CONTENTS

***Press***

*Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryaeva A.A., Shkondin M.V.* Newspapers of Middle and Small Russian Towns in 2010s . . . . . 3
*Mitchuk O.A.* Forms and Methods of Tourism Coverage in Ukrainian Business Publications . . . . . .26

***New Media***

*Razumova M.A.* Social Networks as an Information Source for Business Media: Opportunities and Limitations . . . . . .36

***Media Sociology***

*Shchepilova G.G.* Audience Needs for the Internet and Traditional Media . . .46

***History of Journalism and Literature***

*Bakuntsev A.V.* I.A. Bunin in Odessa Periodical Press during the Civil War . .55
*Morozov S.N.* The 25th Anniversary of I.A. Bunin's Literary Activity in Reflection of Russian Periodical Press, 1912—1913 . . . . . .71
*Grekov V.N.* A Magazine as a Dialogue (on the Moskvityanin Magazine in 1845 Example) . . . . . .87
*Korostelev S.G.* Maxim Gorky's Article «Two Souls» as Polemics with Neoslavophiles . . . . . .99
*Minaeva O.D.* «Can a Woman do a Man's Job?» Industrial Propaganda Features in Soviet Magazines for Women in 1920s . . . . . 112

***Discussion***

*Kroychik L.E.* The Principles of Publicistic Writing . . . . . 130

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2014



# ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ

**Л.Г. Свитич**, доктор филологических наук, старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: svitichb@yandex.ru
**О.В. Смирнова**, кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru
**А.А. Ширяева**, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: kafsoc@yandex.ru
**М.В. Шкондин**, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: skond@mail.ru

## ГАЗЕТЫ СРЕДНИХ И МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ В 2010-х гг.

*В статье представлена программа и результаты исследования газет средних и малых городов России. Анализируются данные, полученные при опросе редакторов и журналистов по широкому кругу вопросов: функции, содержание, жанровая структура изданий; конвергентные процессы; взаимоотношения с аудиторией и учредителем; статус и экономическое положение; кадровая ситуация; проблемы и перспективы развития местной прессы.*

***Ключевые слова:*** *местная пресса; газета среднего и малого города; функционально-содержательная модель местной газеты; аудитория местной газеты; правовой, экономический статус местной газеты; медиаконвергенция.*

*The article presents the results of a study of newspapers and small and medium-sized cities in Russia. Analyzed data obtained from a survey of editors and journalists on a wide range of issues: features, content structure, genre, convergent processes, the relationship with the audience and the founder, status and economic situation, the staffing situation, problems and development perspective of the local press.*

***Key words:*** *the local press; the newspaper medium and small cities; functionally-rich model of the local newspaper; the audience of the local newspaper; the legal, the economic status of the local newspaper; media convergence.*

### Газеты средних и малых городов России: программа исследования

В статье представлены основные результаты первого этапа масштабного исследования «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.», которое проводится сотрудниками факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова с начала 2013 г.

***Актуальность исследования*** обоснована, прежде всего, тем, что средние и малые города традиционно имеют большое значение для России. На момент начала исследования в стране насчиты-

валось 1099 городов, из них 155 средних (с населением от 50 до 100 тыс. человек) и 780 малых городов (с населением до 50 тыс. человек), т.е. всего 935, что составляет 85% всех городов страны. Население таких городов в совокупности составляет 27,3 млн человек (28% городского населения).

Это исторически сложившиеся поселенческие центры, важные не только для городской агломерации, но и ее окрестностей. Они являются центрами общественной, хозяйственной и культурной жизни региона. Здесь расположены муниципальные органы, образовательные и медицинские учреждения, транспортные узлы, учреждения торговли, которыми пользуются не только горожане, но и сельские жители. Средние и малые города — хранители российской истории, народной культуры, промыслов, традиций и обычаев. И конечно, это наиболее массовый и важный сегмент информационно-коммуникационного пространства страны и регионов. Местные издания порой единственный информатор о жизни города и района.

Средние и малые города испытывают сегодня большие трудности. Исследователи [см., напр.: Бритвин, 2012] выделяют следующие наиболее типичные проблемы городов данного типа:

— исчезновение, прекращение деятельности ранее существовавших производственных (промышленных и др.) предприятий или их крайняя технологическая отсталость, изношенность основных фондов;

— неконкурентоспособность, ограниченность возможностей для привлечения инвестиций;

— недостаточность для населения мест приложения труда, безработица;

— ограниченность экономической базы существования таких городов и тем более их развития;

— неблагоприятная демографическая ситуация (естественная убыль населения, миграция молодежи в крупные города);

— плохое состояние важнейших социальных сфер (ЖКХ, соцзащиты, здравоохранения, образования, культуры, инфраструктуры и т.п.)[1].

Естественно, что острота названных проблем различается в средних и малых городах, а также в конкретных поселениях. В связи с этим исследователи отмечают различные возможности их развития, связанные с местоположением и ресурсами: расположение

[1] *Дубовик М.В.* Проблемы молодежи в малых и средних городах России. URL: http://www.hdirussia.ru/445; *Кутищева Н.А.* Социальная жизнь средних и малых городов: общегосударственный или региональный интерес? URL: http://www.rae.ru/forum2012/316/3068



в центрах добычи нефти, газа, других полезных ископаемых, местах лесозаготовок и т.п.; в непосредственной близости к крупным городам или предприятиям (что дает возможность размещения в них их филиалов и создания рабочих мест); в конкурентоспособных научных центрах и т.п. Такие города имеют более или менее определенные перспективы развития. Для других необходимо изыскание внутренних возможностей, ресурсов (развитие туризма, народных ремесел, системы отдыха, рекреации и т.п.). В целом средние и малые города — наиболее органичная среда для бизнеса, прежде всего малого.

В этой связи необходима последовательно реализуемая государственная программа поддержки городов данного типа. Первая такая программа была принята в 1996 г.[2], вторая — в 2005 г.[3] Однако на уровне федеральной власти до сих пор нет согласованной концепции, касающейся роли средних и особенно малых городов в жизнедеятельности России, их экономического и социокультурного значения. Даже в выступлениях должностных лиц довольно высокого ранга звучали высказывания о неперспективности малых городов. Оппоненты этой точки зрения приводят обоснованные возражения: «Без проведения политики сохранения и развития этой категории поселений процессы стагнации, депопуляции и деградации в той или иной степени охватят подавляющее большинство городов и сельских населенных мест, расположенных за пределами крупнейших агломераций; из них десятки и сотни малых городских поселений, тысячи сельских поселений станут полностью необитаемы. Процессы демографического и экономического “опустынивания” охватят исторически заселенные, хозяйственно освоенные регионы Центральной России, Поволжья, Урала, Сибири и Дальнего Востока... Ни одна страна мира не проводит политику, ориентированную на уничтожение небольших городов. Напротив, власти и местные жители заинтересованы в сохранении и улучшении условий проживания в таких городах, находят дополнительные стимулы для их процветания. <...> представляется необходимым решать проблемы формирования рациональной системы расселения страны в тесной взаимосвязи с перспективами социально-экономического развития страны и совершенствования ее пространственной организации, для чего необходимо скорейшее завершение разработки законодательной базы градостроительства Российской Федерации и формирование Программы градострои-

[2] Федеральная комплексная программа развития малых и средних городов Российской Федерации в условиях экономической реформы. М., 1996. URL: http://www.smgrf.ru/documents/doc.php?aid=167&binn_rubrik_pl_articles=589

[3] URL: http://www.referent.ru/1/82614

тельства России»[4]. Действительно, за рубежом (в Германии, Франции, Австрии и др.) малые города не считаются «уходящей натурой» и существуют весьма успешно.

Интересы жителей таких городов защищают Ассоциация средних и малых городов России и Союз малых городов. Они борются против недооценки их значения и против исчезновения: «Именно небольшие города и поселки формируют опорный каркас каждого из российских регионов. Огромная категория малых городских населенных мест <...> играет в условиях России с ее необъятными просторами и значительной неравномерностью в развитии и размещении производительных сил особую геополитическую роль, обеспечивая своего рода контроль над территорией, территориальную и социально-экономическую целостность страны. <...> государственная политика в отношении небольших моногородов и поселков должна исходить из принципа сохранения практически всех таких монопоселений и оказания им для этого всемерной помощи и поддержки»[5].

Очевидно, правительство в последнее время изменило свою точку зрения, потому что в настоящее время обсуждается проект концепции Федеральной целевой программы экономического развития и повышения качества жизни малых городов РФ на период 2015—2020 гг., которая «нацелена на создание условий для развития реального сектора экономики малых городов и повышения ее конкурентоспособности»[6].

Пути преодоления трудностей и перспективы развития средних и малых городов России исследователи видят в сочетании государственной поддержки и активизации ресурсов саморазвития. Первое направление должно осуществляться на основе четко разработанной и последовательно реализуемой общегосударственной программы, второе — на базе грамотного городского администрирования (ситименеджмента) и эффективного муниципального самоуправления. Успехи в различных областях жизнедеятельности этих городов невозможны без активизации потенциала их жителей, что лежит в основе реформы местного самоуправления и закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», принятого в 2003 г.[7]

[4] Обращение к Президенту РФ Д.А. Медведеву и к Председателю Правительства РФ В.В. Путину президиума Российской академии архитектуры и строительных наук. URL: http://krupnov.livejournal.com/336110.html

[5] См.: *Марков Е.М.* Моногорода — проблема общероссийской значимости: Предложения Союза малых городов РФ по решению проблем моногородов. URL: http://www.smgrf.ru/materials/art_detail.php?aid=132&binn_rubrik_pl_articles=559

[6] Разрабатывается программа развития малых городов РФ на период до 2020 г. URL: http://www.garant.ru/news/520856/

[7] Российская газета (допвыпуск). 2003. № 3316. URL: http://www.rg.ru/2003/10/08/zakonsamouprav.html



В этом отношении успешное функционирование местной прессы имеет особое значение. Точной статистики по газетам средних и малых городов в этом сегменте нет, однако имеются данные без дифференциации по типам городов. По сведениям Фонда развития информационной политики, в 2012 г. из 3741 газеты — 2884 (77%) муниципальных издания, учрежденных муниципалитетом или (и) субъектом РФ, частные газеты и другие издания, распространяющиеся на территории муниципального образования (города, района) с тиражом 24,6 млн экз.[8] Статистика свидетельствует, что этот сектор СМИ динамично растет. За последние 30 лет число городских газет резко увеличилось: в 1989 г. их было 490, сейчас приближается к 4 тыс. (рост в 8 раз). Тиражи за этот период тоже выросли.

Местная печать занимает в медиаландшафте России принципиально важное место. Однако этот ресурс сегодня явно недооценен, о чем свидетельствует и Всероссийский съезд муниципальных образований, который состоялся в ноябре 2013 г., где в процессе обсуждения важных проблем муниципалитетов сущностные вопросы развития местной прессы остались в тени. А ведь именно она должна и способна оперативно информировать население о местных проблемах, привлекать гражданское общество к их обсуждению и поиску путей их решения. Газеты средних и малых городов выполняют очень важные коммуникативные функции по консолидации локальной общности, развитию инфраструктуры, экономического и социокультурного потенциала городов и районов, содействуют решению конкретных проблем горожан. Местная пресса выполняет важнейшую миссию сохранения журналистики, близкой народу, его потребностям и нуждам, ориентированной на базовые российские ценности.

Способствовать улучшению деятельности газет малых и средних городов, повышению их роли в жизни горожан может детальный анализ их практики, в том числе в форме научных исследований. Однако сегодня таких исследований проводится явно недостаточно, хотя имеются интересные и полезные проекты, например, выполненные Фондом развития информационной политики (ФРИП) в 2006 [Колесник, Касютин, 2006], 2008 и 2012 гг.[9] Этому вопросу посвящен ряд весьма актуальных научных публикаций[10] [см., напр.: Касютин, 2011; Свитич, Ширяева, 2007]. Однако чаще всего исследования региональной прессы ведутся без

[8] См.: *Колесник С.Г.* Газеты в регионах России. 2012 г. URL: http://www.old.frip.ru/

[9] Там же.

[10] См.: *Тулупов В.В.* О будущем местной прессы: четыре варианта развития. Российские СМИ и журналистика в новой реальности // Мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2011. С. 201—205. URL: http://lib.znate.ru/pdfview/index-61638.html

выделения в ее составе газет малых и средних городов. Те же исследования, которые проводились с учетом особой роли местных газет, требуют серьезного обновления в контексте происходящих в медиасистеме России перемен.

В упомянутых выше научных исследованиях отмечается ряд особо актуальных проблем, касающихся функционирования местной прессы. Это прежде всего:

— проблемы финансово-экономического состояния;

— недостаточная эффективность редакционного менеджмента;

— проблемы, связанные со взаимоотношениями с властью, учредителями и владельцами, с профессиональной независимостью редакций и журналистов;

— недостаток квалифицированных кадров;

— проблемы обеспеченности редакций современной техникой, ее освоения и недостаточное использование медиаконвергентных возможностей во взаимодействии с аудиторией.

С этим кругом проблем прессы средних и малых городов связана необходимость проведения данного исследования, его цели и содержание.

### Методология исследования

Специфика **методологии** данного исследования заключается в социоцентрическом подходе, т.е. в максимальном учете социального контекста — круга проблем, характерного сегодня для среднего и малого города, в котором издается газета. Ее особенность — в комплексном сравнительном анализе информации о состоянии газет среднего и малого города. Сопоставляются представления сотрудников редакций содержательно-жанровой модели газеты и оценки ее реального воплощения по основным аспектам деятельности и условиям функционирования изданий данного типа: задачи, тематические доминанты, жанровые характеристики, аудитория и формы взаимоотношения с нею, правовой статус, экономическое положение, кадровая структура, технологическая обеспеченность.

Сравнение ответов респондентов по поводу желаемой модели и ее реализации позволяет увидеть зоны несоответствия, которые высвечивают недостатки в работе редакций, дисбалансы и дисфункциональные проявления, обнаружить резервы повышения эффективности газет данного типа. В дальнейшем предполагается дополнить результаты этого исследования контент-анализом (качественно-количественным методом анализа содержания газет).

Сравнительный анализ мнений представителей газет разного локала (средних и малых городов), различных форм собственности (государственной, муниципальной, частной), сотрудников различного функционально-должностного статуса (руководителей и журналистов) позволяет представить модель издания и степень ее реализации более дифференцированно.



**Объект исследования:** местная печать — газеты общего содержания, издающиеся в средних и малых городах России.

**Предмет исследования:** представления редакторов и журналистов о важнейших сторонах функционирования газет средних и малых городов.

**Цель исследования:** выяснить при помощи методики анкетирования позиции руководителей редакций и журналистов о состоянии газет средних и малых городов, их проблемах и перспективах развития.

**Задачи и содержание исследования.** Предполагалось изучить мнения редакторов и журналистов по поводу следующих вопросов:

— задачи газет средних и малых городов и степень их реализации;

— тематическая модель газеты и степень ее реализации в контексте актуальных проблем жизни городов;

— жанровая модель газеты;

— доступность источников информации для журналистов;

— практика применения современных технологий моделирования и дизайна газеты;

— характеристики аудитории и формы взаимодействия с нею;

— правовые формы и статус изданий, взаимоотношения редакторов и журналистов с учредителями и владельцами;

— степень профессиональной свободы, независимости редакций и журналистов;

— экономическое положение редакций, источники формирования редакционного бюджета;

— обеспеченность современной техникой, включенность редакций в процессы медиаконвергенции, влияние их на деятельность журналистов;

— кадровая ситуация в редакциях;

— направления и методы повышения квалификации журналистов;

— позитивные и негативные тенденции в функционировании местной прессы;

— перспективы и модели развития местной прессы, направления в совершенствовании работы редакций.

На основе анализа полученной информации ставилась задача сформулировать основные выводы и выработать рекомендации для решения обнаруженных в ходе исследования проблем функционирования газет общего содержания, издаваемых в средних и малых городах России.

**Метод исследования:** электронное анкетирование руководителей и журналистов. В анкете для редакторов были более подробно,

чем для журналистов, разработаны вопросы, непосредственно касающиеся редакционного менеджмента: правового статуса издания, его экономического состояния и кадровой политики.

**В выборку** вошли 8 федеральных округов, 26 субъектов Федерации (в среднем каждый четвертый). Выдержано соотношение разных типов субъектов Федерации (областей, краев, республик, национальных округов) и доля национальных образований (примерно 30%).

В каждом из попавших в выборку субъектов Федерации отобрано по одному среднему (от 50 до 100 тыс. человек) и одному малому городу (до 50 тыс. человек). Если субъект Федерации не имеет в своей структуре среднего города, производилась замена — включался аналогичный, чаще всего соседний субъект Федерации.

Таким образом, в выборку попали: 8 округов Российской Федерации; 26 субъектов Российской Федерации; 55 городов; 66 редакций, в том числе 31 газета в 24-х средних городах: 45 журналистов и 25 редакторов — всего 70 человек; 35 газет в 31-м малом городе: 55 журналистов и 28 редакторов — всего 83 человека.

В редакциях планировался опрос всех творческих сотрудников. В условиях малочисленности штатов в редакциях на анкету ответили от одного до пяти сотрудников.

В выборке примерно поровну распределились газеты с периодичностью от 2 до 4 номеров в неделю и еженедельники, которых больше в средних городах (56%), чем в малых (38%). Ежедневных газет в выборке всего 3%.

### Функционально-целевая модель газет

В соответствии с программой исследования одной из важнейших его целей было выяснение мнений редакторов и журналистов газет средних и малых городов о функциональной модели, т.е. о задачах газет данного типа (табл. 1).

*Таблица 1*

**Ответы на вопрос: «Каковы, на Ваш взгляд, наиболее важные задачи вашего издания сегодня?»** (*в % к числу опрошенных*)

| Задача очень важная | СГ | МГ | Общее |
|---|---|---|---|
| Информирование о важнейших событиях в жизни города | 96 | 95 | **96** |
| Привлечение общественного внимания к актуальным проблемам жизни города | 90 | 76 | **83** |
| Содействие развитию у горожан чувства малой родины, причастности к жизни города, патриотизма | 71 | 82 | **77** |



*Окончание табл. 1*

| Задача очень важная | СГ | МГ | Общее |
|---|---|---|---|
| Пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание | 73 | 73 | **73** |
| Информирование о решениях и действиях органов местной власти, информационная поддержка важных для города решений органов власти | 68 | 70 | **68** |
| Организация общественных обсуждений по важным вопросам жизни города, выражение общественного мнения | 71 | 64 | **68** |
| Социальная защита людей, помощь в конкретных житейских делах | 60 | 67 | **64** |
| Формирование общественного мнения | 61 | 64 | **63** |
| Консультативная роль, публикация практически полезной, справочной информации | 65 | 55 | **59** |
| Содействие развитию культурно-исторических традиций | 50 | 61 | **56** |
| Просветительская роль, расширение кругозора, повышение уровня культуры аудитории | 53 | 59 | **56** |
| Содействие социально-экономическому развитию города | 56 | 54 | **55** |
| Контроль над деятельностью должностных лиц | 58 | 46 | **52** |
| Содействие развитию городского самоуправления, гражданского общества | 51 | 53 | **52** |
| Помощь в общении и установлении взаимопонимания между различными слоями, группами горожан | 43 | 46 | **45** |
| Идеологическое, политическое ориентирование аудитории | 37 | 29 | **32** |
| Распространение рекламной информации | 33 | 30 | **31** |
| Информирование о важнейших событиях в жизни региона | 29 | 25 | **27** |
| Информирование о решениях и деятельности государственных органов власти более высокого уровня | 10 | 24 | **18** |
| Содействие отдыху, развлечению аудитории | 21 | 13 | **17** |
| Информирование о важнейших событиях в жизни страны | 10 | 13 | **12** |
| Другое | — | — | — |

Как свидетельствуют полученные ответы, функционально-целевая модель газеты среднего и малого города представляется весьма органичной и многоплановой.

Вне конкуренции с другими задачами — базовая для местной прессы: информирование о важнейших событиях в жизни города (96% опрошенных считают ее очень важной), что тесно связано с задачей привлечения общественного внимания к актуальным проблемам жизни города (83%).

Весьма значимое место (77%) в функциональной модели занимает и содействие развитию у горожан чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма.

Показательно, что именно журналисты местной прессы как самой близкой аудитории и ею читаемой озабочены тем, чтобы пропагандировать позитивные ценности, содействовать морально-этическому воспитанию аудитории. Сейчас это одна из важнейших задач в связи с резким падением в последние годы нравственной планки общества.

Сотрудникам местных газет, которые часто являются органами местных властей, достаточно важной кажется и задача по информированию аудитории о решениях и действиях этих органов, информационная поддержка важных для города решений. Не кажется безусловной распространенная точка зрения, что СМИ всегда должны быть в оппозиции власти. Если власть, тем более выбранная народом, старается решить его нужды, она заслуживает всяческой поддержки газет. Но таковыми, к сожалению, действия чиновников бывают не всегда.

Весьма примечательно, что содействие отдыху, развлечению аудитории сотрудники редакций считают задачей второстепенной, очевидно потому, что эту роль выполняют другие СМИ, главным образом электронные.

Обобщая информацию о совокупности задач, следует сказать, что ***редакторам и журналистам газет средних и малых городов важным представляется все, что связано с локальной общностью и насущными заботами ее жителей***, что вполне соответствует особенностям прессы данного типа.

По поводу самых важных задач разногласий между журналистами газет средних и малых городов почти нет, но заметны некоторые акценты в суждениях о других задачах. Журналисты **средних городов** чаще, чем их коллеги из малых, отмечают все позиции, связанные с привлечением внимания к актуальным проблемам, организацией общественных обсуждений по важным вопросам жизни города, выражением общественного мнения и контролем над деятельностью должностных лиц, т.е. *делают особый акцент на задачах развития гражданского общества*. Но одновременно чуть большее значение придают идеологическому, политическому ориентированию аудитории (хотя в принципе эта задача не в зоне первостепенных у всех групп опрошенных): очевидно, это связано



с тем, что в средних городах выше «политический градус», чем в малых. Вопрос, однако, в том, кто задает вектор этого политического ориентирования и в какой мере действует принцип плюрализма мнений. С плюсовой разницей по сравнению с ответами журналистов малых городов журналисты средних городов отмечают и тесно связанные между собой развлекательные, коммерческие и прагматические задачи. Это объясняется и тем, что в средних городах больше частных газет.

Задачи, выделенные представителями **малых городов** в качестве очень важных, выстроились в несколько ином порядке, чем у коллег из средних городов. Они рисуют почти идеальную *модель гуманитарной миссии местной прессы*. Больше половины голосов набрали задачи, которые носят нравственно-гуманитарный характер. Это воспитание чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма, пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание, просветительская роль, расширение кругозора, повышение уровня культуры аудитории и развитие культурно-исторических традиций, социальная защита людей, помощь в конкретных житейских делах.

Явно заметно, что для газет малых городов более актуальными, чем для средних, являются задачи по информированию о решениях и действиях органов власти (и местной, и более высокого уровня). Первостепенным в малых городах, которые сейчас испытывают серьезные трудности с развитием производственной базы и увеличением рабочих мест, представляется содействие социально-экономическому развитию города. И наконец, журналистам кажется весьма значимой консультативная роль газеты, так как в таких городах не очень много других возможностей для населения получить такую помощь.

**Реализации функционально-целевой модели газеты** был посвящен специальный вопрос с оценочной шкалой. Соотнесем ответы по первой позиции шкалы — «Задача реализуется в полной мере» — с задачами, которые опрошенные маркировали как «Очень важные» (табл. 2).

Первый общий вывод состоит в том, что те ***задачи, которые редакторы и журналисты считают очень важными, и реализуются, по их мнению, более успешно***. Второй вывод: ***степень их реализации представляется явно недостаточной***.

Судя по ответам, самое большое внимание на практике уделяется информированию аудитории о важнейших событиях в жизни города, о решениях и действиях органов местной власти, информационной поддержке важных для города ее решений и привлечению общественного внимания к актуальным проблемам жизни города (от 60 до 82% ответов).

*Таблица 2*

**Ответы на вопросы: «Каковы, на Ваш взгляд, наиболее важные задачи вашего издания сегодня?», «Какие задачи реализуются в полной мере?»**
(*в % к числу опрошенных*)

| **Задачи** (ранжировано по пятому столбцу) | **Задача очень важная** | | **Реализуется в полной мере** | |
|---|---|---|---|---|
| | **%** | **Ранг** | **%** | **Ранг** |
| Информирование о важнейших событиях в жизни города | 96 | **1** | 82 | **1** |
| Информирование о решениях и действиях органов местной власти, информационная поддержка важных для города решений органов власти | 68 | **5** | 77 | **2** |
| Привлечение общественного внимания к актуальным проблемам жизни города | 83 | **2** | 61 | **3** |
| Содействие развитию у горожан чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма | 77 | **3** | 52 | **4** |
| Распространение рекламной информации | 31 | **17** | 50 | **5** |
| Пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание | 73 | **4** | 50 | **6** |
| Содействие развитию культурно-исторических традиций | 56 | **10** | 48 | **7** |
| Консультативная роль, публикация практически полезной, справочной информации | 59 | **9** | 41 | **8** |
| Социальная защита людей, помощь в конкретных житейских делах | 64 | **7** | 40 | **9** |
| Организация общественных обсуждений по важным вопросам жизни города, выражение общественного мнения | 68 | **6** | 37 | **10** |
| Просветительская роль, расширение кругозора, повышение уровня культуры аудитории | 56 | **11** | 35 | **11** |
| Формирование общественного мнения | 63 | **8** | 34 | **12** |
| Информирование о важнейших событиях в жизни региона | 27 | **18** | 33 | **13** |
| Содействие развитию городского самоуправления, гражданского общества | 52 | **13** | 31 | **14** |
| Содействие социально-экономическому развитию города | 55 | **12** | 27 | **15** |
| Идеологическое, политическое ориентирование аудитории | 32 | **16** | 21 | **16** |
| Помощь в общении и установлении взаимопонимания между различными слоями, группами горожан | 45 | **15** | 18 | **17** |



*Окончание табл. 2*

| **Задачи** (ранжировано по пятому столбцу) | **Задача очень важная** | | **Реализуется в полной мере** | |
|---|---|---|---|---|
| | **%** | **Ранг** | **%** | **Ранг** |
| Информирование о решениях и деятельности государственных органов власти более высокого уровня | 18 | **19** | 17 | **18** |
| Содействие отдыху, развлечению аудитории | 17 | **20** | 14 | **19** |
| Контроль над деятельностью должностных лиц | 52 | **14** | 11 | **20** |
| Информирование о важнейших событиях в жизни страны | 12 | **21** | 6 | **21** |

В средней зоне оценок по реализации задач (около 50% ответов) находятся ценностно-нравственные задачи: развитие у горожан чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма, пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание.

Заметно, что гражданские задачи в целом выполняются хуже, чем представляется редакторам и журналистам.

На этом фоне можно назвать две задачи, которым уделяется непропорционально большее внимание (их ранг по реализации выше, чем ранг по важности): это распространение рекламы и информирование о решениях и действиях органов местной власти. Причины повышенного внимания к рекламе понятны — они связаны с экономическим состоянием газет, необходимостью их выживания в рыночных условиях. К сожалению, такие публикации отнимают полезную площадь у важных для аудитории публикаций. О доминантном внимании к публикациям, касающимся власти, и причинах этого речь пойдет при анализе тематики газет. Итак, по мнению журналистов, только две задачи выполняются в достаточно полном объеме: информирование о жизни города и освещение деятельности руководящих органов. Остальные пока реализуются недостаточно. Главные причины опрошенные связывают со слабой финансовой, технической и кадровой обеспеченностью. В редакциях сократились штаты. На оставшихся журналистов приходится не только прежний объем работы, но и дополнительные обязанности по подготовке публикаций для редакционного сайта или сайта администрации. Но основная проблема — невысокий профессиональный уровень журналистов. Только четвертая часть имеет журналистское образование. Будем надеяться, что эти проблемы постепенно разрешатся, и та модель, которую нарисовали в качестве образца журналисты городской прессы, будет реализована.

## Содержательно-тематическая модель газет

Задачи газеты, естественно, реализуются через содержание публикаций. Содержательно-тематическая модель местных газет формируется в первую очередь с учетом реальных проблем города и жизни его населения. В этой связи в исследовании был предусмотрен открытый вопрос о самых важных проблемах города, в котором издается газета (табл. 3).

*Таблица 3*

**Ответы на открытый вопрос: «Каковы самые важные проблемы вашего города?»**
(*в % к числу опрошенных*)

| Ответы | СГ | МГ | Общее |
|---|---|---|---|
| Безработица, разрушена промышленность, закрыты градообразующие предприятий, крупные производства, упадок сельского хозяйства, нет рабочих мест, негде работать молодежи | 53 | 47 | **50** |
| ЖКХ (ремонт, нет жилья, отсутствие жилого фонда социального найма, бесконтрольность в этой сфере, нет ТСЖ, нет газификации, проблемы с канализацией и водоснабжением) | 27 | 34 | **31** |
| Сокращение численности и старение населения, дефицит кадров, отток населения в крупные города, молодежь остается там, где училась, нет мест для досуга молодежи, апатия молодежи, миграционная политика | 29 | 22 | **25** |
| Отсутствие благоустройства (неразвитость инфраструктуры, мало налогов остается в городском бюджете, не хватает денег на благоустройство), неблагополучная экология (плохая вода, воздух, нет очистных сооружений, свалки, бродячие собаки) | 30 | 16 | **22** |
| Низкие зарплаты, низкий уровень жизни, высокие цены на все | 19 | 17 | **18** |
| Плохое состояние дорог, транспорта, его дороговизна | 13 | 22 | **18** |
| Бедственное положение культуры и образования, низкий культурный уровень, полуразрушенные памятники архитектуры, невнимание к историческому наследию (нехватка кадров, не финансируется, нет лицеев, гимназий) | 11 | 17 | **14** |
| Здравоохранение (платность, нет кадров, нет специалистов, диагностики) | 11 | 17 | **14** |
| Некомпетентность и кадровый голод в руководстве города, отсутствие ярких людей в руководстве, слабая власть, отсутствие воли что-то решать и делать, коррупция, закрытость власти, отсутствие системности в решении вопросов, разрыв между местной властью и человеком, гражданским обществом, имитация обратной связи, бюрократия | 14 | 12 | **13** |



*Окончание табл. 3*

| Ответы | СГ | МГ | Общее |
|---|---|---|---|
| Бюджетный дефицит муниципалитетов, экономическая нестабильность, отсутствие инвестиций, инвестиционных проектов в промышленность и сельское хозяйство, сокращение финансовых поступлений в бюджет (нарушение Федерального закона № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления»), малы бюджеты местных властей | 11 | 13 | **12** |
| Нехватка мест в детсадах | 6 | 4 | **5** |
| Кадровый голод в полиции, преступность, криминал | 19 | 4 | **4** |
| Апатия, депрессивность, алкоголизация | 4 | 4 | **4** |
| Слабо диверсифицирована экономика, не развит малый и средний бизнес, альтернативные основному производству сегменты экономики, нет пищевой промышленности, работают в основном торговые предприятия | — | 7 | **4** |

Примечательно, что опрошенные выделили те же проблемы, которые отмечают и эксперты, занимающиеся исследованием ситуации в средних и малых городах, т.е. *в местных редакциях хорошо представляют реальный социальный контекст, в котором функционирует данная редакция.*

Основная проблема — безработица, поскольку закрылись предприятия: негде работать молодежи, которая уезжает в крупные города. Тесно связана с этими процессами проблема сокращения численности и старения населения.

Все это, плюс малые бюджеты муниципалитетов, отсутствие инвестиций в производство приводит к экономической нестабильности городов, невысоким зарплатам и низкому жизненному уровню населения. Следствием являются и проблемы в городском хозяйстве, жилищно-коммунальной сфере, экологии и благоустройстве, бедственном положении учреждений культуры, здравоохранения и образования — нет квалифицированных кадров, плохое материальное обеспечение.

Особенно кричащие проблемы в ЖКХ: отсутствие жилья, плохой ремонт, бесконтрольность в этой сфере, проблемы с газификацией, канализацией и водоснабжением, плохое состояние дорог и работа транспорта, его дороговизна.

Часто это замыкается не только на объективных экономических факторах, но на плохой работе властей, слабом менеджменте, неспособности искать новые источники развития городов, например, развивать малый и средний бизнес, туризм и т.п. Все это имеет и тяжелые психологические последствия для населения: апатия, депрессия, отчаяние, алкоголизация (особенно молодежи).

Исследование показывает, что редакторы и журналисты отчетливо осознают проблемы своих городов, интересы местных жителей, их нужды, поэтому содержательно-тематическая модель изданий выстраивается в соответствии с наиболее неблагополучными сторонами жизни горожан, которые требуют внимания газеты. Проанализируем ответы по первой позиции шкалы «Тема очень важная» (табл. 4).

***Первоочередными для газет средних и малых городов* (*от 86 до 60% ответов*) *вполне справедливо считаются социальные темы***, все, что связано с повседневной жизнью простого человека и чему «большая» пресса уделяет явно недостаточно внимания. Это сферы, состояние которых в средних и особенно малых городах, как свидетельствуют ответы на предыдущий вопрос, нельзя назвать благополучными: ЖКХ, строительство и ремонт муниципального жилья, дорог, работа городского транспорта, экология, благоустройство, социальное обеспечение, работа и недостаточная финансовая, кадровая база учреждений образования, здравоохранения и культуры, т.е. именно те темы, которые являются самыми горячими для жителей этих городов и должны быть в центре внимания властей.

В этом ряду и сама работа городских органов власти, от которых зависит решение этих проблем, а также органов правопорядка, борьба с преступностью, без чего городская среда не может быть безопасной и комфортной.

И конечно, важная тема — экономика города, развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса, сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест, поскольку в большинстве малых и средних городов эти сферы в кризисе.

В средней зоне тематической модели, выстроенной журналистами местных газет (около 50% ответов), находится то, что связано с семьей, воспитанием детей и молодежи, вообще морально-этической тематикой (особенно этим озабочены журналисты газет малых городов).

Около половины опрошенных называют в ряду самых важных и тему, связанную с развитием форм местного самоуправления, но для газет малых городов эта тема могла бы считаться и более важной.

К сожалению, на последнем месте темы истории города, региона, народных промыслов, вопросы развития туризма (например, экотуризма). Между тем развитие этих сфер при помощи внимания к ним прессы могло бы помочь некоторым городам, особенно малым, найти резервы для развития их экономического потенциала.

Тематические ориентации представителей газет разного локала мало отличаются друг от друга, хотя некоторые нюансы есть.



*Таблица 4*

**Ответы на вопрос: «В какой мере важны для освещения в вашей газете перечисленные ниже сферы, темы?»** (*в % к числу опрошенных*)

| Сфера, тема очень важная | СГ | МГ | Общее |
|---|---|---|---|
| Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб | 91 | 62 | **86** |
| Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций | 84 | 78 | **81** |
| Строительство, ремонт муниципального жилья | 86 | 61 | **79** |
| Сфера здравоохранения | 76 | 77 | **76** |
| Работа городских органов власти | 74 | 81 | **76** |
| Транспортное обеспечение, работа городского транспорта | 65 | 58 | **74** |
| Сфера образования | 71 | 71 | **71** |
| Социальное обеспечение | 71 | 71 | **71** |
| Работа органов правопорядка, борьба с преступностью | 77 | 58 | **67** |
| Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса | 65 | 67 | **66** |
| Экономика города в целом | 57 | 67 | **63** |
| Сфера культуры | 65 | 59 | **61** |
| Экология, благоустройство, озеленение городов | 59 | 61 | **60** |
| Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест | 56 | 57 | **56** |
| Развитие форм местного (муниципального) самоуправления | 59 | 49 | **54** |
| Семейная тематика, воспитание детей | 46 | 53 | **50** |
| Проблемы молодежи | 50 | 48 | **49** |
| Морально-этическая тематика | 44 | 53 | **49** |
| Спорт, досуг | 43 | 52 | **48** |
| Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство | 44 | 47 | **46** |
| Происшествия, криминал | 60 | 31 | **44** |
| Работа учреждений торговли | 40 | 24 | **39** |
| История, этнография, народные промыслы, туристический потенциал города | 34 | 41 | **38** |

Журналисты **средних городов** более важной, чем их коллеги из малых городов, считают тематику ЖКХ, транспорта, культуры, торговли, местного самоуправления и особенно криминальную тематику (в два раза выше, чем в ответах журналистов малых городов — 60 и 31% соответственно).

Для газет **малых городов** на первом месте оказалась тематика, связанная с работой органов власти, состоянием дорог, работой медучреждений, школ, социального обеспечения, развитием производственной сферы, экономическими проблемами и благоустройством. Журналисты малых городов чаще, чем их коллеги, говорили о важности исторической темы, развития местных промыслов и туристического потенциала города.

Возникает резонный вопрос: в какой степени желаемая содержательно-тематическая модель, нарисованная редакторами и журналистами, совпадает с реальной? Понятно, что абсолютного совпадения быть не может, но то, какова дистанция и в чем ее причины, помогает понять сравнительный анализ соответствующих ответов (табл. 5).

*Таблица 5*

**Соответствие важности тематик и уровня их освещения в газетах**

| **ТЕМЫ** (ранжировано по пятому столбцу) | **Очень важная** | | **Реализуется достаточно хорошо** | |
|---|---|---|---|---|
| | **%** | **Ранг** | **%** | **Ранг** |
| Работа городских органов власти | 76 | **4** | 71 | **1** |
| Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций | 81 | **2** | 63 | **2** |
| Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб | 86 | **1** | 62 | **3** |
| Социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, многодетные семьи и т.п.) | 71 | **8** | 56 | **4** |
| Сфера культуры (обеспеченность учреждениями культуры, кадры, материально-технические, финансовые условия и т.п.) | 61 | **12** | 56 | **5** |
| Строительство, ремонт муниципального жилья | 79 | **3** | 55 | **6** |
| Сфера образования (обеспеченность и состояние учебных заведений, кадры, качество образования, развитие профтехобразования и т.п.) | 71 | **7** | 54 | **7** |
| Спорт, досуг | 48 | **19** | 54 | **8** |



*Окончание табл. 5*

| **ТЕМЫ** (ранжировано по пятому столбцу) | **Очень важная** | | **Реализуется достаточно хорошо** | |
|---|---|---|---|---|
| | **%** | **Ранг** | **%** | **Ранг** |
| Происшествия, криминал | 44 | **21** | 54 | **9** |
| Работа органов правопорядка, борьба с преступностью | 67 | **9** | 53 | **10** |
| Экология, благоустройство, озеленение городов | 60 | **13** | 44 | **11** |
| Сфера здравоохранения (обеспеченность медучреждениями, кадры, оплата труда, оборудование, качество медицинских услуг и т.п.) | 76 | **5** | 43 | **12** |
| Развитие форм местного (муниципального) самоуправления | 54 | **15** | 40 | **13** |
| Экономика города в целом | 63 | **11** | 37 | **14** |
| Семейная тематика, воспитание детей | 50 | **16** | 37 | **15** |
| Транспортное обеспечение, работа городского транспорта | 74 | **6** | 36 | **16** |
| История, этнография, народные промыслы, туристический потенциал города | 38 | **23** | 36 | **17** |
| Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса | 66 | **10** | 35 | **18** |
| Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест | 56 | **14** | 35 | **19** |
| Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство | 46 | **20** | 35 | **20** |
| Морально-этическая тематика | 49 | **17** | 27 | **21** |
| Работа учреждений торговли (обеспеченность товарами, ценовая политика, культура торговли и т.п.) | 39 | **22** | 19 | **22** |
| Проблемы молодежи | 49 | **18** | 18 | **23** |

Как и в случае с задачами (табл. 2), как правило, ***успешней реализуются те темы, которые журналисты считают важными***, что естественно. Велико, по мнению опрошенных, внимание к проблемам жилищно-коммунальной сферы и инфраструктуры городов. Достаточно внимания уделяется культуре и образованию (обеспеченности соответствующими учреждениями, кадрами, ма-

териально-техническим, финансовым условиям и т.п.). Не забыты спорт и досуг.

Реже на страницах газет появляются публикации, связанные с темой семьи и воспитания детей. Почти не уделяется внимания, судя по полученным ответам, молодежной тематике.

Однако ***вне конкуренции, на первом месте оказывается освещение работы городских органов власти, хотя эта позиция в рейтинге важности тем стоит только на четвертом месте.*** Этот факт можно было бы оценить позитивно, если бы речь шла о том, что властные органы, должностные лица находятся под пристальным вниманием прессы, когда важные и полезные для населения инициативы и решения власти поддерживаются, а негативные критикуются. Но скорее всего это не так, потому что только пятая часть (20-й, предпоследний ранг) сотрудников газет отметила, что успешно реализуется задача контроля над деятельностью должностных лиц. Значит, речь идет о другом — о весьма распространенной в местных газетах практике публикации «официоза», который занимает значительную газетную площадь и часто не особенно интересен аудитории (хотя, конечно, важные для населения решения местной власти должны быть достоянием общественности). Редакции, которые являются органами власти, вынуждены это делать на безвозмездной основе. Как показывают результаты исследования, более важную и интересную информацию не удается помещать из-за недостатка площадей газеты. Это дает основания предположить, что органы власти в качестве учредителей изданий газет слишком широко понимают роль газет как средства информационного обеспечения властей, поэтому права учредителя в этом отношении должны быть более четко отрегулированы.

Судя по ответам на вопрос о причинах недостаточного освещения тем, которые сотрудники редакций считают важными, основная причина — закрытость властных и иных структур, отсутствие координации, взаимных встреч редакции и пресс-служб органов власти, ограниченный доступ к информации. Городская власть иногда игнорирует журналистов, ньюсмейкеры не идут на контакт (24% ответов на открытый вопрос). Сюда же можно добавить высказывания о закрытости правоохранительных органов, полиции. Учредитель не заинтересован в том, чтобы критиковали подведомственные учреждения (правоохранительные органы, организации здравоохранения, образования и т.п.).

Хотя в целом 55% опрошенных сказали, что не имеют трудностей с получением информации от различных организаций, но



34% испытывают их нередко. А **кто именно отказывает в предоставлении информации**, мы можем проследить в динамике по нашим исследованиям предыдущих лет (табл. 6)[11].

*Таблица 6*

**Ответы на вопрос «Кто чаще всего отказывает в предоставлении информации?». Контрольное исследование факультета журналистики МГУ, 2003 г. — ответы журналистов и исследование ФРИП, 2006 г.** (*в % к числу опрошенных*)

| Варианты ответов | 2003 | 2006 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Коммерческие структуры | 53 | 56 | 35 |
| Органы исполнительной власти | 50 | 31 | 33 + законодательные органы |
| Правоохранительные органы | 47 | 40 | 25 |
| Финансовые структуры | 47 | 29 | — |
| Государственные предприятия | 18 | 13 | 10 |
| Частные лица | 16 | 19 | 29 |
| Органы законодательной власти | 13 | 7 | — |
| Партии | 5 | 6 | 7 |

Коммерческие структуры и власти, как и десять лет назад, отмечены журналистами и редакторами в первую очередь. Но если в 2003 и в 2006 гг. более половины опрошенных журналистов говорили об этом, то сейчас только третья часть. Частные лица сейчас чаще, чем прежде, скрывают информацию. Примерно третья часть опрошенных в 2013 г. испытывает трудности при получении информации от органов власти, чиновников, но это почти в два раза меньше, чем в 2003 и в 2006 гг. По мнению четверти опрошенных, правоохранительные органы тоже неохотно делятся с журналистами информацией. Однако сравнение с данными исследования 2006 г. показывает, что и они стали более открытыми. Как и прежде, нет проблем с общественными организациями, которые заинтересованы в том, чтобы о них писали, и охотно идут на контакты с прессой.

Таким образом, можно прийти к выводу, что органы власти стали более открытыми для прессы. Этому во многом способствует интернет, хотя проблемы с получением информации остаются.

[11] Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / Отв. ред. С.Г. Колесник, В.Л. Касютин. М.: Хроникер, 2006; *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Российский журналист и журналистское образование (социологические исследования). М.: ВК, 2006.

### Жанровая модель газет

Для обсуждения жанровой модели газет исследователями при формировании вопросов была, наряду с традиционной, предложена классификация жанров по функциональным признакам (табл. 7).

*Таблица 7*

**Ответы на вопрос: «Какие жанровые формы преобладают в вашей газете?»**
(*в % к числу опрошенных*)

| Жанры | СГ | МГ | Общее |
|---|---|---|---|
| ***Информационные*** (заметка, хроника, репортаж, сводка и т.п.) | 90 | 88 | **89** |
| ***Коммуникативные*** (письма в редакцию, ответы на письма, форумы, обсуждения, дискуссии и т.п.) | 71 | 41 | **55** |
| ***Аналитические*** (статья, корреспонденция, комментарий и т.п.) | 56 | 37 | **46** |
| ***Публицистические*** (очерк, зарисовка, интервью, эссе, фельетон и т.п.) | 49 | 45 | **46** |
| ***Справочно-консультационные*** (юридические консультации, советы по здоровью, взаимоотношениям, моде, по ведению дома, хозяйства, дачи и т.п.) | 51 | 34 | **42** |
| ***Развлекательные, досуговые*** (стихи, проза, кроссворды, гороскопы, анекдоты, шутки, комиксы и т.п.) | 36 | 18 | **26** |

Результаты показывают, что, помимо естественных для газет информационных жанров, в местных изданиях сегодня *активно используются коммуникативные*, позволяющие поддерживать более тесную связь с аудиторией. Прежде всего, речь идет о публикации писем в редакцию и ответов на них, об общении с аудиторией на интернет-форумах, в социальных сетях. Об этом особенно часто говорили представители газет средних городов.

В средней зоне внимания газет — публикации в аналитических и публицистических жанрах (по 46% ответов), что достаточно позитивный факт, потому что эти жанровые группы всегда были востребованы аудиторией. Нельзя не заметить, что так называемая «публицистическая» группа жанров (очерки, зарисовки, эссе) занимает особое место в ответах журналистов малых городов (второй ранг, а в средних — только пятый, после справочных). Это радует, потому что газеты отвечают концепции отечественной журналистики как творческой профессии, тем более что данные жанры наиболее адекватны тем гуманитарным задачам, которые кажутся особо важными сотрудникам газет малых городов.

Достаточное место, особенно в средних городах, занимают и справочно-консультационные публикации. Но развлекательные жанры в обеих группах (в соответствии с функционально-содержательной моделью, которую представили редакторы и журналисты) на последнем месте, хотя в газетах средних городов они присутствуют, судя по проведенному опросу, превышая остальные в два раза.

Вообще, в газетах средних городов, судя по ответам, работают более квалифицированные сотрудники, которые чаще отмечали все предложенные в вопросе жанровые группы, а значит, лучше в них ориентируются, чаще используют.

(*окончание в следующем номере*)

### Список литературы

Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы / Под ред. А.М. Бритвина. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012.

*Воронова О.А.* Выжить нельзя умереть // Журналистика и медиарынок. 2003. № 3.

*Касютин В.Л.* Российская местная пресса: воздействие финансово-экономического кризиса // Медиаскоп. 2011. № 1.

Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / Отв. ред. С.Г. Колесник, В.Л. Касютин. М.: Хроникер, 2006.

*Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Российский журналист и журналистское образование (социологические исследования). М.: ВК, 2006.

*Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Региональная и местная пресса сегодня: опрос журналистов // Современная пресса: теория и опыт исследования. М.: ВК, 2007.

*Смирнова О.В.* Стратегия печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6.

*Шкондин М.В.* Периодическая печать в условиях трансформации медиасистемы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6.

Поступила в редакцию
21.04.2014