

РЕКЛАМА И PR В СОВРЕМЕННОЙ РАЙОННОЙ ГАЗЕТНОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИЗДАНИЙ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)

Анализ ставропольских районных общественно-политических газет за 2010-2011 годы позволил выявить место рекламы и PR в данных изданиях.

Профессиональный уровень районных изданий значительно различается, но большинство районных газет не в полной мере учитывает информационные запросы местной аудитории. Будучи чаще всего единственным источником информации о жизни в районе, они преимущественно не являются «газетой для всех», формируют фрагментарную картину мира у читателей.

Ведущее место в газетах отводится освещению деятельности власти. Весомость этой темы в информационной повестке дня в районной прессе не является исключительно ставропольской особенностью, поскольку по результатам исследования на тему: «Что является предметом интереса для средств массовой информации?», проведенного Фондом защиты гласности в 5 российских регионах, в информационных выпусках телевидения, радио и газет от 70 до 85% эфира или печатной площади занято новостями о деятельности власти, от 10 до 12% отведено бизнесу, а оставшаяся часть (от 20 % и меньше) приходится на долю информационного сопровождения жизни общества [1].

Освещение этой темы в ставропольской районной прессе характеризуется пиаровским подходом и однобокостью в подаче материалов. Информационными поводами, как правило, являются официальные мероприятия и заседания органов власти. Их освещение происходит шаблонно и сопровождается стандартными, невыразительными заголовками. Можно констатировать засилье среди журналистских материалов о действиях власти информационных отчетов, что малопродуктивно с точки зрения информирования населения, так как информационные отчеты не предполагают разъяснения тех или иных ключевых моментов. Таким образом, даже информационное сопровождение деятельности власти (краевой и районной) выполняется чаще всего не на высоком уровне.

В ряде газет значительное место отведено публикациям, авторами которых являются официальные лица. Зачастую эти

материалы написаны казенным языком, непублицистическим стилем. Выступления официальных лиц в общественно-политической газете допустимы, на наш взгляд, как разовое явление и в исключительных случаях. Показательно, что эта практика не используется ни в одной общенациональной газете.

Отмечается также переизбыточность пресс-релизов и приветственных обращений. Ряд номеров в районных газетах заполнен преимущественно пиаровскими материалами, подготовленными пресс-службами Губернатора Ставропольского края и Думы Ставропольского края и не адаптированными к информационным запросам населения конкретного района. В некоторых газетах вообще публикуют мало журналистских материалов.

Существенным недостатком современной ставропольской районной прессы является недостаточность социальной рекламы и консерватизм и отсутствие креативных решений в оформлении рекламных модулей.

Список использованных источников:

1.Беликов Ю. Горький дым отца и сына. Беседа с президентом Фонда защиты гласности и вице-президентом Русского ПЕН-центра Алексеем Симоновым. – Доступно: <http://magazines.russ.ru/ra/2010/2/go31.html>.