*Конференция «Вернандский – Удмуртия»*

Секция «Журналистика»

**Проблематика современной районной газеты (на примере газеты «Нива» Кировской области)**

***Микрюкова Лада Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия

*E-mail:* [*lada.mikryukova@bk.ru*](mailto:lada.mikryukova@bk.ru)

В мире современных СМИ районная газета имеет особый статус. Популярное среди читателей старшего поколения, местное издание всё меньше привлекает внимание молодёжи. Если ранее практически в каждой семье «районка» была настольной литературой, обязательной к прочтению, сейчас подписку на издание оформляют гораздо реже.

Отсутствие положительной динамики размера тиража, уменьшение государственных субсидий, не всегда равные условия труда и заработной платы журналистов и, как следствие, отсутствие желания у молодых специалистов работать в «районках» может привести либо к полной трансформации, либо к «вымиранию» этого вида печатного издания.

**Объектом** нашего исследования было выбрано издание – районная газета «Нива» (Зуевский район Кировской области), с 2023 года относится к издательскому дому «Вятский издательский дом – Запад» с головным офисом в г. Советск Кировской области. Газета выходит один раз в неделю, по четвергам, в чёрно-белом исполнении на 12 полосах. Тираж – 2606 экземпляров. **Предмет** исследования – анализ внешних и внутренних проблем районной газеты с целью выработки вектора развития местного издания.

Основными темами газеты являются: освещение работы местной и региональной законодательной и исполнительной властей, новости района, зарисовки о сельских поселениях, людях труда, сельском хозяйстве, а также освещение событий и мероприятий локального масштаба. Газета получает субсидии из правительства области, имеет доход от рекламы. На данный момент в редакции работает 10 человек.

**Внешние проблемы газеты «Нива»:**

1. Низкое субсидирование работы районных газет областной властью.

2. Большой объём государственного задания.

3. Зависимость от внутренней политики издательского дома.

4. Большой объём предлагаемых материалов.

5. Отношения с органами районной власти.

6. Читательская «элита».

**Внутренние проблемы газеты «Нива»:**

1. Технические проблемы (проблемы, связанные непосредственно с процессом создания газеты).

2. Коллективно-коммуникационные проблемы: взаимоотношения работников редакции, распределение обязанностей сотрудников, старение кадров и т.д.

3. Проблемы внутренней политики редакции: организация работы редакции, собственное определение руководителя рабочих задач и т.д.

Для решения данных проблем необходимо провести корректировку стратегии, которая позволит успешно вести работу и в современном мире, не только выжить, но и завоевать новые позиции. Исследователи предлагают различные методы, приемы, при использовании которых возможно добиться положительных изменений. О. В. Смирнова выделяет стратегии современных печатных СМИ, которые должны включать такие ключевые составляющие:

– стратегия цифрового развития печатных СМИ или развитие мультимедиа-сопровождения СМИ;

– стратегия поддержания высокого уровня профессионализма журналистов и качества содержания издания;

– стратегия восстановления репутации печатных СМИ как действующих и необходимых обществу [4, с. 9], [1, с. 31–32].

Е. Л. Вартанова утверждает, что региональные и местные СМИ выживают более успешно, чем федеральные благодаря востребованности у местной аудитории и росту её интереса к локальной информации [2, с. 122]. Н. М. Фролова также отмечает, что местная пресса по-прежнему актуальна у огромной части населения страны и по сей день остается одним из главных источников информации [5, с. 2].

На примере газеты «Нива» эти утверждения можно оспорить. Если раньше в каждом учреждении считалось обязательным иметь подшивку «районки», сейчас на это даже не выделяются средства из внутреннего бюджета организаций. Газету выписывают, в основном, читатели старшего поколения, молодёжь в качестве источника локальной информации предпочитает местные паблики-«сплетники» в социальных сетях, поскольку считает, что острые проблемы обсуждаются именно там, ведь газета о них не пишет.

Также Е. Л. Вартанова говорит, что выживают и даже развиваются районные газеты, довольно устойчиво востребованные местной аудиторией. Тиражи местных газет составляют 3–5 тыс. экз. [2, с. 125]. Слово «выживают» как нельзя лучше подходит к реалиям существования современных «районок». Относительно тиражей местных газет можно сказать следующее: главный показатель работы «районок» уже давно менее трёх тысяч.

Большое количество населения получает информацию, в основном, из интернет-источников, в том числе через медиаплощадки печатных СМИ, а также через телевидение. То же самое касается локальной информации. Однако укоренённую в обществе аксиому, что скорая смерть печатных СМИ – дело решённое [3], могут разрушить сами журналисты. Самоотверженный труд на благо «районок», творческое и нестандартное решение поставленных задач, тесное взаимодействие с властью, социальными институтами и, прежде всего, с читателями, могут спасти газеты для мира достоверной, полной и интересной информации, который легко может быть потерян.

**Источники и литература**

1. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М., 2013.– 277 с.
2. Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2021. – 384 с.

3. Мирошниченко А. А. Когда умрут газеты // Режим доступа: <https://magazines.gorky.media/znamia/2011/10/andrej-miroshnichenko-kogda-umrut-gazety.html> (Дата обращения 08.05.2023).

4. Смирнова О. В. Печатные медиа в эпоху цифровых технологий // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2013. – №6.– С. 25–37.

5. Фролова Н. М. Районная пресса в информационном поле регио­нального социума // «Научное периодическое издание «INSITU». – 2016. – №9. – С. 28–31.