

Общероссийская пресса в
общественно-политическом


контексте
Лекция VI

Содержание лекции

- ? Практика реализации концептуальных моделей общественно-политической прессы России: тематические, жанровые, стилевые особенности.
- ? Принципы формирования авторского корпуса.
- ? Особенности комплекса общественно-политических функций изданий данного типа.
- ? Организация общероссийского диалога в общественно-политических СМИ и практика реализации дискуссий такого рода.
- ? Тип информационно-аналитического еженедельника.



- ? Правомерно говорить об исторических типах журналистики.

 - ? Мы используем слово «модель», так как мы рассматриваем определенные конструкции прессы, а не только ее классификация на фоне сменяющихся исторических периодов.
 - ? Кроме того, введение этого понятия позволяет избежать терминологической путаницы с другой темой — типологией СМИ.
 - ? В конструкцию входят две главные составляющие — место и роль журналистики в той или иной социальной системе и обусловленная ими практика, то есть методика и техника труда.
-
- 

? Модель журналистики — явление конкретно-историческое.

? Историческая среда для прессы представляет собой сложнейшее переплетение факторов:

? социально-государственное устройство,


? преобладающие идеологические течения,

? культурные традиции и особенности нации,

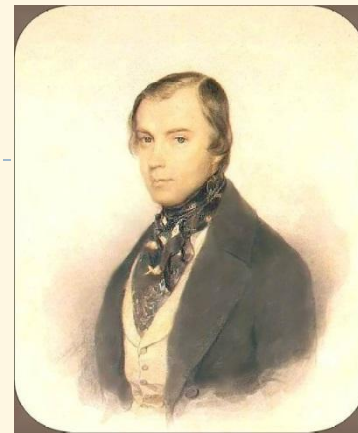
? уровень зрелости журналистской профессии


? и др.



- ? Если мы так понимаем происхождение моделей, то исчезает почва для их прямолинейного сопоставления, вплоть до того, что иногда становится неуместной их критическая оценка по меркам другой социальной формации.
- ? Модель прессы хороша постольку, поскольку она адекватна среде, в которой существует. Конечно, речь идет не о сиюминутной конъюнктуре, а о глубинной природе данного общества и перспективах его прогрессивного изменения.
-
- 

- ? История России знает случаи, когда оригинальные, но чужеродные для данных обстоятельств модели печати отторгались средой.
- ? В середине XIX в. О. И. Сенковский, известный под псевдонимом Барон Брамбеус, выпускал журнал «Библиотека для чтения».
- ? На протяжении десятилетий он с подвижническим упорством пытался внедрить тип «легкого» издания, насыщенного более занимательными историями и фактами, чем идеями, и ему удалось завоевать популярность у массовой аудитории.



-
- ? Однако интеллектуальная публика, лидеры общественного мнения считали своими кумирами публицистов совсем другого склада — тех, кого Н. Г. Чернышевский называл колонновожатыми, духовными вождями.
 - ? Соответственно, у критиков-современников деятельность Сенковского не получила признания.
-
- 

? Чернышевский резюмировал его деятельность следующими словами:
«Иметь столько дарований — и растратить их совершенно понапрасну...»



? Но уже в конце XIX — начале XX в. в России утвердился буржуазный уклад жизни, ведущим типом издания **стала газета, а не толстый публицистический журнал.**

? Общепризнанной нормой стала пресса, которую олицетворяли летучий, вездесущий репортер В. Гиляровский, фельетонист В. Дорошевич, называвший печать **приятным утренним собеседником, не обременявшая себя моральными принципами,** газета А. Суворина «Новое время» с ее миллионными тиражами.





- ? Одна из моделей российской прессы в конкретный исторический период – монархическая.
- ? Познакомимся с фрагментами отчета о Высочайшем смотре потешным частям на Марсовом поле, помещенного в журнале «Огонек» (1913 г.) — художественно-литературном, т.е. отдаленном от политики, издании.
- ? Имеются в виду военные игры, которым, кстати сказать, журнал посвятил и несколько крупноформатных снимков, запечатлевших в первую очередь участие в смотре императорской фамилии:



? «В 11 часов на яхте "Александрия" прибыли Государь Император и проследовал с Наследником Цесаревичем и Августейшими Дочерями на катере "Петергоф" к Марсову полю, в сопровождении лиц свиты и начальствующих особ. Потешные склонили стяги, взяли на караул, забили барабаны, заиграла музыка. Командующий парадом... рапортовал Его Императорскому Величеству. Государь Император верхом въехал на поле, Наследник Цесаревич и Августейшие Дочери следовали в коляске. При звуках гимна и кликах ребят Государь объехал, здороваясь, ряды потешных. Перед царской палаткой расположились министры и высшие военные чины. Государь верхом занял место перед ними, и начались гимнастические упражнения...



- ? Осмотрев приготовленные для лучших потешных частей призы, Государь отпустил стоявшего на часах потешного, благодарил заведующих организациями и проследовал в Мраморный дворец, где депутации ожидали Его Величество с подношениями. Приняв депутации, Государь отбыл на яхту "Александрия" для следования в Петергоф».
- ? Собственно действию на Марсовом поле отводится один абзац, да еще упоминание о том, что в Народном доме участников смотра «обильно накормили обедом и сладостями».
- 

-
- ? **Буржуазно-демократическая модель прессы – крупнейшее явление современной цивилизации.**
 - ? В историческом времени его развитие разделяется на две фазы — **раннюю и зрелую.**
-
- 

- ? На ранней фазе пресса непосредственно «вытекала» из идеологии Просвещения и по своему социальному существу, по конечным устремлениям носила буржуазно-демократический характер.
- ? Заявившая о себе при феодализме, будучи оппозиционной к режиму власти, она имела заостренную антифеодальную и антиклерикальную направленность, в творчестве самых решительных своих представителей выступала против монархической власти, за утверждение бессословного равенства и гражданских свобод.
- ? Эти свойства буржуазно-демократической прессы определяли содержание и стиль изданий.



-
- ? Мы обратимся к выразительному примеру — многогранной деятельности издателя и публициста Н. И. Новикова.
 - ? Расцвет его творчества пришелся на царствование Екатерины II (вторая половина XVIII в.), т.е. на период, когда в России все настойчивее звучали голоса в защиту либерально-гражданских ценностей.
-



- ? Он избрал для себя рискованную миссию быть прямым оппонентом императрицы в спорах о судьбах общества и, в частности, о назначении журналистики.
- ? Правда, он вынужден был принимать условия игры, предложенные царицей: та анонимно выступала в собственном журнале «Всякая всячина», и Новиков обращался к госпоже «Всякой всячине», выражая свое с ней несогласие.
- ? Для читателей, впрочем, не составляло труда определить, какие реальные действующие лица скрывались за литературными масками.



- ? Современники наблюдали за откровенной полемикой журналов Новикова **«Трутень»** (открытое противопоставление более лояльному к власти журналу А. П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела»), **«Живописец»** и других с официально-охранительными воззрениями.
- ? Если Екатерина проповедовала гражданскую покорность и послушание, то Новиков гневно выступал против крепостного рабства; если она считала задачей литератора критику безличных пороков человеческого рода, то он отстаивал право бичевать конкретных носителей зла; если государыня призывала к сатире «улыбательной», то он своим примером утверждал обличительную.

? По повелению императрицы публициста-вольнодумца арестовали и посадили в крепость, а деятельность вольных (частных) типографий была на долгие годы прекращена.



- ? Сатиричность и полемичность вообще составляли характерные особенности демократической прессы в ее противостоянии дряхлеющему феодализму.
 - ? Еще одна ее особенность выражалась в насыщенности текстов нравственно-философскими, а также экономическими, политическими рассуждениями, так что публицистические произведения нередко напоминали собой трактаты или ораторские речи.
 - ? Характерное в этом смысле название дал своей статье А. Н. Радищев — страстный антагонист самодержавия: «Беседа о том, что есть сын Отечества».
-




- ? Современная российская журналистика находится в поиске оптимальной модели своего построения и функционирования.
- ? С точки зрения своего статуса она простилась с наследием советского режима: в России провозглашены свобода массовой информации и недопустимость любого внешнего вмешательства в практику редакций, и эти положения препятствуют использованию СМИ в качестве орудий авторитарной власти.
- ? Реформы в политическом устройстве и в прессе России в начале 90-х годов породили у зарубежных наблюдателей надежду на то, что в этой стране, где не было инерции частной собственности в СМИ, удастся найти ответы на вопросы, которые пока не решены западной журналистикой.




-
- ? Действительно, недостатки рыночного регулирования прессы не менее очевидны для непредвзятых специалистов, чем изъяны других моделей.
 - ? Еще в середине XIX в. русский исследователь печати Н. В. Соколов предупреждал об опасности коммерциализации журналистики, об ущербе, который погоня за рекламой наносит публицистике.
-



-
- ? Двигаясь в русле общих тенденций социально-экономического и политического развития страны, пресса, как принято говорить среди специалистов, одной из первых вошла в рынок.
 - ? Частная собственность стала определяющим фактором ее организации и функционирования.
-
- 

- ? Одновременно и государственные институты не утратили ни своего финансового влияния на редакции (по причине экономической слабости большинства из них), ни намерений использовать прессу в собственных интересах.
 - ? Наконец, политические союзы и движения массовым порядком создают партийные издания.
 - ? Таким образом, подконтрольность журналистики ее официальным или скрытым фактическим владельцам сохранилась.
 - ? Но теперь она ведет не к идейно-политическому однообразию, а наоборот — к острому соперничеству в СМИ заинтересованных групп и лиц.
-



- ? По наблюдениям Я. Н. Засурского, в 90-е годы российская общественность видела три сменяющие друг друга модели прессы.
-
- ? Сначала, по советской традиции, она выполняла роль инструмента в распоряжении власти, причем в период перестройки этот инструмент использовался во благо позитивных перемен.
- ? Но уже в первой половине десятилетия появилась модель, которую, пользуясь распространенной на Западе формулой, называли «четвертой властью»: журналистика противостояла давлению сверху, находилась в оппозиции к правящим кругам, способствовала развитию демократических институтов.
- ? В дальнейшем пресса вернулась к роли инструмента, главным образом в связи с борьбой различных сил на выборах, и из средства информации вновь превратилась в орудие пропаганды.
-
- 

- ? Конечно, обобщающие оценки нуждаются в уточнении, когда речь заходит о конкретных редакционных коллективах.
- ? Но в целом для нас существенно, что статус и облик отечественной журналистики еще далеки от определенности.
- ? Надо полагать, в ближайшем будущем мы станем свидетелями новых метаморфоз.
- ? Однако с уверенностью можно утверждать, что надолго сохранится своего рода многоукладность прессы: будут сосуществовать и доказывать свои преимущества различные формы собственности и организации СМИ.




Принципы формирования авторского корпуса

- ? Чтобы наладить выпуск издания или программы, редакции нужны творческие работники множества специализаций.
 - ? С долей условности можно выделить три вида творческой деятельности в журналистике: редакторскую, организаторскую и авторскую.
 - ? Конечно, в реальной практике они переплетаются и в творческой деятельности конкретных журналистов оказываются неотделимыми одна от другой.
 - ? И тем не менее каждый из этих видов имеет свою специфику.
-



- ? Редакторская (лат. redactus — «приведение в порядок») деятельность предполагает очень широкий диапазон действий и сама подразделяется на ряд подвидов.
- ? Содержательную сторону работы над произведением — его замыслом, тематикой и проблематикой, общей концепцией — вместе с автором осуществляет специально уполномоченный сотрудник редакции, представитель ее руководства.
- ? В зависимости от меры жесткости проведения информационной политики редакции содержательное редактирование может носить различный характер — от работы по полному согласованию с позицией редакции до рекомендательных советов.



- ? Определение же самой информационной политики, формирование облика издания и программы, выработка направлений деятельности, подбор сотрудников и управление творческим коллективом, общее идейно-творческое и организационное руководство СМИ, а затем и компоновка номеров и выпусков — это уже редакторская деятельность «высшего уровня».
- ? Ее ведет руководящий «штаб» каждого СМИ — главный редактор (или генеральный директор) и его ближайшие помощники, составляющие редакционную коллегию (или как-то иначе называющуюся структуру).
- 

- ? Организаторская деятельность руководящей группы данного СМИ (редколлегии, секретариата, редактора и подобных образований, а также специально выделенных сотрудников редакции), позволяет вести его повседневную работу на подобающем уровне, внося необходимые уточнения и изменения в программные задачи и способы их реализации в связи с изменением социальной реальности.
- ? Специальные задачи у организаторской деятельности:
- ? поддержание деловых связей с учредителем и издателем,
 - ? налаживание и оптимизация отношений с подразделениями информационной, технической, научной, образовательной и других инфраструктур журналистики,
 - ? решение кадровых вопросов,
 - ? управление деятельностью редакции,
 - ? формирование массовых связей,
 - ? организация работы корреспондентского корпуса,
 - ? отслеживание поведения аудитории и снабжение сведениями о ее интересах и реакции на выступления СМИ, запросах и пожеланиях работников подразделений редакции,
 - ? поддержание связей с рекламодателями, спонсорами и т.д. и т.п.
-



- ? Авторская (от лат. auctor — «создатель»; не от греч. autos — «сам») деятельность — самая значимая часть работы большинства журналистов.
 - ? Это и подготовка собственных произведений, и режиссура, компоновка произведений в номер или программу, и составление сборника произведений, и литературная запись, и другие виды работы, защищаемые законодательными актами по авторскому праву.
 - ? Авторская деятельность в журналистике требует от каждого работника обладать значительной долей универсализма, но при этом непременно специализироваться в той или иной области (тематической, проблемной, жанровой, стилевой и т.д.).
 - ? Только в том случае, если сотрудники редакции могут «закрыть» все направления и необходимые формы ее деятельности на достаточно высоком уровне и при взаимозаменяемости, можно говорить о сформированном творческом коллективе.
-




Организация общероссийского диалога в общественно-политических СМИ

- ? Подлинный смысл и дух диалога – конструктивный поиск решения в ходе дискуссии, полемики, сопоставления подходов и аргументов, идей и решений.
 - ? При этом областей диалога множество: это и диалог между общественно-политическими силами, между ними и властью, между властью и гражданами; и везде решающую роль играют СМИ.
 - ? Они ведут диалог и между собой, и с властью, и с общественно-политическими силами, и с различными социальными институтами, и с гражданами.
 - ? В частности, как писал еще Токвиль, «именно благодаря прессе партии ведут диалог между собой, не встречаясь при этом; приходят к согласию, не вступая в контакт».
-



- ? В наше время крайне необходимо овладеть искусством диалога во всех сферах отношений, но прежде всего в общественно-политической жизни, ибо диалог - "основа человеческого взаимопонимания".
- ? Диалогичность пронизывает самые разные стороны деятельности журналистики, аккумулируя все "накопления" в других формах диалога, особенно выявляясь в ее роли организатора *социального диалога*.
- ? И очевидно, что в силу своих особенностей как всепроникающего, регулярного, доступного средства массового общения СМИ оказываются главным средством социального диалога, "полем", где сходятся все его участники на глазах миллионов.



- ? С внешней стороны для социального диалога характерны одновременно два процесса – **взаимопритягивание** (ибо сознается необходимость совместного решения) и **взаимоотталкивание** (ибо подходы к решению в силу неодинаковости интересов различны).
- ? Социальный диалог есть способ, форма, средство идейно-политического взаимодействия разных сил как единства соперничества и сотрудничества, борьбы в целях достижения единства.
-
- 

-
- ? Однако идея социального диалога пробивает себе дорогу с трудом.
 - ? И не случайно полемика (хотя давно существует разделение ее на "полемику с врагами" и "полемику с друзьями") чаще всего воспринимается как опровержение суждений и отвержение требований соперника.
 - ? Такова традиция, связанная с конфронтационным подходом к отношениям между различными социальными силами.
-



16+

к росту экспорта воору

СТУДИЯ

ДЕПШАН
СТУДИЯ

Ежедневные общенациональные газеты

№	Издание	Тираж, экз.	Издательский дом
1	ВЕДОМОСТИ	66 700	ИД Independent Media
2	ГАЗЕТА	72 600	АНО "Редакция Ежедневной Газеты"
3	ИЗВЕСТИЯ	236 500	ОАО "Редакция газеты "Известия" / ИД "Проф-Медиа"
4	КОММЕРСАНТЬ	100 000 - 115 000	ИД "Коммерсантъ"
5	КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА	733 341	ЗАО "ИД "Комсомольская правда" / ИД "Проф-Медиа"
6	МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ	1 200 000	Редакция газеты "Московский комсомолец"
7	НОВЫЕ ИЗВЕСТИЯ	71 843	ЗАО «Газета «Новые Известия»
8	РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА	309 600	ФГУ "Российская газета"
9	СОВЕТСКИЙ СПОРТ	122 384	ЗАО "Издательский дом "Советский спорт" / ИД "Проф-Медиа"
10	СПОРТ-ЭКСПРЕСС	170 996	ЗАО "Спорт-Экспресс"
11	ТРУД	612 850	ЗАО "Издательство газеты "Труд"

Тип информационно-аналитического еженедельника

- ? За последнее десятилетие произошли кардинальные изменения в типологической структуре газетно-журнальной периодики, обусловленные глубокими социально-политическими преобразованиями в стране.
 - ? На информационном поле появились принципиально новые по своим целям и задачам масс-медиа.
 - ? К их числу относятся информационно-аналитические еженедельные журналы: «Деньги», «Эксперт», «Итоги», «Профиль», «Коммерсантъ-Власть» и «Компания».
-




- ? Появление таких изданий на информационном поле России – явление закономерное.
- ? Это ответ на сформировавшийся в обществе запрос на информацию аналитического характера, которая способствует осмыслению процессов переходного периода.
- ? Общество нуждается как в информировании, так и в анализе, оценке происходящих перемен.
- ? Для ориентации в новой социально-экономической среде гражданам необходимы экспертные оценки и мнения.

- ? Информационно-аналитические еженедельные журналы призваны предоставлять аудитории практически значимую аналитическую информацию.
- ? Они формируют представления о политике, рынке, новых общественных отношениях.
- ? Решение таких задач соответствует потребностям граждански активных слоев населения, из которых и рекрутируется аудитория новых изданий.
- ? Актуальный анализ модернизируемых сфер политики и экономики, общественной жизни позволил информационно-аналитическим еженедельным журналам найти свою постоянную аудиторию и занять устойчивые позиции на информационном рынке.
- ? В условиях жесткой конкуренции эти издания в течение целого десятилетия демонстрируют успех спроектированных моделей.



? Информационно-аналитические еженедельники сумели найти свое лицо; стали серьезными конкурентами другим периодическим изданиям в борьбе за рекламный и PR-бюджеты ведущих отечественных и зарубежных компаний; вошли в число авторитетных изданий, оказывающих влияние на формируемую средствами массовой информации картину мира.



Коммерсант – Власть

- ? Еженедельный аналитический журнал
- ? Издается с 1993 года
- ? Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом»
- ? Издатель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом»
- ? Главный редактор: Максим Ковальский
- ? Выходит: еженедельно
- ? С 2017 года прекращен выпуск печатной версии
- ? День выхода: Суббота
- ? Формат: А4
- ? Средний объем: 80 полос
- ? Цветность: цветной



Региональная печать России на современном этапе

Лекция VII

Содержание лекции

- ? Печать региональная и местная.
 - ? Экономическая и содержательная модель: рентабельность и характер взаимоотношений местных редакций с аудиторией.
 - ? Проблемно-тематические характеристики содержания: специфика повестки.
 - ? Соотношение федеральной и региональной информации.
 - ? Региональные СМИ как инструмент социальной интеграции: «журналистика малых дел».
-




Краткое содержание

- ? Особенности и потенциал информационного развития российских регионов.
 - ? Печать региональная и местная.
 - ? Экономическая и содержательная модель: рентабельность и характер взаимоотношений местных редакций с аудиторией.
 - ? Проблемно-тематические характеристики содержания: специфика повестки.
 - ? Соотношение федеральной и региональной информации.
 - ? Региональные СМИ как инструмент социальной интеграции: «журналистика малых дел».
-



- ? По экспертным оценкам отечественных и зарубежных специалистов, информационное развитие России идет в настоящее время достаточно быстрыми темпами.
- ? По данным Минэкономразвития, общий объем отечественного рынка ИКТ вырос в 2008 г. на 22 % и составил 1,825 трлн руб.
- ? При этом доходы операторов связи увеличились на 20%, до 1,246 трлн руб., а доходы российских ИКТ-компаний достигли 579 млрд рублей.
- ? Объем инвестиций в сектор ИКТ российской экономики увеличился за 2008 г. на 15 % и составил 262 млрд руб.



-
- ? Российские регионы (и их отдельные районы) пребывают в настоящее время в разных темпоральных измерениях—в традиционном обществе, индустриальном и постиндустриальном (которое характеризуется во многих исследованиях как информационное).
 - ? Неравномерность информационного развития российских регионов сказывается как на их возможности генерировать инновации, так и на обеспечении необходимых условий для их ускоренной диффузии.
-
- 

? Большое значение в информационном развитии регионов имеет **информационная культура** – умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические средства и методы.

?



- ? Так, исследование уровня развития информационной культуры студентов и работающей молодежи (до 30 лет) Краснодарского края показало, что из 250 опрошенных активных пользователей Интернет 43,3 % посещают социальные сети, 30 % — новостные и развлекательные сайты (кино, музыка).
- ? Только около 25 % пользователей посещают сайты, связанные с их профессиональной деятельностью и учебой, причем в районах края это процент значительно ниже (около 15 %), а в крупных городских агломерациях — выше (до 30 %).

?



? Только 5 % опрошенных умеют пользоваться всеми электронными ресурсами университетских библиотек, включая электронную библиотеку Российского фонда фундаментальных исследований и Российскую государственную библиотеку, причем только 3 % являются их постоянными пользователями.





Особенности региональной


прессы

- ? Развитие медийного рынка последнее время сопровождается выраженной тенденцией роста роли региональных СМИ.
- ? Партийно-политическая система СССР предусматривала существование собственных СМИ в каждой административно-территориальной единице страны.
- ? Тогда СМИ делились на: городские, районные, областные, республиканские, всесоюзные.



- ? Например, если в советский период несомненным авторитетом пользовались центральные газеты, журналы, телевидение («Правда», «Известия» и т.д.), то сейчас потребители информационной продукции отдают предпочтение и доверяют больше тем СМИ, которые находятся ближе к районным или областным газетам.
- ? Поэтому проблема развития региональных СМИ актуальна в контексте понимания тенденций развития информационной среды общества.
-
- 

-
- ? Московская и всероссийская медиапродукция малодоступна для жителей регионов, тут ее нишу занимают местные издания.
 - ? Это одна из причин, почему так активно происходит регионализация средств массовой информации.
 - ? Интенсивно развивается пресса таких крупных регионов, как Приморье, Ростов-на-Дону и Ростовская область, Екатеринбург и Урал.
-
- 

-
- ? Местные газеты чаще всего делятся на две категории: городские газеты и газеты для области.
 - ? Естественно, городская имеет больше возможностей держать контакт с читателем и на нее будет больше спрос, так как ее купить легче в пределах города, а не в области.
 - ? Газеты для области рассчитываются чаще всего не на областной, краевой или республиканский центр, а на города и села, которые находятся непосредственно в рамках этой области.
-
- 

? Факторы, тормозящие развитие региональных медиарынков России, разделены на две группы. К первой группе отнесены проблемы, которые минимально влияют на рынок (приводится суммарный процент):

- ? несогласованные действия редакций, полиграфистов, распространителей - 25 %;
- ? недостаток современных полиграфических мощностей - 21 %;
- ? недостаточно прозрачный и эффективный рынок распространения печати - 19%;
- ? значительное количество местных изданий, не включенных в рыночные отношения - 19 %;
- ? дисбаланс в развитии рекламного рынка в крупных городах и регионах - 16 %.



? Ко второй группе отнесены проблемы, которые максимально влияют на рынок (приводится суммарный процент):

? несоответствие системы подготовки и переподготовки кадров для СМИ - 70 %;

? чрезмерное вмешательство власти в деятельность СМИ - 77 %.



? Кроме того, к проблемам региональных медиарынков участниками отнесены следующие:

- ? отсутствие участия государства в развитии СМИ;
- ? возрастной редакторский состав, не способен работать в современных условиях;
- ? непрофессионализм работников СМИ;
- ? отсутствие стабильности, гарантий исполнения обязательств в финансовых отношениях власти, учредителей и СМИ;
- ? социальная пассивность редакций, следствием чего становится сознательный перекоп информационной политики редакций в сторону позитива;
- ? растет «желтизна» газет, таким образом компенсируют недостаток острых, общественно значимых материалов.



Комплексная модель издания

? Полная или комплексная модель издания интегрирует три модели:

? **содержательную (концепцию)**

? **композиционно-графическую (дизайн)**

? **бизнес-модель**

? Все три модели взаимосвязаны, сердцевиной комплексной модели является **содержательная** модель. Именно она определяет тип издания.

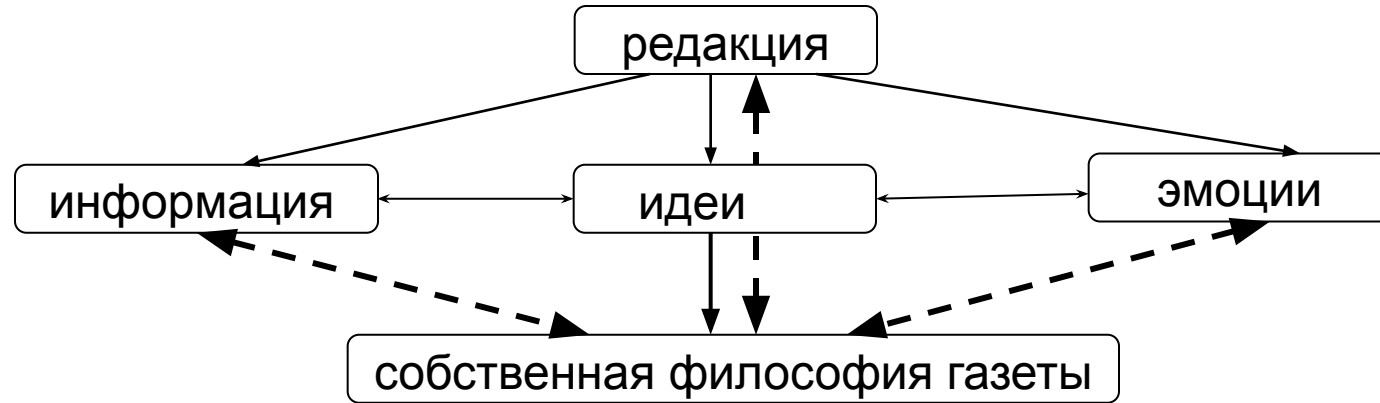


Содержательная модель

- ? Содержательная модель издания представляет собой упрощенный аналог какого-либо реального объекта – предмета, явления, процесса.
- ? Как правило, аналоги первого уровня нужно искать в самой редакции, аналоги второго уровня – в местной социально-политической ситуации, трансформируемой газетой.



Редакция как аналог содержательной модели



	A	B	C	D	E
1	Содержательная модель "Времена.ру" на 1 квартал 2010 г.				
2					
3					
4	Полоса	Тема	Рубрика	Частота	Ведущий
5					
6	2		Новости	еженедельно	Соколова, Камал
7			Что обсуждают	еженедельно	
8			Проблема недели	еженедельно	
9			Курьез недели	еженедельно	
10	3	События недели	Комментарий	еженедельно	Соколова, Камал
11			Персона недели	еженедельно	
12			Дата недели	еженедельно	
13			Фотофакт	еженедельно	
14	4	Социальный вопрос	Так живем	еженедельно	Самарцев
15			Колонка редактора	еженедельно	
16			Коммуналка	1 раз в месяц	
17			Кошелёк	1 раз в месяц	
18			Семейный вопрос	1 раз в месяц	
19			Я молодой	2 раза в месяц	
20			Блог пост	Ситуационно	
21			Город и горожане	2 раза в месяц	
22			Здоровье	2 раза в месяц	
23			Экосистема	1 раз в месяц	
24	Образование	2 раза в месяц			
25	5	РЕКЛАМА		еженедельно	Камал
26			Земляки	2 раза в месяц	
27			Смешные истории	Ситуационно	

Назначение

- ? Содержательная модель определяет **цели и задачи издания** и **содержание** его публикаций.
 - ? Модель раскрывает также структуру содержания газеты – связи важнейших тематических направлений и их «удельный» вес: значение, соотношение и пропорции между материалами.
-



Типовая содержательная модель местных газет

- ? В абсолютном большинстве случаев **городские и районные газеты** как тип издания являются универсальными изданиями с преобладанием местной тематики.
 - ? Поэтому типовая модель в большинстве случаев отвечает принципу **тематического универсализма** и выражается формулой: **«ОТО всюду обо всем, и в разных жанрах»**.
-



Функции и приоритеты

- ? Спектр функций местных газет весьма широк: они информируют, убеждают, мобилизуют, просвещают, развлекают и т. д.
- ? Но главной для таких газет является

социальная функция,

которая состоит в том, чтобы быть общественным коммуникатором в рамках местного сообщества.

- ? Социальная функция диктует характер издания.
 - ? Приоритет содержательной модели – отвечать на запросы целевой аудитории
-



Анализ

содержательной модели



1. Газета грамотно формулирует информационную «повестку дня»

- ? Это значит, что в ней есть не просто **вся значимая** для читателя информация о регионе или городе, но также выявлена **степень значимости** каждого сообщения средствами журналистики и дизайна.
- ? Степень важности сообщения определяется жизненными интересами аудитории, а не интересами, например, только представителей власти.
- ? **Искусство формирования** содержательной модели – суметь многослойно, но внятно для читателя, структурировать информацию, важную как для всех и для отдельных групп.



2. Газета является посредником между властью и обществом

- ? Ключевое слово здесь – **посредник**, то есть тот, кто помогает договариваться. Не тотальная война (или, наоборот, безрассудная любовь) газеты со всякой властью, а спокойное и рассудительное проникновение в структуру интересов каждой из сторон и поиск путей согласия, путей сотрудничества.
 - ? Это предполагает наличие **серьезного анализа**, которого в местной прессе явно не хватает
-




3. Газета обеспечивает сотрудничество через информационный обмен

- ? Это осуществляется только в том случае, если издание **«МНОГОГОЛОСНО»**, то есть в основе коммуникации лежит диалог, общение представителей социума через газету.
- ? Между тем *две трети публикаций в нашей прессе монологичны*. Можно догадаться, куда при этом смещается средоточие «истины» – конечно, в редакцию. На этой основе нельзя обеспечить **сотрудничество**. Позиция ментора и «учителя жизни» в современных условиях не может лежать в основании содержательной модели универсального издания.
-



4. Газета обеспечивает профессиональный диалог

- ? Такой подход предполагает, что специальные вопросы в издании освещают **специалисты**, то есть те, кто действительно может знать.
 - ? Роль редакции, организующей диалог, в этом случае также крайне важна: специалист должен изъясняться на языке, понятном широкой публике.
-
- 

5. Газета формулирует систему ценностных ориентиров

- ? Местные сообщества, как правило, более консервативны или традиционны, нежели люди, живущие в мегаполисах. Для местной прессы это благо, поскольку система давно устоявшихся ценностных ориентиров здесь разрушена в меньшей степени, она более целостна, а значит консолидировать людей на ее основе здесь легче.
 - ? Ключевое слово здесь – **КОНСОЛИДАЦИЯ**, объединение через поиск точек сопряжения, через общие устремления, цели, через выявление общих ценностных ориентиров.
-



6. Газета транслирует положительный опыт, как в общественной, так и бытовой сферах

- ? Самой нужной всегда будет та информация, которая помогает человеку ответить на жгучие *житейские вопросы*: как жить, как растить и учить детей, что нас всех ожидает и т. д.
 - ? Именно поэтому так популярны в последние годы различные советы и рекомендации специалистов, рецепты выживания, рецепты кулинарии и тому подобное.
-



7. Газета выступает как надежный источник информации

- ? Это одна из немногих позиций, демонстрирующих убедительное преимущество газеты перед **Интернетом**. Ее строго ограниченный редакционной политикой круг авторов более профессионален и знаком с этическими нормами.
 - ? Авторы Интернета этими качествами не обременены, и по этой причине никто не может гарантировать, что они всегда точны и этичны.
-



- ? В острой конкурентной борьбе **безукоризненная достоверность** публикаций должна стать важнейшей характеристикой содержательной модели газеты.
- ? Обязательные **ссылки** на авторитетные источники информации, тщательная проверка фактов – эти и другие журналистские инструменты завоевания читательского доверия в новых условиях становятся обязательным атрибутом каждого газетного материала.



8. Газета отвергает агрессивность

- ? Агрессия – это политика «желтой» прессы, рассчитанная на эмоциональную составляющую восприятия.
- ? В универсальной модели местной газеты ей места нет.



9. Газета выступает как средство передачи исторического наследия

- ? Часто освещение исторических событий в местной прессе превращается в «пляски на гробах» или кампанейщину, приуроченную к очередной красной дате.



10. Газета является инструментом формирования коллективной программы будущего

? Это предполагает **открытый диалог с читателем**, его вовлечение в процесс осмысления общественных явлений, «обратную связь», открытую информационную политику самой редакции, ее обращенность к читателям.




? Что бы ни обсуждала редакция на полосах, важно, чтобы сам характер этого обсуждения отвечал ***МЕНТАЛЬНОСТИ*** аудитории.

? Результатом такой стратегии становится своего рода ***общественный договор, общее понимание*** совместных целей и задач, ***формирование общественного мнения***, стремление действовать в русле общих замыслов.

Региональные СМИ как инструмент социальной интеграции

? В современных условиях региональная пресса играет все более значительную роль в информационном пространстве страны, влияет на мотивацию и целеполагание людей, включенных в эти процессы, и соответственно, - на их способы формирования контента, взаимодействия с аудиторией, правительством, бизнесом и общественными организациями.



-
- ? Особую роль на региональных рынках прессы России играет ИД «Провинция», созданный Борисом Гиллером в 1994 году.
 - ? Его стратегия изначально строилась на производстве качественных еженедельных газет для семейного чтения в региональных центрах.
-
- 

Издательский дом «ПРОВИНЦИЯ» - 27 регионов России




? Все издания имеют определённую сетевую основу, но в целом представляют самостоятельные газеты, как правило, хорошо востребованные местным населением - в 14 региональных центрах еженедельники «Провинции» лидируют по тиражам и размеру аудитории.

? Всего в портфеле «Провинции» сегодня насчитывается 27 таких изданий (9 из них выходят в ЦФО) общим разовым тиражом более 550 тыс. экземпляров, которые регулярно читают 1,5 млн человек (данные Национальной тиражной службы).

? Редакционная политика изданий базируется на «глубокой локализации, привязке к местным новостям, сохранении независимой позиции и готовности освещать любую конфликтную ситуацию с различных точек зрения».



- ? За годы работы компания создала диверсифицированный медийный бизнес.
- ? Она владеет типографиями в Ярославле, Орле, Оренбурге, Краснодаре, Кемерово и Москве, интернет-порталами во всех городах своего присутствия, общефедеральными онлайн-ресурсами www.province.ru (официальный сайт), www.sem40.ru (центральный еврейский ресурс), www.krasa.ru («Краса России» - интерактивный конкурс красоты), www.skazka.com.ru (портал детских сказок).
- 

- ? Схожую стратегию развития пытался взять на вооружение и ИД «Слобода» (вырос из одноимённой тульской газеты).
- ? В настоящее время он выпускает городскую семейную газету «Слобода» в Туле тиражом 80 тыс. экз., гляцевый журнал «Модный город» и поддерживает городской портал MySLO.ru.
- ? С 2007 года ИД «Слобода» входит в европейский холдинг «WAZ Mediengruppe» и в 2008-2012 годах выпускал газеты под торговой маркой «Родной город» в Волгограде, Саратове, Ярославле и Рязани, где они (кроме
▶ Волгограда) жёстко конкурировали с газетами ИД

СЛОБОДА

№11
0108.
15 марта
2017 г.

16+

Футбол
Федерация Рискач привел «Арсенал» к победе с. 42

Внимание!
Тульцам рассказывают рекламу под видом кулинарий ЖКХ с. 4

Миссия Тула – 2017
Самая красивая замужняя дама: кто она? с. 14 15



Тема: «Что происходит в «Северной Мызе»?» с. 18-19

ПРОГНОЗ ТУЛЬСКИХ ЭКСПЕРТОВ: Какие продукты подорожают этой весной



Удешевятся ли цены на яйца, молоко, мясо и рыбу? Что выйдет в продуктовый карман туляков?

Горькая тема
Что происходит в «Северной Мызе»? с. 18-19

Криминал
Тульцки подозревают в организации детского клуба едмоубийц с. 13

Здоровье
Как привести фигуру в порядок к лету – спецпроект «Слободы» с. 16-17

КРЕДИТ БЕЗ ВОЛОКИТ!
Кредит от **15,9%**

ГАЗЭНЕРГОБАНК
8-800-700-3000 | gebank.ru



ЕВГЕНИЯ МИРОНОВА ОТ ТИРЬМЫ ЛЯК
96 полос

МАТЬ НАШЛА ПРОПАВШЕГО СЫНА БЛАГОДАРИЯ «СЛОБОДЕ»
2 цента


ТУЛЬСКАЯ ЗЕМЛЯ ОТРАВЛЕНА
БОСХ SIEMENS

У ТУЛЬСКИХ ХИТОВ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ПАРК
СЛОБОДА

- ? Вообще-то «WAZ Mediengruppe» пришёл в «Слободу» с планами издавать газеты под этим брендом в 32 регионах России, ежегодно открывая пять изданий в различных субъектах Российской Федерации.
 - ? Но экономическая ситуация в Европе заставила «WAZ Mediengruppe» избавиться в 2012 году от большинства своих российских активов, выйти из проекта «Родной город», сохранив за собой лишь газету «Слобода».
 - ? Обогнать «Слободу» по рекламным сборам не смогла ни одна из газет издательства.
 - ? Рыночная цена бренда этого медиаактива, по мнению экспертов, может составлять \$1,5-2,5 млн.
-



? Основным региональным игроком на воронежском рынке печатных СМИ является ИД «Свободная пресса», выпускающий городской еженедельник «Моё» - главное успешное издание, межрегиональный еженедельник «Житьё-бытьё» (выходит в Воронежской, Белгородской, Курской и Тамбовской областях), женский гляцевый журнал «Леди» и газету «Моя прекрасная леди».






Акцент на розницу:

печатные СМИ
нарасхват



-
- ? Кроме того, «Свободная пресса» издаёт сетевую газету «Ва-банкъ Воронеж» и развлекательное издание «Моё-Сканворды», владеет агентством наружной рекламы, видеостудией, службой доставки рекламной продукции.
 - ? С 2007 года ИД развивает воронежский информационно-сервисный портал мое-online.ru, а также отдельные порталы в Белгороде, Курске, Липецке и Тамбове.
-
- 



Расписание **ЕГЭ НА 2015 ГОД**

стр. 23

ВОРОНЕЖ вошёл в пятерку самых **ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ** городов России

стр. 5



Аргумент в факторы, которые предотвратили эвакуацию своего авто, был железный. «Мы сейчас ещё за рубежом ездим!»

ДЕНЬГИ

НА РЕШЕНИЕ ВАШИХ УСЛОВИЙ

«ДИПЛОМАТИЧЕСКАЯ КАПИТАЛ»

делают до пенсии, на развитие бизнеса, на зарубежные поездки

Воронеж, ул. Свободы в. 25, оф. 1

Т: 271-69-25, 0-952-104-0600

СЕРВИС

Характеристики товаров и услуг всегда доступны

www.vrn-pog.ru

МОЁ!

www.vrn-pog.ru

НОРД

Продукты питания

Тел.: 2-593-598, www.vrn-pog.ru

ДАМ В ДОЛГ

АКАДЕМИЯ СЛУХА

Преждевременная диагностика

ООО "РЕГИОН КАПИТАЛ"

МОЁ!

Газета «МОЁ!» выходит с 1994 года. За 20 лет она успела завоевать любовь сотен тысяч людей и стать самой популярной и любимой в Воронеже.

«МОЁ!» — это независимый городской общественно-политический, информационно-познавательный еженедельник.

56 (64) полос — из них 32 цветные. Формат А3.

Каждый вторник жители с помощью «МОЁшки» узнают самую последнюю информацию о жизни города.

Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ №6-0959

- ? ИД «Newmen», основанный в марте 1999 года, представляет собой крупнейший медиахолдинг Южного федерального округа.
 - ? На сегодняшний день в его портфеле насчитывается более 20 проектов, среди которых не только собственные издания и сайты, но и корпоративные СМИ, выпускаемые для крупнейших заказчиков Краснодарского края.
 - ? Рыночная доля ИД «Newmen» на гляцевом рекламном рынке Краснодара составляет 31%, а в сегменте корпоративных СМИ - 93%.
 - ? Ежемесячный тираж всех его изданий превышает 250 000 экземпляров.
-



ПРОДУКТЫ

Бренды, которые восхищают



Way навсегда перевернуло пр
6 окружающем мире. 1
нципально нов
епутации

ТАБ ТАБ ТАБРИС

Плоды про

Франсуа Ва

Гордон Рамзи vs
Джейми Оливер



Покрытие

10 42

Составление

10 48




ДОСТИЖЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ
Amagram


РОССИЯ

№ 02/2015
МАРТ - АПРЕЛЬ

Яркие 10 лет

AMWAY В РОССИИ - ВСЕ ТО
НАЧИНАЕТСЯ

-
- ? ИД «Newmen» также поддерживает и развивает портал krasnodar.rabota.ru по подбору персонала и поиску работы.
 - ? Однако необходимость оптимизации расходов коснулась и этой компании.
 - ? В январе 2013 года было объявлено о прекращении выхода журнала «WEEKEND».
-
- 

- ? Другое крупное медийное предприятие ЮФО - ЗАО «Издательский дом «Крестьянин» также сформировалось на базе независимой одноимённой газеты, созданной в 1991 году в Ростове-на-Дону. Кроме газеты «Крестьянин», ИД выпускает издания: «Копилка советов», «Аптечка», «Правила жизни» и журнал «Деловой крестьянин» суммарным еженедельным тиражом 225 тысяч экземпляров.
- ? Регионы их распространения – Ростовская область, Краснодарский и Ставропольские края.
-
- 

Возродится село – возродится Россия!

№ 49
(1070)

КРЕСТЬЯНИН

НЕЗАВИСИМАЯ РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА

Издаётся с февраля 1991 г. Контактный телефон: (863) 262-83-13, www.krestyanin.ru

5 декабря
2012



Деловой КРЕСТЬЯНИН

Издательский дом «Крестьянин». www.krestyanin.ru

№ 2
1 февраля
2012

Кот и другие предметы роскоши

Как мой питомец вывел меня в люди

стр. 2

Простила всем, кому должна?

Список обманутых мазоводом пополняется

стр. 3

Должанский Кулибин

Солнечные батареи, газета и сказочные экскурсии – только часть того, что делает семья из Ейского района

стр. 6

107 минут о проблемах села

Василий Голубев рассказал журналистам «Крестьянина», что ждёт донскую глубинку

стр. 4-5



Фото Валентины Карпиной

На прошлой неделе губернатор Ростовской области Василий Голубев встретился с коллективом «Крестьянина». После короткой экскурсии по редакции он почти два часа отвечал на вопросы журналистов. Поскольку глава области довольно редко бывает в сельской местности? Когда сельчане получают нормальную воду и дороги? Какой механизм центра может появиться на Дону уже через несколько лет? Читайте об этом в нашем эксклюзивном интервью.

— Я готов поддержать тех, если мы поставим работу на самоотке, и сразу можем потерять урожай. Но не забывайте, что решение об изменении категории может быть принято в строгом соответствии с порядком: если земля выведена из сельскохозяйственной. Более того, без региональных знаний этот вопрос не может быть решён. Так что существует фактор, который, думаю, позволит сохранить землю. Другой вопрос, как это будет реализовываться. Региональный миксолог и министерство имущественных отношений обязаны обеспечить соблюдение порядка.

— Никогда ваш коллега Александр Панде заявил, что не знает, кому принадлежат земли в крае, и даже равнинные земли не знает. А вы знаете? Как обстоят дела с регистрацией земель?

— Нет, я тоже не знаю, конечно. Такого мистифицированная информация у меня нет. Хороший глава района знает, думаю. Тому главе, который только что приехал, я бы предложил погрузиться в эту тему. Но надо разделять оформленные и не оформленные земли. Если земля оформлена, то, как правило, органы кадастрового учёта обязаны по первому запросу предоставить информацию, на эту землю. Вторая часть – не оформленные земли, до 1 июля 2013 года их регистрацию нам надо завершить.

— Я бы здесь ещё такую жесть не забыл – оформление как земельных долей, которое, к сожалению, не произошло в области до конца. Это вопрос, который поставило ко мне приходит, когда я в последние выходные, и со специалистами...

Продолжение на стр. 4...

КОНДИЦИОНЕРЫ ДЛЯ С/Х ТЕХНИКИ

ООО «Монолит-Юг»

- УСТАНОВКА на тракторы «Беларусь», Т17, «Кировец» и др., «Ирбит», автобусы «КамАЗ», «МАЗ», легковые автомобили и др.
- Работы в обслуживании шасси тракторов, тракторов, экскаваторов, комбайнов, тракторов, комбайнов, экскаваторов и т.д.
- Коллекция в ассортименте и по низким ценам.



Ростовская обл., г. Зарновка, пер. Ростовский, 18 в.
Тел. факс: (86339) 42-1-40, 8-828-153-36-97, 8-828-156-18-12




1-2 МАРТА АГРОВЕСНА 2017

ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ

+7 (863) 210-06-90/91...96
www.tvk-yug.rf



- ? В Ростовской области газеты ИД «Крестьянин» занимают 20% подписного рынка, что является самым высоким показателем среди местных издательств.
 - ? Аудитория печатных СМИ ИД «Крестьянин» отличается стабильностью, постоянством предпочтений и доверием к «своим» изданиям.
 - ? ИД располагает собственной адресной базой активных читателей и потребителей, поэтому предприятия по производству сельскохозяйственной техники, кормов, удобрений, средств защиты животных и растений при продвижении своей продукции отдадут предпочтение его изданиям.
 - ? Стабильность холдингу обеспечивает собственная типография, позволяющая печатать все издания в цвете. 50% доходов ИД «Крестьянин» получает от продажи тиражей, а другую половину - от рекламы.
- 

? Из медиахолдингов Поволжья выделяются ООО «Медиа-Самара», «Мозаика» и «Издательство «БИРЖА», возникшие на базе успешных газет и пытающиеся активно отстаивать традиционные стратегии газетно-журнального бизнеса.





АЛЕКСЕЙ СИТНИКОВ:

**РОССИИ НУЖНЫ ДРУГИЕ
ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ
ОБЩЕСТВОМ, БИЗНЕСОМ
И ГОСУДАРСТВОМ**

Кризисы возникают, когда технологии не соответствуют социально-экономическим отношениям

СТРАНИЦА 6

ВЛАДИМИР КРУПНОВ:

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
ПРОГРЕСС ДВИГАЮТ ЛЕНЬ
И ХАКЕРЫ**
СТРАНИЦА 12

ИРИНА МАЛЫЦЕВА:

**ИННОВАЦИИ РОЖДАЮТСЯ
НА СТЫКЕ ОПЫТА И ЗНАНИЙ**

СТРАНИЦА 26

На нижегородском рынке прессы знаковым является издательство «БИРЖА» и его основатель Владимир Лапырин, создавший в 1992 году один из первых российских городских еженедельников бизнес-направления - газету «Биржа» или информационно-справочный еженедельник нижегородских предпринимателей, как она теперь называется. В состав этого издательства входят информационно-рекламное агентство «Биржа Плюс» и серия «биржевых» изданий - «Биржа плюс Авто», «Биржа плюс свой Дом», «Биржа плюс Карьера», «Биржа плюс Финансы», «Биржа плюс Торговый ряд», «Интернет-Лоцман» и портал «Биржа Плюс ООО ИРА».

- ? С 1990 года ведёт свою историю ещё один знаковый
медийный проект на рынке прессы России – И
- ? Д «Северная неделя» (г. Северодвинск), также
выросший из одноимённой газеты общего интереса,
созданной Вячеславом Белоусовым.
- ? В настоящее время ИД «Северная неделя» выпускает
24 газеты самой различной направленности, которые
успешно распространяются почти на всей территории
России, но, прежде всего, в Северо-Западном
федеральном округе.





ООО «Издательство
«Северная неделя»



**Издательский холдинг
«Северная неделя»**




ООО «Рекламное агентство
«Северная неделя»



ООО «Газета
«Вечерний Северодвинск»



ООО «Северная неделя-плюс»

-
- ? Это газеты: «Всё для вас», «Дачная», «Завалинка», «Травинка», «Корабельная сторона», «Бабы хлопоты» и многие другие.
 - ? Особенностью «Северной недели» является то, что этот издатель чётко реагирует на запросы читателей и новаторски развивает традиционную бумажную газетную прессу, наиболее востребованную в российской глубинке.
 - ? В 2012 году холдинг «Северная неделя» выпустил в свет две новые газеты в журнальном варианте - «Пенсионерочка» и «Только автоновинки».
-
- 

У нас 20 газет



Нас читает вся Россия



- ? Успешно работает в большинстве российских регионов ИД «Толока», созданный в 1990 году в Белоруссии.
- ? Линейку его изданий составляют недорогие журналы массового спроса «Народный доктор», «Наша кухня», «Цветок» и другие – всего более 30 наименований, не только выходящие миллионными тиражами, но и успешно раскупаемые во всех местах своего присутствия.



? В Новосибирске с 1993 года работает РИД «Сибирская пресса», выпускающий восемь популярных печатных изданий.

? В их числе газеты «СМУК» для руководителей и ведущих специалистов полиграфических предприятий, городская газета общего содержания «Соседи», единственное новосибирское издание для молодёжи «Студенческий город», журналы: «Всё для офиса», «Инновации. Технологии. Решения», «Снабжение и сбыт». «Сибирская пресса» владеет агентством «Марафон», предоставляющим полный спектр услуг в области директ-маркетинга и BTL.



- ? Сильные позиции на своих региональных рынках занимают ИД «Алтапресс» (Барнаул), ЗАО «ЧР-Менеджер» (Челябинск), построенные на базе успешных газет.
- ? Первый из них был создан в 1990 году и начал свою деятельность с издания независимой газеты - «Свободный курс». Ныне «Алта-пресс» является лидирующей медийной компанией на Алтае.
- ? Всего в компании занято более 1000 человек. «Алтапресс» издает двенадцать газет и журналов, имеет радиостанцию (сетевой партнёр - «Серебряный дождь») и четыре интернет-сайта.
- ? Все они лидируют в своих нишах. Компания построила две мощные типографии в Алтайском крае и владеет сетью дистрибуции ЗАО «Роспечать-Алтай».




- ? В течение многих лет «Алтапресс» является независимой площадкой, на которой журналисты Барнаула встречаются с представителями власти, политиками и бизнесменами.

 - ? С 2003 года «Алтапресс» вместе с факультетом журналистики Алтайского госуниверситета реализуют уникальный проект «Школа практической журналистики» (ШПЖ).
 - ? В его рамках в АлтГУ создана кафедра современных медиатехнологий под руководством генерального директора «Алтапресса» Юрия Пургина.
 - ? «Алтапресс» стал одним из инициаторов создания общероссийской профессиональной организации - Ассоциации независимых региональных издателей (АНРИ).
-



? ЗАО «ЧР-Менеджер» выпускает старейшую ежедневную газету Южного Урала «Челябинский рабочий», бесплатную рекламно-информационную газету «Челяба», газету бесплатных частных объявлений «Тумба», еженедельник для садоводов, огородников и фермеров «Урожайная газета» и газету «Уральское здоровье».



- ? Рекламная служба «ЧР-Менеджер» контролирует основной объём газетной рекламы Челябинска, сотрудничает с ведущими рекламными агентствами Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга, Волгограда, Новосибирска и др.
- ? ЗАО «ЧР-Менеджер» располагает собственной типографией «Паритет», где печатаются региональные тиражи крупнейших московских газет и ведущие челябинские издания.
- ? А его служба доставки «Депеша» осуществляет курьерскую доставку различной печатной продукции.



- ? Государственное учреждение Московской области «Издательский дом «Подмосковье» был создан в 2005 году.
- ? Сейчас он выпускает пять газет и девять журналов, совокупным разовым тиражом более миллиона экземпляров.
- ? В том числе газету «Ежедневные новости. Подмосковье», историко-краеведческий альманах «Подмосковный летописец» и деловой журнал «Подмосковье».



ПОДМОСКОВЬЕ СЕГОДНЯ

ежедневные
новости.
издается с 18 июля 1918 года
www.mosregtoday.ru

ВЫГОДА ЛИ СДАВАТЬ
КВАТИРУ В ТРЕЙД-ИН? стр. 8

22 марта 2017 года. Среда • № 50 (3969)



Стадион «Авангард» в Домодеове после реконструкции станет одной из тренировочных площадок чемпионата мира

ФОТО АЛЕКСАНДРА УМИХИНА

ЧМ-2018: в Подмоскowie подготовка идет по графику



Вице-премьер правительства РФ Виталий Мутко и губернатор Андрей Воробьев обсудили ход реконструкции спортобъектов и благоустройства городов к мундиалю

Подготовка объектов к чемпионату мира по футболу-2018 в Московской области идет по графику. Готовность региона к мировому первенству обсудили во вторник губернатор Андрей Воробьев и вице-премьер правительства РФ по вопросам спорта, туризма и молодежной политики Виталий Мутко на совещании в Домодеове. Предварительно они осмотрели арену «Авангард», а также пообщались с игроками и тренерами ФК «Домодеово».

АЛЕКСАНДР УМИХИН
mosregtoday@mosregtoday.ru

стр. 2

НА СВЯЗИ

- Следите за новостями «Подмосковье сегодня» mosregtoday.ru
- Присоединяйтесь к нам в соцсетях facebook.com/mosregtoday
- Наступайте в конкурсы и голосуйте vk.com/mosregtoday
- Выбирайте лучшее фото и видео instagram.com/mosregtoday
- Корректируйте описания twitter.com/mosregtoday
- Общайтесь с нашими журналистами mosregtoday.ru
- Пишите письма 125007 Москва, ул. 1-я Магистральная, д. 14, стр. 8
- Звоните нам 7(495) 241-44-92

ГУБЕРНАТОР ОЛДАН

Instagram.com/andreyvorobiev
vk.com/andreyvorobiev

ОБЕЩАТЬ - НЕ ЗНАЧИТ ПОСТРОИТЬ

В Звенигороде для возведения нового жилого комплекса застройщик снес все социальные объекты, но, несмотря на обещания, так и не построил кохав. Теперь жители микрорайона Шихово не могут пользоваться ни поликлиникой, ни школой. К их услугам - только небольшая продуктовая лавка.



ЗАГРУЗИ ДоброДел

Мы в Подмоскowie РЕШАЕМ ПРОБЛЕМЫ ВМЕСТЕ на сайте www.vzveste.mosreg.ru

стр. 7

Проверку документов, состояния водителя и транспортного средства проводят на подмосковных автотрассах сотрудники Госавтоинспекции в рамках стартовавшего вчера профилактического рейда «Опасный груз».

ЕЛЕНА СОМИНСКАЯ
mosregtoday@mosregtoday.ru

Озвучивая пресс-анкету, проводимой в области по 25 марта, - прелестные нарушения, которые водители допускают при перевозке газов и легковоспламеняющихся веществ.

Перевозка пассажиров или отклонение от намеченного маршрута для такого транспортного средства строго запрещены

- Мы проводим такие рейды не реже одного раза в месяц, - рассказала корреспонденту «Подмосковье сегодня» начальник отдела технического надзора Управления ГИБДД ГУ МВД России по Московской области Елена Шурягина.

Особое внимание инспекторы уделяют тому, соответствуют ли требованиям безопасности техническое состояние и конструкция транспортных средств, а также проверяют, соблюдают ли водители, должностные и юридические лица требования Европейского

Гроза в кузове

РЕЙД] На этой неделе госавтоинспекторы в Подмоскowie уделяют особое внимание перевозчикам опасных веществ



Проверка перевозчиков опасных грузов ГАИ и Подмоскowie проводит не реже одного раза в месяц

ФОТО ПРЕС-СЛУЖБЫ УПРАВЛЕНИЯ ГИБДД ГУ МВД РОССИИ ПО МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

1 что опасно

К опасным грузам относятся любые вещества, изделия, материалы, отходы производственной и иной деятельности, которые в силу присущих им свойств и особенностей могут при их перевозке создавать угрозу для жизни и здоровья людей, нанести вред окружающей среде, привести к повреждению или уничтожению материальных ценностей.

соглашения о международной дорожной перевозке опасных грузов (ДОПОГ) и иных нормативных правовых актов.

- За два месяца 2017 года за нарушения правил перевозки опасных грузов сотрудниками ГАИ водители, 53 должностных лица и три юридических лица и три физических лица. А также выдано 48 предостережений на устранение нарушений, - отметила Елена Шурягина.

Грузите фуры бочками

Благоустройств] Знаменитости призвали сдавать автохлам в металлолом по примеру Красногорска

Одной из проблем для города и дорог Подмоскowie остается брошенные грузовики и фуры. В городском округе Красногорск решили покончить с «неужениками» с помощью жителей, а проживающие здесь знаменитости поддержали инициативу во главе городского округа Радия Хабирова очистить город от автохлама.

АЛЕКСАНДР УМИХИН
mosregtoday@mosregtoday.ru



По старинным правилам, ездившим на уборку четырехмесячные развалины с улиц тратятся четыре месяца

ФОТО НАТАЛИИ ЛЮБИЦКОЙ

ГОРОД - НЕ ОТСТОЯНИК. Мне часто говорят, что транспортные проблемы Красногорска неразрешимы, написал Радий Хабиров на своей странице в соцсети. - Мол, один изезд, один выезд, ну еще 100 миллиардов. Но это не совсем правда. Например, если просто проехать по городу - видно, что тут мусора (и оно и тогда!) стоит сотни фуры и грузовиков. Они совершенно точно снижают скорость движения (в том числе на основных трассах), оно занимает массу дорожного пространства безусловно непропорционально. Я провела встречу с руководством ГИБДД области и округа и другими ответственными лицами и объяснила, что Красногорск не будет отстойником грузовиков и кабанских автохлама.

Врио главы городского округа попросил жителей направлять фото фотографий «стуха равных коров». Хабиров отметил, что процесс непростой, однако власти Красногорска постепенно будут избавляться от брошенных автогаражников.

1 кстати

В 2015 году в Москве начали действовать новые правила по утилизации брошенных и вышедших из строя автомобилей. Если раньше утилизацию производили лишь с согласия владельца транспортного средства, то теперь процесс занимает около четырех месяцев и не требует согласия автолюбителя. По новым правилам автомобиль считается брошенным, если долгое время стоит во дворе или на проезжей части, не имеет номерных знаков (или они отклеены от автомобиля), не подлежит ремонту после ДТП, а также если машина является разобранной.

А СКОЛЬКО ШТРАФ?

Для физических лиц - до 2500 рублей;

Для должностных лиц, ответственных за перевозку, - от 15 000 до 20 000 рублей;

Для юридических лиц, - от 400 000 до 500 000 рублей;

Транспортное средство при этом задерживают и помещают на специально оборудованную стоянку.

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА

Водителю необходимо иметь при себе специальное свидетельство о подготовке к перевозке опасных грузов, свидетельство о допуске транспортного средства к такой перевозке, специальное разрешение и документы на сам груз.

В кабине автомобиля должны находиться пассажиры, которые могут понаблюдать за процессом ликвидации последствий чрезвычайных происшествий, а также назначенный инспектор на случай ЧП.

Автомобиль должен иметь специальную маркировку и своевременно пройти технический осмотр. А перевозка пассажирами или отклонение от намеченного маршрута для такого транспортного средства - строго под запретом.



Анастасия Воронцова и Юрий Кузнецов высказались за утилизацию брошенных автомобилей

ВСЕ, ЧТО БРОСИЛИ, - В МЕТАЛЛОЛОМ

Автолюбители с энтузиазмом восприняли инициативу городского округа.

- Все верней! А можно уточнить, куда конкретно направить свои брошенные технику? - интересуется один из пользователей соцсети.

Кто-то с юмором подошел к решению проблемы и предложил разрешить жителям Красногорска самостоятельно разбирать брошенные автомобили на металлолом. Девиз: мусора нет - значит, нет и штрафов. Но инициатива сошлась к минимуму.

Продвигание руководства Красногорска нашло отклик и у проживающих здесь знаменитостей.

Если речь идет о брошенных фурах и подобном старом хламе, то в конечном итоге эту инициативу, - сказала

известная балерина Анастасия Воронцова.

При этом танцовщица призналась, что сама не владеет машиной, а за рулем ее автомобиль Mercedes сидит профессиональный водитель.

Еще радикальнее высказался артист цирка, знаменитый дрессировщик Юрий Кузнецов: - Это не только по Красногорску - это надо по всей России вестивать - все, что бросили, надо утилизировать и в металлолом сбрасывать! Девиз: мусора нет - значит, нет и штрафов. Инициатива на дороге, находит ее и выискивает штраф в размере 7 тысяч долларов, потому что сдают машину в металлолом стоит дешевле - 3 тысячи долларов. За рубежом в этом отношении очень строго.




ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ПОДМОСКОВЬЕ

- ? В изданиях ИД «Подмосковье» широко представлены политика, экономика, инновации, социальная сфера, образование, культура, спорт, краеведение, молодёжная тематика и другие составляющие жизни Московской области.
- ? Кроме МО, его периодика реализуется в Москве, Брянской, Курской, Калужской, Липецкой, Самарской, Смоленской, Тверской и некоторых других областях ЦФО.
- ? В последнее время по такому же типу идёт создание медийных региональных холдингов в Екатеринбурге, Волгограде, Воронеже и ряде других мест.

? Особую группу региональных медийных компаний формируют крупные издательские дома Екатеринбурга, Челябинска, Новосибирска и Санкт-Петербурга, фактически создавшие общенациональные сети бесплатных рекламных журналов.



-
- ? По охвату территорий и аудитории среди них лидирует сити-гид по развлечениям больших городов «Выбирай» ИГ «Парамон» (Челябинск) с аудиторией более 2 млн человек.
 - ? Сеть этого журнала охватывает 30 городов России и 2 города Казахстана, а его месячный тираж составляет 1 011 000 экз., что сопоставимо с показателями таких журналов, как «Cosmopolitan» и «За рулем».
-
- 




издательская группа

PARAMON



- ? Диверсифицированная компания ИГ «Парамон» работает на региональных рынках с 2000 года и является одним из крупнейших издателей СНГ. Её сферы деятельности условно делятся на несколько блоков.
- ? Издательский бизнес представлен сетью журналов «Выбирай», каталогом «Интерьер без границ» и деловым журналом «Курс дела», состоящим из 4 специализированных сайтов, порталами vibirai.ru, goldenvilka.ru и kursdela.biz.




-
- ? Ещё одним лидером данного вида издательского бизнеса с управляющими офисами в Екатеринбурге, Москве, с филиалами в 25 городах России является ИД «Абак-Пресс», основанный А. В. Харитоновым в 1992 году.
 - ? Сегодня это динамично развивающийся холдинг, издающий 10 журналов и информационных справочников, а также поддерживающий их онлайн-версии.
-
- 

АБ **А** К
ПРЕСС
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ



-
- ? В компании работает более 900 сотрудников. Все продукты «Абак-Пресс» - собственные разработки.
 - ? Группа его гляцевых изданий представлена первой в России сетью гляцевых Shopping Guide «Я Покупаю», мужским журналом «Бизнес и Жизнь» и интернет-проектом Lookmart.ru.
 - ? В группу деловых изданий входят сеть городских журналов «Деловой квартал», а также приложения к ним: «Книга ТОП-листов», «Бизнес-справочник» и портал dkvartal.ru, а в группу изданий BLIZKO – сеть городских каталогов «BLIZKO Ремонт», журнал «Гид по красоте и здоровью BLIZKO» и справочник BLIZKO.RU.
-
- 

-
- ? 80% продукции региональных издательских домов, создавших крупные сети бесплатных рекламных журналов (79 наименований ежемесячным тиражом более 10 млн экз.), представляют издания на темы строительства, интерьера, автомобилей и здоровья.
 - ? Это журналы: «Shop&Go» и «Дорогое удовольствие» (ИД «Русская Азия», Новосибирск), «National Business» (ИД «Банзай», Екатеринбург), «Chief Time» (Санкт-Петербург), «Стольник» (ИД «Стольник Медиа Групп», Екатеринбург) и др.
-
- 

*Спасибо
за внимание!*

