**Содержание**

Введение………………………………………………………………………….3

Глава 1. Возникновение и развитие прессы в период до начала формирования городской среды …………………………………………………………………8

2.1. Возникновение и развитие прессы…………………………………………8

1.2. Пресса города Нижний Тагил……………………………………………...13

Глава 2. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества………………………………………………..……………………..15

2.1. Развитие городской прессы на примере газеты

«Тагильский рабочий»…………………………………………………………15

2.2. Городская политика в городской прессе……………………………..……19

Заключение……………………………………………………………………….23

Список использованной литературы……………….……………….………….25

Приложение…………………………………..………………………………….28

**Введение**

**Актуальность исследования.** Значение городов как индустриальных центров в период развития СССР было определяющим, пристальное внимание к ним со стороны государства выражалось в создании программных документов городского развития. Осознание основополагающей роли прессы в становлении партийно-государственной системы побуждало советское правительство издавать большое количество официальных документов, регулирующих деятельность печатных СМИ. О том, что партия и правительство понимали необходимость установления контроля над растущим влиянием провинциальной прессы,   
свидетельствует большое количество указов и постановлений, декларировавших задачи и методы работы областных, районных и городских газет.

Исторические и социально-политические условия развития России в перестроечный и постперестроечный периоды, принятие законов о СМИ дали мощный толчок общественному развитию, а также способствовали развитию различных типов печати. Процессы хозяйственной децентрализации регионов при одновременной политической иерархической централизации как две противоборствующие тенденции выступили реальным источником регионального развития. В этот период специфической особенностью развития российских городов стала трансформация их от городского поселения, подчиненного градообразующему предприятию, до независимого социального образования.

Тенденции социально-политического развития последних лет демонстрируют нам усиление позиций городов не только внутри регионов, но и в целом на федеральном уровне. Специалисты отмечают, что «идет поиск моделей социального развития, ориентированного преимущественно на собственные возможности» [6. с.3]; стабилизируется позиция местных органов власти в результате процесса формирования, становления и развития местного самоуправления. А поскольку информация (пресса) всегда есть средство формирования нового содержания, средство, обеспечивающее развитие, то следствием вышеперечисленных процессов является усиление значения городской периодической печати, которая становится индикатором всех происходящих процессов и требует особого к себе внимания.   
В контексте реформы местного самоуправления [29], которое рассматривается во всем мире как один из стратегических институтов демократического гражданского общества, особенно интересен и актуален такой аспект взаимодействия прессы и общественного сознания как влияние городских газет на сознание горожанина. На новом витке развития возникла актуальная необходимость осмыслить и дать теоретическое обоснование этому влиянию, а также его опосредованному воздействию на формирование и развитие городов.

Город и городская пресса, в силу ее массово-информационной природы, связаны отношениями взаимодействия и взаимовлияния: пресса отражает городские процессы, создает в представлении социально активной части читателей-горожан образ города как единого материально-духовного пространства, обеспечивающего созидательную активность общественных сил. Образ города формирует общественное сознание в направлении развития городской среды, то есть влияет на характер и направление городских процессов. В связи с этим актуальной проблемой современной журналистики является разработка и внедрение в журналистскую практику таких моделей городской прессы, которые обеспечили бы создание динамических образов, способствующих устойчивому развитию современных городов.

Кроме того, городская пресса является элементом системы современных российских печатных СМИ, без изучения которого невозможно говорить о структурном и функциональном уровнях всей системы. Исследование типа городской газеты, а также специфики функционирования городской прессы внутри города как самоорганизующейся системы представляется актуальным как в теоретическом, так и в практическом плане. Взаимодействие таких локализованных в географическом пространстве социальных феноменов, как провинциальное общественное сознание и соответствующие коммуникативно-информационные системы, рассматриваются в многочисленных работах последних десятилетий, посвященных изучению типов печати, распространяемых на конкретной территории (региональной, городской, муниципальной и т.д.).

Следует отметить, что научные труды по вопросам региональной журналистики отличает системность, а также то, что ученые рассматривают предмет с разных точек зрения: истории, типологии, функционирования. Разрабатываются методологические подходы к изучению указанных типов СМИ, что позволяет добиваться большей глубины исследования, а выводы обладают большей степенью верификации. Теория очень тесно переплетается с практикой: одно базируется на другом и взаимопроецируется.

Однако на фоне многообразия работ, посвященных региональной и местной прессе (в разных смыслах ее понимания: как прессы, функционирующей в пределах небольшой территории (синоним городской, районной), и как прессы, связанной с жизнью и проблемами местной общности, причем в последнем случае к местной прессе относятся даже региональная и общегосударственная пресса, если «своим содержанием она участвует в образовании коммуникативной сети местной общности и в формировании местной информационной среды» [26, 30, 34, 36, 37, 35, 43]), необходимо констатировать скудость исследований, посвященных феномену городской прессы. На сегодняшний день в данной области существуют лишь единичные работы.

Таким образом, актуальность нашего исследования обусловлена усилением роли современной городской печати в обеспечении устойчивости   
городского развития, которое, в свою очередь, является важной составляющей формируемого в российском государстве гражданского общества, а также отсутствием научно-теоретических и научно-методических работ, посвященных отслеживанию процессов становления городов и городской прессы как типа в их взаимодействии и взаимовлиянии.

**Степень научной разработанности проблемы.** В советское время деятельность городских изданий, регулируемая партийными документами, не получала должного научного осмысления. В 1975 г. была сделана попытка осмыслить «реальную роль городской газеты» [9]. Но книга, написанная журналистами-практиками и предназначенная для них же, не содержала никаких теоретических концепций, а предлагала читателю результаты диспута о роли городской газеты в идейно-политическом, культурном и эстетическом воспитании трудящихся, о «важной организационной и пропагандистской роли городской газеты, о формах и методах, работы». В качестве основополагающей задачи городской газеты выдвигалась следующая: «городская газета через человека решает свою основную задачу - обеспечивает дальнейший подъем производства, его эффективности». По сути, перед городской газетой ставились задачи, адекватное решение которым скорее гарантирует малоформатное производственное издание. Городская газета как фактор формирования городского сообщества не рассматривалась. Подчеркивалось, что гуманитарное значение городской газеты заключается в том, чтобы «ярче показывать человека труда, пропагандировать примеры взаимопомощи, коллективизма и других проявлений советского образа жизни». Злободневные темы городского хозяйства, коммунального, бытового и культурного обслуживания населения признавались важными, но одновременно подчиненными главной цели -способствовать развитию города как индустриального центра.

Важным достижением авторов коллективного издания «Городская газета» была попытка сформулировать основные задачи городской газеты как особого типа издания: «воспитание любви к городу, уважения к его традициям..., организация заботы о красоте и благоустройстве..., формирование культуры поведения и общежития..., контроль за деятельностью органов управления городом..., отслеживание действенности публикуемых материалов» [9].

В период перестройки попытку исследовать «городскую газету как тип партийно-советского издания» предпринял В.В. Королев [23]. Обращение исследователя к обозначенной теме было закономерно вызвано качественно новой политической ситуацией и требованиями, которые предъявляли к городским газетам в связи с проводимыми преобразованиями советского общества. В работе В.В. Королева представлены результаты изучения особенностей функционирования городских газет в период перестройки, их роли и значения в осуществлении новых задач, стоящих перед государством и обществом. Обращение к типу городской газеты было в то время тем более важным, что государственными лидерами принципиального различия между районными и городскими газетами не делалось. В 1984 г. Постановлением ЦК КПСС «О дальнейшем улучшении деятельности районных и городских газет» оба типа объединялись в один, с общими задачами. В.В. Королев впервые охарактеризовал тип городской газеты, выделив специфические черты, на основе которых возможно отделение его от других видов и типов изданий.

В российской научной литературе по теории прессы 90-х годов XX -начала XXI вв. наблюдается употребление нескольких понятий: региональная пресса, областная, городская, муниципальная. Все они используются для характеристики типов печатных СМИ, выделенных на основании главного признака - географического: место выхода и распространения издания «в соответствии с административно-территориальным устройством государства» [20. с.87].

Так, С.Г. Корконосенко городскую прессу относит к разряду «местной прессы» - «изданий, выходящих в районах и городах областного (республиканского подчинения)», при этом автор учебника «Основы журналистики» подчеркивает, что «за основу берется не место издания, а обслуживаемая территория». Для С.Г. Корконосенко главными критериями городской прессы являются следующие: «обязательно выходит в городе, обслуживает городскую территорию и не претендует на распространение по району или региону». А.А. Грабельников, выстраивая следующую цепочку СМИ: общефедеральные - межрегиональные - собственно региональные -местные (областные, городские, районные, многотиражные), включает городские СМИ в группу местных изданий, в свою очередь входящих в прессу регионов. «Местные СМИ... обладают теми же типоформирующими признаками: локальность издателя, близость ареалов, условий и особенностей функционирования, идентичность читательской аудитории. Региональный и местный уровни журналистики близки еще и тем, что ориентированы на общие социально-экономические, политические, демографические условия данной местности...» [12. с.102].

М.В. Шкондин относит городские печатные СМИ к типу изданий административно-территориальных общностей, выделяемых на основании такого существенного типологического признака как характер аудитории [47. с.100].

Таким образом, изучение научной и научно-методической литературы по проблемам типологии и функционирования печатных СМИ позволяет говорить о разработанности методологической базы. Существуют монографии, учебные пособия, сборники статей, в которых так или иначе затрагиваются вопросы о роли прессы в формировании общественного сознания и общественной среды, даются историко-типологические характеристики городской газеты, делаются попытки моделирования типа городской газеты. Однако необходимо констатировать отсутствие научных исследований, посвященных рассмотрению городской прессы как системы, т.е. анализу ее на разных уровнях организации, и в частности, на функциональном уровне во взаимодействии со средой, в которой осуществляется массово-информационная деятельность.

Актуальность проблемы, а также недостаточная степень, ее научной разработанности определили объект, предмет, цель и задачи курсового исследования, его внутреннюю логику и структуру.

**Объектом и**сследования в исследовании является городская пресса как элемент системы печатных СМИ, **предметом** - процесс становления, развития и трансформации городской прессы как важного фактора формирования городской среды и городского сообщества вчера и сегодня.

**Цель работы** состоит в том, чтобы исследовать становление и развитие городской прессы как системы через анализ ее функционирования внутри городской среды в историко-типологической ретроспективе, последовательно отслеживая процессы взаимодействия и взаимовлияния городской среды и городской прессы вчера и сегодня.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

1) систематизировать разрозненные представления о городской прессе как особом типе печатных СМИ и воссоздать историко-типологическую ретроспективу ее формирования;

2) на основе изучения проблем типологии и функционирования печатных периодических изданий, а также данных смежных с журналистикой дисциплин, изучающих феномен города, попытаться выработать определения понятий «городская печать», «городская газета», «город», «городская среда»;

3) исследовать процесс трансформации типа городской газеты под влиянием   
общественно-политических, социальных и экономических преобразований; на основе полученных результатов определить социально-политические, экономические и другие факторы, влияющие на возникновение, формирование и развитие городской прессы;

4) выявить роль прессы в формировании городской среды, проанализировав пропагандистско-агитационно-организационную деятельность городских газет по созданию и раскрытию образа городской среды.

**Теоретико-методологическую базу** курсового исследования составили работы по теории и истории журналистики А.И. Акопова, Е.В. Ахмадулина, А.А. Грабельникова, Б.И. Есина, Я.Н. Засурского, С.Г. Корконосенко, Е.А. Корнилова, Е.П. Прохорова, Л.Г. Свитич, А.А. Тертычного, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина и других. Положения научных трудов, посвященные проработке фундаментальных проблем методологии научного познания в области прессоведения: А.И. Акопова - о теоретических основах применения теоретико-типологического, историко-типологического и социологического методов исследования, Е.А. Корнилова - о методологических принципах историзма и системном подходе, В.В. Тулупова — о моделировании типов изданий; труды Е.П. Прохорова по методологии и методике журналистского исследования. В анализе функциональной стороны городской прессы мы опирались на концептуальные положения и выводы, представленные в монографических исследованиях и учебных пособиях Е.П. Прохорова, С.Г. Корконосенко, И.М. Дзялошинского, Л.Л. Реснянской, Т.И. Фроловой и других.

**Глава 1. Возникновение и развитие прессы в период до начала формирования городской среды**

**2.1. Возникновение и развитие прессы**

Российская печать является «вторым» (по охвату общенациональной аудитории) источником массовой коммуникации и в значительной мере влияет на политические и социально-экономические представления населения. Как показывают исследования Института социологии, население РФ получают информацию не только от центрального (86%) и местного (27%) телевидения или центрального (28%) и местного (14%) радио, но и от центральных (32%) и местных (21%) газет [24].

Российская пресса сегодня переживает период бурного развития. Каждый месяц появляются новые издания, центральные и региональные, а существовавшие ранее меняют свою концепцию и политику.

По данным Роспечати, в России сегодня зарегистрировано более 50 тыс. изданий. При этом реально выходит в свет только половина из них, а окупаются лишь около 2 тыс. газет и журналов. Российские СМИ меняются в лучшую сторону. Хотя до идеала, конечно же, еще далеко. Впрочем, и идеалы у каждого свои.

Важно, что у отечественной прессы появилось стремление любить и уважать русский язык, своих читателей и зрителей. Стало намного более интересно читать газеты, смотреть телевизор и слушать радио. Кстати, в последнее время в радиоэфире появилось много по-настоящему интересных, расширяющих кругозор передач.

Недаром СМИ называют «четвертая власть». Тот, кто владеет информацией, несомненное преимущество перед тем, кого ее нет. А тот, кто управляет информацией - может управлять общественным мнением [17. с.3].

Типологическая палитра средств массовой информации России изменилась за последнее десятилетие достаточно основательно. Это объясняется влиянием двух основных факторов: во-первых, переменами в социальной структуре российского общества, которые уже зашли достаточно далеко, во-вторых, новыми технологическими моментами, требующими изменений в типологии прессы не только в России, но и во всем мире. Это сложный процесс, и Россия, которая в советскую эпоху почти полностью находилась вне общего потока развития СМИ, сегодня оказывается включенной и в этот поток, и тем более в собственные перестроечные и постперестроечные реформы [1].

Из-за внешних обстоятельств, статус ряда изданий становится неопределенным. Ситуация побуждает применять термин «транснациональные издания» или «наднациональные». Конкретное значение вкладывается в понятие «региональная пресса». Это издания, рассчитанные на исторически сложившуюся часть страны, отличающуюся природными, экономическими, национально-культурными особенностями: Северо-запад, Западная Сибирь, Нечерноземье и т.д. Под местной прессой в послед. Годы стали понимать гл. образом городские и районные издания.

Современную прессу принято делить на качественную и массовую. Для региональных СМИ это определение только приживается. База для разграничения прессы мнений (качественной, элитарной) и прессы новостей (массовой, популярной) существует в самой практике редакций. Это характеристики, которые вбирают в себя особенности тематики, проблематики, аудитории, тиражирования, стиля, оформления изданий. Качественной прессе свойственны аналитичность в подходе к событиям, взвешенность оценок, спокойный тон публикаций, а главное – надежность фактов и мнений.

В известном смысле это результирующие характеристики, поскольку они вбирают в себя особенности проблематики, аудитории, тиражирования, стиля, оформления изданий [13]. Качественной прессе свойственны аналитичность в подходе к событиям, взвешенность оценок, спокойный тон публикаций. Респектабельность отличает и ее внешний вид. Популярная пресса – больше развлечения, чем информации, и которые предназначены менее образованной части населения, желтая журналистика – это сенсационные, часто неточные, неприличные и грубые материалы, изобилие цвета, картинок – стойкий признак их дизайна. Это не означает, что массовая пресса делается на низком профессиональном уровне, просто здесь действуют иные стандарты мастерства.

ХIХ век создал богатую и разветвленную систему периодической печати. Но также остро стоял вопрос о цензуре и свободе слова. Приближающийся ХIХ век порождал определённые ожидания в журналистике, однако им суждено было сбыться только после революции 1905года [5].

Несмотря на тяжелую политическую ситуацию (Русско-японская война, революционные настроения) частная журналистская деятельность всё же развивалась. Отдельные состоятельные люди - банкиры Поляков, Альберт, капиталисты Коншины, Рябушинские, Морозовы, банки (Волжско-Камский, Азово-Донской) все охотнее вкладывали деньги в периодическую печать.

Постепенно формируется качественная и массовая пресса. Старые направления: консервативное, либеральное и демократическое в прессе сохраняются, хотя существуют издания, стоящие в стороне от главных партийных направлений, декларирующие свою независимость, например "Биржевые ведомости", "Русское слово".

Яркой звездой блеснула на печатном небосклоне газета "Россия". Организованная в 1899 г. как либерально-буржуазное издание, "Россия", благодаря участию в ней известных фельетонистов В.М. Дорошевича и А.В. Амфитеатрова, приобрела большую популярность в начале века. Требование политических перемен в стране, реформ, критика действий некоторых правительственных чиновников высокого ранга, намеки и иносказания создавали ей славу смелой буржуазной газеты. Фельетон Амфитеатрова "Господа Обмановы", опубликованный 13 января 1902 г., был воспринят как дерзкая сатира на царя Николая II и его ближайших родственников. Газета тотчас была закрыта, а Амфитеатров сослан в Минусинск. (В 1905 г. под этим же названием организована была новая газета, но она уже носила чисто казенный монархический характер.)

Анализируя мировой опыт, можно выделить несколько изданий, которые играют очень важную роль в формировании интеллектуального потенциала общества тех стран, где они издаются, а порой даже выходят за рамки своих государств. Например, французская газета “Монд” воспринимается как научный журнал, на нее можно ссылаться даже в диссертациях. Газета работает очень серьезно. Она постоянно не только высказывается по важнейшим проблемам философии, эстетики, этики, экономики, социологии, но и публикует новейшие материалы, посвященные новым нарождающимся тенденциям. Во Франции есть прекрасные еженедельники - “Нуэль Обсерватор”, “Экспресс” и некоторые другие, но все-таки газета “Монд” здесь занимает первое место. Она участвует в политической борьбе, но самое главное - именно эта газета способствует формированию интеллектуального потенциал общества, что расценивается как значительное достижение французской нации [27].

Американская газета “Нью-Йорк Таймс” обладает огромным интеллектуальным потенциалом, имеет большое количество аналитических служб и, может быть, не так основательно, как “Монд”, но развивает новые концепции, анализирует их, вводит читателей в курс новых формирующихся идеологических структур и теорий.

В Англии можно назвать серьезную газету “Файнейшл Таймс” или тот же “Таймс”, который не утратил свои позиции. Конечно, наличие таких качественных газет является важным элементом развития интеллектуального потенциала общества.

К сожалению, в России нельзя назвать какую-либо газету, которая бы отражала или развивала интеллектуальный потенциал российского общества. Объясняется это многими причинами. Если качественные газеты советского периода все-таки носили, прежде всего, пропагандистский характер, то сегодняшняя российская журналистика занята в основном конъюнктурными политическими моментами и обслуживанием массового читателя в целях добыть больше разнообразной рекламы. Даже такие газеты, которые претендуют на серьезность - “Коммерсантъ”, “Новая газета”, которую редактирует Раф Шакиров, “Ведомости”, издаваемые по материалам английской и американской газет “Файнейшл Таймс” и “Уолл стрит джорнэл”, ряд других, - все они по своему уровню, конечно, не соответствуют стандартам и идеологическим процессам, которые происходят в мире и в нашем обществе. Если сравнить русское издание газеты “Ведомости” с английскими оригиналами, можно увидеть насколько беднее интеллектуальный потенциал “Ведомостей”. Одна из главных причин этого - бедность нашей журналистики. У нас нет информационного капитала, нет серьезных информационных концепций, пресса не получает финансовой поддержки [45].

В этом смысле современное состояние нашей прессы, конечно, объяснимо. Тем не менее, в журнальной периодике, особенно ежемесячно изданных и некоторых еженедельниках (например, “Эксперт”) вы можете найти достаточно серьезные публикации. Многие наши ежемесячники хорошо известны и заслуживают всяческого уважения.

В традициях русской журналистики, русской общественной мысли журнальная и газетная часть является очень важной составляющей.

Нынешняя журналистика обогатилась Интернетом. Интернет, конечно, не только журналистика, это интеллектуальное пространство, где есть и банки, и магазины, и склады, где хранятся те же автомобили на продажу, но информационная часть Интернета остается очень важной. И если изучить пользование Интернетом, с точки зрения поиска информации, выясняется, что в острые моменты развития общества, прежде всего внимание обращается к газетам, книгам, энциклопедиям, к серьезным изданиям. Дело в том, что Интернет, кроме полезных сайтов и порталов, засорен множеством бесполезной и просто ложной информацией.

Газеты и журналы испытывают огромные финансовые трудности. Практически нет ни одной газеты, которая не искала бы доходов для того, чтобы выжить и остаться на плаву. Это стремление выжить ведет к тому, что многие важные, серьезные моменты, которые в свое время рассматривали наши газеты, уходят из внимания ежедневной, часто еженедельной прессы и оказываются в небольших изданиях, которые не имеют широкой аудитории.

В связи с этим возникает проблема развития информационного капитала, создания коммуникационных информационных концернов, которые могли бы поддерживать определенный уровень нашей журналистики интеллектуальной и обеспечивать читателям доступ к новым идеям, новым концепциям. Эта ситуация достаточно сложная, но, тем не менее, она должна быть каким-то образом решена [48].

В России, к сожалению, экономической деловой газеты нет. Это, безмерно, ослабляет наш интеллектуальный потенциал нации.

Требуют определенной поддержки и наши журналы, еженедельники. Журнал “Эксперт” добился в этом отношении серьезных результатов, стал достаточно интересным и поистине исследовательским центром.

Интеллектуальный потенциал средств массовой информации в России очень велик, но в наших условиях он, к сожалению, не реализуется, и прежде всего из-за экономических трудностей. Думается, здесь нужны какие-то специальные шаги для поддержки информационного капитала, и информационного сектора. Безусловно, это сложный вопрос, его трудно регулировать, но, тем не менее, сокращение удельного веса информационного производства в нашей стране является негативным явлением, поскольку в современной экономике информационная составляющая очень важна. Разумеется, необходима прежде всего более серьезная работа самих редакций, не требуется и финансовая поддержка, и здесь широкое поле деятельности для крупных банков. Скажем, та же газета “Файнейшл Таймс” издается достаточно богатой в Англии группой Пирсона, “Уолл стрит джорнэл” - тоже достаточно богатой финансовой группой Доул Джонса. К сожалению, наши экономические структуры поддерживают газеты только тогда, Когда речь идет об их политических интересах, о стремлении каким-то образом оказать давление на правительство в целях решения своих проблем. Эта ситуация должна быть непременно изменена.

К городской прессе мы относим группу изданий, типологически тождественных по признаку пространственного охвата. Городская пресса отличается от районной, региональной, прессы предприятий, учреждений тем, что ориентирована на жителей города; причем общественно-политическая массовая пресса - безотносительно к их социальному положению, полу, национальности, интересам (аудиторный универсализм), специализированная пресса - с учетом специфики сегментирования городской аудитории.

При характеристике городской прессы наравне с географическим признаком в качестве типоформирующих нами также рассматриваются содержательный и функциональный признаки. Критерий содержания понимается как связь проблемно-тематических линий издания с жизнью и функционированием городского сообщества. Функциональное предназначение городской прессы определяется как формирование коммуникативной среды (уровня сознания и уровня бытия) — важного фактора устойчивого развития города [36. с.45].

Таким образом, под городской прессой мы понимаем совокупность печатных изданий, учрежденных и распространяющихся в пределах города, приоритетным направлением деятельности которых является отражение городских процессов и участие в формировании городской среды и городского образа жизни. Понятие городская среда вводится для определения единства материальной и духовной (городская ментальность, общая культура поселения, культура взаимоотношений, отношение к окружающему миру и т.д.) составляющих города.

Своими материально-пространственными элементами городская среда выступает гарантом стабильности в физическом мире. Своим духовным началом городская среда объединяет социальный и культурный пласт, обеспечивает задачи социокультурного (духовно-идеологического) развития, степень включенности населения в принятие решений о стратегии и тактике городского развития.

Определение городская газета может быть применено к любой учрежденной, издаваемой и распространяемой в городе газете, информационная политика которой направлена на удовлетворение потребностей и интересов жителей конкретного города и реализуется, в первую очередь, в соответствии со стратегическими и тактическими задачами городского развития. Ведущее положение среди городских газет занимают массовые общественно-политические издания.

**1.2. Пресса города Нижний Тагил**

В Нижнем Тагиле издаются следующие газеты: «Тагильский рабочий», «Горный край», «Право плюс», «Консилиум» и другие.

В 2006 году исполнилось 75 лет со дня выхода первого номера корпоративного издания Нижнетагильского металлургического комбината (ОАО «НТМК», входит в «Евраз Груп»). В 1931 году газета получила громкое название **«За металл!»,** ее первыми читателями были строители металлургического гиганта советской довоенной индустрии – Ново-Тагильского металлургического завода (название НТМК до 1957 года). С первых выпусков газета заявила о себе как об актуальном периодическом издании: на страницах заводской «многотиражки» печатались «горячие» производственные сводки, репортажи о первых плавках металла, гневные фельетоны об отстающих подразделениях и портреты передовиков.

До 2007 года тираж **«Тагильского металлурга»** (газета сменила свое название в 1957 году) составлял 12 тысяч экземпляров, это самый высокий показатель среди всех городских печатных СМИ. Газета выходила 2 раза в неделю на 4-х и 8-ми полосах. Среди тем, поднимаемых в газете, не только новости производства, но и информация о жизни города, спортивный курьер и кулинарные рецепты. За 75 лет работы было выпущено более 11600 номеров издания, большинство их бережно хранится в архивах музейно-выставочного центра комбината. В редакции «Тагильского металлурга» начинали свою карьеру многие журналисты города, ставшие впоследствии руководителями и ведущими сотрудниками десятков городских, областных и даже столичных средств массовой информации «Тагильский металлург» выписывал каждый четвертый работник НТМК и 80% ветеранов производства. В 2007 году газета сменила свое название на **«Новости Евраза-Урал».**

**Газета «Горнозаводская панорама» -** рекламно-информационное издание Торгово-промышленной палаты г. Нижний Тагил существует с ноября 2007 года.

Аудитория «Горнозаводской панорамы»:

- представители малого, среднего и крупного бизнеса Горнозаводского управленческого округа

- потребители товаров и услуг,

- экономически активное население ГЗУ

«Горнозаводская панорама»:

- выходит еженедельно по четвергам.

- формат А-3.

- объявленный тираж 10.000 экземпляров.

- объем 16 полос (4- цветные, 12 – ч/б).

«Горнозаводская панорама». Распространение:

г. Нижний Тагил и 11 административных образований Горнозаводского управленческого округа.

- администрация города и ГЗУ,

- киоски сети «Пресса»,

- киоски «Сити – пресс»,

- магазин «Сударушка» - 3 точки,

- сеть павильонов «Огонек» - 2 точки,

- киоск магазина «Полиграфист»,

- отделения связи,

- индивидуальные распространители,

- по подписке и рассылке.

Содержание «Горнозаводской панорамы»: телепрограмма на 21 эфирный и кабельный канал, новости бизнеса, обзор жизни Горнозаводского управленческого округа, тематические страницы и постоянные рубрики: малый бизнес – успешный бизнес, портрет на фоне бизнеса, экспертиза качества, мнение эксперта, предприниматели – родному городу, на заметку потребителю, консультации юриста, наши партнеры, а также бизнес – гороскоп, прогноз погоды и сканворд.

Преимущества «Горнозаводской панорамы»:

- большая часть публикуемых материалов носит эксклюзивный характер

- 4 полноцветные полосы делают газету более удобной для восприятия читателей и привлекательной для рекламодателей

- демократичные цены на рекламу.

- гибкая система скидок для постоянных партнеров от 5 до 20%

- дополнительные скидки в летний период до 30-45%

- печатаются купоны бесплатных объявлений для продажи товаров и коммерческих предложений

- невысокая розничная цена.

**Газета «Тагилка» -** еженедельная городская газета.

На страницах газеты журналисты стараются рассказать об общих бедах и проблемах, о заме­чательных людях и славных начинаниях в городе Нижний Тагил. Нормаль­ная газета должна защищать людей от чиновничьего произвола, показывать безобразия во всех сферах жизни. Газета «Тагилка» олицетворяет себя флагманом свободная пресса.

**Муниципальная газета "Горный край".** Тираж - 16500 экз., 5 раз неделю, 2 листа А3. Городская информация, дайджест российской прессы, модульная реклама, ТВ-программа. Распространяется на территории Горнозаводского округа, адресная рассылка по муниципальным администрациям.

**МУ «Тагил-пресс»** было создано в 2002 году, его сразу же возглавила член Союза журналистов РФ Елена Овчинникова. В муниципальный холдинг вошли три издания — газеты «Горный край» и «Тагильский рабочий» и детский журнал «Пульсар». «Тагильский рабочий» является одним из самых влиятельных в городе изданий.

**Глава 2. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества**

**2.1. Развитие городской прессы на примере газеты «Тагильский рабочий»**

Свой вековой юбилей газета "Тагильский рабочий" отметила в 2006 году. Это - единственная в Нижнем Тагиле ежедневная газета, лауреат и победитель множества областных и всероссийских конкурсов.

На протяжении 100 лет издание газеты прерывалось и названия газеты менялись: «Рабочий» (май 1906 – октябрь 1907 гг.; 15 января 1926-1931); «Красный Урал» (1920-1921); «Известия» (1924-1925 гг.); «Тагильский рабочий» с 26 мая 1931 г.

В начале 1906 года тагильские большевики возобновили выпуск листовок и воззваний в новом печатном станке. В этой же подпольной типографии в мае 1906 года был отпечатан первый номер газеты «Рабочий». Тираж же составлял 500-700 экземпляров.

Разыскан первый выпуск номер «Рабочего», который позволяет судить о газете как о боевом, революционно настроенном издании.

Возобновить выпуск «Рабочего удалось» в 1917 году, после событий Февральской революции. Это был печатный орган Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. Но как свидетельствует в своих воспоминаниях большевик А.В. Бархатов, меньшевистский перевес в Совете сказался и на издании: местная газета «Рабочий»» тоже имела ярко выраженное меньшевистское оборонческое направление. Статьи большевиков на ее страницы попадали с большим трудом. И еще: Всемерно поощряя распространение на заводах меньшевистских изданий, в частности, местной газеты «рабочий», они (меньшевики и эсеры) пытались закрыть путь к «Правде».

В декабре 1917 года власть в Нижнем Тагиле переходит в руки большевиков. Но наступившие затем бурные события гражданской войны не дали возможности в то время наладить выпуск газеты на большевистских началах.

Только с 15 января 1926 года удалось начать ежедневный выпуск окружной газеты «Рабочий», переименованный потом в «Тагильский рабочий».

Редактором в те годы был Б.Г. Леви, который также заведовал отделом партийной жизни. Другие отделы возглавляли П.С. Бронин, П.М. Васильев, С.Г. Кузьмин. Сын известного революционера Степан Спандарян был первым репортером газеты, а К.Т. Шептаев, А.Г. Копытцев, А.Е. Городисский – разъездными корреспондентами.

Старейший тагильский печатник В.Г. Лебедихин, помогавший подпольщикам доставать шрифт, безвозмездно передал Советской власти свою типографию и стал работать в ней заведующим.

Рассмотрим наиболее интересные факты в истории газеты в разные годы издания.

80 лет назад тагильчане только привыкали к ежедневной газете «Рабочий». Она с первых же дней своего регулярного выхода поднимала отряды рабкории в бессрочный подход на борьбу «с темными пятнами прошлого» за светлое будущее. И, видя, свое будущее в увеличении тиража, обращались к читателям с призывом на подписку:

У нас дешевых газет немного,

Иметь же газету рабочему надо!

Газета «Рабочий» стоит недорого -

50 копеек с доставкой на дом!

Будучи окружной газетой, освещая жизнь 16 районов, входивших в Тагильский округ, сразу же выделила колонку новостей из центра округа Нижнего Тагила. Так о чем же писала ежедневная газета в 1926 году?

**«Рабочий» 11 февраля 1926 года.**

**«На третьем фронте»**

Школы ликвидации неграмотности Тагильского завода, горняков, печатников, железнодорожников в начале февраля выпускают несколько десятков новых грамотеев, в возрасте от 16 до 42 лет. Все товарищи проявили большой интерес и активность к учебе.

**24 февраля 1926 г.**

Сейчас у нас в Тагиле проходит окружная конференция МОПР (международная организация помощи рабочим). Рост этой организации, имеющей за собой три года существования, чрезвычайно велик. У нас в Уральской организации за два года вступило свыше 250 тыс. человек. Симпатии трудящихся всецело на стороне томящихся в тюрьмах и застенках революционеров, борцов за дело освобождения рабочего класса и крестьянства. Сами знаем, что такое белый террор, сами пережили ужасы царского режима и зверства в оккупированной белогвардейцами области. И если сейчас рабочий класс и крестьянство являются хозяевами в свободной стране, то не так еще давно гнули они спину под сапогом помещика, кулаком фабриканта.

**29 мая 1926 года.**

**В чьем распоряжении будет городской сад?**

Кто будет получать необходимый отдых и разумное развлечение в саду? Рабочий или нэпман? Несомненно, что при настоящей постановке дела в саду может гулять лишь тот, кто в состоянии уплатить за прогулку по 15 коп., и за театральное представление 50 коп. – 1 руб. 70 коп. А как же с рабочими? Потому вопрос, кто должен пользоваться городским садом, надо пересмотреть в пользу профорганизации. Городской сад должен стать место отдыха и центром культурно-просветительской работы, а не коммерческим предприятием. 27 мая на общем собрании доменного цеха Тагильского завода рабочие единогласно выступили за передачу сада профсоюзам.

**29 июля 1926 года.**

**В горсовете.**

Горсовет не возражает об отводе земельного участка между речками Вязовка и Сухим Логом под вагоностроительный завод. Окрместхозу совместно с соответствующими организациями поручено установить точные границы участка.

**27 августа 1926 года.**

**Нужно ли Тагилу казино?**

Нам кажется, что существование казино может быть оправдано в крупных городах, где оно служит местом выкачивании легких доходов из карманов разжиревших буржуев. У нас же плачут рабочие денежки, ибо в большинстве ходят в казино рабочие. Буржуазии у нас не так-то много. Вот почему мы присоединяемся к мнению комсомольцев и вместе с ними настаиваем необходимости закрыть казино в самом ближайшем будущем.

**1 сентября 1926 года.**

Основным вопросом предстоящего очередного расширенного пленума горсовета будет рассмотрение и утверждение горбюджета на 1926-1927 гг. Расходы местхоза распределяются:

На жилищное строительство – 50 тысяч руб.

Улучшение электросети – 15 тыс. руб.

Приобретение пожарного инвентаря – 11 тыс. руб.

Организация ассенизационного обоза – 10 тыс. руб.

Ремонт дорого и мостов – 22 тыс. руб.

По содержанию гормилиции предусмотрено увеличение зарплаты (за нагрузку рабочего дня) на 22%.

**26 сентября 1926 года.**

Картины Третьяковской галереи вернулись в тагильский музей. Вернувшийся недавно из командировки в Москву зав. музеем тов. Словцов сообщим, что по снабжению художественными картинами из центральных хранилищ тагильский музей стоит на ряду с Саратовской и Вятской картинными галереями. В скором времени в тагильский музей из Третьяковской галереи будет оправлена солидная партия художественных картин различных эпох (от петровских до наших дней).

**31 декабря 1926 года.**

**Положение детей Тагильского детгородка улучшилось.**

Произведенное обследование Тагильского детгородка выявило самую неприглядную картину состояния ее воспитанников. В настоящее время окрОНО принимает ряд экстренных мер улучшению положения детей, и часть выявленных недостатков уже устранена. В частности, были проделаны все необходимые хозяйственные мероприятия, был произведен ремонт печей, заготовлены дрова на целый год, побелены комнаты. В отношении одежды дело до сих пор остается неблагополучным. На троих детишек приходится 1 пальто и 1 пара валенок.

«**1926 г. Удостоверение**. «Выдано конторой редакции Тагильской окружной газеты «Рабочий» тов. Федотову Павлу Петровичу в том, что он уполномочен конторой на распространение ежедневной газеты «Рабочий». Тов. Федотову предоставляется право принимать заказы на газету «Рабочий» от государственных, кооперативных, профессиональных и партийных организаций, а также от частных предприятий и лиц, получать от подписчиков плату и выдавать о том за своею подписью установленные конторой квитанции.

Контора редакции газеты «Рабочий» просит государственные, профессиональные и партийные организации оказывать тов. Федотову всяческое содействие при исполнении возложенных на него обязанностей».

«Летом по вечерам, «барышни и кавалеры» взад и вперед по Салдинской улице, от гостиницы и до книжного магазина. Встречались, расходились, обменивались фразами. В определенный момент появлялся хромой Ваня с кожаной сумкой через плечо и кричал осипшим голосом:

- Газета «Рабочий» на завтрашний день!

И все уже знали что наступило десять часов вечера и что пора расходится по домам. Улицы пустели!»

Так 80 лет назад рекламировался очередной выпуск ежедневной городской газеты «Рабочий».

В наше время «хромового Ваню» давно уже заменили обзоры завтрашних номеров «Тагильского рабочего» на городском радио, по местному телевидению.

«**Тагильский рабочий» 6 мая 1937 года**. «В городе острый недостаток газетных витрин. Есть правда 2-3 щитка, но они так грязны, а стекла так запылены, и стоят они в таком неудобном месте, что трудно подойти и почти прочесть наклеенную на них газету».

Надо же, читальни под открытым небом были в городе давным-давно! Увы, были, да сплыли, последние газетные стенды на тагильских улицах мы видели в 80-х годах прошлого столетия.

Но за время существования были в жизни газеты и трудные моменты. Как и большинству печатных СМИ, нелегко пришлось "Тагильскому рабочему" в середине 90-х годов прошлого столетия.

В то время у газеты сократилась периодичность. Выстоять помогли как журналисты, так и читатели, сохранившие верность газете. Поскольку учредителем издания является муниципалитет, администрация тоже не могла оставить газету без внимания, стараясь помочь ей при любой возможности. Было ясно, что лишать город газеты, ставшей составной частью его истории и жизни, нельзя.

Сегодня, в век массового развития новейших информационных технологий, "Тагильский рабочий" идет в ногу со временем. Четверговый номер газеты с телевизионной программой печатается в цвете на десяти полосах. Сегодня у "Тагильского рабочего" есть свой сайт, а в перспективе предполагается создание электронной версии газеты. Будем надеяться, что "Тагилка" и дальше будет развиваться, у нее появятся приложения, - например, рекламное или тематические, посвященные спорту, культуре, образованию и т.д.

Таким образом, мы рассмотрели развитие городской прессы на примере газеты «Тагильский рабочий». На сегодняшний день газета «Тагильский рабочий» остается единственной газетой в городе, выполняющий функции городской прессы, т.к. она не потеряла своей актуальности, сохранила свою самобытность, является ежедневная общественно-политической городской газетой.

**2.2. Городская политика в городской прессе**

Сегодняшняя политическая журналистика более эффективна и более интересна там, где она "произрастает из нашего кошелька". Это очередное проявление старого, не нами открытого, закона, согласно которому подлинная политика и, следовательно, публицистика произрастают из экономики. Читая материалы, сопоставляя с текстами других авторов, можно обнаружить, что в публикациях наших городских изданий есть две степени свободы: великолепно, легко пишется обо всем, что касается федеральных властей, но до чего же меняется тон, когда дело доходит до проблем городской власти! Как у А.К. Толстого - "по камушкам по склизким идти мы не хотим", и про все, что "так нам близко, мы лучше помолчим". Написано более ста лет назад и до сих пор актуально!

Городская пресса Нижнего Тагила остановилась на двух магистральных направлениях: первое - критически писать о том, что творится в Тагиле. Второе направление - соблюдение журналистами и редакциями дипломатического нейтралитета по поводу городской политики.

...Мы периодически размышляем, что такое провинциализм в прессе. И часто наши мысли тривиально сводятся к тому, что вот, мол, денег побольше в Москве - там бумага получше, типографии более оснащенные и т.д. А у нас из-за финансовых проблем и печать провинциальная. Однако провинциализм наступает не там, где плохая бумага, а где журналист порою способен напяливать себе на нос другие "очки".

Мое мнение, что разговор о том, какой администратор в городе, журналиста вообще не должен задевать ни в коей мере. Журналистика должна быть абсолютно автономна от какой-либо власти. Она работает на граждан, на читателей. А когда мы говорим, что пресса разделилась на поддерживающую одного или другого администратора - это уже не журналистика. Это уже какая-то "госслужба", а не журналистика.

Реализация права граждан на информацию - вот задача журналистики. Помимо этого она должна содействовать становлению гражданского общества, способствовать осознанному выбору гражданами своих предпочтений.

В основе моего исследования лежит анализ нескольких городских изданий, вышедших примерно в одно и то же время, а именно во второй половине мая (с 15 по 30 мая). Всего проанализировано 3 газеты: «Тагильский рабочий», «Тагилка», «Горный край», общее количество выпусков 12. Основой исследования стали аналитические материалы, посвященные городским проблемам. Информационные сообщения не учитывались. Анализ показал, что в этот период доминировали два тематических направления. Первое - это жилищная проблема: реформа ЖКХ, строительства, уплотнительной застройки и т.п. И вторая тематика - транспортная, включающая в себя  проблемы общественного транспорта, городского движения. С этими проблемами вплотную сталкивается большинство читателей. Все остальные публикации носят ситуативный характер: малый бизнес, монетизация льгот и т.д.

Да, есть публикации, связанные с глобальными проблемами, с внешней политикой, эмоционально яркие. Но все-таки ориентация на проблемы, представляющие интерес для значительной доли горожан, в большей служит примером ответа на запросы общественности.

Прежде всего, нам нужно хорошо подумать о том, что   такое городская политика и почему она политика. Во-вторых, нужно понимать, что многие коллеги путают независимость с оппозиционностью. Считая, что газета тем лучше, чем она более оппозиционна, что от этого зависит ее потребительская стоимость. Все это, в общем-то, пережитки демократии. На самом деле газета должна быть независима, и на своих полосах реально формулировать, насколько действие властей в городе отвечает интересам жителей. Но для этого нужна глубокая разработка, анализ.

Еще одним важным фактором освещения жизни горожан является стимулирование в редакционных коллективах, а сегодня оно либо на нуле, либо постепенно к нему приближается. "Поезжай и сделай что-то горяченькое", - слышат зачастую журналисты в редакциях. Поэтому надо грамотно строить редакционную политику. С тем, чтобы она стимулировала независимое, а значит и компетентное мнение журналиста. Не политическая перепалка должна быть на газетных полосах, а серьезный анализ городских проблем, который можно назвать анализом городской политики. Нам нужно понять, что городская политика - есть обустройство жителей, а журналист должен информировать граждан -  что хорошо, а что плохо, не задаваясь обязательной оппозиционностью.

Обращаясь к теме взаимодействия властей, пресса должна выполнять два рода работ: первое - рассказывать о действиях властей и связанных с ними процессах, и второе - способствовать повышению политической культуры граждан.

Уровень взаимодействия прессы с органами власти и между ветвями власти ярче всего проявляется в ситуации конфликта (в выступлении излагается суть конфликта). Противостояние администрации и суда выявило много проблем политического и политологического характера, весьма существенных для города и горожан. Чтобы оценить практику СМИ, я познакомилась с рядом ежедневных изданий в течение 20-24 мая, по горячим следам событий. Как представляется, публикации свидетельствуют о грамотном подходе многих обозревателей к политическому значению конфликта. Они выявляют такие его стороны, как идея равноправия и разделения властей, стремление власти исполнительной утвердить свой приоритет в городской политике, влияние личных амбиций на выбор политической тактики, опасность нестабильности в управлении регионом как результат таких столкновений, оглядка на мнение федерального центра при формулировании своей позиции. Исходя из этих наблюдений, я бы не согласилась с упреком в адрес всех тагильских журналистов в некомпетентности. С другой стороны, ни в одном из материалов, которые мне попались в руки, я не видела хорошего политического комментария.

Другая проблема заключается в том, что далеко не все городские СМИ подробно рассказывают о происшедшем.

Речь идет о результативности городской политики и ее отражении в городской прессе. Просматривая газеты, я не обнаружила не только рубрики, которая в былые времена называлась "По следам наших выступлений", но и материалов, освещающие местные власти за игнорирование общественного мнения в печати. Упорядочена ли в городе застройка аварийного жилья, почему не прекращается вырубка зеленых зон Нижнего Тагила, когда возобновится выплата пособий мамочкам по рождению детей, обеспечены ли инвалиды бесплатными лекарствами, чего конкретно ждать населению от жилищной реформы, кроме повышения квартплаты, как решается на местном уровне стратегическая задача удвоения ВВП и сокращения бедности и т.д.? По всем этим проблемам журналисты, так или иначе, выступают в прессе. А каков результат? Вот в чем проблема.

В заключение - некоторые соображения относительно характера освещения городской политики в тагильской прессе.

Результаты выборочного исследования майских номеров городского издания - газеты "Тагильский рабочий".

Обращаясь к данному изданию, я хотела выяснить - есть ли в издании публикации, посвященные городской политике, и в чем их своеобразие. Оказалось, что есть, и при этом, как правило, они размещаются в самой большой рубрике, которая называется "В городе". В пятнадцати номерах было обнаружено пять публикаций по интересующей нас тематике. Среди них доминируют материалы, несомненно, исходящие от городской исполнительной власти.

Основными "героями" этих публикаций были: исполнительная власть, Глава города и городские чиновники, Городская Дума. Эти публикации носят либо нейтральный, либо комплиментарный характер. Публикации критического и аналитического характера обнаружены не были. С большой долей вероятности можно предположить, что все обнаруженные публикации в основе имеют так называемые PR-тексты.

В этой связи можно предположить, что тезис, согласно которому СМИ формируют повестку дня, безнадежно устарел.

Приведенные примеры обращают внимание еще на один момент. Журналисты, редакция неадекватно оценивают значимость для горожан тех или иных инициатив исполнительной власти. Можно предположить, что преувеличивая значение одной темы и принижая значение другой, журналисты "Тагильского рабочего" отражают интересы, прежде всего исполнительной власти, тем самым проявляют зависимость от исполнительной власти города.

Таким образом, несмотря на отсутствие в выходных данных прямых указаний на взаимосвязь и зависимость редакции и городской администрации, можно говорить о зависимости первой от второй, что первая, обслуживает интересы второй. Другой вопрос, насколько подобное типично для взаимоотношений СМИ и городской исполнительной власти в Нижнем Тагиле? Прозвучавшие здесь сегодня оценки свидетельствуют о том, что сам вопрос звучит риторически.

**Заключение**

Мы живем в пору, когда ключевую роль в формировании и создании культурных концепций играют средства массовой информации (СМИ). СМИ не просто отображают общество, они помогают сделать мир таким, каким про него пишут.

Местная тема - эта та надежная лошадь, которая вывозит журналиста в массовую аудиторию, а редакциям обеспечивает обратную связь и доверие. Возрастание роли региональной прессы и местной проблематики - общая тенденция не только в российских СМИ, но и во всем мире. Под этим процессом есть социально-психологическая база - психология читательского интереса, теория и практика мотиваций и интеракционные тенденции в журналистике.

«Тагильский рабочий» стал массовой газетой с 1926 года, тираж ее быстро рос, и к концу 1927 года достиг 10 тыс. экземпляров.

**Лет тридцать назад  выпускники журфака считали весьма неплохим вариантом распределение в Нижний Тагил, в старейшую газету  Среднего Урала, ежедневный тираж которой доходил до 120 тысяч экземпляров.**

**Нынешним летом профессиональный босс губернского розлива на предложение провести в городе мастер-класс (авось обнаружатся дарования с улицы, а мастерство - дело наживное) сразу осадил: где, мол, молодые дарования станут работать - «Тагилка» не резиновая, а информационных прихлебателей в Нижнем Тагиле  и без того хватает. Если уж в России журналистика - вымирающая профессия, то во втором по величине городе Свердловской области творческую поляну «второй древнейшей профессии»  утюжили паровым катком и закатывали административным асфальтом с 1997 года.**

Сейчас прошло больше года со дня смены городской власти в Нижнем Тагиле. В информационном плане он оказался полностью провальным. По-прежнему  городские печатные СМИ  делились на «свои» и «чужие», по-прежнему в ходу была пагубная практика вместо реального положения дел показывать лакированные картинки...

А ведь можно было дать новый толчок развитию городских СМИ, используя уже имеющийся опыт.

Нынешний «Тагильский рабочий», при всем уважении к бренду, не стоит того мавзолея, который сооружают вокруг него заинтересованные субъекты. Ну, умерла газета и умерла - с кем не бывает. Тем более что в клетке, простите, в мавзолее, на самом деле лежит не «Тагильский рабочий», которого уже давно нет, а издыхающий «Горный край».

За  титулом «Тагильский рабочий» скрывается коллектив, выпестованный в боевом листке администрации «Горном крае», а затем пересаженный на место  изгнанных творческих работников  старейшей городской газеты. Нечто подобное было сделано в 30-х годах прошлого века, когда гнилая интеллигенция «Тагильского рабочего» была заменена  классово правильными рабкорами с предприятий города.  Через месяц все вернулось на свои места.

Сейчас речь идет не о спасении бывшего информационного флагмана Нижнего Тагила, а о грядущей приватизации рекламного носителя для группы рекламных коммерсантов. Сейчас они в очень  выигрышном положении: уйти «Тагильскому рабочему» на дно не дают миллионные подпитки из городского бюджета. Удобно стричь деньги с размещаемой в газете рекламы, тем более что добрый дядя  содержит издание за свой счет. Сохранять статус-кво, в принципе запрещенное 131-м Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления», помогают информационно-аналитическое управление и  нынешняя Городская дума.

**Список использованной литературы**

1. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий /А.И. Акопов. - Иркутск, 1985. - 96 с.
2. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов)//Вопросы языкознания, 1992, №1.
3. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. Изд.6. – 2004. 123-165 c.
4. Ахмадулин Е.В. Модели систем журналистики российской научной школы / Е.В. Ахмадулин // Акценты: Альманах /Воронеж, гос. ун-т. - 2004. - № 3-4. - С. 17-26
5. Береговская Э.М. Однофразовый текст как сочетание вербальных и невербальных элементов//Разноуровневые характеристики лексических единиц. - Смоленск, СГПИ.

Волков Ю.Г. Проблемы формирования идеологий регионального развития / Ю.Г. Волков, А.В. Попов. – Ростов н/Д.: Изд-во СКНЦВШ, 2000. - 64 с. - С. 3

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981. 232-273 c.
2. Глазычев В.Л. Социально-экологическая интерпретация городской среды /В.Л. Глазычев. - М.: Наука, 1984. -111с.
3. Городская газета/ Сост. В.Н. Бакланов. - М.: Советская Россия, 1975. - 160 с.
4. Гошко М. Вербальное сопровождение фотоизображения под фотографией как текст.// Scripta Manent, выпуск 9. – Смоленск 2003.
5. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества: Монография. - М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. -336 с.
6. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: Монография /А.А. Грабельников - М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. - 336 с. - С. 102
7. Гуревич СМ. Газета: Вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов / СМ. Гуревич. - М.: Аспект Пресс, 2004.-288 с.-С. 70
8. Дзялошинский И.М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества: Учебное пособие / И.М. Дзялошинский. - М.: Пульс, 2000. - 48 с.
9. Есин Б.И. Русская газета и газетное дело в России. Задачи и теоретико-методологические принципы изучения / Б.И. Есин. - М., 1981. - 132 с.
10. Жирков Г.В. Моделирование и журналистика: первые итоги / Г.В. Жирков / Типология журналистики. Вопросы методологии и истории: Сб. статей / Отв. ред. Е.А. Корнилов. – Ростов н/Д.: Изд-во РГУ, 1987. - 155 с. - С. 9-30
11. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990 - 2004 / Я.Н. Засурский. - М., 2004. - 351 с.
12. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник / С.Г. Корконосенко. - М.: Аспект Пресс 2001. - 287 с.
13. Корконосенко С.Г. Печать, управление и самоуправление /С.Г. Корконосенко. - Тула: Приок. кн. изд-во, 1992. -137 с.

Корконосенко С.Г. Типология и система СМИ / Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 287 с. - С. 87

1. Коркосенко С. Основы теории журналистики. – СПб, 1995.
2. Корнилов Е.А. Классификация социокультурных моделей журналистики /Е.А. Корнилов // Вестн. МГУ. Сер. 10. Журналистика. - 1999. - № 1. - с. 3-5
3. Королев В.В. Городская газета как тип партийно-советского издания: Автореф. дисс... канд. ист. наук / В.В. Королев. - М., 1987. - 24 с.
4. Кочева Наталья Александровна. Пресса как социально-психологический фактор влияния на политические установки избирателей: Дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 : М**.**, 1998**.** 273 c. РГБ ОД, 61:98-19/223-0
5. Кузьмин, Н. Тагильский корень: [воспоминания отв. секр. газ. “Тагильский рабочий” в 1980-е гг.] //Областная газета. — 2003. — 11 янв.
6. Методологические основы изучения региональной печати: Учебное пособие / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Изд-во МГУ, 1993
7. Мосиенко Л.В. Стилистические и лингвистические особенности газетного текста. – 2007
8. Нам — 95! / материал подгот. Т. Кононова и др. // Тагильский рабочий. — 2001. — 18 мая.
9. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»: федеральный закон от 16 сентября 2003г
10. Онищук 3. Элементы системы местной информации городской агломерации (типологический подход) /3. Онищук /Типология местной прессы. Советский Союз - Польша: Сборник / Под ред. Е.А. Корнилова. Пер. статей с польского М. Герули, А. Мильчарек-Бобер, В. Кельника. – Ростов н/Д.: Изд-во РГУ, 1991. - 144 с.
11. Пальгунов Н. Заметки об информации. – М, 1967. – 156с.
12. Папушин А. Пресса и общество: «Скованные одной цепью»//Принципиальные основы системы средств массовой информации. – 2001
13. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учеб. пос. /Е.П. Прохоров. - М.: Изд-во МГУ, 1995. - 294 с.
14. Региональная печать в годы перестройки: организационные факторы эффективности /Под ред. М.В. Шкондина. - М.: Изд-во МГУ, 1991. - 144 с.
15. Региональная пресса России и структуры гражданского общества: сотрудничество во имя развития /Сост. И. Дзялошинский. - М.: Институт гуманитарных коммуникаций, 1999. - 151 с.
16. Реснянская Л.Л. Перспективы развития региональной прессы / Л.Л. Реснянская [и др.] // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. - 1996. - № 3
17. Реснянская ЛЛ. Газета для всей России /ЛЛ. Реснянская, ИД Фомичева. - М.: ИКАР, 1999. - 232 с.
18. Ролан Барт. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М.: Ad Marginem, 1997, 224 с.
19. Свитич Л.Г. Феномен журнализма /Л.Г. Свитич /Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Икар, 2000. - 252 с.
20. Тагильский рабочий // Газеты Свердловской области. 1992—1995: библиогр. указ. Предварительный список газет 1996—1997 /Свердл. обл. универсал. науч. б-ка им. В. Г. Белинского ; сост. Г. М. Савиных. — Екатеринбург, 2000. — C. 78. — [В тексте дата выпуска 1.05.1906].
21. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб. пос. /А.А. Тертычный. - М. Аспект Пресс, 2002. - 320 с.
22. Три юбилея одной газеты “Тагильский рабочий” //Вечерний Екатеринбург. — 2001. — 19 мая.
23. Трофимов А.В. Функционирование системы СМИ региона (проблемы оптимизации): Автореф. дисс...канд. истор. наук /А.В. Трофимов. - М.: Изд-во МГУ, 1989. - 24 с.
24. Тулупов В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / В.В. Тулупов. - Воронеж: Кварта, 2001. - 320 с.
25. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: Учебное пособие / Т.И. Фролова. - М.: Пульс, 2003.-44 с.
26. Шкондин М. В. Система средств массовой информации. Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества: Учеб. пос. /М.В. Шкондин. - М.: Изд-во МГУ, 1999. - 164 с.
27. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога /М.В. Шкондин. - М.: Пульс, 2002.-120 с.- С.100
28. Шостак М.И. Журналист и его произведение. М, - 1998, - 285 с.

**Приложение**

