**Содержание**

Введение

1 Теоретические и методические проблемы источниковедческого изучения периодической печати, как исторического по общественной политической истории

1.1 Периодическая печать – важнейшее средство формирования общественного мнения

1.2 Классификация периодической печати

2 Правовое положение редакций, особенности содержания и размещения материала в газете

3 Региональная периодическая печать, как источник по общественно-политической истории в 1990-е годы

Заключение

Список использованных источников и литературы

# Введение

Актуальность темы исследования.Конец XX века стал переломным в историческом развитии России. Глобальные сдвиги в сознании населения, вызванные освоением новой идеологии, рыночного способа хозяйствования, изменение общественного устройства, отождествлявшегося со справедливостью, во многом стимулировались СМИ. Они оперировали такими идеологическими понятиями, как права и свободы личности, свободное предпринимательство, общечеловеческие ценности. При этом менялась коммуникационная мотивация, складывалась новая система средств массовой информации.

С началом перестройки средства массовой информации (СМИ), в частности периодическая печать, принимали активное участие в общественно-политической жизни страны, освещая и обсуждая на своих станицах политические преобразования. Инициаторы перестройки рассматривали СМИ как важнейший рычаг демократизации, повышения социальной активности населения, ломки прежних стереотипов политического поведения и, в конечном счете, ускорения перестроечных процессов во всех сферах [4, с. 88].

Развитие гласности, официальное признание в государстве многопартийности способствовали неуклонному расширению газетного мира. Появились издания, выход которых стал возможным благодаря новым тенденциям, сложившимся в условиях демократизации, финансово-экономической инициативы, утверждения рыночных отношений. Формировалась новая система средств массовой информации.

В этой системе своё значимое место занимала региональная пресса, развитие которой было обусловлено политическими, экономическими, социокультурными, идеологическими факторами и имело местную специфику. В условиях и характеристиках деятельности региональной прессы в целом и в частности наступили качественные изменения, требующие осмысления и анализа.

В 1990-е гг. с принятием курса на радикальные экономические и политические реформы периодическая печать продолжила играть значительную роль в формировании политики государства. Один из самых многочисленных видов периодики в СССР и Российской Федерации в первой половине 1990-х гг. составляла региональная печать, охватывавшая своим влиянием значительную часть населения.

С началом перестройки местные издания так же активно, как и центральные, подключились к обсуждению наиболее значимых проблем общественно-политической жизни.

В связи с этим изучение влияния периодической печати на общественно-политическую жизнь в 1991-1995 гг. на материале отдельно взятой газеты региона представляется весьма актуальным.

Предмет исследования составляет воздействие региональной прессы на общественно-политическую жизнь, роль периодических изданий в общественно-политической жизни.

По своему содержанию общественно-политическая жизнь представляет собой множество явлений и процессов [18, с. 170]. Поэтому важным представляется исследование влияния, которое оказывала периодическая печать на различные стороны общественно-политической жизни, а именно: на общественное мнение, на электоральное поведение в период избирательных кампаний, на деятельность общественных объединений и политических партий, на политические события в регионе в целом.

Исследуемая тема имеет междисциплинарный характер и охватывает теоретические положения отечественной истории, философии, политологии, журналистики, социологии.

В систематизированном виде события общественно-политической жизни страны в 1980-1990-е гг. изложены в работах историков А.С. Барсенкова [1], М.К. Горшкова [6, 7], В.И. Жукова [13], В.В. Согрина [22].

Первые исследования, посвященные истории периодической печати рассматриваемого периода, появляются в начале 1990-х гг. Во второй половине 1990-х гг. выходят обобщающие работы Р.П. Овсепяна [16], А.А. Грабельникова [8], В.В. Ворошилова [3], С.М. Гуревича [10], в которых изложено системное представление о развитии периодической печати в 1980-1990-е гг.

Помимо обобщающих работ в последнее десятилетие появляются исследования, посвященные отдельным аспектам истории развития СМИ в 1990-е гг. [24, 27].

Актуальные проблемы исследования истории региональной журналистики рассмотрены в трудах Г.В. Антюхина, Б.И. Есина, Е.А. Корнилова. Авторы приходят к выводу, что, изучая местную печать, следует вводить понятие «система печати», так как только совокупность изданий имеет исторически определенное воздействие на аудиторию [26]. В трудах исследователей, объединившихся вокруг идеи планомерного изучения системы местной печати, сосредоточены разнообразные исторические свидетельства и факты о журналистике конкретных территорий.

В последнее десятилетие в центре внимания исследователей истории региональных СМИ находится проблема взаимоотношения прессы и органов местной власти: рассматривается информационная политика регионов, изменения в системе местной печати, основные тенденции развития печати и ряд других аспектов.

Системное представление о различных аспектах развития СМИ как многосложного социального организма создают исследования теоретико-методологического характера А.А. Грабельникова [8], Я.Н.Засурского [21], Е.П. Прохорова [19], Л.Л. Реснянской [20], М.В. Шкондина [28,27] и других.

Заметное место в научной литературе заняли труды, связанные с изучением роли СМИ в жизни общества. Значительный вклад в исследование этой проблемы внесли зарубежные ученые У. Липпман, М. Маклюен, С. Холл, Д. Мэрилл, Дж. Клаппер и другие. Американский социолог и журналист У. Липпман в работе «Общественное мнение» приходит к выводу о всесилии средств массовой информации [25].

Среди отечественных исследователей проблема воздействия СМИ на аудиторию изучалась Г. Дилигенским [11], М. Горшковым [6,7], В. Почепцовым [18] и другими.

Проблема влияния средств массовой информации на политическое сознание и поведение людей в период избирательных кампаний является предметом дискуссий. Часть исследователей утверждает, что СМИ оказывают решающее влияние на мотивацию избирателей.

В последнее десятилетие также появился ряд работ, посвященных реализации информационной политики на региональном уровне. Проблема роли и места СМИ в политической жизни региона, их влияние на исход выборных кампаний в 1980-1990-е гг. на примере отдельных регионов [14, 15].

Анализ публикаций показывает, что проблема влияния печатных СМИ на общественную жизнь получила отражение в ряде исследований, однако целостной концепции влияния печатных СМИ на общественно-политические процессы еще не сложилось, имеются исследования регионального характера, однако они не затрагивают ни регион, избранный для изучения, ни его прессу.

Анализ научной литературы свидетельствует, что проблема влияния региональной периодической печати на общественно-политическую жизнь в настоящее время остается практически не изученной.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1) рассмотреть систему периодической печати важнейшего средства формирования общественного мнения;

2) дать классификацию периодической печати;

3) изучить правовое и административное регулирование деятельности региональных периодических изданий, выявить правовое положение редакций и особенности содержания и размещения материала в газете в исследуемый период;

4) исследовать региональную периодическую печать в качестве источника общественно-политической истории в 1990-е годы;

Изучение публикаций периодических изданий позволяет рассмотреть освещение общественно-политической жизни на страницах газет, определить степень воздействия публикаций на общественное мнение, проанализировать влияние периодических изданий на результаты выборов.

# 1 Теоретические и методические проблемы источниковедческого изучения периодической печати, как исторического по общественной политической истории

## 

## 1.1 Периодическая печать – важнейшее средство формирования общественного мнения

В процессе развития общества в нем возникают и функционируют множество различных институтов – политических, экономических, правозащитных, образовательных и др. Со временем возникает и такой общественный институт, как средства массовой информации, состоящий из различных элементов. Первым из них по времени возникновения, как мы знаем, является газета. Каждый из этих институтов и их элементов занимает особое место в общественной системе, и каждый играет особую, специфичную роль.

Своя роль, предназначение – у газеты. Она возникла как средство удовлетворения потребности людей в общении. Это межличностное – индивидуальное и коллективное – общение [10].

Вседоступность газеты как средства общения, обмена информацией и ее получения обеспечивает ее демократичность, возможность пользования её услугами любого члена общества. А такое специфичное качество газеты, как ее универсальность – стремление отображения в ней всех сторон жизни, интересующих личность и общество, привлекает к ней его граждан.

Становясь средством масштабного коллективного общения, газета раскрывает возможность аккумуляции массовых настроений, инициации различных психоэмоциональных состояний общества в целом и его частей, а также информирования об этих состояниях. Она способствует определению общественных позиций людей, оформлению массового сознания, его изменений. Вместе с другими СМИ она становится не только средством формирования мнения личности и общественного мнения, но и его выражения.

Велика роль газеты и других средств массовой информации как социального посредника, института, устанавливающего связи между всеми частями и элементами общества. Она раскрывает перед любой общественной группой, любой социальной структурой возможность обращения к другим членам общества, установления контактов с ними. Для этого достаточно создания газеты, оповещающей о взглядах, позиции, программе такой группы. Особое значение в связи с этим получает роль газеты как инструмента управления обществом [10].

Газета, как и другие средства массовой информации, не в состоянии обеспечить принятие решений, обязательных для их реализации государственными и общественными институтами. Она способна лишь содействовать их обнародованию, публикации, передавать предложения и рекомендации граждан государственным органам и побуждать их к реальным действиям в соответствии с требованиями граждан. Газета и другие средства массовой информации – не власть, но сила, иногда очень значительная сила, выражающая общественное мнение и влияющая на реальную власть, подчас даже ограничивающая ее возможности. Ближе к действительности понимание газеты как инструмента, которым пользуются общество и государство. Это место и роль газеты и других СМИ в обществе определяют их отношения с другими социальными институтами – политическими и экономическими, научными, образовательными, правоохранительными и др. История журналистики показывает, что газета, а в современную эпоху и другие средства массовой информации часто становятся центром организации. Образование новой партии, возникновение нового политического движения или иной общественной организации нередко начинается с создания газеты или журнала как средства привлечения, сплочения их сторонников.

На протяжении десятилетий основы общественной организации, важнейшие идеологические ценности, принципы и структуры периодических изданий в СССР представлялись незыблемыми. Объявленная в 1985 году перестройка, социально-экономические и политические перемены оказали огромное воздействие на ход исторического развития страны. Началось движение общества от монической системы к плюралистической, от тоталитарного устройства к демократическому, которое завершилось стремительным прорывом и кардинальными изменениями во всех сферах жизнедеятельности государства и СМИ [2, с. 14].

Первоначально СМИ отводилась роль только проводника новой политики, средства пропаганды официальной точки зрения, а провозглашенные принципы плюрализма мнений, гласности не могли обеспечить подлинной свободы слова, всестороннего информирования общества. Но вскоре перестройка стала жить и развиваться по своим законам, независимо от воли и намерений ее инициаторов. Основным катализатором углубления и расширения перемен в стране, приведшим к радикальной трансформации политической системы, стали СМИ [12].

Периодическая печать - одно из средств массовой информации и пропаганды, выпускаемая в определенные промежутки времени. По форме - это газеты, журналы, бюллетени и пр. Ее специфическим свойством является многоплановость. Это синтетический материал, включающий в себя самую разнообразную по жанру, происхождению, содержанию информацию: официальные сообщения и документы, законодательные акты, публицистику, письма, хронику, всевозможную информацию (заметки-отчеты, репортажи, интервью и пр.), объявления, беллетристику, некрологи и т. д.

Важно отметить еще одну особенность газет – оперативность обнародования общественно значимой информации. Периодическая печать, в частности газетная периодика, - мощное средство идеологического воздействия. Недаром же А. Иголкин считает печать «четвертой властью» (после законодательной, исполнительной и судебной) [10].

Богатство и разнообразие информации периодической печати делает ее многоплановым историческим источником. Изучая только произведения периодической печати, можно составить представление о том или ином государственном строе, социально-экономических отношениях, господствующих идеологиях.

Своеобразие прессы как источника заключается не только в особой информационной функции, в сложности структуры, но и в разнообразии ее жанров, условно их делят на три группы: информативные, аналитические, художественно-публицистические.

Для первой группы при всем многообразии вариантов общей чертой является стремление наиболее точно передать знание о событии, факте. Однако в этом стремлении к оперативности объективно заложена возможность появления недостаточно проверенной, надежной информации. Основные жанры группы - заметка, отчет, репортаж, интервью.

Заметка - это констатация факта, лаконичная передача некоторой суммы сведений без их оценки.

Отчет отличается описанием подробности события, деталей. Субъективный план, оценка сведены до минимума.

В репортаже передается оперативная информация с места события с четко выраженным авторским отношением к нему.

Интервью отражает позиции по какому-либо вопросу сразу двух лиц - журналиста и собеседника. Однако это соотношение может меняться в зависимости от общественного положения, известности того, у кого берется интервью. Этому может противостоять высокий профессионализм и находчивость журналиста.

К аналитическим жанрам относятся корреспонденции, рецензии, статьи. Основная цель этих материалов - передача не столько информации о «событиях, сколько авторских размышлений по поводу их.

В художественно-публицистических жанрах (очерк, фельетон, памфлет) сочетаются документализм и литературный вымысел, дается оценка событиям. За годы перестройки на страницах газет была популярна рубрика «Ответы на вопросы читателей». На основе всевозраставших вопросов возникло популярное издание «Аргументы и факты». Это обстоятельство свидетельствует о развитости обратной связи. И в этом отличие именно газеты от любого другого документа.

Пресса никогда не была свободной, а стало быть, объективной, ни на Западе, ни в СССР, ни в постсоветской России. Но провозглашение независимой прессы, лозунг «свободная печать» выражают скорее пожелание, тенденцию развития прессы в этом направлении. Возможно, только в СССР с отменой цензуры и в постсоветской России стало возникать нечто, похожее на свободную печать.

Точно так же ошибочно широко бытующее суждение, что пресса есть выражение общественного мнения. Пресса всегда и везде имела хозяина, будь то всесильный капитал или имущественная КПСС. В лучшем случае пресса может выражать интересы группы людей - издателей газеты, но отнюдь не общественное мнение.

Другое дело, что пресса стремится представить себя выразителем общественного мнения, борется за формирование позиции, якобы выражающей мнение общества.

Выполняя так называемый социальный заказ, т. е. волю хозяина, газетчики и журналисты не останавливались ни перед чем, подбирая нужное и отбрасывая лишнее, и, если надо, лгали, извращали, умалчивали. Умолчание, кстати, является одним из главных приемов советской прессы, вообще средств массовой информации. Именно ленинские высказывания были положены догматиками в фундамент всей теории и практики советской печати. Газеты старались показать жизнь не такой, какая она есть, а такой, какой она должна быть, - согласно официально принятой схеме развития общества.

Помимо тотальной зависимости печати от местных партийно-советских органов на пути свободы слова стояла еще и цензура. Ее в СССР осуществлял Главлит, само упоминание о котором в печати было под запретом. Критика допускалась, но в отдельных случаях, без обобщений. На деле замалчивались многие проблемы. Информация - это, помимо всего прочего, власть. И говорить о народовластии, ограничивая народ в праве на информацию, - значит лишать его власти.

Если изначально встает вопрос о недоверии к советской печати, то самым серьезнейшим образом повышается роль источниковедческого исследования данного вида источника. Источниковедческая критика не должна быть формальной, ограничиваться только установлением достоверности информации. Лишь теперь перед учеными во весь рост встает задача разработки методов источниковедческого исследования советской периодической печати с целью, в первую очередь, выявить механизм формирования идеологических стереотипов в обществе и идеологического влияния на каждого конкретного человека.

Гласность и демократизация в первую очередь и более всего коснулись российской печати. Именно в этой сфере общественно-политической жизни произошли наиболее существенные демократические изменения и прежде всего, следует говорить о количественных переменах: газет и журналов стало больше, резко выросли тиражи наиболее популярных изданий.

Если раньше местные газеты не знали, о чем писать, - якобы не было материала, то в 90-е годы появились газеты даже городских районов. Менялось не только содержание газет, но и сам подход к журналистской деятельности. В средствах массовой информации начал побеждать так называемый англосаксонский принцип журналистики: четкое разделение - новости и аналитический обзор. В работе газетчиков это имеет колоссальное значение. Репортер всегда испытывает желание дать оценку сообщаемому факту. Однако по свежим, горячим событиям объективно оценить что-либо трудно, более того, возникает опасность извратить суть происходящего. Поэтому констатация фактов, постепенное накапливание информации, метод, безусловно, наиболее предпочтительный, лишенный преждевременных сенсационных выводов. Он дает возможность анализировать факты самому читателю и позволяет ему формировать свое собственное независимое суждение о них.

Но читателей-аналитиков, видимо, все же немного. Большинство же требуют от газеты объяснений, оценок, практических выводов и действий. Тем самым они толкают газету на отступление от англосаксонского принципа журналистики. Да и возможно ли осуществить его в полной мере? Это всего лишь тенденция, а не реальная черта печати. Она чаще провозглашает указанный принцип, чем следует ему.

Возрождая лучшие качества демократической прессы буржуазного общества, советская печать исследуемого периода (1991-1995 г.г.) перенимала у нее и такие, которым следовать было вовсе не обязательно: склонность к сенсационности, к «жареным фактам». Но это, видимо, неизбежные спутники коммерциализации любого дела, в том числе и газетного.

Официальная пресса не всегда являлась достоверным источником по всему комплексу вопросов социально-экономического, политического, культурного развития страны на протяжении всей ее истории. Появившиеся в последние годы исследования аргументировано и на большом количестве примеров доказывают, что в официальной печати имели место значительные искажения фактов, дат, цифр в угоду той или иной идеологической необходимости. Во многих публикациях, особенно касавшихся демократического движения и его представителей или чем-либо не угодивших властям людей, допускались неточное цитирование, изменение смысловых ударении, использование выдернутых из контекста фраз, искажения или прямая подтасовка фактов деятельности и биографии. Все подобные публикации носили ярко выраженный эмоционально-идеологический, а не историко-аналитический характер.

Достаточно вспомнить газетные материалы о Б.Л. Пастернаке, А.И. Солженицыне, А.Д. Сахарове в советский период и о Б.Н. Ельцине в период перестройки.

При этом нередко результат прямо противоположен ожидаемому: значительная часть населения не осуждали активистов-демократов, а сочувствовали им. Особенно это проявилось во время активизации общественного сознания в конце 80 - начале 90-х годов, что приводило даже к существенному общественному резонансу и активизации противодействий. Так, чем больше появлялось инсинуаций в средствах массовой информации в адрес Б.Н. Ельцина, тем популярнее он становился.

Со значительными искажениями освещались социально-экономические проблемы СССР и других стран, преподносились биографии общественно-политических деятелей.

Комплексом неподцензурных материалов являлись самиздат, а затем альтернативная печать. Она выступила как один из важнейших источников, характеризовавших плюрализм общественных интересов. Она не только освещала и иллюстрировала позиции разнообразных общественных движений и групп, но и существенно дополняла факты, излагаемые официальной прессой, склонной к искажению и замалчиванию. Использовать альтернативную печать как источник очень трудно. Можно встретить целый комплекс проблем, связанных с нахождением, отслеживанием и хранением многочисленных и быстро расходившихся изданий, особенно малотиражных. Если учесть, что за месяц в Москве, например в 1989 г., возникало в среднем около пяти новых изданий и продолжали выходить старые, но отсутствовали центры их хранения, то ясно, что поиск источников - существенная проблема. Некоторые издания стали библиографической редкостью, многие осели исключительно в частных коллекциях. Около половины журналов, газет и различных бюллетеней отпечатано нечетко и на плохой бумаге, поэтому они быстро перестают быть читабельными.

Другой комплекс проблем связан с информативностью, осведомленностью и достоверностью независимой прессы. Определение этих факторов составляет значительную сложность для исследователя. В отличие от официальной прессы альтернативная не проходила цензуру, а публикуемые в ней материалы, как правило, не являлись плодом деятельности коллектива профессиональных журналистов, поэтому вся опубликованная в ней информация оставалась па совести авторов. Альтернативная печать в силу своего положения и недостаточной материальной базы часто пользовалась слухами, сюжетами, часто переданными из вторых рук, непроверенными материалами зарубежной и советской, в том числе местной, печати, а также различных радиостанций.

Это особенно касалось всего, связанного с промышленностью и сельским хозяйством, работой органов власти, правоохранительных служб и т. п. В альтернативной прессе то и дело в соответствии с симпатиями авторов изданий всплывали построенные на противоречивых сведениях сообщения, например, о заговорах против М.С. Горбачева, Б.Н. Ельцина или Е.К. Лигачева, с указанием конкретных имен заговорщиков, секретных планов их действий, количества привлеченных армейских частей и т. д.

Кроме неверно понятой или переданной информации, имело место желание увеличить популярность издания какой-либо сенсационной публикацией, поэтому некоторые сообщения являлись плодом фантазии авторов.

Неточные сведения во многих случаях связаны с некомпетентностью корреспондентов, плохой телефонной связью, трудностью перевода или просто небрежным обращением с информацией. Из-за этого искажались факты, имена, даты, названия и суть событий. Такое случалось в «Экспресс-хронике», «Гласности» и других изданиях. Часто произвольно выделялось какое-либо событие и замалчивалось другое, казавшееся автору менее важным.

Так, делая акцент на правозащитной деятельности, «Экспресс- хроника» не освещала событий, связанных с образованием новых неформальных структур. В целом большинство неподцензурных публикаций были малоинформативны и эмоциональны. Однако, несмотря на указанные сложности, альтернативная пресса остается наиболее информативным и интересным источником по развитию новых социальных движений в СССР, их взаимоотношениям друг с другом и властями, их теоретическим и программным концепциям. Подобно тому, как знакомство с самиздатом 60-70-х годов позволяет заглянуть в лабораторию идей и моделей развития общества, во многом ставших затем основой перестройки, так и анализ теоретических публикаций современной альтернативной прессы позволяет не только обозреть панораму мнений различных общественных слоев и групп, но и зафиксировать развитие идей, которым, возможно, суждено стать главенствующими на дальнейших этапах развития общества.

В то время как официальная пресса лишь изредка публиковала статьи неформалов, а об отношениях отдельных групп и течений друг с другом вообще не имела понятия, в альтернативной печати уже излагалась история отдельных изданий, подбирались документальные материалы по истории общественных движений в СССР, печатались политические обзоры состояния общества в годы перестройки. Особенно сложен вопрос о верификации альтернативной прессы. Сведения, приводимые в бюллетенях, которые содержат много хроники, дайджестов можно проверить, сравнивая их с данными других альтернативных изданий иного политического направления. Чтобы установить, например, точное число арестованных на Пушкинской площади 18 августа 1988 г. во время митинга Демократического союза или узнать содержание лозунгов этого митинга, нужно сравнить сведения, опубликованные в «Свободном слове» - партийной газете организаторов митинга, в «Экспресс-хронике» и других изданиях.

Такой же метод применяется и в случае необходимости уточнить биографические данные того или иного деятеля, даты проведения съездов, конференций, митингов, собраний.

При оценке информированности и компетентности издания нужно учитывать, что многие журналы публиковали тексты выступлений народных депутатов и членов Верховного Совета - своих политических сторонников, в том числе и выступления, которые не были опубликованы в официальной прессе.

Альтернативная печать является уникальным источником по различным проектам законов, подготавливаемых общественными группами и партиями для своих сторонников в парламенте СССР или союзных республик. В публикациях альтернативной прессы содержатся ценные информационные материалы о событиях в различных регионах страны, о социальных движениях, о новообразованных партиях и объединениях, о деятельности местных властей.

Большое значение имеют публикации о межнациональных отношениях как в общедемократической печати, так и в прессе национальных партий и организаций, народных фронтов, землячеств.

В материалах альтернативной периодики, посвященных культуре, живописи, музыке, кинематографии, достаточно достоверно и, как правило, из первых рук представлены не только новости авангарда, но и концепции развития различных направлений, культурологические эссе. С помощью этих материалов может быть восстановлена картина духовной жизни 80-х годов. Большое внимание уделялось экологии, религиозно-философской проблематике, общим вопросам культуры. Альтернативные экологические издания фиксировали поворот в мышлении человека конца 80-х годов, приобщая его к новым ценностям.

Альтернативная печать необъятна, как необъятны все грани жизни гражданского общества, дробящиеся на миллионы самых разных интересов. Естественным кажется возникновение семейных журналов, детских и подростковых газет, изданий сторонников переименования чего-либо и противников этого. Это нормальная жизнь общества, отражающаяся в многообразной неформальной периодике. В настоящее время столь бурного роста прессы уже не наблюдается, так как общество стабилизируется, да и рыночная конкуренция вносит серьезные коррективы. Выживают лишь экономически самые обеспеченные издания. В этом процессе играет свою роль и борьба за обладание средствами массовой информация - этого мощнейшего оружия воздействия на общественное сознание.

При источниковедческом исследовании газет, наряду с общими методами источниковедения, необходимо сформировать систему особых методов, поскольку в газете публикуется различный по жанру, происхождению, разновидностям материал. Значит, подход должен быть дифференцированным. Одно дело, официальная, так сказать безусловная, информация: законы, постановления властей, правительственная хроника и пр. И другое дело захватывающие своей интригой репортажи, сенсационные разоблачения, фантастические открытия и прочие материалы, в которых возможность искажения фактов очень вероятна. Или, например, такой массовый вид источника, как письма в газеты, сравнительно легко может быть классифицирован по тематике, и тем самым в анализе этого материала можно применять количественные методы. Вместе с тем публицистика требует преимущественно сугубо индивидуального подхода в каждом отдельном случае. Есть и общие элементы, определяющие в целом политическую направленность газеты (конечно же, это относится лишь к раннему и завершающему этапам советской истории), что позволяет квалифицировать ту или иную газету как печатный орган, выражающий мнение определенных социальных слоев, политических партий, группировок и т. д.

Как ни странно, но в последние годы при обилии газетной продукции довольно непросто установить самое элементарное - принадлежность печатного органа той или иной организации. Если в былые годы мы не задумывались о политической ориентации той или иной газеты, ибо в этом не было никакой нужды, поскольку все газеты выдерживали одну политическую линию, то с конца 80-х годов все изменилось. В установлении политического лица газеты могут помочь сами названия газет, например, «Правда Жириновского», упоминания об издателях либо учредителях, а также лозунги, девизы, которых, впрочем, может и не быть. Поскольку газета является источником многоплановым, сосредоточивающим материал различного происхождения, то и работа над каждой его разновидностью требует различного подхода.

Наибольшее внимание историка привлекают документальные материалы. Эта группа включает в себя следующие разновидности:

1. Официальные документы

2. Газетная информация

Официальные материалы могут быть целиком приняты «на веру», так как публикация их предназначалась для руководителей государственных учреждений и общественных организаций. Правда, может вызывать опасение исследователя неполнота публикации некоторых постановлений правительства. Однако установить это трудно. Ко многим постановлениям имелись обширные приложения, которые не публиковались, а направлялись в заинтересованные министерства и ведомства. Директива, изложенная в постановлении, конкретизировалась, обрастала деталями, разъяснениями, в них более рельефно выступал предлагаемый механизм ее реализации. Читателю газет все эти подробности были не нужны, да и просто не вместились бы в пределах газетных полос. Но для тех отраслей народного хозяйства, которых касалось это постановление, приложения были своего рода инструкциями к действию. И исследователь, не зная о существовании таких приложений (а они отложились в архивах Совета Министров и министерств), многое теряет, а то и просто не понимает сущности того или иного мероприятия власти. Без этих приложений, собственно, трудно представить себе хозяйственную политику правительства в той или иной отрасли во всем ее объеме и конкретном воплощении, причины трудностей ее осуществления и неудач.

К официальным материалам можно отнести сообщения, публиковавшиеся под рубрикой «Хроника». Здесь речь шла о назначениях на новые должности. Этот материал вначале публиковался только в «Известиях», а затем и в «Правительственном вестнике» (выходил с марта 1989 г.) - органе Совета Министров СССР. В связи с этим уместно высказать следующее соображение. Материал о назначениях, по идее, должен содержать ценную информацию. Однако начиная с 1917 г. информация такого рода недостаточна, непоследовательна, случайна, часто вообще отсутствует.

Газетная информация по форме - это газетный отчет (краткий или полный), репортаж, интервью. Газетная информация формируется из источников самого различного происхождения.

Во-первых, из сообщений ТАСС, на которые возлагалось распространение по всему СССР и за рубежом политических, экономических, культурных и других сведений, как о СССР, так и об иностранных государствах. Качество и надежность сведений целиком зависели от энергичности, осведомленности, компетентности и добросовестности корреспондентов ТАСС и, в свою очередь, от надежности источников их информации. Информация, переданная корреспондентом ТАСС и обработанная агентством, публиковалась средствами массовой информации в неполном виде.

В свою очередь, газеты, особенно местные, могли еще более урезать материалы ТАСС. Однако вся главная информация сохранялась в версии ТАСС, и в газетах не допускалась отсебятина. Во-вторых, источником информации газет могли быть материалы других агентств - иностранных и республиканских. При этом обязательно давалась ссылка на агентство. Газета менее всего была обеспокоена ответственностью за такой материал, потому что действовала по принципу «за что купил, за то и продал». Проверить такую информацию трудно. Сюда же, видимо, можно отнести и перепечатку информации из других газет, ссылка на которые была также обязательна.

В-третьих, источником информации является материал собственных корреспондентов газет. Корреспондентская сеть, ее обширность, квалификация корреспондентов прямо зависят от материального благополучия и политического веса газеты. Чем она богаче и авторитетнее, тем больше у нее возможностей внедриться в самые отдаленные уголки страны и мира. В поисках информации корреспонденты пользуются иной раз добытыми с риском для жизни или сомнительными источниками. Поэтому, дабы обезопасить себя от возможных конфузов, корреспонденты используют в своих репортажах «палочки-выручалочки» типа выражений: «по неофициальным данным», «по непроверенным сведениям» или даже «по слухам». Редакции газет, в свою очередь, сохраняют эти оговорки, также на всякий случай, для страховки собственной репутации.

Сообщения собственных корреспондентов также публиковались неполностью. Проверка их и получение более полной информации об СССР возможна при обращении к местным газетам, в которых та же информация могла публиковаться более подробно. При проверке достоверного материала всегда важно иметь в виду, что у газеты есть свой архив, к которому полезно обращаться. Проверить публикуемую информацию сложно, тем более историку, который изучает события многолетней давности. Иногда сомнительную информацию редакция газеты проверяет сама и, убедившись в недостоверности уже опубликованных фактов, печатает опровержение или поправки. Но в тех случаях, когда сама редакция шла на сознательное искажение фактов, восстановить подлинную картину трудно. И никакая проверка вообще не возможна, если местная печать или корреспондент находятся в коррупции с властью.

Особое место среди жанров журналистской работы занимает интервью - один из способов получения информации путем беседы (вопрос-ответ) журналиста с носителем информации, а также форма (жанр) публикации извлеченных сведений периодической печатью. Интервью берутся с целью сообщить читателю о решении предстоящих политических, экономических или иных задач, либо, наоборот, о событиях прошлого; рассказать о творческих успехах ученых, писателей, артистов; более подробно разъяснить тот или иной факт, вызвавший широкий общественный резонанс, наконец, раскрыть позицию, политические взгляды того или иного деятеля культуры, науки, спорта и т. д. Критическому анализу интервью помогает определение места того или иного интервью в ряду подобного жанра газетного материала, т. е. интервью квалифицируется с точки зрения систематизации такого материала: по авторству, содержанию, форме, полноте передачи и по иным критериям. Это позволяет глубже проанализировать информационные возможности источника, обеспечить высокий уровень его источниковедческой критики. Требуется выяснить подлинность интервью, ибо мнимых интервью вполне достаточно.

Интервью стало популярным жанром подачи материала. Иногда - это форма организации материала, когда никакого интервью не было и в помине. Например, по предложению редакции автор какой-либо уже подготовленной статьи превращает свой материал в мнимый диалог с работником редакции: сам ставит вопросы и сам же на них отвечает. Однако это остается редакционной тайной. Читателю же безразлично, состоялась ли такая беседа или она придумана. Для источниковедения такой материал надежен, так как авторский текст хорошо продуман, а все редакционные изменения обычно согласовываются с автором.

При анализе интервью следует учитывать, что оно дается для опубликования, поэтому интервьюируемый может в силу различных причин прибегать к попыткам передать информацию сознательно искаженной, а также недоговоренной. Нередко можно встретить утверждение, что газеты - материал нужный, но не самый важный, а, скорее второстепенный, дополнительный или даже иллюстративный. Но все зависит не столько от источника, сколько от избранной темы исследования. Скажем, для изучения политической истории, общественного сознания, истории культуры газета - важнейший и незаменимый источник. Даже газетная ложь - показатель культурного развития общества, уровня его цивилизации.

## 1.2 Классификация периодической печати

Периодическая печать - одно из средств массовой информации и пропаганды, выпускаемая в определенные промежутки времени.

По форме - это газеты, журналы, бюллетени и пр. Ее специфическое свойство - многоплановость. Это синтетический материал, включающий в себя самую разнообразную по жанру, происхождению и характеру информацию: официальные сообщения и документы, законодательные акты, публицистику, письма, хронику, всевозможную газетную информацию (заметки-отчеты, репортажи, интервью и пр.), объявления, беллетристику, некрологи и т. д.

Для газет важно отметить еще одну особенность - оперативность обнародования общественно значимой информации.

Если иметь в виду новости, напечатанные в газете, то она, как говорят, живет один день. Но и один день может дать ей необыкновенное могущество - влияние на читателя. Недаром же печать нарекли «четвертой властью» (после законодательной, исполнительной и судебной).

Но газетчики все же склонны выдавать желаемое за действительное. Печать далеко не всесильна. Иногда говорят, что печать - изнанка власти. Следовательно, изучая печать, можно составить представление о том или ином государственном строе. А стало быть, значение печати трудно переоценить. И в этом своем качестве свидетеля эпохи она остается интересным историческим источником.

Своеобразие прессы как источника заключается не только в особой информационной функции, в сложности структуры, но и в разнообразии ее жанров. Все жанры периодики можно условно разделить на три группы: информационные, аналитические, художественно- публицистические.

Для первой группы при всем многообразии вариантов (заметка, отчет, репортаж, интервью) общей чертой является стремление наиболее точно передать знание о событии, факте. Однако .в этом стремлении к оперативности объективно заложена возможность появления недостаточно проверенной, надежной информации.

Основные жанры газеты:

Заметка — это констатация факта, лаконичная передача некоторой суммы сведений без оценочных моментов.

Отчет отличается описанием подробностей события, деталей объекта. Субъективный план, оценочные моменты сведены к минимуму.

Примерно то же самое можно сказать и о репортаже.

Интервью отображает отношение к событиям сразу двух лиц: журналиста и собеседника. Характер диалога может быть разным, в зависимости от общественного положения, известности того, у кого берут интервью. Этому может, с другой стороны, противостоять высокий профессионализм, настырность и находчивость журналиста.

К аналитическим жанрам относятся корреспонденции, рецензии, статьи. Основная цель этих материалов — передача не столько информации о событиях, сколько авторских размышлений по поводу их.

Художественно-публицистические жанры (очерк, фельетон, памфлет) сочетают документализм с литературным вымыслом, дают событиям оценку, сочетающую общественно-политическое и эмоциональное звучание.

В последние годы на страницах газет все большую популярность завоевывала рубрика «Ответы на вопросы читателей». Собственно, на основе все возрастающих вопросов возникла идея создания самого популярного издания «Аргументы и факты». Это обстоятельство свидетельствует о развитости обратной связи. Это свойство именно газеты как никакого другого документа.

Цель издания газеты устанавливает ее учредитель. В дальнейшем ее конкретизирует главный редактор газеты, определяющий редакционную политику, и ее генеральный менеджер, отвечающий за экономический менеджмент редакции. Этой главной целью может стать информационное обслуживание граждан – читателей газеты в границах региона ее распространения. Тогда на первый план среди типологических особенностей газеты выходят ее признаки как информационного издания. Такая газета играет роль средства поддержания непрерывных контактов между гражданами, выражения и формирования их личного и общественного мнения и одновременно их контактов с властью, государственными органами. К достижению такой цели стремятся как общенациональные качественные издания – «Известия», «Труд» и др., так и многие региональные и местные газеты – с общими для них типологическими особенностями.

Не менее важное значение имеет второй главный фактор формирования типологического облика газеты – **особенности ее читательской аудитории.** Собственно говоря, постановка цели перед газетой в то же время подразумевает и определение ее потенциальной аудитории. Это означает учет ее информационных запросов и интересов, особенностей ее состава и структуры. Цель издания газеты, ее концепция и особенности ее аудитории взаимосвязаны, влияют друг на друга. В соответствии с этим часть газет приобретают универсальный характер, они ориентируются на всю аудиторию, все ее части. Газета при этом занимает так называемую вертикальную информационную нишу определенного сегмента рынка периодических изданий. Так, «Комсомольскую правду» или «Аргументы и факты» читают миллионы людей, представляющих почти все страты – социальные группы российского общества. Но еще больше газетных изданий, каждое из которых занимает так называемую горизонтальную информационную нишу, ориентировано на специальную аудиторию – возрастную, половую или профессиональную. Так, большую часть аудитории газеты «Москвичка» составляют жительницы нашей столицы, а «Учительскую газету» читают учителя начальной и средней школы.

Типологическая характеристика российских газет во многом определяется демографическим фактором. Их специализация проходит в соответствии с половым составом читательской аудитории и обусловливает особенности женских газет и немногочисленных изданий для мужчин. Еще большее значение получают возрастные различия аудитории. В стране выходит множество детских изданий, молодежных и юношеских, для пожилых читателей – пенсионеров и ветеранов. Столь же важным оказалось в России – многонациональной стране – значение и этнических особенностей читательской аудитории. Не только в национальных регионах – республиках, автономных областях и округах, но и в других субъектах Российской Федерации выходят газеты для представителей различных народов и народностей, населяющих нашу страну. В связи с этим определенное значение для определения типологических особенностей периодического издания получает и язык, на котором оно выходит. Подавляющее большинство российских газет издаются на русском – государственном языке межнационального общения. Но в Татарстане, Башкортостане и других национальных регионах представители титульных и других наций могут читать газеты, выходящие на их национальных языках. Более того, определенную роль в установлении типологической специфики газеты могут иметь даже различия алфавитов, используемых при ее выпуске. Это выявилось, например, в Татарстане при попытках замены здесь кириллицы латиницей.

Еще сильнее на типологический облик газеты воздействуют социальные характеристики ее читательской аудитории. К ним относится ее специализация по профессии читателей, роду их занятий. В соответствии с этим определяются типологические признаки специализированной аграрной периодики – общероссийских и региональных газет для работников сельского хозяйства. К ним примыкают многие районные газеты, выходящие в сельскохозяйственных районах и предоставляющие большую часть своей площади публикациям на сельскохозяйственные темы. В рамках этой тематики происходит дальнейшая более узкая специализация: все большую популярность получают газетные издания для фермеров, дачников, огородников и садоводов.

Специализация газетной периодики охватывает широкий круг различных профессий и специальностей, представляющих весь спектр деятельности граждан нашей страны. В систему российских газет входят издания для инженеров и рабочих различных отраслей промышленности, для учителей, медиков, работников торговли, транспорта и др. Важным элементом этой системы является военная периодика – газеты для представителей различных видов вооруженных сил. Так же как экономические и деловые газеты, к которым обращаются бизнесмены, предприниматели, руководители предприятий в различных областях экономики.

Не менее широк и разнообразен спектр газетных изданий, типологические признаки которых формируются под воздействием различных интересов и соответствующих запросов их аудитории. Это спортивные газеты – для любителей спорта и спортсменов, периодика для любителей литературы и разных видов искусства, издания для туристов и др. Растущую типологическую группу составляют издания, ориентированные на малые социальные общности внутри нашего общества. Это семейные газеты, для родителей и т.п.

Значительно более широкую читательскую аудиторию охватывает конфессиональная периодика. Относящиеся к ней газеты представляют различные конфессии и церкви и отвечают интересам их читателей-верующих.

Кроме цели выпуска газеты и особенностей ее читательской аудитории, определяющих типологический облик издания, на него воздействуют и дополнительные факторы. Это, прежде всего, территориальная характеристика – размещение и размеры региона распространения газеты, территории, где находятся ее читатели.

В соответствии с этой характеристикой наши газеты разделяются на общероссийские (общефедеральные), региональные – республиканские, краевые, областные, окружные, межрегиональные, городские, районные и газеты коллективов.

Количество региональных газет быстро возросло: в каждом крупном краевом, областном или республиканском центре сейчас выходят несколько таких изданий, конкурирующих между собой.

Некоторые из них действительно выпускаются высокими тиражами и распространяются по всему региону, другие же имеют ограниченную аудиторию лишь на части его территории. Вместе с тем некоторые из региональных газет со временем становятся межрегиональными изданиями, их читают в нескольких соседних регионах Поволжья.

Быстро возросло количество городских газет, которые стали в последние годы основным типом печатных периодических изданий, к ним обращаются жители городов в поисках информации о местной жизни. Они издаются различными, иногда достаточно высокими тиражами, их нередко читают и жители близлежащих районов, и они конкурируют с региональными газетами. К ним примыкают районные газеты, которые обычно не выходят за границы территории своих районов и остаются для многих их жителей, наряду с телевидением и радио, главным и привычным источником информации.

Наконец, во многих трудовых, учебных и научных коллективах продолжают выходить малыми тиражами небольшие низовые газеты (прежде их называли многотиражками), которые распространяются лишь на территории такого коллектива в ограниченной аудитории и остаются для его руководителей средством управления.

Территориальный фактор серьезно влияет на содержательно-тематическую модель газеты, на систему ее рубрик, на формы работы редакции с читателями, не говоря уже о методах распространения издания.

Не меньшее значение для определения типологических особенностей газеты имеет и временной фактор. Это, прежде всего время выхода газеты в свет и ее поступления к читателю. Большую часть нашей газетной периодики составляют утренние газеты. Лишь в некоторых крупных городах – столицах, республиканских, краевых и областных центрах выходят вечерние газеты [10].

На типологический облик газеты влияют и такие факторы, как характеристики ее номера, в частности его формат и объем. Не случайно, говоря о газете, замечают, что это крупноформатное или малоформатное издание. В настоящее время в российской периодике используют несколько стандартных форматов газеты – А2, A3 и А4 (подробнее о выпуске газетного номера см. главы части IV нашей книги). Большинство общероссийских, региональных и городских общественно-политических газет выходит в большом формате А2. Районные газеты, еженедельники газетного типа, как правило, выходят малым форматом A3. К еще меньшему формату А4 прибегают редко – в приложениях к газетам, при издании детских газет, иногда в многополосных еженедельниках.

Формат газеты влияет на объем ее номера. При формате А2 в номере газеты ограничивают количество его полос. Редакции большинства общественно-политических газет – региональных, городских утренних и вечерних, многих общенациональных изданий, выходящих в формате А2, ограничивают объем номера четырьмя – шестью полосами. Лишь несколько крупных ежедневных столичных газет – «Известия», «Коммерсант», «Время новостей» и некоторые другие увеличивают объем номера до 8–12 и даже 16 полос, иногда разделяя номер на две тетрадки. С уменьшением формата газеты возрастает возможность увеличения объема ее номера. Этим часто пользуются в еженедельниках разного типа, где объем номера нередко возрастает до 16 и даже, как в «Московских новостях» и «Аргументах и фактах», до 24 полос и более. Это предоставляет их журналистам возможность разработать рациональную и достаточно жесткую содержательно-тематическую модель номера.

К уменьшению формата номера и соответственно увеличению его объема иногда прибегают и редакции крупноформатных изданий. Так делают, например, в «Труде» и «Комсомольской правде», подготавливая к выпуску свои «толстушки» – пятничные номера газет.

Типологическая система газетных изданий в России непрерывно развивается и изменяется. Выявились основные направления и тенденции этих изменений. Одна из них – возникновение новых типов газет. Это связано, в частности, с использованием в журналистике новых технологий. С обращением к Интернету и образованием всемирной электронной сети возникла сетевая журналистика. Вскоре это привело к появлению различных видов сетевых периодических изданий, прежде всего сетевых газет и журналов. Пользователи Интернета могут получать информацию, обращаясь к сетевой газете, в одной из двух ее версий. Первая – это электронная версия бумажной газеты, ничем или почти ничем от нее не отличающаяся. Вторая быстро развивающаяся версия – самостоятельная сетевая газета со всеми ее специфическими особенностями.

Другая тенденция изменения типологической системы газет в России – уменьшение количества так называемых общенациональных газет, издаваемых в столице и нескольких других крупнейших центрах страны. Да и тиражи таких изданий сокращаются: их редакции не выдерживают нагрузки, связанной с увеличением финансовых расходов на подготовку и выпуск газеты, и проигрывают в конкурентной борьбе с лучшими местными изданиями. С другой стороны, растут тиражи многих крупных региональных и городских газет. Это лишь одна из форм выявления тенденции к регионализации газетной периодики. Жители ближних и дальних регионов России предпочитают покупать и читать газеты, сообщающие им прежде всего о событиях и ситуациях в местной жизни.

Одновременно усиливается процесс дальнейшей специализации газетных изданий, направленных на все более узкую аудиторию. В связи с развитием и подъемом отечественной экономики возрастает значение экономической, деловой периодики. Активизация политической жизни приводит к появлению новых изданий, представляющих интересы различных партий и политических движений [27].

Вместе с тем возрастает количество газет, рассчитанных на удовлетворение запросов и интересов небольших читательских групп – представителей различных профессий, малых сообществ по интересам и др.

Все сильнее выявляется тенденция «обрастания» многих газет – не только крупных общенациональных, но и местных региональных – приложениями разных типов. Очевидно, приложения открывают перед газетными редакциями дополнительные возможности расширения их аудитории и получения существенных доходов [28].

Процесс развития и изменения типологической системы отечественных газет проходит по тому же пути, который уже прошла газетная периодика в развитых странах Запада. Конечно, в России эти изменения имеют свои специфические, национальные особенности, но суть их остается неизменной. Как и их результаты, сказывающиеся на всех сторонах деятельности газетных редакций, их составе и структуре, на организации работы журналистов и других сотрудников, на процессе подготовки и выпуска номеров [21].

# 2 Правовое положение редакций, особенности содержания и размещения материала в газете

Редакция печатного периодического издания как один из социальных институтов и газета как продукт ее деятельности являются объектом правового регулирования. Понимая значение печатных периодических изданий в жизни общества, руководители государства всегда использовали правовые рычаги для управления деятельностью редакций, регулирования содержания и характера информации, распространяемой с помощью газет. Разумеется, сила правового воздействия на газеты, его формы и методы менялись в зависимости от особенностей государственной системы и общества, в котором выходили периодические издания. В тоталитарном государстве деятельность газетных редакций регулировалась и открыто контролировалась с помощью непрерывной жесткой государственной – политической и идеологической – цензурой, действовавшей на основе соответствующих законов. В открытом, демократическом обществе с рыночной экономикой деятельность газетной редакции регулируется под воздействием более тонких и скрытых финансовых механизмов. Но в любом случае для регулирования отношений редакции, газеты и государства создается правовая система, в которую входят специальные законы, постановления, административные органы и другие правовые инструменты.

Эта система правового регулирования деятельности газетной редакции всегда определяется ответами на вопросы: что необходимо регулировать, кто регулирует, чем и как регулируют? Они охватывают все без исключения направления редакционной деятельности, процесса подготовки и выпуска периодического издания, его поступления к читателям, их взаимоотношений с редакцией.

Основой этого правового регулирования является определяемое специальными документами – законами, подзаконными актами и др. – место и роль газеты и ее редакции как социального института, его задач, целей его деятельности. При этом учитывается двойственность положения редакции – как профессионального творческого коллектива, призванного обеспечивать информационное обслуживание определенной читательской аудитории, и одновременно как предприятия, задачей которого является формирование и укрепление экономической, прежде всего финансовой базы выпуска газеты. Не меньшее значение имеет правовое регулирование отношений редакции, и ее газеты с другими институтами общества и государства – прежде всего с органами власти – законодательной, исполнительной, судебной и др.

Инструментами этого регулирования являются как общие законы – конституция государства, различные кодексы – гражданский, уголовный и др., так и специальные, имеющие непосредственное отношение к деятельности средств массовой информации, – законы о СМИ, рекламе и др., декреты, временные правила, положения и т.п.

На разных этапах истории России происходило развитие разных форм «цензурного права». Его основой являлось жесткое ограничение возможностей печати в ее отношениях с обществом и государством, стремление к ограничению свободы печатного слова, распространения массовой информации. В первой половине XIX в. этому служили три редакции Устава о цензуре, согласно которым публикация любой информации в газетах и других периодических изданиях допускалась лишь с разрешения царских цензоров. Во второй половине этого века, в пору великих реформ начала 60-х годов, Устав о цензуре был заменен Временными правилами по цензуре, а в начале XX столетия – Временными правилами о повременных изданиях. При некоторых внешних послаблениях суть этих документов оставалась неизменной – воспрепятствование публикации в газетах информации, нежелательной для власти [10].

Лишь 12 июня 1990 г. в период так называемой перестройки был принят Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации», провозгласивший свободу массовой информации и запретивший цензуру периодических изданий. После распада СССР, возникновения Российской Федерации и провозглашения ее Конституции, гарантировавшей свободу массовой информации и запрещавшей цензуру, 27 декабря 1991 г. был принят Закон РФ «О средствах массовой информации», конкретизировавший новые отношения журналистов и СМИ с обществом и государством в России.

Этот закон определяет не только цели и направления деятельности газетной редакции, субъектов – участников этой деятельности, отношения между ними, их права, возможности и обязанности, но и место редакции и ее газеты в системе средств массовой информации, правовые основы ее отношений с государственными органами и другими институтами общества.

После того, как в 1990 г. была изменена 6-я статья Конституции СССР, утверждавшая монополию КПСС на руководство советским обществом, а вскоре принят и Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации», в системе отечественной журналистики начались сущностные изменения. Была отменена цензура, вводился регистрационный, а не разрешительный принцип учреждения органов СМИ, право становиться учредителем изданий и программ получили редакционные коллективы, различные организации, отдельные граждане. Таким образом, были созданы юридические основы свободы СМИ в стране [2, с. 12].

После событий августа 1991 г. начинают активно развиваться процессы, приведшие к окончательному распаду СССР, становлению государственности суверенной России и ее системы журналистики. В сентябре 1991 г. вступил в действие Указ Президента РСФСР «О мерах по защите свободы печати в РСФСР», а в конце декабря был принят Закон РФ «О средствах массовой информации».

Федеральный закон о СМИ и конкретизирующие его специальные законы, связанные с этой сферой общественной деятельности, определяют основные направления и аспекты функционирования редакции и выпускаемой ею газеты.

Это, во-первых, установление правового статуса редакции и ее газеты, условий их учреждения, их отношений с государственными органами и другими институтами общества.

Во-вторых, это определение субъектов редакционной деятельности и их отношений между собой.

В-третьих, определение правового статуса журналиста и его отношений с руководителями редакции как члена редакционного коллектива, как автора публикаций в газете.

В-четвертых, определение отношений редакции и ее журналиста с аудиторией газеты, читателями.

В системе прессы страны появляются новые органы, учредителем которых выступают институты государственной власти – «Российская газета» (Верховный Совет РФ), «Россия» (Президиум Верховного Совета РФ), «Российские вести» (Совет Министров РФ), «Федерация» (Совет национальностей РФ). По решению I съезда народных депутатов РСФСР было создано Министерство печати и массовой информации. Начинается раздел имущества и полиграфической базы издательств, принадлежавших КПСС. Издательская собственность, помещения редакций передаются вначале Советам разных уровней, а затем – после осени 1993 г. – органам исполнительной власти. Начинается борьба за акционирование изданий [2, с. 13].

Формирование новых политических партий и движений вызвало к жизни активное развитие партийной прессы самого широкого спектра – от коммунистической до монархической. В начале 90-х гг. в России было зарегистрировано около 1200 изданий, имевших четкое политическое направление (в 1989 г. их было свыше 500). В числе изданий партий и движений коммунистической направленности были «Народная правда», «Молния», «Борьба». «За Родину, за Сталина», «Левая газета» и мн. другие, а также десятки региональных газет. После раскола, произошедшего в редакции газеты «Правда» в середине 90-х гг., появилось 3 издания с этим названием.

К печатным органам демократических движений относились «Демократическая Россия», «Демократическая газета», «Свободное слово», «Гражданское достоинство», «Путь» и т.д. Либерально-демократическая партия выпускала газеты «Либерал», «Речь», «Правда Жириновского», «Сокол Жириновского» и пр.

В ряду изданий национал-патриотического и монархического направлений были «Русский вестник», «Память», «Русский собор», «Монархист», «Гражданин империи» и пр. Некоторые из партийных изданий после непродолжительного периода активной деятельности закрывались и вместе с породившими их политическими силами становились частью истории. В то же время появление новых партий, блоков, движений приводило к созданию очередных газет и журналов.

К середине 90-х гг. растет число изданий, выражающих интересы не одной политической организации, а нескольких, близких по своим взглядам. Например, в числе соучредителей газеты «Дума» – фракции Компартии РФ, Аграрной партии России, депутатская группа «Новая региональная политика», газета «Око народа» стала рупором всех организаций патриотической ориентации и т.д.

Интенсивное развитие рыночных отношений в стране и в самой сфере СМИ стало катализатором коммерциализации журналистики и, в частности, широкого распространения бульварной прессы. О масштабности этого нового явления красноречиво говорит следующий факт: к середине 1994 г. по суммарному тиражу и влиянию на общество бульварная пресса превзошла «классическую» печать – общественно-политические и профессиональные издания. Популярность этого типа изданий была обусловлена тем, что потенциальному читателю-покупателю, уставшему от политики и экономических проблем, нужна была эмоциональная отдушина, роль которой стала играть бульварная пресса России.

По оценкам специалистов за первый год после выхода Закона «О свободе печати» на территории страны было зарегистрировано около 12 тыс. изданий.

Все большее место в системе печати страны начинают занимать рекламно-справочные издания. Газеты рекламных объявлений, как имеющие общероссийское распространение, так и местные, становятся самыми многотиражными во всех крупных городах страны. Широкое распространение разнообразной справочной, рекламной, развлекательной прессы оказало влияние на всю систему отечественной периодики. Уменьшаются тиражи общественно-политических изданий, их тяжелое экономическое положение усугубляется оттоком рекламы в бесплатные газеты. На каком-то этапе понятия «бульварность» и «популярность» становятся синонимами в общественном сознании. Основная часть общественно-политических газет вынуждена была признать бульварную форму подачи материалов. В образовавшемся в сфере СМИ «диком рынке» условия для существования и развития качественных изданий оказались крайне жесткими, коммерческая бульварная пресса стала доминировать на всех направлениях.

В связи с обострением конкуренции, значительным ростом цен на подписку, падением доверия аудитории к прессе с начала 90-х гг. начинают падать тиражи многих изданий: по сравнению с 1990 г. годовой тираж газет в 1995 г. сократился почти в 5 раз, журналов – в 7,5 раза. Особенно резко в последние годы стали уменьшаться тиражи общероссийских (центральных) изданий – почти в 15 раз. Неуклонное снижение тиражей газет и журналов, имевших огромную популярность среди читателей в советский период (например, к 1992 г. газета «Труд» потеряла почти 6 млн. читателей, «Комсомольская правда» – 5 млн.), продолжалось в течение нескольких лет. К середине 90-х гг. ситуация несколько стабилизировалась и вновь резко обострилась после экономического кризиса в августе 1998 г.

В качестве одного из путей выживания многие столичные редакции стали осуществлять политику регионализации своих изданий.

Усиление роли и значения региональной, локальной информации проявилось в смене читательских приоритетов. Подписка на федеральные газеты во многих регионах снизилась до нескольких тысяч экземпляров, в то время как, например, тираж региональных самарских газет доходил до 120–130 тысяч экземпляров.

Учитывая потребность аудитории в региональной информации, многие газеты, выходившие в советский период на весь Союз, начали выпускать еженедельные дайджесты своих материалов с местными вкладками или вводить сменные местные страницы. Такие формы стали использовать газеты «Комсомольская правда», «Труд», АиФ», «Литературная газета» и др.

Эти процессы еще больше усилили ту жесткую конкурентную борьбу, которая шла в местной прессе, количество газет и журналов в регионах в течение 90-х гг. увеличилось почти в 3 раза. Неравные финансовые возможности столичных и местных изданий в соревновании за влияние на провинциальную аудиторию создали ситуацию, которая вызвала падение тиражей местной общественно-политической прессы.

Борьба за аудиторию, за рекламодателя обострилась между отдельными типами периодики, отдельными изданиями.

Распад командно-административной системы управления средствами массовой информации не снизил, а скорее обострил накал борьбы за влияние на прессу. Однако эта борьба к середине 90-х годов все больше тяготеет к экономическим, а не к административным формам. Государство пытается руководить СМИ, распределяя столь необходимые для них в кризисные времена деньги и материальные ресурсы. В течение нескольких лет в стране существовала система дотаций (частичного финансирования изданий федеральной или местной администрацией). Выделение средств порождает требования к прессе не критиковать власти, создает унизительную зависимость журналистов от бюрократии.

По данным Федерального управления почтовой связи МС РФ в 1994 г. издания, учрежденные правительством России и администрацией Президента РФ («Российская газета», «Российские вести», журналы «Родина» и «Российская Федерация»), получили дотаций за счет средств федерального бюджета на 39 млрд. 929 млн. рублей, 20 основных общероссийских газет – всего 12 млрд. 553 млн. За пять лет существования дотирования СМИ (с февраля 1995 г. печать исключили из системы госдотаций) дотации получили 2073 издания на общую сумму около 84 млрд. рублей [25].

Однако бюджетная «подпитка» не привела к тому, что большинство средств массовой информации стали лояльными и послушными властям. Их самостоятельный, а порой и откровенно оппозиционный настрой ярко проявился, например, в оценке первой чеченской войны, что было для властей в известной степени неприятным сюрпризом.

К середине 90-х гг. стало ясно, что государство так и не сумело превратиться в эффективного собственника в сфере СМИ, хотя оно и оставалось крупнейшим владельцем полиграфических мощностей, средств связи, производственных площадей и т.п.

Информационный рынок все больше притягивает внимание частных финансовых групп. Те, кто первым оценил преимущества контроля над СМИ, активно скупают акции ведущих российских газет, журналов, телеканалов, создают новые, собственные средства массовых коммуникаций.

Закон о СМИ устанавливает правовой статус редакции и её газеты. Следует различать эти два понятия, каждое из которых имеет свое назначение и соответствующие ему особенности. Газета является средством массовой информации – периодическим печатным изданием, представляющим собой форму периодического распространения массовой информации. Редакция же газеты представляет собой организацию, учреждение, предприятие, осуществляющее производство и выпуск средства массовой информации. Заметим, что, в соответствии с законом, редакция может быть представлена гражданином или объединением граждан, осуществляющим ту же функцию производства и выпуска газеты.

Как газета, так и ее редакция должны узаконить свое правосостояние. Этот процесс проходит несколько стадий. Первая из них – учреждение СМИ. Оно осуществляется учредителем СМИ. Это может быть индивидуальный учредитель – частное лицо – или коллективный учредитель в составе нескольких соучредителей. Правом на учреждение СМИ обладает любой гражданин РФ, возраст которого достиг 18 лет. Исключением являются отбывающие наказание в местах лишения свободы по приговору суда и душевнобольные, признанные недееспособными. Этого права лишены иностранцы [10].

Коллективное учредительство СМИ возможно в нескольких вариантах. Правом на учреждение СМИ обладают объединения граждан – общественные, конфессиональные, трудовые, профессиональные, по интересам и др. В том числе журналистские и редакционные коллективы. Часто учредителем является журналистский коллектив редакции. Тогда он становится собственником периодического издания. Реже встречается разновидность этого варианта учредительства. При этом учредителем СМИ становится трудовой коллектив редакции. В этом случае в число учредителей входят не только журналисты, но и технические и коммерческие сотрудники редакции. Это, с одной стороны, позволяет уменьшить текучесть кадров в редакции, но, с другой – возрастает их роль при обсуждении важнейших вопросов ее жизни. Чтобы избежать этого, в некоторых редакциях ограничивают количество соучредителей, включая в них лишь руководителей коллектива и журналистов, принимавших участие в основании СМИ.

Нередко в роли учредителей СМИ выступают государственные органы – как центральные, так и местного самоуправления. При этом обычно используют два варианта учредительства. В первом из них учредителем становится тот орган, учреждение, ведомство, которое основывает СМИ и дотирует его, регулярно предоставляя редакции финансовые средства. Редакция при этом формально сохраняет самостоятельность своей профессиональной деятельности. Но фактически учредитель получает возможность оказывать на нее сильнейшее влияние. Это приводит к полной зависимости многих местных изданий – районных и городских газет от их учредителей – местной администрации и др.

Однако чаще выбирают другой вариант, при котором возникает, так сказать, многозвенный учредитель. При этом в роли соучредителей выступают те органы или организации, которые являются фактическими основателями СМИ, и журналистский коллектив редакции. Это позволяет сохранить достаточную ее самостоятельность в решении не только творческих и производственных, но и имущественных вопросов. Так, в выходных сведениях газеты «Гудок» указаны три ее соучредителя: Министерство путей сообщения РФ, ЦК профсоюза железнодорожников, трудовой коллектив редакции.

Следующая стадия узаконения правосостояния СМИ – его регистрация. В зависимости от региона распространения новой газеты определяется место ее регистрации. Если продукция будущего СМИ предназначена для распространения преимущественно по всей территории Российской Федерации, на территории нескольких республик, краев и областей или за ее пределами, заявление о регистрации подается учредителем в Министерство РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Но если новая газета будет распространяться преимущественно на территории республики в составе РФ, края, области, района, города, иного населенного пункта или микрорайона в городе, то учредитель подает свое заявление о регистрации в соответствующий территориальный орган этого министерства.

Регистрация новой газеты не требуется, если она учреждается органами законодательной, исполнительной или судебной власти исключительно для издания их официальных сообщений, материалов, нормативных или иных актов. А также если тираж газеты составляет менее одной тысячи экземпляров.

Для того чтобы заявление о регистрации газеты было принято к рассмотрению, необходимо сообщить в нем все требуемые сведения. А именно: сведения об учредителе, учредителях, название газеты, язык, на котором она будет выступать, адрес редакции, форма периодического распространения продукции, предполагаемая территория ее распространения, примерная тематика и (или) специализация, предполагаемая периодичность выпуска и максимальный объем номера. Кроме того, что важно, – источники финансирования, а также сведения о том, в отношении каких других средств массовой информации заявитель является учредителем, собственником, главным редактором (редакцией), издателем или распространителем [10].

Предъявление иных требований к заявлению о регистрации закон запрещает. К заявлению прилагается документ, удостоверяющий уплату регистрационного сбора. Регистрационный сбор взимается за выдачу свидетельства о регистрации. При определении его размеров, прежде всего, учитывают тип издания, тематику и специализацию его материалов. Для газеты, специализирующейся на публикациях для детей и подростков, инвалидов, а также образовательного и культурно-просветительного характера, устанавливается пониженный регистрационный сбор. Его размеры увеличиваются при регистрации рекламной газеты. Самый высокий регистрационный сбор взимается при регистрации периодического издания эротического характера. Регистрационный сбор возвращается при отказе заявителю в регистрации или при его отказе от регистрации.

Отказ в регистрации новой газеты возможен только по определенным основаниям. Если заявитель не обладает правом на учреждение СМИ в Российской Федерации. Если сведения, указанные в заявлении, не соответствуют действительности. В том случае, если название, примерная тематика и (или) специализация СМИ представляют злоупотребление свободой массовой информации – используются для разглашения сведений, составляющих государственную тайну, для призыва к насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, для разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны, а также для распространения публикаций, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости.

Отказ в регистрации можно получить также, если регистрирующий орган ранее уже зарегистрировал другую газету с тем же названием и формой распространения массовой информации. Последнее основание нередко приводит к задержке регистрации в том случае, если учредитель не дал себе труда для поисков нового, еще не использованного названия для своего издания.

Заявление о регистрации должно быть рассмотрено в течение месяца, начиная с указанной в нем даты. Со дня выдачи свидетельства о регистрации средство массовой информации считается зарегистрированным, а его учредитель получает право начать производство информационной продукции. Однако это право сохраняется за ним в течение лишь одного года со дня выдачи свидетельства о регистрации. Если этот срок оказывается пропущенным, свидетельство о регистрации данного СМИ признается недействительным. Повторная его регистрация не допускается.

Только после регистрации газеты как средства массовой информации может быть произведена регистрация ее редакции как юридического лица – в соответствии с требованиями Гражданского кодекса РФ. Некоторые редакции не обладают правом регистрации в качестве юридического лица. Это относится, в частности, к редакции, которая является структурным подразделением другой организации, выступающей как юридическое лицо и ведущей за нее все хозяйственные дела. Так, редакция приложения, входящая в структуру коллектива «материнской» газеты, не может являться юридическим лицом.

Редакция – юридическое лицо, как и редактор-предприниматель, обязана пройти регистрацию в органах юстиции местной администрации. Это не совпадает с регистрацией СМИ в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. При этом она избирает определенную организационно-правовую форму регистрации своего юридического лица и получает в соответствии с этим определенные права как хозяйствующего субъекта.

Узаконение правосостояния редакции и ее газеты означает и определение субъектов редакционной деятельности. Исходя из понимания субъекта как активно действующего и обладающего волей индивидуума или определенной социальной группы, приходим к выводу о наличии в редакции ряда субъектов. Они указаны в Законе о средствах массовой информации: учредитель газеты, издатель, распространитель, редакция и владелец (собственник). Дополним их журналистом – работником этой редакции. Эти субъекты находятся между собой в определенных правовых отношениях, обладают четко прописанными в законе правами и полномочиями, у них определенные обязанности, перед каждым стоят специфические цели и задачи. Часть этих отношений имеет, так сказать, внутренний характер, и связана с организацией самой редакции и её деятельностью в процессе подготовки и выпуска газеты. Другая часть отношений субъектов редакции связана с их внешними контактами – с органами государственной власти и местного самоуправления, судебными органами, объединениями граждан и, разумеется, с читателями газеты.

Решающее влияние на характер правовых отношений субъектов редакции оказывает учредитель (учредители) газеты. Многое тут зависит от его статуса, от того, в какой роли он выступает. Роль и характер его отношений с другими субъектами редакции конкретизируются в ее уставе и договорных документах, которые они совместно вырабатывают. В соответствии с законом о СМИ учредитель может выступать в роли редакции и руководить ею в качестве главного редактора газеты. Он может одновременно быть издателем и обеспечивать материально-техническую базу издания. При желании учредитель имеет право выступать и как распространитель, осуществлять распространение и реализацию тиража газеты. Наконец, что важно, учредитель получает возможность быть собственником имущества редакции, владельцем издания и пользоваться всеми связанными с этим положением правами.

Если учредитель газеты не является ее владельцем или ее главным редактором, то он не вправе вмешиваться в профессиональную деятельность редакции – за исключением случаев, предусмотренных законом, уставом редакции и его договором с редакцией (главным редактором). Тогда его права ограничиваются утверждением устава редакции, утверждением (или назначением) ее главного редактора и (или) заключением договора с редакцией в лице ее главного редактора. Такой договор определяет производственные, имущественные и финансовые отношения между его сторонами. Учредитель имеет также право обязать редакцию поместить бесплатно и в указанный срок сообщение или материал от его имени.

Учредитель может передать свои права и обязанности третьему лицу с согласия редакции и соучредителей. При ликвидации или реорганизации учредителя – объединения граждан, учреждения, предприятия, организации, государственного органа – его права и обязанности переходят к редакции.

Редакция газеты является другой, не менее важной стороной в правовых отношениях ее субъектов. В этих отношениях с учредителем издания, издателем, распространителем она представлена главным редактором. Он представляет редакцию и в отношениях с гражданами – читателями газеты, организациями, учреждениями, государственными органами и в суде. Он отвечает за исполнение требований, предъявляемых законом к редакции и газете. Если главный редактор одновременно является учредителем газеты, ее издателем, распространителем и, возможно, ее владельцем, собственником редакционного имущества, его правовое положение упрощается. Он получает право единолично решать все вопросы, связанные с отношениями редакции и ее газеты со всем их окружением. В соответствии с законом и принципом единоначалия главный редактор руководит редакционным коллективом, определяет информационную политику газеты. Но если учредителем газеты, ее владельцем, издателем являются другие лица или какое-либо учреждение, организация, главный редактор является наемным руководителем редакции, ее главным менеджером, которому приходится строить свои отношения с учредителем и другими субъектами редакции в соответствии с законами о СМИ и о предприятии.

Организационно-правовая форма юридического лица редакции газеты определяет и зафиксированные в уставе редакции особенности отношений между учредителем и редакцией в лице главного редактора, управления ее коллективом. Так, например, редакция – автономная некоммерческая организация создается на основе добровольных имущественных взносов ее учредителей – администрации области, города, грантов и пожертвований других организаций и граждан. Главная ее цель – удовлетворение запросов читателей в массовой информации. Она имеет в собственности обособленное имущество, самостоятельный баланс и банковские счета и вправе заниматься предпринимательской деятельностью для достижения стоящей перед нею цели. А управление такой редакцией осуществляется Советом учредителей, одну треть состава которого составляют работники редакции, а в остальную часть входят представители администрации и другие лица. Совет работает под руководством председателя, которым является главный редактор газеты. Он избирается журналистским коллективом редакции и утверждается Советом на срок не менее чем на четыре года. При главном редакторе действует редакционная коллегия.

Совершенно иные особенности организации хозяйственной деятельности у газетных редакций, избравших иную форму регистрации своего юридического лица – акционерное общество (АО). Эту организационно-правовую форму регистрации юридического лица избирают многие крупные редакции, основной целью хозяйственной деятельности которых является извлечение прибыли. Финансовая база такой редакции – ее уставный фонд, представляющий совокупность денежных вкладов учредителей или владельцев газеты в имущество редакции, – делится на определенное количество долей, обозначаемых ценными бумагами – акциями.

Возможно использование двух вариантов АО. Редакция – открытое акционерное общество (ОАО) получает право свободно выпускать акции, продавать их на рынке ценных бумаг и производить подписку на них, увеличивая таким образом свой капитал, без согласия остальных акционеров. Второй вариант – редакция – закрытое акционерное общество (ЗАО): она не имеет права свободного выпуска акций и их продажи. Она вправе лишь выпускать ограниченное количество акций, которые распределяются только среди учредителей газеты или другого заранее определенного круга лиц, количество которых не должно превышать пятидесяти. Они имеют право преимущественного приобретения акций, продаваемых другими акционерами ЗАО.

Высшим органом управления АО является общее собрание акционеров. Текущее управление редакцией осуществляет исполнительный орган – единоличный (генеральный директор, президент – главный редактор) или коллегиальный (правление, редакторат). В АО создается и контрольный орган – Совет директоров (наблюдательный совет) [10].

# 

# 3 Региональная периодическая печать, как источник по общественно-политической истории в 1990-е годы

Для современной газеты в России как социального института характерна двойственность его статуса и роли. С одной стороны, газета, как и другие средства массовой информации, – это институт, созданный для информационного обслуживания общества или какой-то его части. Но с другой стороны, с возникновением в нашей стране информационного рынка газета и ее редакция – это предприятие, деятельность которого нацелена на получение прибыли.

В зависимости от превалирования той или другой цели определяется тип издания. Для части газет главной задачей остается информационное обслуживание их читателей. Но решить эту задачу редакция такой газеты может, лишь получая прибыль и обеспечив себе финансовую базу путем самофинансирования или с помощью других источников финансовых средств. Для других газет важнейшей задачей становится получение прибыли и ее возрастание. Однако решить ее они оказываются в состоянии, лишь поддерживая высокий профессиональный уровень своего информационного продукта. Эта взаимосвязь и противоречия целей и задач, стоящих перед той или иной газетой, сказываются как на структуре ее редакции и организации ее деятельности, так и на самом издании – его характере, позиции, содержании и форме его публикаций [10].

Но цель издания газеты могут видоизменить, превратив ее, прежде всего в орган управления обществом или какой-то его частью, его институтом, определенной организацией, учреждением. Это немедленно сказывается на программе деятельности редакции и типологических характеристиках издания – его содержании, системе публикаций, жанровой системе и др. К этому типу изданий относятся, например, «Российская газета», фактически являющаяся органом правительства России, и «Парламентская газета», издающаяся Думой РФ, городские издания, учрежденные мэриями, например столичная газета «Тверская, 13», органы различных партий и политических движений – «Советская Россия», «Завтра», «Яблоко» и др.

Иной типологический облик у газетных изданий, созданных их учредителями с главной целью получения прибыли. У них иные система типов публикаций, тематика материалов, их иллюстрирование и подача. Таковы массовые газеты «Московский комсомолец», «Мегаполис», «Экспресс-газета» и др., бульварные, развлекательные и тем более рекламные и эротические издания с их специфическими содержанием и оформлением материалов.

Рекламная периодика составляет особую группу таких изданий. В нее входят как столичные газеты «Экстра М» и «Центр плюс» с их многомиллионными тиражами, так и небольшие региональные – областные и городские издания. Их типологические особенности принципиально отличаются по всем параметрам от особенностей обычных информационных газет [10].

К концу 1995 года борьба за экономическое и политическое влияние, конкуренция между изданиями выходит на качественно иной уровень. Она все чаще сопровождается «информационными войнами», поисками льготных государственных кредитов и западных инвесторов для СМИ. Основной тенденцией становится централизация капиталов, оборачивающихся в сфере массовых коммуникаций. С другой стороны, общее ухудшение экономической конъюнктуры в стране, постоянные финансовые кризисы, скачки цен на бумагу, транспортные и полиграфические услуги поставили средние и мелкие СМИ, особенно в регионах, на грань финансового выживания и тем самым обострили проблему зависимости журналиста от издателя и собственника СМИ, злоупотребляющих экономическими рычагами давления на журналистов. Становится все более жестокой и бескомпромиссной конкуренция между изданиями за долю в рекламном рынке [2, с. 18].

Не будучи в состоянии конкурировать с телевидением и радио в сообщении оперативных новостей, газета сосредоточилась на их комментировании, на первичном анализе ситуаций и проблем и прогнозировании их развития.

К непрерывному потоку оперативной информации, поставляемой телевидением, радио и сетевыми изданиями, газета присоединяет порционную информацию, получаемую читателями через определенные промежутки времени, и сопровождает ее аналитическим комментарием. Она всегда существует в потоке времени, расставляя в нем своими номерами памятные столбы.

Газета – зеркало своего времени, с которым движется и развивается. Не случайно, изучая какой-либо период истории, исследователи обращаются к комплектам газет в поисках на их страницах информации о фактах, событиях, выступлениях, характеризующих время, которое их привлекает. Газета сохраняет аромат времени, которое она отображает [10].

# Заключение

Газеты в качестве исторического источника играют очень важную роль. Источниковедческий анализ газеты достаточно сложное дело. Газеты наполнены разнообразной информацией, в которой исследователю необходимо разобраться объективно и беспристрастно. Как исторический источник газеты имеют свою специфику. Ее специфическим свойством является многоплановость. Это синтетический материал, включающий в себя самую разнообразную по жанру, происхождению, содержанию информацию: официальные сообщения и документы, законодательные акты, публицистику, письма, хронику, всевозможную информацию (заметки-отчеты, репортажи, интервью и пр.), объявления, беллетристику, некрологи и т. д. Важно отметить еще одну особенность газет – оперативность обнародования общественно значимой информации. Периодическая печать, в частности газетная периодика, - мощное средство идеологического воздействия.

Перестройка 80 – 90 – х годов дала свободу российским газетам. Газет стало больше, резко выросли тиражи наиболее популярных изданий. Если раньше местные газеты не знали, о чем писать, то в 90-е годы появились газеты даже городских районов. Менялось не только содержание газет, но и сам подход к журналистской деятельности. В средствах массовой информации появилось четкое разделение - новости и аналитический обзор.

Официальная пресса не всегда являлась достоверным источником по всему комплексу вопросов социально-экономического, политического, культурного развития страны на протяжении всей ее истории. Даже на сегодняшний день газеты достаточно сильно идеологизированы, все зависит от того кому принадлежит газета. При источниковедческом исследовании газет, наряду с общими методами источниковедения, необходимо сформировать систему особых методов, поскольку в газете публикуется различный по жанру, происхождению, разновидностям материал. Значит, подход должен быть дифференцированным [23].

Список использованных источников и литературы

1. Барсенков А.С. Реформы Горбачева и судьба союзного государства 1985-1991. – М., 2001.

2. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики – Москва-Ростов-на-Дону: «МарТ», 2003.

3. Ворошилов В.В. История журналистики России. Конспект лекций. – СПб, 1999.

4. Горбачев М.С. Избранные речи и статьи. В 5 т. – М., 1987. – Т. 3.

5. Горохов В.М. Оптимизация взаимодействия государственной службы со средствами массовой информации // Ежегодник’96. Государственная служба России. – М., 1997.

6. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации (Социологический анализ). – М., 2000.

7. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации: мифы и реальность (социологический анализ). 1992-2002 гг. – М., 2003.

8. Грабельников А.А. СМИ в современном обществе: тенденции развития, подготовка кадров. – М., 1995.

9. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. – М., 2000.

10.Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. –http://evartist.narod.ru/text10/05.htm#з\_01

11. Дилигенский Г.Г. Политика и общественное мнение / Социологический калейдоскоп. – М., 2003.

12. Жирков Г.В. История цензуры в России XIX–XX вв. - М., 2001.

13. Жуков В.И. Реформы в России. 1985-1995 гг. – М.,1997.

14. Лихтин А.Н. История газет российской провинции в процессе взаимоотношений с органами государственной власти (на материалах Оренбургского края XIX-XXI веков) – Оренбург, 2005.

15. Никифоров И.В. Информационная политика субъектов Федерации и периодическая печать в условиях реформирования российского общества в 90-е годы XX века (на материалах Нижнего Поволжья) – Саратов, 2004.

16. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. – М., 1996.

17. Политическая энциклопедия. В 2 т. - М.: «Мысль», 1999.

18. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998.

19. Прохоров Е.П.Журналистика, государство, общество. – М., 1996.

20. Реснянская Л.Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. – М., 1996.

21.Система средств массовой информации / Под ред. Я.Н. Засурского. - М., 2001.

22. Согрин В.В. Политическая история современной России. 1985-2001: от Горбачева до Путина. – М., 2001.

23. Средства массовой информации постсоветской России. – М., 2002.

24. Стровский Д. История отечественной журналистики новейшего периода. – Екатеринбург, 1998.

25. Хамзина О.А. Особенности периодической печати как исторического источника – Свердловск: Горный край, 2008.

26. Чистяков И.В. Средства массовой информации в общественно-политической жизни Российской Федерации (1992-2003 гг.). – М., 2007.

27. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. - М., 2002.

28.Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. - М., 2002.