

УДК 070.41(477.61)

ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТ “РІО-ПЛЮС” ТА “КРАСНОДОНСКИЕ ВЕСТИ”)

Олена Довженко

*Луганський національний університет імені Тараса Шевченка,
бул. Оборонна, 2, 91011, м. Луганськ, Україна, e-mail: mail@luguniv.edu.ua*

У статті автор звертає увагу на рубрики регіональної періодики.

Ключові слова: постійні рубрики, регіональні газети, соціум, інтерактивність.

На сучасному етапі українські вчені-журналістикознавці вважають актуальним вивчення прикладних особливостей регіональних українських масмедіа. Можна назвати таких дослідників: Ю. Фінклер [6], М. Недопитанський [4], А. Левченко [3], М. Василенко [1].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що питання про особливості регіональної газети залишається мало дослідженим. Але ігнорувати територіальний чинник не можна, оскільки він “серйозно впливає на змістовно-тематичну модель газети, на систему її рубрик, на форми роботи редакції з читачами, не кажучи вже про методи розповсюдження видання” [2, с.70].

Перед регіональною пресою постає завдання інформувати населення, слугувати засобом спілкування, давати поради, відповідати на питання читачів. А. Левченко справедливо зазначає, що “регіональні ЗМІ залишаються єдиним джерелом отримання місцевої інформації” [3]. С. Гуревич називає газету соціальним посередником і ефективним засобом міжособистісного і колективного спілкування людей та зазначає, що друковане періодичне видання і перш за все газета “дозволяє громадянину звернутися індивідуально до конкретної людини або до багатьох, що входять в читацьку аудиторію видання. Дозволяє йому звернутися до газети за порадою, отримати рекомендацію, обговорити з співгромадянами свою ідею, взяти участь в полеміці і т.п. Газета стає для нього трибуною, консультантом, довідковим бюро і головне — джерелом інформації, необхідної йому для вирішення життєво важливих питань” [2, с. 11]. Професіоналізм регіональної газети полягає в умінні інформувати, відгукуватися на актуальні питання міста.

Ми спробуємо визначити, які рубрики доречні в регіональних суспільно-політичних тижневиках “РІО-Плюс” (м. Алчевськ) та “Краснодонские вести”. Для цього подамо інформацію у таблиці, де зазначено, які рубрики наявні в аналізованих газетах.

Таблиця.

Тематика рубрик	Назва газети	
	“РІО-Плюс”	“Краснодонские вести”
1	2	3
Рубрики (або публікації), у яких подають офіційну інформацію	“Город и власть” “Тарифы повысят «более постепенно»” “Прислушаются ли к предпринимателям?” “Нацбанк сводит депозитные счета” “Деловые новости”	“В центре внимания” “Что случилось” “Местное время” “Что случилось за неделю” “Отчёт” “Так работают шахтёры”
Рубрики, які сприяють комунікації місцевої громади	“Человек и право” “Социум”	“Обратная связь” “Спросите у “КВ”” “Диалог” “Поздравляем!” Фоторубрики “Вместе весело живём”, “Жизнь в объективе. Фотографирует Краснодон” Фотоконкурс “Сами с усами” “Мы там были”
Рубрики (або публікації), у яких висвітлюють місцеві проблеми	“В ДонГТУ бюджетные места сокращать не будут” “Не искушай” “Тёплые окна”	“Накипело” “Так и живём” “Позитив” “Тарифы” “Будет завод?”
Рубрики, у яких розглядають побутові теми	“Полезные советы” “Афиша”	“Постный стол — вкусный стол” “Афиша ДК им. «Молодой гвардии»”
Рубрики розважального характеру	“На досуге”: астрологічний прогноз, “На поэтической волне”, кросворд, “Мир увлечений”	“Шевели мозгами” Сканворд
Рубрики (або публікації), у яких йдеться про історію міста, про відомих людей	“«Афганцы»: жить и помнить” “Во имя павших и живых” “Талантливые дети”	“Нить жизни”
Рубрики (або публікації), присвячені загальнодержавним та міжнародним проблемам	“Янукович о реформах: «Это не кампанейщина и не дань моде»” “SMS-жалобы на гаишников санкционировало МВД” “Мука может подорожать?”	“Абитуриентам” “Отцы и дети”

Рубрики і заголовки публікацій, систематизовано подані в таблиці, дозволяють виокремити характерні ознаки регіональної газети:

1) в обох тижневиках є рубрики, за допомогою яких можна залучати читачів до активної участі у створенні газети. Адже, на думку теоретика масової комунікації К. Серажим, “дії журналістів має визначати не влада, а населення. Журналісти повинні залучати населення до формулювання запитань та участі в обговоренні проблем. Залучати не вибірково, а системно й масово” [5, с.176]. Редакції обох газет намагаються це робити. Так, у газеті “РІО-плюс” є рубрики “Человек и право”, “Социум”, у газеті “Краснодонские вести” — “Обратная связь”, “Спросите у “КВ”, “Диалог”.

Підтриманню зв’язку з читачами сприяють рубрики “Вместе весело живём”, “Жизнь в объективе. Фотографирует Краснодон”, “Сами с усами” (у газеті “Краснодонские вести”). Можна порадишити запровадити подібні рубрики і в газеті “РІО-Плюс”.

2) рубрики, в яких розповідають про історію міста, про відомих людей. Це дає можливість читачам стати одними із героїв газети. “Західний досвід рекомендує використовувати місцеву пресу як засіб комунікації для місцевої громади (інформація про події, що відбулися за останній період у житті самих читачів, або ж про ті, учасниками яких вони були). Читача приваблює також перспектива стати одним із героїв газети” [4]. Дослідник М. Недопитанський наводить статистику: впродовж трьох років події з життя кожної американської сім’ї того чи того містечка висвітлюють на шпальтах місцевої газети один раз. “І кожне таке потрапляння, безумовно, розцінюється як непересічна подія, що створює певну ауру місцевої газети: доступної, поінформованої, обізнаної з життям читацької аудиторії” [4]. В обох тижневиках є відповідні рубрики і публікації: “Афганцы”: *жить и помнят*”, “Во имя павших и живых”, “Талантливые дети” (у газеті “РІО-Плюс”); “Нить жизни” (у газеті “Краснодонские вести”).

3) у газеті “РІО-плюс” є літературна сторінка “На поэтической волне”. Можна порадишити започаткувати рубрику “Літературна сторінка” і в газеті “Краснодонские вести”.

4) в обох газетах є рубрики розважального характеру “На досуге”, “Мир увлечений”, кросворд (у газеті “РІО-Плюс”); “Шевели мозгами”, сканворд (у газеті “Краснодонские вести”). Це є доречним, як вважає Ю. Фінклер у статті “Регіональна преса України в контексті соціального замовлення аудиторії” [6].

5) теми, що висвітлюють тижневики “Краснодонские вести” та “РІО-плюс”, можна впевнено назвати типовими для регіональних газет. Вони, як зазначає М. Недопитанський: “мають бути приземленими, тобто не цуратися суто побутових тем: цін на місцевому базарі, рейтинг побутово-розважальних закладів тощо” [4]. Загальнодержавним проблемам приділено набагато менше уваги, тому що регіональна газета не завжди має можливість оплатити відрядження своїх кореспондентів до Києва, щоб ті компетентно висвітлили події. А. Левченко вважає, що “чи не найбільшою особливістю в роботі регіональних засобів комунікації є те, що будь-які події загальнодержавної значущості, будь-які соціальні, економічні, політичні проблеми сприймаються виключно через призму того, як може та чи інша подія вплинути на життя даного регіону” [3].

6) У газеті “Краснодонские вести” в рубриках “Обратная связь”, “Диалог” подають номери телефонів телефонної лінії “Спросите у “КВ” з таким зверненням до читачів: “Сообщайте обо всём, что болит, мучает, мешает жить, радует, ободряет, вдохновляет, заставляет задуматься”. Для регіональної газети це краще, ніж подавати електронну адресу автора. Можна було по-радити і газеті “РИО-плюс” подавати телефон редакції.

Отже, можна зробити висновок, що рубрики і матеріали газет “РИО-Плюс” та “Краснодонские вести” характерні для регіональної преси і доречні. Більша частина матеріалів присвячена висвітленню місцевих проблем. Є рубрики на побутову тематику, вміщено анонси вистав, прогноз погоди. Досліджувані видання виконують свою суспільну місію: інформують, розважають, встановлюють комунікаційний зв’язок між громадою регіону.

Результати, які ми подали в статті, є частиною кафедральної теми: “Дослідження в галузі соціальної комунікації: історія, теорія, регіональний дискурс”.

-
1. Василенко М. К. Організація друкованого видання. Записки практика // Регіональні ЗМІ України: історія, стан, перспективи розвитку: матеріали І Міжнар. наук. конф.: У 3 т. — Т. III. / Відп. ред. В. М. Галич; Держ. закл. “Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка”. — Луганськ: Вид-во ДЗ “ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2010. — С.194–202.
 2. Гуревич С. М. Газета: Вчора, сьогодні, завтра: Учебное пособие для вузов — М.: Аспект Пресс, 2004. — 288 с.
 3. Левченко А. М. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства // Електронна бібліотека Інституту журналістики [Електрон. ресурс] — Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1381>
 4. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект // Електронна бібліотека Інституту журналістики [Електрон. ресурс] — Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1553>
 5. Серажим К. С. Текстознавство: Підручник — К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2008. — 527 с.
 6. Фінклер Ю. Є. Регіональна преса України в контексті соціального замовлення аудиторії // Електронна бібліотека Інституту журналістики [Електрон. ресурс] — Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1516>.

**PECULIARITY OF REGIONAL PRESS
("RIO-PLUS" AND "KRASNODONSKIE VESTI" EXAMPLE)**

Olena Dovzhenko

Luhansk Taras Shevchenko National University,
Oboronna str. 2, 91011, Luhansk, Ukraine

E-mail: mail@luguniv.edu.ua

The author of the article pays attention to the rubric in the regional periodical.

Key words: constant rubric, regional press, society, interactivity.

**ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ
(НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ "РИО-ПЛЮС"
И "КРАСНОДОНСКИЕ ВЕСТИ")**

Елена Довженко

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко,
ул. Оборонная, 2, 91011, Луганск, Украина

E-mail: mail@luguniv.edu.ua

В статье автор уделяет внимание рубрикам региональной периодики.

Ключевые слова: постоянные рубрики, региональные газеты, социум, интерактивность.

Стаття надійшла до редколегії 01.09.2011

Прийнята до друку 26.09.2011