

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №3, Том 12 / 2021, No 3, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/31KLSK321.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Карамнова Н.В., Трунова С.Н., Синепупова О.С. Репрезентация аграрной тематики на страницах региональной прессы // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2021 №3, <https://sfk-mn.ru/PDF/31KLSK321.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Karamnova N.V., Trunova S.N., Sinepupova O.S. (2021). Representation of agricultural topics on the pages of the regional press. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 3(12). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/31KLSK321.pdf> (in Russian)

УДК 631.1

ГРНТИ 06.77.77

**Карамнова Наталья Владимировна**

ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет», Мичуринск, Россия  
Заведующая кафедрой «Управления и делового администрирования»

Доктор экономических наук, доцент

E-mail: [KaramnovaN@yandex.ru](mailto:KaramnovaN@yandex.ru)

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=337746](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=337746)

**Трунова Светлана Николаевна**

ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет», Мичуринск, Россия  
Доцент кафедры «Управления и делового администрирования»

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: [trunovamgau@yandex.ru](mailto:trunovamgau@yandex.ru)

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=454651](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=454651)

**Синепупова Оксана Серафимовна**

ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет», Мичуринск, Россия  
Доцент кафедры «Управления и делового администрирования»

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: [sinepupova@mail.ru](mailto:sinepupova@mail.ru)

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=682036](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=682036)

## **Репрезентация аграрной тематики на страницах региональной прессы**

**Аннотация.** В статье поднимается проблема репрезентации аграрной тематики на страницах региональной прессы. Исследуются специфические черты репрезентации аграрной повестки посредством региональных СМИ, подчеркивается важность данного процесса, способствующего производству интегрирующих значений, а также обмену между носителями культур посредством использования знаков и образов, символизирующих (репрезентирующих) сельскохозяйственный регион. Указаны факторы, способствующие укреплению позиций региональной прессы на местном информационном рынке, содействующие усилению ее влияния на общественные отношения в регионе. Исследуются особенности и характер изложения аграрной проблематики на страницах местных газет исторической периодики с целью сравнения, эволюции, преемственности, выявления нынешнего состояния и уровня новаторства, уточнения перспектив. Обозначены особенности развития агропромышленного

комплекса через призму печатных средств массовой информации на примере газеты Мичуринского района Тамбовской области «Наше слово».

Объектами исследования выступили опубликованные в Интернет-версии газеты «Наше слово» визуальный фотографический ряд и его цветовая палитра, лид-абзацы, тематические видеоролики в формате «динамичной картинки», содержание публикаций и комментариев, посвященных сельскохозяйственному сектору региона. Резюмируется, аграрная проблематика остается одной из ведущих тем в разнообразных очерках о Мичуринске Тамбовской области.

**Ключевые слова:** аграрная пресса; региональные газеты; печатные СМИ; фактология аграрной прессы

## Введение

Развитие аграрной проблематики в настоящий момент носит весьма противоречивый характер, что во многом обусловлено кризисными ситуациями, возникшими в стране в последнее десятилетие. Вместе с тем издается достаточное количество газет аграрной специфики, рассчитанных на сельских жителей, горожан-землевладельцев, непосредственно на тех, кого интересует данный вопрос, что способствует укреплению интереса к региональным средствам массовой информации. Нацеленность региональных СМИ на свою аудиторию слушателей и зрителей выделяет их из ряда прочих многотиражных и общенациональных изданий. Они играют важную роль в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания [1; 2].

Укрепление позиций региональной прессы на информационном рынке, усиление ее влияния на общественные отношения обусловлено целым рядом причин, среди которых:

1. Экономическое и политическое усиление самостоятельности регионов упрочило позиции местной прессы. Толчок к усилению центробежных тенденций в нашей стране дали изменения в российской государственности и связанные с ними разломы вертикальных управленческих связей между центром и провинцией, произошедшие в начале 90-х гг.
2. Снизилась покупательная способность населения: потенциальный читатель вынужден делать выбор в пользу лишь одного издания, причем сравнительно недорогого, из выписываемого ранее набора. Таким изданием оказывается чаще всего местная газета (районная, городская, областная, краевая, республиканская).
3. Монополизм связистов, взвинтивших стоимость услуг по доставке прессы, сделал невыгодным распространение больших тиражей на большой территории.
4. Активность региональных властных и деловых элит привела к появлению и укреплению местной прессы, которая способна обеспечить информационную поддержку в реализации как политических, так и коммерческих проектов; местная пресса воспринимается региональными элитами как канал влияния на аудиторию.
5. Крушение идеалов сильного централизованного государства повлекло за собой переключение интересов аудитории с общефедеральных на региональные. Усиливается идеология возрождения России через провинцию.

## Материалы и методы

В научной статье использовались следующие методы: исторический, критический, контент-анализ, синтез и сравнение. К типологии региональных изданий сегодня вполне подходит трехрядная модель, применяемая обычно к всероссийским изданиям: (1) печатные СМИ, адресуемые «всем» (в пределах своего ареала распространения) и повествующие «обо всем». К ним можно отнести традиционные общественно-политические газеты, переживающую бум информационно-рекламную прессу и резко увеличивающую тиражи «прессу массовой культуры»; (2) СМИ, адресуемые «всем», но вместе с тем определенному социальному слою и поэтому имеющие более узкую область информационного внимания: деловая, новая партийная, культурно-просветительная, пресса национально-этнической консолидации, пресса социальной защиты, молодежная, спортивная и т. д.; (3) СМИ узко специализированные и по социальному адресу, и по области информационного внимания (а иногда и функционально): аннотированные телепрограммы, женская, детская, аграрная (крестьянская) пресса, а также пресса здоровья, для садоводов и огородников, пресса любительских увлечений и т. д.

## Результаты

Целый ряд факторов — политических, экономических, социокультурных, идеологических — обуславливает развитие региональных СМИ. Подчеркнем, российское государство по своей сути большое и неоднородное образование, региональные субъекты, входящие в состав федерации, заметно отличаются друг от друга, а следовательно, и система СМИ этих регионов во многом зависит от местных особенностей [13; 14]<sup>1</sup>.

Современные средства массовой информации чутко воспроизводят состояние агропромышленного комплекса страны. Особенно ярко проблемы отражаются в аграрной прессе. Сельскохозяйственный вопрос в России всегда был одним из магистральных. Обсуждение в печати проблем деревни вызывало большой общественный интерес. Не случайно имена видных журналистов были связаны в советский период именно с аграрной проблематикой. Достаточно обозначить журналистику 50–80 годов такими именами, как Валентин Овечкин, Борис Можаяев, Георгий Радов, Юрий Черниченко, Иван Васильев [3, с. 111].

Резюмируем, под аграрной прессой понимаются печатные периодические издания, посвященные сельскохозяйственной тематике. Если говорить об аграрной прессе в целом, то следует отметить такие две тенденции: во-первых, аграрная периодика расширила свой тематический диапазон, во-вторых, общественно-политические издания увеличили внимание к сельскому хозяйству [3, с. 11].

В процессе становления новой российской аграрной периодики произошло четкое разделение аграрных газетных изданий на две группы. Издания первой группы рассчитаны на землевладельцев, землевладельцев и всех сельских жителей («Сельская жизнь», «Крестьянская Россия»), а издания второй группы ориентированы на горожанина-земледелца и землевладельца («Дачники», «Ваши 6 соток» и т. п.). Последние, за редким исключением, дают в основном практическую сельскохозяйственную информацию, не связанную с миром текущей политики [3, с. 115].

На самом же деле современная аграрная периодика разнообразна. Сами названия изданий говорят о всестороннем охвате прессы, которая ориентирована на село и пишет о селе:

---

<sup>1</sup> Журналист и журналистика российской провинции. Опыт исследования. М., 1995 и др.

«Сельская жизнь», «Нива России», «Крестьянские ведомости», «Крестьянская Россия», «Сельский коммерсант» и т. д.

Рассмотрим на примере общественно-политической газеты Мичуринского района «Наше слово» фактологию аграрной прессы.

1. «Земля ждет дождя»<sup>2</sup> (16 сентября 2010 года, № 38), автор: Д. Попов.

В данной статье автор повествует о конкретных событиях, явлениях, следовательно, направленность текста объективная («Целью семинара было показать, как в экстремальных условиях живет коллективное хозяйство и, несмотря на экономические трудности и природные катаклизмы, получает прибыль»). Жанровая разновидность представленного текста — аналитическая статья, присутствуют термины, используемые в аграрной деятельности («лущение», «аммиачная селитра», «озимые и яровые», «гибридов подсолнечника», «механическая калибровка»), сравнение («...по ровным, словно асфальт, грунтовыми дорогам...»), «Сев озимых ведется полный световой день, или, как поется в песне: «От зари до зари, от темна до темна...»), вопросительное предложение («Так зачем изнашивать плуги?»), превалируют сложноподчиненные предложения («После уборки зерновых все поля, на которых они росли...»), «И тогда хозяйство из года в год остается на плаву, как в случае с СПК «Родина», «...выехали к подсолнечнику, уборка которого ведется комбайном «Джон Дир»), вводные слова («как всегда», «к сожалению»), различные цифровые статистические данные, а также использованы фотографические иллюстрации. Статья состоит из следующих частей: введение, основная часть, заключение. Следовательно, композиция данного текста — последовательная. В курс того, о чем изложено в публицистическом тексте, вводит лид-абзац, расположенный непосредственно после заголовка.

2. «Это время пришло — БАМ...» (9 сентября 2010 года, № 37), автор: Д. Попов.

Направленность текста — объективная, автор излагает конкретные факты, не давая собственную оценку («В конце августа состоялся районный семинар и выставка-демонстрация новой техники Большого Агротехнического Магазина (БАМ), расположенного в рабочем поселке Дмитриевка Никифоровского района»), даются определенные сведения о месте проведения, о представленной технике, о лицах, присутствовавших на выставке, а также цифровые данные. Данный текст представляет собой статью, информационное сообщение, являющееся актуальным. В публикации используются следующие средства: аббревиатура в заголовке привлекает к себе внимание («Это время пришло — БАМ...»); использование большого количества профессиональных слов («...электронное управление двигателем, высокие давления впрыска и системы питания с общим нагнетательным трубопроводом...», «...опрыскиватель для внесения жидких удобрений и ядохимикатов»), причастных оборотов («...люцерновое поле, расположенное на территории фермерского хозяйства А.В. Каширина...»), «...единая сеть дилерских сервисных центров, охватившая всю территорию России»), сложноподчиненных предложений («В связи с тем, что выставка располагалась неподалеку от оживленной трассы...»), «...разглядывали стенды, где были выставлена техническая документация и литература...»), прямой речи («Техника, бесспорно, высококачественная...»), «Машинно-тракторный парк неумолимо стареет ... старая техника должна заменяться на новую...»); в оформлении статьи присутствуют фотографические иллюстрации. Композиция публикации последовательная: начинается статья с лид-абзаца, в котором изложена суть, основная мысль текста. Далее идет основная часть, информирующая читателей более подробно о произошедшем событии, знакомит с местом проведения, непосредственно самой техникой, лицами, присутствовавшими на выставке. В заключении

<sup>2</sup> Газета «Наше слово» № 36–38, 2010 г. Мичуринск, Тамбовской области.

подводится итог со слов начальника райсельхозуправления. Оценка, данная автором, положительная, так как в материале излагаются только позитивные факты.

В последующее десятилетие всё большее значение стали приобретать не печатные, а электронные версии региональных изданий, что обусловлено объективными факторами. С целью сравнения тематик 10-х и 20-х годов XXI века прибегнем к анализу интернет-версии газеты «Наше слово»<sup>3</sup>.

Внимание читателей здесь привлекает не только лид-абзац, а в большей мере визуальный фотографический ряд и его цветовая палитра (рис. 1, 2).



Рисунок 1. Электронная версия издания газеты «Наше слово» в социальной сети ВКонтакте

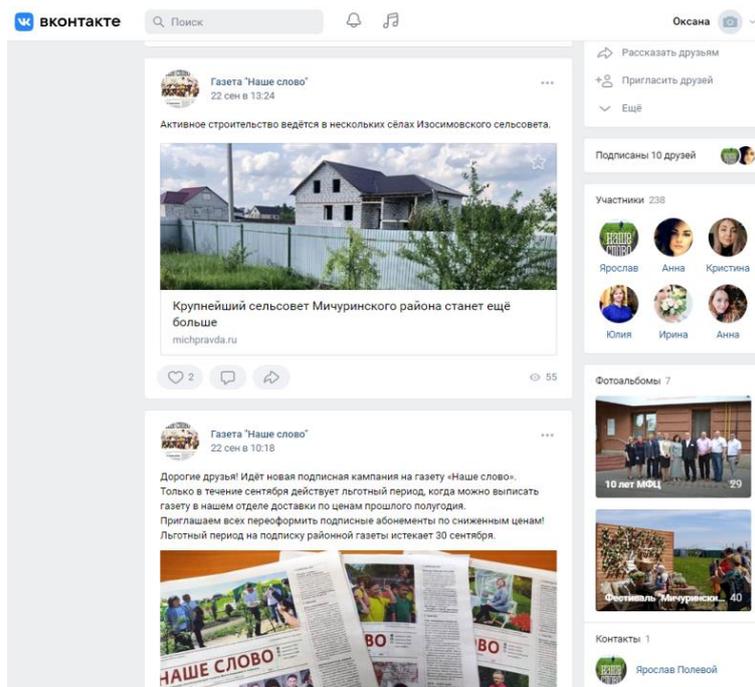


Рисунок 2. Визуальный ряд электронной версии издания газеты «Наше слово» в социальной сети ВКонтакте

<sup>3</sup> Газета «Наше слово». Электронная версия издания. URL: <https://vk.com/nasheslovo1938> (дата обращения 20.09.2021).

Кроме того, появилась возможность размещения небольших тематических видеороликов, где в акценте «динамичная картинка». Тематическая же составляющая в 2021 году затрагивает в большей степени освещение факторов, способствующих устойчивому развитию региона.

Особенно отметим, процесс целенаправленного формирования образа региона в сознании граждан (брендинг) направлен, прежде всего, на повышение имиджа региона, улучшение его репутации, создание положительных ассоциаций и образов у различных аудиторий, таких как местные жители, туристы, инвесторы [4; 5].

Что касается аграрной тематики на страницах местных изданий, то в ней широко используются «бренды» территории: тамбовский волк, тамбовский мед, мичуринские яблоки, тамбовская пчела<sup>4</sup>.

### Заключение

Целенаправленная репрезентация аграрной тематики в общественном сознании — важное условие для динамичного развития территории в целом<sup>5</sup> [6; 7]. Действенным инструментом достижения заданной цели становится формирование эффективного имиджа территории в средствах массовой информации [8; 9]. В целом тема конструирования социальной реальности в продуктах региональных средств массовой коммуникации достаточна актуальна, включает два основных механизма — отражение действительности и конструирование образа.

Проанализировав публикации в сфере агропромышленного комплекса общественно-политической газеты Мичуринского района «Наше слово», можно сделать вывод, что главной проблемной темой служит выход из кризисных ситуаций ввиду сложившейся аномальной погоды, а также затрагивается тема оснащения хозяйств новой техникой, благоустройства сельских территорий.

На сегодняшний день издания сельскохозяйственной направленности привлекают внимание многочисленной аудитории в связи с различными ситуациями экономического характера, и, несомненно, на это влияет заинтересованность граждан в этом секторе, обсуждение проблем которого становится все более актуальным.

Аграрная проблематика остается одной из ведущих тем в разнообразных очерках о Мичуринске Тамбовской области [10–12].

### ЛИТЕРАТУРА

1. Реснянская Л.Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. М., 1996.
2. Стяжкин В.Е. Региональная и локальная периодика. М., 1996
3. Засурский Я.Н., Болотова Л.Д. и др. Система средств массовой информации России: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2003. — 259 с.

---

<sup>4</sup> Основные бренды территории Тамбовская область. URL: <https://www.nbcrs.org/regions/tambovskaya-oblast/brendy-territorii> (дата обращения 20.09.2021).

<sup>5</sup> Аграрная пресса. Справочник. URL: [https://spravochnick.ru/zhurnalistika/agrarnaya\\_pressa/](https://spravochnick.ru/zhurnalistika/agrarnaya_pressa/) (дата обращения 25.09.2021).

4. Короткова Г.В., Синепупова О.С., Руднева Н.И., Верховцев А.А. Брендинг территории как фактор устойчивого развития региона // В сборнике: Социально-экономические проблемы продовольственной безопасности: реальность и перспектива. материалы II Международной научно-практической конференции. 2017. С. 95–101.
5. Короткова Г.В., Синепупова О.С. Природные ресурсы Тамбовской области как концепт развития туристской отрасли // В сборнике: В.И. Вернадский: устойчивое развитие регионов. Материалы Международной научно-практической конференции: Электронный ресурс: в 5-ти томах. 2016. С. 28–32.
6. Сальников С.Г. Издания аграрной тематики как один из важных компонентов интеграции агрознаний // Никоновские чтения. 2010. № 15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izdaniya-agrarnoy-tematiki-kak-odin-iz-vazhnyh-komponentov-integratsii-agroznaniy> (дата обращения: 18.09.2021).
7. Артеменко А.П., Артеменко Я.И. От репрезентации пространства к пространству репрезентации: современные визуальные исследования // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2018. № 44. С. 61–69.
8. Базилян С.А. Миф, символ, архетип как ключевые репрезентанты территориальной самобытности // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2019. № 7(25). С. 21.
9. Чепкасов А.В. Образ — имидж — стереотип региона (к определению понятий) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2016. Т. 15. № 6. С. 83–92.
10. Кострикин В.К. Мичуринск и мичуринцы — газетной строкой // избранные очерки / Виктор Кострикин. Мичуринск — наукоград РФ, 2010. Том (1965–2010 годы).
11. Белинская Д.В., Говердовская М.А. Социальное пространство города Мичуринска: опыт социологического исследования // В сборнике: Наука в современном информационном обществе. материалы XI Международной научно-практической конференции. 2017. С. 130–134.
12. Томонов Д.С., Сидорова И.В. Исторические вехи развития города Козлова (Мичуринска) // В сборнике: Современные научные исследования: теория и практика. Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. под общей редакцией А.И. Вострецова. 2018. С. 112–115.
13. Реснянская Л.Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. М., 1996.
14. Стяжкин В.Е. Региональная и локальная периодика. М., 1996; Журналист и журналистика российской провинции. Опыт исследования. М., 1995 и др.

**Karamnova Natalia Vladimirovna**

Michurinsk State Agrarian University, Michurinsk, Russia  
E-mail: KaramnovaN@yandex.ru  
RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=337746](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=337746)

**Trunova Svetlana Nikolaevna**

Michurinsk State Agrarian University, Michurinsk, Russia  
E-mail: trunovamgau@yandex.ru  
RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=454651](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=454651)

**Sinepupova Oksana Serafimovna**

Michurinsk State Agrarian University, Michurinsk, Russia  
E-mail: sinepupova@mail.ru  
RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=682036](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=682036)

## **Representation of agricultural topics on the pages of the regional press**

**Abstract.** The article raises the problem of representation of agricultural topics on the pages of the regional press. Exploring the specific features of the representation of the agrarian agenda through regional media, the importance of this process is emphasized, which promotes the production of integrating meanings, as well as the exchange between cultural carriers, using signs and images symbolizing (representing) the agricultural region. The factors contributing to the strengthening of the position of the regional press in the local information market, contributing to the strengthening of its influence on public relations in the region are indicated. The features and nature of the presentation of agrarian issues on the pages of local newspapers of historical periodicals are investigated in order to compare, evolution, continuity, identify the current state and level of innovation, clarify prospects. The features of the development of the agro-industrial complex through the prism of print media are outlined on the example of the newspaper of the Michurinsky district of the Tambov region «Our Word».

The objects of the study were the visual photographic series and its color palette published in the Online version of the newspaper "Our Word", lead paragraphs, thematic videos in the format of "dynamic pictures", the content of publications and comments on the agricultural sector of the region. It is summarized that agrarian problems remain one of the leading topics in various essays about Michurinsk of the Tambov region.

**Keywords:** agrarian press; regional newspapers; print media; factual agricultural press