

СУЩНОСТНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ ПОСТСОВЕТСКОГО ПЕРИОДА

Айдоган Хакан Джейхан

Аспирант, Российский

Университет Дружбы Народов

INTRINSIC CHANGES IN THE RUSSIAN PRESS OF THE POST-SOVIET PERIOD

H. Aydogan

Annotation

The article is devoted to important qualitative changes of the periodicals in the post-Soviet period, identifying which by the end of the article the author came to the following conclusions:

1. the print media of modern Russia were the natural successors of Russian traditions of quality journalism, oriented on a wide mass audience;
2. development trends of Russian media have confirmed the importance of print media as a mouthpiece of interests of all society and means of communication unbiased information;

Thus, the author concluded that the print media of modern Russia, oriented on a wide mass audience and provides the most objective information, have become the spokesmen of interests of the entire society and leading instruments of formation of public opinion.

Keywords: media, newspapers, periodicals, the post-Soviet period.

Аннотация

Статья посвящена важным качественным изменениям периодических изданий в постсоветский период, определив которые по итогам статьи автором были сделаны следующие выводы:

1. печатные СМИ современной России стали естественными продолжателями традиций отечественной качественной журналистики, ориентированными на широкую массовую аудиторию;
 2. тенденции развития российского медиапространства подтвердили значимость печатных СМИ как выразителя интересов всего общества и средства сообщения максимально объективной информации;
- Таким образом, автор сделал вывод о том, что печатные СМИ современной России, ориентированные на широкую массовую аудиторию и сообщаемые максимально объективную информацию, стали выразителями интересов всего общества и ведущими инструментами формирования общественного мнения.

Ключевые слова:

СМИ, пресса, периодическая печать, постсоветский период.

Общие сущностные характеристики постсоветских печатных СМИ объективно обусловлены сменой общественно-экономической формации, что отразилось на всех сферах жизни российского общества и не могло не отразиться на СМИ.

В середине 80-х гг. многие ранее действовавшие запреты были сняты пусть не законодательно, но провозглашенным лозунгом "что не запрещено, то разрешено" да и самим фактом проведения Апрельского Пленума ЦК КПСС, на котором резкой критике были подвергнуты предыдущие тенденции и факты в развитии страны.

Результатом стало резкое увеличение количества печатных СМИ. Как отмечает Р. Овсепян, если в 1987 г. в стране выходило свыше 7,5 тыс. газет, в том числе около тысячи центральных, республиканских, краевых и областных, более 2,5 тыс. журналов, то в 1989 г. в стране насчитывалось уже 8800 газет, разовый тираж которых составлял 230 млн. экз., и 1629 журналов тиражом свыше 220 млн. экз. Через год тиражи газет возросли на 4,6%, а журналов – на 4,3% [3].

В марте 1990 г. была изменена 6 статья Конституции

СССР, которая монополизировала право на руководство советским обществом за КПСС. В июне 1990 г. был принят Закон СССР "О печати и других средствах массовой информации", отменивший цензуру и – самое главное – предоставивший широкие права на учреждение средств массовой информации. Таким образом, ликвидировалось монопольное право государства (а по сути – КПСС) на издание периодической печати.

В результате, по данным Госкомпечати бывшего СССР, на 15 марта 1991 г. в стране было зарегистрировано около 1800 газет и журналов, рассчитанных на общесоюзную аудиторию. Около 850 газет выходило впервые. В их числе 233 принадлежали редакциям и издателям, 291 – общественным организациям, 124 – ассоциациям, 99 – кооперативам, 55 – совместным предприятиям, 24 – партийным организациям, 25 – акционерным обществам, 19 – религиозным организациям.

Если учесть, что Министерство печати и массовой информации Российской Федерации к середине марта 1991 г. зарегистрировало более 600 изданий, а Моссовет – около 300, то всего в Москве к августу 1991 г. выходило более 2600 газет и журналов, половина из кото-

рых – новые [4].

Издания существенно расширились типологически. Появились газеты Верховных Советов республик, областных советов народных депутатов, что в те годы было исключительно важным. Появились специализированные издания для бизнеса. Правда, подавляющее большинство новых изданий вскоре исчезли с рынка СМИ, не оставив сколько-нибудь значительных следов своего существования. Этому способствовали и начавшиеся вскоре радикальные экономические реформы. И все-таки конкуренция вызвала к жизни качественно новые издания: "Независимую газету", "Куранты", "Коммерсантъ" (с воскресным приложением), "Совершенно секретно" (ежемесячник) и др.

Как отмечает А.А.Грабельников, "сохранив свой знаменитый бренд, многие печатные издания в то же время представляют собой уже иные, новые газеты и журналы – и по содержанию, и по оформлению, и по принадлежности к издателю, и по читательской аудитории" [2]. Так, существенно обновляется редакционная политика ежедневной газеты "Московский комсомолец" и еженедельника "Аргументы и факты".

Неслучайно, шотландский ученый Брайан Макнейр называет развитие периодической печати в России с 1990 по 1992 гг. "золотым" веком российской прессы", объясняя этот образ как количественными, так и качественными изменениями [1].

Итак, к сущностным изменениям в сфере печатных СМИ в постсоветский период относятся:

1. Ликвидация партийно-государственной монополии на СМИ, отмена цензуры, декларирование свободы печати, перерегистрация всех основанных в советские времена печатных СМИ в качестве независимых. В дальнейшем эволюция принадлежности печатных СМИ, как старых, так и новых, пошла различными путями: большая часть из них попала в зависимость от капитала, часть осталась под государственным контролем или вернулась к нему, часть попала в руки самых различных собственников, небольшая часть осталась независимой.

2. Ликвидация партийной монополии на средства производства СМИ. Издательско-полиграфическая база также выходит из-под партийного контроля и становится независимой, однако в настоящее время многие издательско-полиграфические комплексы остаются под контролем государства.

3. Разрушение вертикальной структуры организации советских печатных СМИ. Типологическое разделение печатных СМИ на центральные, региональные и районные, а также многотиражные, осталось, но теперь скорее можно говорить о формировании горизонтальной систе-

мы организации постсоветских печатных СМИ.

4. Огромный количественный рост печатных СМИ и существенное расширение их типологического ряда, то есть появление большого количества изданий деловой, коммерческой, рекламной прессы, женских, молодежных, партийных, профессионально-специализированных изданий, вплоть до глянцевого журналов, не только ориентирующихся на богатых людей, но и формирующих определенный стиль жизни.

5. "Регионализация" печатных СМИ, появление большого количества новых региональных и городских изданий, их ориентация на местного читателя и местную проблематику, в значительной степени уход от мировой и общероссийской актуальной общественно-политической информации и проблематики, отказ от участия в политической борьбе на общероссийском (федеральном) уровне. Международная и общероссийская информация в региональных изданиях, с одной стороны, занимает все меньшее место, а с другой, – становится все более мифологизированной и менее достоверной.

6. Резкое сужение объема центральной ежедневной прессы. Немногие еще остающиеся центральные ежедневные (или почти ежедневные) издания ("Комсомольская правда", "Известия", "Труд", "Московский комсомолец") уже не в состоянии формировать полноценный актуальный информационный поток, ежедневную "информационную ленту" на всю страну из-за относительно малых тиражей.

7. Снижение в целом регулярности выхода печатных изданий. Это влечет за собой изменение характера информации, распространяемой печатными СМИ, которая становится все менее хроникальной, злободневной. С другой стороны, появляется все большее количество материалов аналитического характера, на "вечные" значимые темы, "житийных" материалов (биографии, интервью с известными людьми и т.д.). Конечно, невозможной становится и публикация продолжающихся материалов "из номера в номер", как в советской прессе.

8. Фактическая ликвидация вечерней прессы.

9. Существенный количественный крен в сторону бульварной прессы, появление всякого рода "желтых" изданий, ориентированных на сенсационные факты, подробности личной жизни "звезд" эстрады и шоу-бизнеса, мистических, астрологических, эротических и т.п. изданий.

10. Появление и широкое распространение новой модели редакции, состоящей всего из нескольких человек, достаточного для производства разного рода ставших очень популярными дайджестов из перепечаток центральной прессы. Отсюда в массе снижение качества производимой печатной продукции, информации, аналитических и других материалов (обилие непроверенных фактов, грубых фактологических ошибок в текстах на самую разную проблематику и т.д.).

11. Изменение характера информации, распростра-

няемой СМИ. С одной стороны, информация стала гораздо более оперативной и многоплановой, но с другой стороны, существенно снизилось ее качество, она во многом стала ангажированной, корпоративной и мифологизированной, что, естественно, негативно влияет на уровень ее достоверности.

12. Появление "новой волны" в журналистике – большого количества неопитов, непрофессионалов (получивших образование в других областях знаний), которые способствовали в массе общему снижению качества печатных текстов.

13. Формирование устойчивого рынка рекламы, играющей существенную роль в обеспечении нормального экономического функционирования всех печатных изданий

14. Перманентные сложности в работе редакций печатных изданий в соответствии с новой экономической моделью, в новых экономических условиях, которые провоцируют журналистов лоббировать за деньги интересы различных группировок, участвовать в экономических и политических информационных войнах.

15. Снижение влияния СМИ на массовую аудиторию и потеря ими авторитета. Сегодня население склонно скорее не доверять СМИ, так как интуитивно чувствует их превращение в немалой степени в средства массовой манипуляции общественным сознанием. Однако печатные СМИ в связи с глубокими традициями авторитетности качественной центральной прессы, сделавшей себе "имя" и "вес" еще в советские времена, а сегодня представленной изданиями универсального и практически общественно-политического типа ("Московский комсомолец", "Аргументы и факты"), все же пользуются в целом несколько большим доверием читателей.

16. Появление в СМИ большого количества новых жанров (дискуссии, "прямые линии", журналистские расследования, большой вес аналитических материалов), увеличение объема "жареных" публикаций на криминальные темы, увеличивающийся объем религиозной, суеверной и откровенно "мракобесной" информации о чудесах, магах, "потомственных ясновидящих", заклинателях, своеобразная "героизация" преступного мира, и, в то же время, обеднение общей жанровой палитры журналистики по

сравнению с советской (практически отсутствие очерков, фельетонов).

17. Существенное сокращение по сравнению с советской прессой объема обратной связи с читателями, количества публикуемых писем и ответов на них. Ушли с газетных полос обсуждения с читателями различных тем, публикации читательских мнений и мнений авторов публикаций. Понятно, что это связано с бурным развитием коммуникации с аудиторией через электронные СМИ и интернет, тем не менее, некоторые издания, например, еженедельник "Аргументы и факты", делают ставку на общение с читательской аудиторией и весьма в этом преуспевают, допуская обсуждение публикаций на своих сайтах читателями.

18. Существенное преобладание в СМИ развлекательной функции из-за ориентации на рейтинги для более эффективного с коммерческой точки зрения размещения рекламы, деградация ряда их "сущностных" функций – коммуникативной, культурно-образовательной, просветительской и социально-ориентированной. Однако в сфере печатных СМИ на собственно развлекательной функции сосредоточиваются совершенно определенные СМИ, другие же (в том числе "уважаемые" центральные издания общеполитического характера) стараются выполнять как раз социализирующие функции, успешно совмещая их с развлекательностью.

19. В совокупности со своими чрезвычайно развитыми сетевыми версиями печатные СМИ занимают сегодня ведущее место в системе СМИ России.

Таким образом, печатные СМИ современной России стали естественными продолжателями традиций отечественной качественной журналистики, ориентированными на широкую массовую аудиторию, а тенденции развития российского медиапространства подтвердили значимость печатных СМИ как выразителя интересов всего общества и средства сообщения максимально объективной информации. Все сущностные изменения, произошедшие с периодической печатью в постсоветский период создали благоприятные условия для выполнения печатными СМИ ведущей роли в формировании общественного мнения.

ЛИТЕРАТУРА

1. McNair B. Media in post-Soviet Russia: an overview//European Journal of Communications. vol. 9. 1994. – p. 32–49.
2. Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя: Монография. – М.: РУДН, 2008. – 341 с.
3. Овсепян Р. История новейшей отечественной журналистики [Электронный ресурс] // http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Ovsep/_07.php (Дата обращения 12.05.2015)
4. Печать Российской Федерации в 1998 году. Статистический сборник. М., 1999. 248 с.