

## АКТУАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В СОВРЕМЕННОЙ МЕСТНОЙ ГАЗЕТНОЙ ПЕЧАТИ (НА МАТЕРИАЛЕ СТАВРОПОЛЬСКИХ ГАЗЕТ)

Шандрыголова Е.С.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», Ставрополь, Россия (355009, г. Ставрополь, ул. Пушкина 1), e-mail: kate\_kos@mail.ru

Данная статья посвящена анализу использования способов актуализации социальных проблем в современной местной периодике. В ходе исследования определены более и менее распространенные в городских и районных изданиях способы, разделенные автором на две группы. Первую составляют способы, входящие в зону ответственности редакции: интенсивность и периодичность обращения к той или иной социальной проблеме, выбор информационного повода, место расположения и объем материала, использование разнообразных рубрик, визуальной информации, подбор авторов различных типов, целевое назначение текстов. Во вторую группу входят способы актуализации социальных аномалий, относящиеся к компетенции журналистов: использование различных жанровых форм, приема персонализации, введение в авторский текст экспертных оценок и статистических данных, создание привлекательных заголовков. На примере городской и районной газет автор демонстрирует, насколько может быть эффективен каждый из перечисленных способов актуализации проблем общества в зависимости от характера его использования.

Ключевые слова и фразы: социальная проблема, актуализация, местная печать, городская газета, районная газета

## ACTUALIZATION OF SOCIAL PROBLEMS IN MODERN LOCAL NEWSPAPER (BASED ON MATERIALS OF STAVROPOL NEWSPAPERS)

Shandrygolova E.S.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia (355009, Stavropol, Pushkinast. 1), e-mail: kate\_kos@mail.ru

This article analyzes the use of methods of the social problems actualization in modern local periodicals. More or less common in city and local editions ways were identified during the study and divided by the author into two groups. The first group consists of methods entering into the editorial board responsibility zone: the intensity and frequency of the treatment to a particular social problem, the selection of the informational occasion, the location and volume of the material, the use of various headings, visual information, the selection of different authors, the purpose of the text. The second group includes methods of the social anomalies actualization referring to journalists competence — the use of different genre forms, the way of personalization, the introduction of expert assessments and statistical information to the author's text, the attractive titles creation. By example of city and local newspapers the author demonstrates how much each of these ways of actualization social problems can be effective depending on the nature of its use.

Keywords: social problem, actualization, local press, city newspaper, local newspaper

В структуре региональной прессы особое место занимают городские и районные газеты, которые объединяют общим названием – местная печать. Она представляет собой один из самых многочисленных отрядов российской прессы, отличается широтой тематики и охватывает значительные массы населения. Теоретики журналистики отмечают способность и обязанность городских и районных изданий «оперативно информировать население о местных проблемах, привлекать гражданское общество к их обсуждению и поиску путей их решения» [3, с. 17], а также называют эти СМИ «средством укрепления социальных связей жителей муниципального образования, поддержания их совместного существования» [5, с. 24], участником актуализации социальных проблем в обществе.

В своем исследовании мы исходим из философского понимания актуализации «как придания степени важности <...> явлению или действию» [6, с. 18] и социальной проблемы как «объективно возникающего в процессе функционирования и развития общества противоречия; задачи, требующей решения средствами социального управления» [8, с. 358].

В качестве источниковой базы отобраны из городских наиболее успешная газета «Вечерний Ставрополь» (далее – «ВС»), из районных – газета Нефтекумского района «Восход», входящая в группу стабильных в своей типологической нише. Хронологические рамки исследования продиктованы необходимостью анализа годичной подшивки для обеспечения валидных выводов и включают период с января по декабрь 2014 г. Анализ отражения социальных проблем в местной периодике был нацелен на определение более и менее распространенных способов актуализации социальных проблем, входящих в зону ответственности редакции или в зону ответственности журналистов [см. подробнее о методике исследования: 4].

В первой группе одним из важных способов актуализации является постоянство включения проблем общества в информационную повестку дня изданий. В целом массив выявленных текстов по социальной проблематике в газете «Вечерний Ставрополь» составил 420 штук (примерно по две публикации в номере), в газете «Восход» – 306 (примерно по три материала в номере).

С помощью частотного анализа в ходе исследования определено, с какой интенсивностью и периодичностью газеты обращались к конкретной социальной проблеме и таким образом выявлено, какое место она занимает в иерархии социальных проблем по версии редакций выбранных СМИ. На основе полученных данных социальные проблемы сгруппированы в следующие блоки: суперважные для редакций, важные, менее важные и малозначительные.

К суперважным мы отнесли те социальные аномалии, о которых в местных газетах писали в среднем в каждом четвертом номере (или чаще). Анализ показал, что среди социальных проблем на первое место в городской и районной периодике выходили проблемы жилищно-коммунального хозяйства, безопасности, криминала и благоустройства.

Следующая группа – важные проблемы, к которым местные издания обращались в каждом 5–8-м номере. Результаты подсчета свидетельствуют, что к важным обе редакции относили проблемы здравоохранения, детства, пенсионеров. В городской газете к ним примыкали проблемы здоровья, в районной – семьи, стариков и наркомании.

К группе менее важных проблем мы отнесли те социальные неразрешенности, которых СМИ в среднем касались в каждых 9–16-х номерах. Таковыми были проблемы труда, милосердия и беженцев. Помимо этих, с той же частотой в городском издании

появлялись проблемы людей с ограниченными возможностями, образования, коррупции, семьи, наркомании; в районной газете – ветеранов и здоровья.

К малозначительным социальным проблемам исходя из анализа местная пресса относила большой список: экологию, межнациональные отношения, реабилитацию заключенных, демографию, терроризм, курение, алкоголизм. Кроме вышеперечисленных, в перечень неважных проблем городской газеты входили СПИД и проституция, а в перечень районного издания – коррупция, бедность, социальная защита жертв аварии на Чернобыльской АЭС, аборт. Эти темы встречались на страницах местных газет крайне редко. Ко многим из них журналисты обращались один или дважды в год.

Еще одним индикатором значимости социальных проблем являются выбираемые редакцией для их отражения информационные поводы. Чаще всего в качестве таковых в местной периодике становились события, инициаторами и главными действующими лицами которых выступали представители региональной законодательной и исполнительной власти: различные заседания, пресс-конференции, круглые столы, встречи с местными жителями, официальные визиты, проверки, акции, рейды. В городской и районной прессе так называемый официоз составил треть от публикаций на социальную тематику (36% и 38%). Такое стремление журналистов продемонстрировать активность чиновников, на наш взгляд, снижает значимость самой проблемы, представляет ее как бы решенной.

Иную роль для актуализации социальных проблем играют публикации, информационными поводами для которых становятся события и ситуации, акторами которых выступают местные жители, а также обращения читателей в редакцию с вопросами, жалобами, предложениями по решению общественных проблем. Отражая реальные нужды населения, они являются эффективными с точки зрения придания важности проблемам общества. Зачастую они озвучивались в постоянных рубриках — подборках читательских писем. Тексты подобного типа в общем массиве выявленных чаще встречались в «ВС», чем в «Восходе» (20% и 5% соответственно).

Частым информационным поводом (13% в городской газете и 11% в районной) при освещении социальной проблематики являлись праздники, памятные даты, конкурсы. Для районной газеты было характерно более частое (18%) по сравнению с городской (8%) обращение к всевозможным изменениям и нововведениям в анализируемой сфере – вступлению в силу или обсуждению новых законов, открытию больниц, реконструкции детских садов и т.п. Определенную долю (11% в «Восходе» и 16% в «ВС») занимали публикации, информационным поводом для которых служило совершение и / или расследование преступлений, а также чрезвычайные происшествия.

Были публикации, в которых информационным поводом выступало не событие, а жизненная ситуация или личный опыт героев. Среди них были материалы о председателе домового комитета, которая сумела навести порядок во дворе и привлечь к этому соседей, об ответственных сантехниках, качественно оказывающих «скорую коммунальную помощь», о 15-летней девочке, попавшей в психиатрическую лечебницу из-за употребления «спайсов». В «Восходе» таких материалов было 9%, в «ВС» – 4%. Подобные публикации представляют опыт решения или последствия нерешения проблемы, придают ей личностный характер.

Стоит отметить, что редакции местных изданий и сами выступали создателями информационных поводов, организовывая различные акции, специальные проекты, рубрики, обращаясь за помощью к чиновникам, общественным деятелям, специалистам. Так, в «ВС» существовала постоянная рубрика «Прямая линия»: редакция приглашала специалистов (врачей, юристов, чиновников), которые отвечали на вопросы читателей по телефону, а итоги консультации появлялись на страницах газеты. Такие публикации в районной газете занимали 6% от общего числа материалов на социальную проблематику, в городской – 3%. С точки зрения актуализации социальных проблем они весьма эффективны, так как включают читателей в открытое обсуждение общих проблем.

Важную роль в придании значимости проблеме также играет расположение материалов о социальных проблемах в издании и на полосе. В местной прессе выявленные нами публикации были расположены в основном в первой части номера – на первой, второй, третьей полосах, что свидетельствует о желании редакции привлечь внимание читателей к материалам. Они занимали от одной шестнадцатой до целой полосы: в «Восходе» в среднем около четверти полосы, в «ВС» – треть. Подобные материалы появлялись в номерах как в зонах повышенного внимания аудитории (в правом верхнем и нижнем углах, левом верхнем), так и в менее выигрышном с точки зрения читабельности левом нижнем углу. Это говорит о том, что в редакциях либо недостаточно эффективно используют данный способ актуализации социальных проблем, либо не видят их достаточно значимыми.

Приданию степени важности могут способствовать и рубрики. Они фиксируют в сознании читателя тему публикации или подборки материалов, усиливают или ослабляют их значимость. Обращаясь к социальной проблематике, редакции местных изданий использовали тематические рубрики, определяющие содержание текстов полосы («Читатели», «Разговор по душам», «Люди. События. Факты»), и служебные рубрики, относящиеся к конкретному материалу. Последние играют более значимую роль для актуализации социальных проблем, чем полосные рубрики, поскольку могут выполнять различные функции. В анализируемых изданиях они называли определенную социальную проблему («Криминал», «Экология», «Коррупция», «Здравоохранение», «Трудное детство»,

«Трудовые отношения»), характеризовали степень ее значимости («Актуально», «SOS», «Горячая тема») или ситуацию, о которой шла речь («Чужой беды не бывает», «Жизнь как она есть», «Борьба с коррупцией», «Хорошие новости»). Также служебные рубрики уточняли определенный аспект социальной проблемы, что свидетельствует о признании ее актуальности редакциями местной прессы. Ярким примером является разнообразие выявленных нами в изданиях служебных рубрик, связанных с проблемой жилищно-коммунальной сферы: «ЖКХ: капремонт МКД», «ЖКХ: на пути к экономии», «ЖКХ: есть мнение», «ЖКХ: вопрос-ответ», «ЖКХ: проблемы и решения», «ЖКХ: управление многоквартирными домами», «Коммунальные войны: жильцы против УК» и др.

Присвоению социальным проблемам статуса повышенной важности может служить и визуальная информация. Ученые отмечают, что у современного медиапотребителя не хватает времени читать много, поэтому «иллюстрации, инфографика, графические модели становятся маркерами в информационном потоке» [2, с. 19], помогающими вычлнить нужное. Городская пресса активнее, чем районная, использовала их в качестве способа актуализации проблем общества. В газете краевого центра была проиллюстрирована половина публикаций о социальных проблемах, в районной – лишь треть. Чаще всего издания использовали жанр фотопортрета. В основном это были так называемые говорящие головы – индивидуальные или групповые, постановочные или репортажные портреты представителей власти. Очевидно, что такая визуальная информация выглядит обыденно, не вызывает интереса аудитории, а значит, не способствует приданию значимости социальным проблемам, о которых говорится в сопутствующем тексте.

Более полноценными и привлекательными получаются репортажные снимки, отражающие реальную действительность, а также фотоочерки и фотозарисовки, придающие проблеме персонифицированный характер. Их героями становились люди, испытывающие жизненные сложности (одинокая ветеран Великой Отечественной войны, чей печальный взгляд и морщинистые руки на фото рассказывают о нелегкой судьбе пожилой женщины; крепкий мужчина в инвалидной коляске и др.), помогающие обездоленным или участвующие в решении проблем общества по призванию или долгу службы (приветливые социальные работники, активные председатели домовых комитетов, трудолюбивые и порядочные сантехники, неутомимые руководители общественных движений и др.).

Редакции «ВС» и «Восхода» обращались также к жанру фотофакта. Обычно его использовали в качестве иллюстраций к материалам, посвященным проблемам безопасности в целом и безопасности дорожного движения в частности. Это были изображения искореженных после дорожно-транспортных происшествий автомобилей, занесенных снегом дорог, сохнувшей над газовыми плитами одежды и т.п. Подобные иллюстрации привлекают

внимание, порой вызывают чувство страха и ужаса, а значит, делают общую проблему близкой читателю, тем самым актуализируя ее в его сознании.

Фотообвинение – жанровую разновидность фотофакта – можно тоже считать одним из эффективных средств актуализации социальных проблем. Чаще всего в местной прессе его использовали для демонстрации проблем жилищно-коммунальной отрасли, помещая изображения текущих крыш, прогнивших полов, обвалившейся штукатурки и др. Фотообвинения в первую очередь были призваны привлечь внимание власти, закрывающей глаза или не способной решить конкретные проблемы.

Следует подчеркнуть, что редакции крайне редко использовали для раскрытия темы и актуализации социальных проблем нефотографические иллюстрации: единично встречались плакат, карта, чертеж, не было карикатур, шаржей, инфографики.

Большим потенциалом для ориентирования читателей и воздействия на них обладает подбор авторов, разнообразный по типам. Чем он шире, тем более многоаспектно выглядит проблема, тем больше у нее шансов быть замеченной и решенной.

Анализ показал, что авторами основной доли публикаций на социальную тематику в городской газете выступали журналисты (49% от общего числа текстов на социальную проблематику), в то время как в районном издании – пресс-службы, чиновники, ведомства (56%, включая анонимные материалы, которые, судя по всему, написаны пресс-секретарями различных ведомств). В городской газете чиновникам и их пресс-секретарям также принадлежит немалая доля публикаций о проблемах общества – 32%. Следующая группа авторов – читатели. В «ВС» они были использованы в этой роли в 2,5 раза чаще, чем в «Восходе» (15% и 6% соответственно). Мало была представлена позиция специалистов (врачей, юристов и т.д.) (3% и 4%) и общественных деятелей (по 1%). Очевидно, что такой перекоп в авторском составе не может служить актуализации социальных проблем.

Исследование целевого назначения публикаций (констатация проблем и их решения, поиск причин и путей решения, консультации и демонстрации способов решения проблем) показало, что большинство выявленных в городской и районной периодике материалов представляли решение проблемы органами власти (45% и 51% соответственно). По нашему мнению, это нивелирует ее значимость для аудитории, поскольку формирует отношение к ней как к решенной, находящейся всецело в компетенции только чиновников. Гораздо меньше публикаций (14% в «ВС» и 6% в «Восходе») констатировало существование определенной проблемы. Постоянное напоминание о ее наличии, на наш взгляд, может рождать в сознании аудитории мнение о неразрешимости проблемы, поэтому данный способ освещения может считаться эффективным только при условии его использования в союзе с другими (например, с поисками путей ее решения).

Еще меньше материалов (7% в городской прессе и 13% в районной) ставили целью консультирование аудитории. Среди них были ответы на вопросы читателей о правах на льготы, специальные проекты редакций в рамках реформы ЖКХ, начавшейся в 2014 г., где журналисты, чиновники рассказывали о правилах формирования фонда капитального ремонта жилья, оплаты за коммунальные услуги, особенностях их предоставления и т.д. Стремление редакции стать помощником и союзником граждан в решении их проблем свидетельствует об осознании журналистами масштаба социального неустройства. Примерно такое же количество текстов (10% в городской и 11% в районной газете) отражало поиски решения проблемы. В эту группу вошли аналитические отчеты с различных заседаний, конференций, форумов, аналитические интервью и статьи, представляющие идеи и взгляды представителей власти, общественности, ученого сообщества, самого журналиста на варианты выхода из сложившейся ситуации. Такая же доля публикаций содержала призывы к решению проблемы. Поиск причин социального неблагополучия занимал самое незначительное место в массиве выявленных текстов и был характерен только для городской прессы (4%). Данные способы освещения, по нашему мнению, являются весьма действенными с точки зрения актуализации социальных проблем, потому что косвенно включают читателя в обсуждение и размышление над проблемой.

Всего 6% материалов в «ВС» и 10% в «Восходе» демонстрировали примеры решения социальной проблемы. Сюда относились очерки о людях с ограниченными возможностями, ведущих активный образ жизни, жильцах многоквартирных домов, сумевших навести коммунальный порядок в них, семьях, помогающих одиноким старикам, и т.п. Подобные публикации представляются нам весьма результативными, поскольку содержат положительный опыт, который могут перенять читатели для решения схожих проблем.

Эффективные инструменты для привлечения читателей к осознанию и решению проблем общества есть и у журналистов. Одним из таких инструментов является выбор жанровой формы публикаций. Среди материалов на социальную проблематику в местной прессе преобладали информационные жанры, причем в районной печати эта тенденция проявлялась более отчетливо (69% текстов, в городской – 57%). Наиболее распространенными были информация и информационная корреспонденция, информационный отчет, менее – информационное интервью, вопрос-ответ, информационный комментарий, письмо. Следует отметить, что информационные жанры лишь фиксируют существование социальной проблемы, поэтому их преимущественное использование в отражении определенной проблемы приводит лишь к ее констатации.

Материалы, написанные в аналитических жанрах, направлены на разъяснение сущности событий и явлений, позволяют спрогнозировать их развитие, что делает их

эффективным средством актуализации социальных проблем. В то же время в анализируемых газетах такие публикации занимали 38% (в «ВС») и 20% (в «Восходе»). Исследование жанровой формы выявленных в изданиях материалов показало, что журналисты чаще всего обращались к аналитической корреспонденции, главным отличительным признаком которой теоретики журналистики называют нацеленность на истолкование события [9], к жанру аналитического отчета, задача которого – «показать взаимосвязь тех или иных суждений, оценок, выводов, предложений, содержащихся в речах выступавших, с реальными проблемами, ситуациями, процессами» [9, с. 94], и жанру статьи, которая «объясняет читателям как общественную, так и личную значимость актуальных процессов, их причинно-следственные связи и таким образом инициирует читательские размышления, действия, связанные с предметом отображения в публикации» [9, с. 150]. Аналитические интервью встречались только в газете краевого центра. Представлены были также совет, социальное резюме, беседа, расследование, комментарий.

Потенциал художественно-публицистических жанров местные журналисты задействовали еще реже: в 11% публикаций о социальных проблемах в «Восходе» и 5% – в «ВС». В основном использовались зарисовки, житейская история, эссе и очерк. Это показательно, так как «публицистическое осмысление сущности социальных проблем свидетельствует о желании изданий привлечь к ним более пристальное внимание аудитории, в том числе органов власти» [4].

Эффективным способом актуализации социальных проблем можно считать их персонафикацию, когда автор на примере конкретного героя демонстрирует определенную социальную проблему. Таким способом журналисты местных изданий показывали проблемы одиночества и старости, детства, насилия в семье, положительные примеры решения некоторых социальных невзгод. Особенно это касается проблем людей с ограниченными возможностями, которых газеты часто представляли как сумевших преодолеть с помощью своих близких душевные и физические трудности. Кроме того, персонафикация способна воздействовать на устоявшиеся в обществе стереотипы относительно некоторых социальных проблем или социальных групп. Например, рассказав историю отсидевшего 16 лет в тюрьме брата, который «очень хотел остаться человеком», «не привез с зоны блатные словечки, отвязность, свойственную “отбывшим”» [7], бросил пить, завел семью, стал отличным мастером, автор городской газеты нарисовал нетипичный образ бывшего «зэка», который в представлении общества является потенциальным преступником и представляет угрозу.

Потенциалом с точки зрения актуализации социальных проблем обладают статистические данные. С их помощью журналисты местных изданий фиксировали степень распространения проблем детства («в крае проживают 9568 детей-сирот»), безопасности («на



дорогах края погиб 21 ребенок»), наркомании («зарегистрировано более 700 случаев отравления курительными смесями»), бедности («12 процентов жителей края, а это почти 350 тысяч человек, имеют доходы ниже прожиточного уровня»). Часто сотрудники местных редакций использовали количественные показатели для демонстрации результатов деятельности и планов власти по решению социальных проблем: «в детских садах было создано более 5 тысяч новых мест для малышей», «за лето в крае отремонтируют более 350 километров и реконструируют 54 километра дорог». На наш взгляд, наиболее действенно выглядят тексты, где цифры подчеркивают главную мысль автора. Так, например, житейская история о насилии в семье заканчивалась предложением: «...каждые сорок минут от супружеских побоев в России умирает одна женщина. Центров, где она могла бы спрятаться, практически нет» [1]. Таким образом, с помощью статистики проблема приобрела другой масштаб.

Экспертные оценки, как и статистические данные, дают читателю возможность разобраться в проблеме, увидеть ее непредвзято и объективно. В «ВС» и «Восходе» в качестве экспертов в социальной сфере выступали чиновники, специалисты, читатели, общественные деятели, представители социально незащищенных групп. Иногда журналисты использовали обобщенные образы («по мнению психологов», «ученые считают»). Очевидно, что чем шире круг экспертов, тем более объемными и доказательными выглядят материалы.

В качестве еще одного способа актуализации социальных проблем можно рассматривать заголовки публикаций, которые играют большую роль в организации внимания аудитории, воздействия и внушения. Журналисты использовали различные виды заголовков: заголовок-резюме («Палочка Коха живет в элитных домах»), заголовок-призыв («Спасите детей от наркотиков!»), заголовок-восклицание («В домах будет тепло!»), заголовок-вопрос («Как противостоять терроризму?»), заголовок-реплику («А. Джатдоев: “Коррупционеров покрывать не будем”»), заголовки с использованием прецедентных текстов («Как аукнется...») и др. На наш взгляд, этот способ актуализации внимания к социальным проблемам широко использовался анализируемыми изданиями.

Таким образом, для придания степени важности определенной социальной проблеме в анализируемый период редакции ставропольских газет увеличивали интенсивность и периодичность обращения к ней, использовали разнообразные информационные поводы, специальные рубрики, привлекательную визуальную информацию, располагали материалы в зоне повышенного внимания читателя, привлекали авторов разного типа, использовали разные подходы к освещению социальных проблем. Журналисты «Вечернего Ставрополя» и «Восхода» для актуализации социальных проблем выбирали различные жанры,

использовали прием персонификации, статистические данные и экспертные оценки, яркие заголовки.

### Список литературы

1. Буняева Н. Тень [Текст] // Вечерний Ставрополь. – 2014, 19 сентября. – С. 3.
2. Вартанова Е.Л. О современных медиа в журналистике. Заметки исследователя. – М.: МедиаМир, 2015. – 136 с.
3. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов / Свитич Л.Г., Смирнова А.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. – 213 с.
4. Лепилкина О.И., Шандрыголова Е.С. Способы актуализации социальных проблем в современной газетной прессе // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №1; URL: [www.science-education.ru/125-20221](http://www.science-education.ru/125-20221) (дата обращения: 01.09.2015).
5. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития: учеб. пос. – СПб.: Б. и., 2011. – 130 с.
6. Новейший философский словарь / Сост. А.А. Грицанов. – Мн.: Изд. В.М. Скакун, 1998. – 896 с.
7. Потерянный и обретенный вновь. Мой брат... [Текст] // Вечерний Ставрополь. – 2014, 9 июля. – С. 7.
8. Социологический словарь / Под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичёва; ученый секретарь О.Е. Чернощек. – М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 608 с.
9. Тertyчный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 193 с.

### Рецензенты:

Ежова Е.Н., д.фил.н., профессор, заведующая кафедрой средств массовой информации Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь;

Лепилкина О.И., д.фил.н., профессор, заведующая кафедрой истории и теории журналистики Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь.