”, которые всегда освещаются региональной прессой.

Третье место в списке тем занимают статьи о театральных мероприятиях (11 %). Лидером по театральным статьям стал 2012 год, представленный такими статьями, как “С премьерой, ‘Бальзаковский возраст’!” (преьера нового спектакля) (“Вечерний Барнаул”), “Английские гастроли нашего

Красноярского края” (лучшими артистами театра Великобритании признаны солисты красноярского театра оперы и балета) и др. С каждым годом статей о театре становится всё больше.

Далее по популярности следуют статьи о различных концертах (8 %) и выставках (8 %). Лидирующим по статьям этой области становится 2011 год, представленный статьями “Айфоны в галерее, бадминтон в балете” (статья об использовании смартфонов и планшетов для просмотра экспозиции) (“Деловое Прикамье”), “Мой любимый город” (выставка декоративно-прикладного искусства школьников) (“Каменные известия”), и др. (<http://cityinfo.info>, <http://www.zemlemer-67.ru>, <http://aphorism-list.com> и др.).

Безусловно, эти исследования преследовали цель – научить студентов собирать и обрабатывать материалы; помочь научиться рассуждать и выполнять логические действия. Но по мере его осуществления на протяжении долгого периода открывались другие смыслы этой работы. Они открывали себя и саму журналистику.

«Проанализировав полученные данные, – пишет К. Кокунова, – можно прийти к выводу, что более всего в регионах востребована тема жителей самих регионов. Людей интересуют люди, их занятия, их судьбы, причём не какие-то звёзды, а простые работяги, живущие по соседству».

Достаточно ёмкие фрагменты всего из трёх работ есть доказательство тому, как, выполняя эти исследования, студенты филиала, находящегося на территории Украины, открывали для себя Россию. Более того, эти молодые люди, закончившие школы по украинским программам с другими героями и декларируемыми теми ценностями, понимали, что они, жители Севастополя и Крыма, корнями в России. В свете последних событий, происходящих на Украине, эта работа приобретает значимость и в геополитическом плане, если учесть, что за шестнадцать лет сделано девять выпусков и кафедрой выпущено почти 230 студентов.

Было бы некоторым лукавством утверждать, что концепция исследования и его принципы были заранее разработаны. Много делалось по ходу изучения региональной журналистики. Постепенно расширялся диапазон исследования, более детально анализировались и другие параметры содержательной модели. Особое внимание

при этом стало уделяться анализу жанров публикаций. Так, на данный момент большинство молодых исследователей отмечает, что в региональной прессе преобладают информационные жанры. Аналитические жанры представлены крайне редко и не всегда достаточно профессионально.

Так как, несмотря на трансформацию региональной прессы и овладение ею онлайнового пространства, текст остаётся её основой. К тому же, и в мире онлайн по-прежнему доминирует текст. Поэтому и в процессе исследования структура текста, его компоненты и характеристики, лексико-стилистические особенности постепенно вышли на передовые позиции. Например, особое внимание студенты в представленных работах уделяют анализу заголовков, лидов, а также непосредственно самому содержанию публикаций.

Выводы, к которым они приходят в процессе работы, порой бывают диаметрально противоположны, порой совпадают. Так, Ксения Кокунова пишет: «Интересно наблюдать, как разительно со временем всё может поменяться. Журналисты региональных изданий, будто всё ещё ищут свою нишу. Однако не стоит забывать и о том, что стиль написания статей за одиннадцать лет не особо-то изменился. Меняя форму, журналисты совсем не пробуют экспериментировать с содержимым. Не очень-то интересно из года в год читать эти калькированные статьи. Встречаются и новаторы, не дичащиеся просторечной лексики в своих статьях о каких-либо событиях. Подобные приёмы вовсе не ухудшают статью, а идут на пользу, привнося нечто свежее. Например, статья “Тату: три балла до победы” (о третьем месте группы “Тату” на “Евровидении”) или «Ядерный титбит: философия радости» (о новой компьютерной игре), статьи Дениса Шалаева, 2003 г.».

Другой позиции придерживается Дарья Ваулина. Она утверждает: «Мало того, удручающее впечатление производят темы, на которые пишут молодые журналисты. Я достаточно часто езжу в командировки в разные города России и прекрасно представляю, как и чем там живёт молодёжь. Но, когда я читаю региональную прессу, по большому счёту написанную этими же людьми, у меня складывается впечатление, что эти журналисты прилетели с другой планеты! Молодёжь – это жизнь, бодрость,

энергия! Но в прессе на это нет даже намёка! Большинство материалов написаны наискущнейшим языком».

Очевидно, это и есть результат исследования, которое велось десять лет в рамках учебного процесса. К тому же готовящаяся к публикации хрестоматия в рабочем варианте является действующим учебным пособием, и постоянно пополняется новыми текстами, которые собирают студенты в процессе чтения профильных курсов. Тем самым эта работа позволяет утверждать, что исследовательская деятельность правомерна в учебном процессе. Вместе с тем она полезна студентам, т. к. изменяет их представление о газетном деле.

Студенты получают реальное представление о региональной печати, что позволяет им сделать осознанный выбор своего

будущего места работы. Именно поэтому выпускники отделения журналистики филиала связывают свою судьбу с местными изданиями, информационными агентствами, пресс-службами Крымского полуострова и Севастополя.

Это означает, что, видя все сложности региональной прессы, студенты, которые участвовали в исследовательской работе, не отказывают ей в будущем существовании. Более того, они уверены в том, что без этих газет жителям больших и малых городов, обществу в целом не обойтись. Они понимают, что многое в определённой степени зависит и от них, тех, кто сначала пришёл в вуз учиться журналистике, а теперь готов связать свою судьбу со своей городской или районной газетой и сделать её востребованной.

Список литературы

1. Большой энциклопедический словарь. М.: Больш. Рос. энцикл., 1997. 1456 с.
2. Газеты на пороге новой эры // 52-й Всемир. газ. конгресс (Москва, июнь 1999 г.). М., 2001.
3. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания: учеб.-метод. пособие. М.: МедиаМир, 2012. 344 с.
4. Литвинович М. Как интернет меняет медиaprostranstvo [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.intelros.ru/intelros/reiting_09/material_sofiy/8763-kak-internet-menyaet-mediaprostranstvo.html (дата обращения: 30.01.2015).
5. Сахаров А. Чиновники сделали шаг навстречу футболу [Электронный ресурс] // Правда Севера. 2005. 11 янв. Режим доступа: <http://www.pravdasevera.ru/?id=15676> (дата обращения: 30.01.2015).
6. Трамп Д. Думай как миллионер М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 250 с.
7. Портал фонд знаний «Ломоносов» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0128661> (дата обращения: 30.01.2015).
8. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rsoc.ru/news/rsoc/news14748.htm?print=1> (дата обращения: 30.01.2015).
9. Шкондин М. В. Системная типологическая модель СМИ. М., 2002. 156 с.

References

1. Bol'shoi entsiklopedicheski slovar'. M.: Bol'sh. Ros. entsikl., 1997. 1456 s.
2. Gazety na poroge novoi ery // 52-i Vsemir. gaz. kongress (Moskva, iyun' 1999 g.). M., 2001.
3. Dzyaloshinskii I. M., Dzyaloshinskaya M. I. Kontseptsiya sovremennogo periodicheskogo izdaniya: ucheb.-metod. posobie. M.: MediaMir, 2012. 344 s.
4. Litvinovich M. Kak internet menyaet mediprostranstvo [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: http://www.intelros.ru/intelros/reiting_09/material_sofiy/8763-kak-internet-menyaet-mediaprostranstvo.html (data obrashcheniya: 30.01.2015).
5. Sakharov A. Chinovniki sdelali shazhok navstrechu futbolu [Elektronnyi resurs] // Pravda Severa. 2005. 11 yanv. Rezhim dostupa: <http://www.pravdasevera.ru/?id=15676> (data obrashcheniya: 30.01.2015).
6. Tramp D. Dumai kak millioner M.: Al'pina Biznes Buks, 2007. 250 s.
7. Portal fond znaniy «Lomonosov» [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0128661> (data obrashcheniya: 30.01.2015).
8. Federal'naya sluzhba po nadzoru v sfere svyazi, informatsionnykh tekhnologii i mas-sovykh kommunikatsii (Roskomnadzor) [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.rsoc.ru/news/rsoc/news14748.htm?print=1> (data obrashcheniya: 30.01.2015).
9. Shkondin M. V. Sistemnaya tipologicheskaya model' SMI. M., 2002. 156 s.

Статья поступила в редакцию 02.02.2015