

**Чеботарева А. С.**

Волгоградский государственный  
университет  
Волгоград (Российская Федерация)  
*as\_matveeva@volsu.ru*

**РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ  
МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ  
МУНИЦИПАЛЬНЫХ  
ОРГАНОВ ВЛАСТИ  
ВОЛГОГРАДСКОЙ  
ОБЛАСТИ**

**Аннотация.** В статье рассматривается проблемы развития локальных СМИ Волгоградской области в контексте цифровизации медиапространства. Выявлены особенности трансформации концепции издания в условиях существования новых медиа.

**Ключевые слова:** цифровизация СМИ, локальные издания.

Цифровое развитие в значительной степени меняет региональный медиаландшафт Волгоградской области. Концепция локальной газеты – районки – переходит в цифровую среду, меняются формы средств массовой информации и приемы профессиональной деятельности, модели взаимодействия с аудиторией. Цифровая действительность дает региональным медиа как новые возможности, так и несет новые вызовы. Актуальность представляет изучение того, как модель локальной газеты реализуется в новых исторических и технологических реалиях.

Основным средством коммуникации муниципальных органов власти и жителей районов Волгоградской области были газеты, история которых начинается в годы советской власти со всеми присущими функциями СМИ того периода. На текущий момент в Волгоградской области зарегистрировано 35 газет, учредителями которых выступают администрации районов. Контент и форма газет сформировали типичный для локального СМИ формат. В основе успеха районки лежит близость к читателю, способность вести диалог с аудиторией, организовывать прямой контакт сельских жителей с представителями власти, давать полезную юридическую, потребительскую и другую информацию, универсализм тематики. При этом характер учредительских отношений предполагает значительных объем положительных материалов о деятельности местных органов власти. Кроме того, следует отметить влияние администрации Волгоградской области на информационную политику локальных газет. Отдельные пресс-релизы и программные статьи, подготовленные пресс-службой губернатора, издаются практически одновременно во всех районках на первых полосах.

В основе волгоградских районов также лежат материалы по вопросам социальной сферы, зарисовки (или житейские истории) о знаменитых земляках, краеведческие статьи. Так, газета «Заволжье» провела исторические разыскания, опубликовала циклы очерков. Немалое место занимают истории тружеников села, семейных трудовых династий, ветеранов войны и труда.

Профессиональные праздники становятся поводом для рассказа о положительном конкретном труженике. Так формируется особенность районной прессы, которая выражается в преобладании «бодрого, оптимистичного тона» [1, с. 17], что определяет ценностно-ориентирующую, организаторскую функции локальной газеты и функцию психологической поддержки.

В 2000–2010-х годах районным изданиям приходилось конкурировать с частными рекламно-информационными («Новое время – Михайловка», «Легкий день», «Заволжские известия», «Компас», «Неделя города. Волжский», «Провинциальная правда»). Популярность частных СМИ в отдельных районах заставляет редакции менять контент и дизайн районов. Так, создание в 2016–2017 гг. в пос. Дубовка Волгоградской области частных газет «Дубовская правда» и «Провинциальная правда», отличавшихся критикой в отношении главы района, повлияло на расширение тематики муниципальной газеты «Сельская новь» (появились статьи о проблемах жителей, корреспонденции, интервью) и изменение формата: издание перешло с формата А4 на А3, стало выходить в цвете, увеличилась полосность. В отдельных выпусках оба издания оценивали работу конкурирующих редакций, высказывали мнения в отношении деятельности главы района [2].

Следует также отметить, что меняется оформление районов, в частности за счет увеличения количества фотографий. При этом прослеживаются шаблонные сюжеты: изображение всех участников мероприятия, стоящих рядом (протокольное фото), людей на фоне техники или в интерьере, отражающем его профессиональную принадлежность. В ряде изданий при верстке макета добавляется воздух, вводятся радикалы, увеличиваются межколонные пространства, исчезают линейки. Постепенно сокращается количество используемых заголовочных шрифтов в границах одного макета, от «украшательства» районки переходят к стандартизации графических приемов, что делает верстку более логичной и понятной.

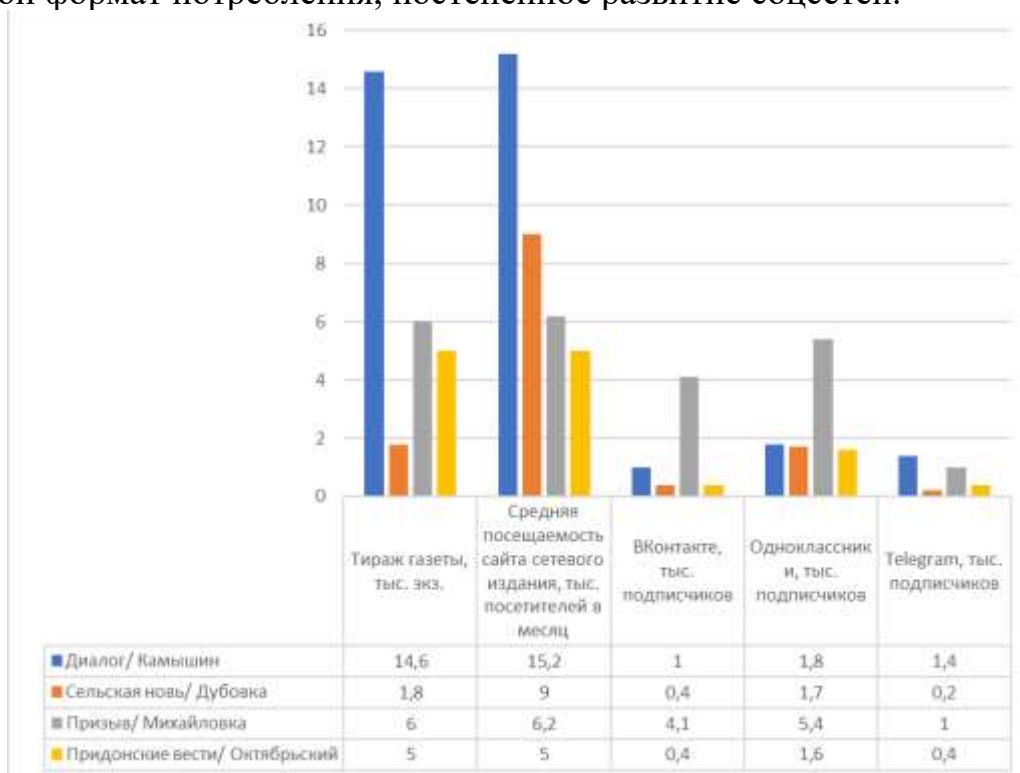
В 2000–2010-х годах администрации районов Волгоградской области осваивают теле- и радиоэфир: по данным на 2017 г. были зарегистрированы 27 теле- и радиопрограмм, 6 теле- и радиоканалов. К началу 2020 эти СМИ практически полностью прекращают свою деятельность (по данным на 2022 г. в области зарегистрирована 1 телепрограмма, 1 -телеканал, 1 радиоканал).

С середины 2010-х гг. печатные районки переходят в сеть Интернет: практически все редакции регистрируют сетевые издания с аналогичным газетному названию. На первых порах эти СМИ представляли кальку с печатных выпусков СМИ, ленту новостей районной администрации с упрощенным дизайном. На текущий момент сетевые районки размещают уникальные материалы, видеоконтент, ссылки на полезный контент, проводят голосования, имеют раздел с частными объявлениями («Придонские вести», <https://pvesti.ru>; «Призыв.Ру», <https://priziv34.ru>).

Цифровизация позволила расширить присутствие районов в социальных сетях и мессенджерах: «ВКонтакте», «Одноклассники», «YouTube», «Telegram». При этом формат локальной газеты сохраняется и представляется собой репосты на сайт сетевого издания, на группы органов местной власти с новостями района и области, разъяснения решений власти, опровержения фейков, объявления рядовых жителей («Наш Камышин» ([https://t.me/nash\\_kamyshin](https://t.me/nash_kamyshin))). Отдельные районные сообщества допускают комментарии пользователей, что обеспечивает обратную связь с аудиторией.

Для советской районной газеты обратная связь с аудиторией строилась на письмах читателей. Интерактивные возможности сетевых изданий и соцсетей еще недостаточно используются в волгоградских районных редакциях. Комментарии к сообщениям практически нет, пользователи частных сетевых изданий и невластных сообществ чаще высказывают свое мнение или проявляют реакцию на публикации.

Соотношение количественных данных по тиражу отдельных газет, сетевых изданий, подписчиков в различных социальных сетях (таб. 1.) отражает текущие тенденции в развитии районов, повышенный спрос на сетевой формат потребления, постепенное развитие соцсетей.



Таб. 1. Соотношение тиража, посещаемости сетевых изданий и аудитории социальных сетей районных СМИ.

Формат локальной газеты в современных условиях продолжает выполнять свою функцию как средство массовой коммуникации и играть важную роль в выстраивании коммуникации между властью и жителями.

### Список литературы

1. Вайнонен Н. Пулеметная районка: все четыре колеса. Журналист. – 2004. – №9. – С.17.
2. Яснов А. Выживет ли в Дубовском районе «Дубовская правда». [Электронный ресурс]. URL: <http://gg34.ru/society/24693--1-r.html> (дата обращения: 20.10.2022).