Муниципальное бюджетное обшеобразовательное учреждение

средняя школа №2

***Повышение эффективности печатных СМИ***   
Исследовательская работа

Автор работы:

Ивлева Ангелина Юрьевна,

учащаяся в 9а класса

Научный руководитель:

Брусницына Людмила Владимировна,

учитель русского языка и литературы

г. Пошехонье 2022г.

***Содержание***

1.Введение ……………………………………………………………………… 3 стр.

2.Теоретическая часть

2.1.Примеры способов повышения Интереса к периодической печати……. 5 стр.

2.2. Перечень наиболее эффективных методов………………………………. 5 стр.

3.Практическая часть

3.1.Интервью с журналистами газеты «Сельская Новь»……………………. 6 стр.

3.1. Анализ содержания газеты «Сельская Новь» …………………………… 7 стр.

3.2. Анкетирование………………………………………………………………8 стр.

4. Заключение……………………………………………………………………. 9 стр.

5.Источники информации………………………………………………………. 10 стр.

***1.Введение***

С развитием технологий появляется все больше источников информации, печатные СМИ уходят на второй план. Многие из нас читают новости в интернете, а кто-то слушает их по радио. Печатные издания стремительно теряют свою актуальность, становятся менее востребованными. Однако стоит отметить, что у газет есть свои преимущества перед прогрессом. Печатные издания гораздо удобее хранить, и в нужный момент к газете легко обратиться, чего нельзя сказать о новостой ленте в социальных сетях, которая стремительно меняется. К тому же газеты отличаются своей структурированностью и удобным форматом.

Кроме того, печатные СМИ - это чаще всего старейшие газеты и журналы, с многолетним опытом и хорошей репутацией. Там работают профессионалы своего дела, компетентные журналисты и редакторы. Поэтому им можно доверять, в отличие от многочисленных публикаций в Интернете, где часто неизвестен даже автор.

Наконец, чтение бумажных газет, а также книг - это несравнимое ни с чем удовольствие. Не смотря на быстрое развитие новых технологий, многие до сих пор предпочитают держать в руках свежий номер, или новенькое издание, чувствовать его запах и перелистывать страницы.

Изучив преимущества и недостатки газет и журналов, я захотела узнать, как можно повысить популярность печатных изданий и чего не хватет газетам в наше время для привлечения внимания читателей.

Объектом **Объектом** своего исследования я выбрала газету «Сельская Новь».

**Предмет** исследования — статьи в газете, постоянные рубрики.

**Гипотеза**: возможно создать систему приемов для повышения популярности газеты «Сельская Новь».

Нужно отметить, что популярноть печатных СМИ неразрывно связана с их эффективностью, от повышения или понижения уровня которой, растет или падает спрос читателей.

**Цель**: выяснить причины невостребованности городского печатного издания и разработать систему рекомендаций по повышению популярности газеты «Сельская Новь».

**Задачи**:

1. Изучить и систематизировать приемы повышения интереса к периодической печати.
2. Изучить концепцию и разнообразие новостных тем в газете «Сельская новь».
3. С помощью опроса выявить уровень потребности пошехонцев в чтении газет и их читательские интересы.
4. Проанализировать данные опроса и отразить их в таблице.
5. Сделать вывод на основе данных и обратиться в газету «Сельская новь» с предложением о весении новых тем, рубрик.

**Методы исследования**:

1. Анализ текста
2. Наблюдение
3. Интервью
4. Классификация
5. Сравнение
6. Анкетирование
7. Описание

Для изучения данного вопроса я обратилась к ресурсам интернета. Тема эффективности СМИ оказалась актуальной и довольно обсуждаемой на интернетпорталах. Например, существует цикл лекций по журналистике на портале Knigi.link, в которых рассказывается о понятии эффективности и средствах ее повышения. Журналист, социолог, обозреватель, аналитик Наталья (псевдоним DonaRu) предоставляет на портале авторский проекта LIBRERO.RU материалы по повышению эффективности печатных и телевизионых СМИ. Более того, на портале Аllbest можно найти по данной теме целые разработки, выполненные профессионалами, журналистами, учеными. Воспользовавшись тремя сайтами, я внесла в свою работу несколько советов и рекомендаций.

Одним из наиболее важных путей привлечения читателей к СМИ является вовлечение в творческую работу аудитории. Её участие в формировании информационного пространства – это высокая степень обоснованности, реальности и правдивости продукции СМИ, это глубина и эмоциональность, острота и неординарность мышления, изложения материала.

***2.Теоретическая часть***

***2.1.Приёмы повышения интереса к периодической печати***

Важное место в арсенале средств, активно содействующих росту эффективности выступлений СМИ, занимают вопросы подбора и расстановки кадров. Хорошо подготовленные и профессиональные выступления СМИ несомненно более действенны и эффективны, нежели материалы с низким профессиональным уровнем подготовки. [3]

Эффективность деятельности СМИ может быть изучена и оценена только в сопоставлении с целями, которые ставит общество перед этими средствами. Осуществление этой задачи неразрывно связано с более точным учетом потребностей людей, их возросших социальных, духовных и политических запросов. [ 1 ]

Лазарсфельд сделал вывод, что эффективность СМИ основывается на следующих факторах: [2]

* сообщение бывает эффективным настолько, насколько оно усиливает позиции и мысли, которые уже существуют;
* на эффективность СМИ оказывает решающее влияние престиж производителя информации и субъективная оценка аудитории;
* наличие у какого-то СМИ монополии на источники расширения информации ведет к повышению ее эффективности;
* эффективности СМИ может способствовать слабое знание аудиторией содержания информации;
* отбор и интерпретация аудиторией информации зависит от ее интересов и суждений;
* на эффективность СМИ оказывает влияние структура личностных отношений в аудитории.

***2.2.Перечень наиболее эффективных методов***

На основе предложенных рекомендаций я составила печечень наиболее важных методов и средств:

* Вовлечение в творческую работу аудитории.
* Подбор и расстановка профессиональных кадров.
* Сопоставление работы с целями, которые ставит перед собой общество по отношению к печатным СМИ.
* Наличие у СМИ монополии на источники расширения информации.

***3.Практическая часть***

***3.1. Интервью с журналистами газеты «Сельская Новь»***

Я посетила редакцию газеты моего города и взяла короткое интервью у редакторов Смирновой Юлии Викторовны и Ивановой Ирины Васильевны. «Сельская Новь» при их непосредственном участии смело шагнула уже во второе столетие. Первый номер районно-сельской газеты в Пошехонском районе вышел 1 марта 1918г. В 2018г. отметили столетие. Среди районных печатных средств у них один из самых высоких подписных тиражей. Сейчас составляет 2080 экземпляров. Редакторы ответили на мои вопросы подробно и интересно. Мне запомнились теплота и оптимизм наших журналистов. Они с большим уважением говорили о своих читателях и героях своих материалов. По их ответам я поняла, насколько ответственно они относятся к своей работе, насколько увлечены ею.

Некоторые из вопросов и ответов на них я взяла для своего проекта.

***ВОПРОС: Как вы относитесь к читателю и как его заинтересовать?***

ОТВЕТ: Мы уважаем своего читателя и не имеем право написать неправду или неподтвержденный факт. Важно написать так, чтобы был момент удивления и читатель открыл для себя что-то новое. Из-за того что газета выходит один раз в неделю, надо рассказывать о событиях уже не так, чтобы получилась хроника, а создать момент некоего осмысления. Обязатнльно нужно найти то, что вызовет удивление читателя.

***ВОПРОС: Люди с легкостью соглашаются на участие в материале, если нет, то как уговариваете?***

ОТВЕТ: *Трудно* уговаривать людей стать героями материала, дл этого нужен опыт работы и добрые отношения.   
 ***ВОПРОС: В чем состоит задача журналиста?***

ОТВЕТ: Задача журналиста стоит в том, чтобы узнать больше фактов и подать ее «вкусно и читабельно», доходчиво и понятно. Важно, чтобы материал поняли читатели разного уровня образования. Чтобы было понятно комфортно и интересно читать. Для этого мы собираемся и обсуждаем, что актуально и востребовано, что будет интересно читателю .

***ВОПРОС: Что делать, если читателя не заинтересует публикация?***

ОТВЕТ: Если читателя «не зацепит» само происшествие, то привлечет человек, которого он знает и который присутствует в статье. Еще привлечь читателя можно либо заголовком, либо самим содержанием.

***ВОПРОС: Насколько важна в газете фотография?***

ОТВЕТ: Газетная полоса не должна быть без глаз, без лиц. Можно вставить и фото общего плана.

***ВОПРОС: В чем заключается причина популярности газеты ?***

ОТВЕТ: Причина популярности в традиционных правилах, по которым мы живём, близость к читателю. Мы пишем о том, что понятно, о том, что происходит рядом с нами. Районная газета самая близкая газета к читателю, поэтому важно заслужить доверие людей. Читателям интересно читать про свой город . Если человек хочет рассказать о событиях это обязательно вставят в газету.

***ВОПРОС: В чем вы видите свое преимущество перед другими источниками информации?***

ОТВЕТ: Социальные сети – наши конкуренты, но в социальных сетях автор непонятен и не всегда несет ответственность за то, что он написал. А в печатной газете авторы несут ответственность за каждую букву. Правдивость и доверие очень важны. Журналист печатных СМИ не имеет право приукрашивать и врать, он должен быть объективным.

***ВОПРОС: Каким вы представляете читателя?***

ОТВЕТ: Образ читателя : очень разный возраст ,социальный опыт , разные жизненные интересы.

***3.2. Анализ содержания газеты «Сельская Новь»***

Я ходила в библиотеку и проанализировала подшивку газеты за январь – октябрь 2022. Наиболее распространенные\постоянные рубрики газеты:

1.Памятные даты.

2.Спортивные мероприятия

Ежегодно на территории Ярославской области проходят спортивные состязания, в которых активное участие принимают жители нашего города. Победители и призеры традиционно отмечаются на страничках газеты.

3.Работа муниципалитета

Отчеты о проделанной работе, а также планы на будущее, важные встречи главы района, деятельность чиновников администрации — обо всем пошехонцы могут узнать благодаря данной рубрике.

4.Достижения горожан

Здесь отмечаются самые талантливые и трудолюбивые пошехонцы, отличившиеся на каком-либо поприще.

5.Освещение концертов, мероприятий с участием молодежи.

Молодое поколение активно принимае участие в жизни города. В нашем городе есть несколько детских досуговых организаций, представители которых регулярно появляются на страницах газеты.

***3.3.Анкетирование***

Для изучения читательских интересов я составила анкету, в которую включила вопросы, направленные на выявление уровня востребованности жителей города в печатных изданиях. Кроме того, данные опроса помогут выявить возрастной состав читательской аудитории, преимущества и недостатки газеты, а также узнать пожелания горожан.  
Участниками опроса стали ученики МБОУ СШ № 2

Вопросы для анкетирования

1. Где вы читаете свежую информацию?

2. Какие темы вас интересуют?

3. Как часто вы читаете городскую газету?

4. Что бы вы хотели изменить в газете?

5. Сколько вам лет?

*Результат анкетирования*

В анкетировании приняло участия 50 человек. По результатам анкетирования можно сделать такой вывод :

41% читает информацию в интернете и лишь 9% читают в газете.

Большей части интересно тема политики и события, которые происходят в мире.

9% читают газеты остальные очень редко или вообще не читали ни разу.

5% хотят изменить цвет газеты сделать ее цветной , 3% хотят изменить ее формат и дизайн , 42% ничего не хотят поменять в газете.

Возрастной состав - 21% 14 лет, 29% 15 лет, 3% 16 лет.

Большинство анкетируемых в первую очередь обращают внимание на заголовки и фото. Большое преимущество получает цветное издание.

***4.Заключение***

Подводя итог исследовательской работы, я хочу отметить:

1. В современном мире роль печатных изданий и их востребованность среди разновозрастной аудитории, к сожалению, падает, поэтому стремление журналистов газет, журналов к привлечению читателей, несомненно, возрастает. Использование красочных и оригинальных заголовков дает автору возможность привлечь читательское внимание.

С помощью ресурсов интернета были найдены некоторые рекомендации для повышения популярности СМИ.

Одним из наиболее важных путей привлечения читателей к СМИ является вовлечение в творческую работу аудитории. Её участие в формировании информационного пространства - это высокая степень обоснованности, реальности и правдивости продукции СМИ, это глубина и эмоциональность, острота и неординарность мышления, изложения материала.

2. Анализируя результаты анкеты, я сделала некоторые выводы:

А)Существуют отдельные рубрики, которые хотели бы видеть читатели в газете. Наиболее распространенные:

Домоводство и все, что связано с хозяйством;

Проблемы молодежи;

Анектоды, кроссворды, ребусы;

Больше материала в рубрику « В мире интересного»;

Конкурсы (например, на подписку газеты);

Б) Многих читателей привлекает именно электронный вид газеты в соц.сети ВКонтакте;

По результатам анкетирования было выявлено достаточно предложений по изменению газеты, если каждый человек выскажет свои претензии и команда рабочих газет их учтет, то востребованность газеты возрастёт.

На основе анкетирования и используя изученные методы для повышения эффективности печатных СМИ, в заключение я могу сказать, что вовлекать читателя в непосредственное формирование газеты необходимо.

***6.Источники информации***

1)Портал Libreo.ru

<http://www.librero.ru/mass_media/formy_i_credctva_povy6enia_effektivnocti_credctv_m>

2)ПорталKnigi.link (Прохоров Е. П. Эффективность журналистики как объект социологического исследования // Социологические исселедования эффективности журналистики / Под ред. Я. Н. Засурского. - М., 1986. С. 6; Социология журналистики / Под ред. Е. П. Прохорова. - М., 1981. С. 189-192).

<https://knigi.link/uchebniki-jurnalistika/ponyatiya-effektivnosti-vliyaniya-smi-6391.html>

3) Сайт allbest

<https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00037042_0.html>