

## ВЛИЯНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ НА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКУЮ ЖИЗНЬ РЕГИОНА: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проведена попытка разработать комплексный подход к изучению проблемы роли и места периодической печати в общественно-политической жизни отдельного региона на примере Европейского Севера России в годы перестройки. Основным источником исследования являются периодические издания Архангельской и Вологодской областей.

**Ключевые слова:** периодическая печать; общественно-политическая жизнь; перестройка; Европейский Север России.

Радикальные перемены в укладе общественной жизни страны в годы перестройки привели к трансформации многих социальных институтов, включая средства массовой информации (СМИ), которые в начале перестроечных процессов имели большое значение. В связи с этим изучение роли периодической печати в общественно-политической жизни на материале отдельно взятого региона в 1985–1991 гг. весьма актуально. По своему содержанию общественно-политическая жизнь представляет собой множество явлений и процессов [1. С. 170]. Автор, не претендуя на всеохватность исследования, стремился проследить влияние, которое оказывала периодическая печать на различные стороны общественно-политической жизни, а именно на общественное мнение, электоральное поведение, политические события в регионе, деятельность общественных объединений и политических партий. Территориальные рамки исследования ограничены той частью Европейского Севера России, которая охватывает Архангельскую и Вологодскую области. Хронологические рамки исследования определяются 1985–1991 гг.

Основным источником исследования являются периодические издания Архангельской и Вологодской областей, более 20 000 газетных статей. Выборку составили областные, городские и районные общественно-политические газеты, всего 19 изданий. При анализе газетных публикаций использовались проблемно-тематический подход, а также метод контент-анализа [2]. Количественный анализ позволил выделить те вопросы, которые подверглись наиболее продолжительным во временном отношении обсуждениям, сравнить интенсивность обсуждения проблем указанной тематики с различными изданиями в определенные временные отрезки.

В исследовании периодические издания были рассмотрены как составляющие системы печатных СМИ региона. Во второй половине 1980-х гг. система региональных изданий включала в себя два областных, городских и районных общественно-политических издания, учредителями которых являлись партийно-советские структуры. Финансирование периодической печати осуществлялось из государственного бюджета. Изменения в системе региональной периодической печати становятся заметными с 1990 г. и связаны с принятием Закона СССР «О печати и других средствах массовой информации» [1. С. 121]. В регионах появляются десятки новых газет, расширяется типология изданий, появляются негосударствен-

ные газеты. В 1990 г. в Архангельской и Вологодской областях появляется 13 и 25 новых изданий соответственно. Новые газеты возникали в областных центрах и других крупных городах (Северодвинск, Череповец). Основную массу новых изданий представляли коммерческие издания, газеты различных общественных объединений, издания физических лиц. Ухудшение социально-экономической обстановки, рост цен на бумагу, расходы по доставке и распространению печати, конкуренция между изданиями в условиях перехода к рынку и падения читательского спроса – все это уже к осени 1991 г. поставило многие издания на грань банкротства и закрытия [3. С. 13–14]. Осенью 1991 г. после неудачной попытки государственного переворота все издания, имевшие статус партийных, т.е. основная масса региональных газет, прошли перерегистрацию. Учредителями большинства изданий остались Советы народных депутатов, к которым присоединились коллективы редакций.

Для решения поставленных задач нами были рассмотрены оно в области СМИ, так как именно законодательство регулирует объем полномочий СМИ, рамки и пределы, в которых органы власти могут оказывать воздействие на СМИ. В период с 1985 по 1991 г. произошли значительные изменения в области законодательного и административного регулирования деятельности печатных СМИ. В СССР монопольное право на издание газет принадлежало партийно-советским органам власти, которые всесторонне регламентировали деятельность редакций периодических изданий от подбора журналистских кадров до определения тем публикаций. Политические, экономические и социальные реформы привели к изменениям в области правового регулирования деятельности печатных СМИ. В начале 1990-х гг. появляются Закон «О печати и других СМИ», Закон «О СМИ», ряд постановлений центральных и местных органов власти, касающихся различных сторон деятельности средств массовой информации. Большинство региональных нормативно-правовых актов принималось во исполнение федеральных документов.

В ходе исследования нами рассматривались изменения, происходившие с читательской аудиторией. По причинам экономического характера в начале 1990-х гг. количество читателей центральных и региональных изданий значительно сокращается. В Архангельской и Вологодской областях в начале 1990-х гг. в среднем одна семья выписывала 1–2 издания вместо 8–10, как в 1980-е гг. В условиях повышения цен на периодику

главными источниками информации для большей части населения становятся телевидение и радио. При этом было бы неверно игнорировать влияние печатных СМИ на умонастроения жителей Европейского Севера России, так как именно в данном регионе процент населения, выписывающего и читающего местные газеты, являлся самым высоким по стране [4. С. 26].

Основное внимание в исследовании акцентировалось на содержании публикаций региональных изданий. Для определения влияния изданий на общественно-политическую жизнь региона было изучено влияние периодической печати на формирование общественного мнения, на электоральное поведение населения исследуемого региона в 1985–1991 гг.

В ходе исследования автором было проанализировано отражение проблем общественно-политической жизни на страницах региональных изданий. Согласно теме исследования отслеживались публикации, затрагивающие наиболее актуальные проблемы: деятельность партийно-государственных органов власти; развитие процессов демократизации, гласности, критики; деятельность общественных организаций, партий; выборные кампании; проявления общественной активности населения (митинги, демонстрации, забастовки и др.). При определении доли публикаций рассматриваемой тематики в общем объеме газетных материалов в каждом исследуемом издании использовался метод контент-анализа. Данные контент-анализа дают возможность определить место публикации общественно-политической проблематики среди прочих материалов в региональных газетах на протяжении исследуемого периода.

При анализе содержания публикаций измерялась валентность политических установок изданий, т.е. оценочное отношение коммуникатора к предмету сообщения. Автором фиксировалось благоприятное, неблагоприятное и нейтральное отношение к субъекту или объекту публикации, которое, безусловно, оказывало определенное влияние на аудиторию. Характеристика валентности политических установок газеты даже с четко разработанными критериями достаточно субъективна [5. С. 103–104].

Комплексный анализ публикаций региональных газет показал, что проблемы общественно-политической жизни действительно находились в центре внимания периодических изданий в 1985–1991 гг., о чем свидетельствует регулярная публикация материалов данной тематики. Ситуация с освещением общественно-политической жизни в газетах Европейского Севера России, как показывают исследования периодики Воронежской, Липецкой, Тамбовской, Курской, Белгородской, Омской и других областей, характерна для региональных изданий в целом.

При определении роли периодической печати в формировании общественного мнения уделялось внимание вопросам состава читательской аудитории, тиражей периодических изданий, распространенности прессы среди читателей, степени отражения актуальных проблем общественно-политической жизни на страницах отдельных изданий, методов формирования общественного мнения по проблемам обществен-

но-политической жизни. Именно эти факторы являются определяющими для изучения влияния периодических изданий на формирование общественного мнения. В результате исследования мы пришли к следующим выводам. Публикации общественно-политической тематики региональных изданий в своей совокупности оказывали непосредственное влияние на формирование общественного мнения на рассматриваемой территории. Количественный анализ и анализ содержания газетных материалов показывает, что из всех публикаций обозначенной тематики влияние на формирование общественного мнения оказывали только материалы, освещающие деятельность партийно-государственного аппарата, и публикации о перестройке и демократизации общественной жизни, многие из которых сводились к перестройке в работе партийных комитетов. Другие проблемы общественно-политической жизни не получили на страницах региональных изданий полного освещения. Среди методов, которые использовались сотрудниками изданий с целью формирования общественного мнения, можно выделить следующие. Прежде всего, это отбор публикуемого материала. Материалы, помещаемые практически в каждом номере газеты, например о перестройке работы партийных комитетов, не могли не сформировать у читателей мнения о том, что перемены действительно происходят повсеместно. Каждое издание при подаче материалов старалось использовать все многообразие газетных жанров: информация, интервью, отчет, репортаж, корреспонденция, статья, очерк и некоторые другие. Особое значение в формировании общественного мнения на страницах региональных изданий занимали аналитические материалы: статьи, как проблемные, так и передовые. Периодически региональные издания перепечатывали наиболее значимые статьи из центральных газет. Еще одним средством формирования общественного мнения являлись публикации социологических опросов, анкет, мнений читателей по тем или иным вопросам. Анализ публикаций позволяет выявить основные темы опросов: отношение к перестройке, органам власти, политическим лидерам, к определенным политическим событиям, например к ГКЧП, и ряд местных проблем. Опрос являлся одновременно исследованием общественного мнения и способом его формирования.

В формировании общественного мнения большое значение имели письма читателей, опубликованные на страницах газет. Несколько раз в месяц редакции газет делали обзор почты и выделяли основные вопросы, затронутые читателями, сопровождая их комментариями. Целью подобных публикаций являлось ознакомление читателей с другими точками зрения на ту или иную проблему, при этом редакция стремилась найти недостатки той позиции, которую она не разделяла. Таким образом, редакция хотела сохранить свое влияние на аудиторию и опровергнуть иные точки зрения.

Вместе с тем изучение материалов, опубликованных на страницах региональных газет, позволило выявить и ряд моментов, снижающих влияние периодических изданий на формирование общественного

мнения. Прежде всего, в газетах нередко публиковались материалы, в которых присутствовали декларативность, поверхностный разбор сложных явлений, тенденциозная фильтрация фактов, т.е. отбор «нужных» и отсеивание «нежелательных». При освещении ряда проблем, например формирования общественных движений и партий, отсутствовала системность в изложении.

В целом региональные периодические издания стремились формировать определенные мнения и настроения среди читателей, вносить новые идеи, выдвигать на первый план новые аспекты проблем. Однако возникает вопрос, насколько действенными являлись публикации региональных изданий. Опросы и письма читателей, опубликованные на страницах архангельских и вологодских изданий, показывают, что в обществе наблюдались прямо противоположные оценки и суждения по поводу деятельности СМИ. Большинство авторов писем о газетах, опубликованных в начале 1990-х гг., приходят к выводу, что газеты стали интереснее по содержанию, привлекают внимание читателей за счет сопоставления различных точек зрения, взглядов на ту или иную проблему. Среди недостатков перечислялись: недостаточное количество информации из районов, много официальной информации, которую можно прочитать в центральных газетах.

Итак, рассмотрев основные факторы, которые различным образом определяли степень воздействия периодических изданий на аудиторию, можно прийти к выводу, что региональные общественно-политические издания в рассматриваемый период не только отражали события общественно-политической жизни, но и оказывали непосредственное влияние на формирование общественного мнения, для чего у региональных периодических изданий имелись все необходимые средства. К их числу относятся: умелая подборка материала и разнообразие жанров его изложения, публикация писем читателей, результатов социологических опросов, пресс-опросов, анкетирования.

Одной из задач исследования являлось изучение влияния региональных печатных изданий на электоральное поведение населения. Исследуя данную проблему, мы опирались на три базовые модели влияния СМИ на политическое сознание: максимальное, минимальное и обратное влияние [6]. При рассмотрении влияния СМИ на электоральное поведение в зарубежной и отечественной науке традиционно используется метод контент-анализа. Также при анализе публикаций определялась валентность сообщений о политиках (партиях), фиксировался характер представления политиков (партий) в изданиях [7].

Объектом изучения послужили опубликованные в региональных изданиях материалы о ходе следующих избирательных кампаний: выборы народных депутатов СССР (1989 г.), референдум 1991 г., выборы президента РСФСР (1991 г.). Выборка исследования составила 100%.

В результате исследования удалось выяснить, что большинство рассматриваемых газет Архангельской и

Вологодской областей принимали активное участие в избирательных кампаниях. Вместе с тем избирательные кампании 1989–1991 гг. на страницах газет отличались друг от друга количеством, содержанием и жанровым разнообразием публикаций, сроками проведения, что, в свою очередь, оказывало воздействие на выбор населения. Так, избирательная кампания народных депутатов СССР длилась около трех месяцев, и все рассматриваемые издания систематически публиковали материалы о кандидатах. Поэтому можно предположить, что, распространяя и закрепляя в сознании аудитории определенные мнения, суждения, оценки, региональные газеты могли оказать влияние на формирование политического выбора своих читателей. Напротив, короткие сроки кампании и единичные публикации не могли внести значительные изменения в оценку личности кандидатов. Влияние региональных изданий на читателей также снижало отсутствие единого информационного поля: газеты агитировали своих читателей проголосовать за разных кандидатов.

Анализ предвыборных публикаций и результатов выборов и референдумов на рассматриваемой территории за 1989–1991 гг. позволяет сделать вывод о присутствии в регионе всех трех базовых моделей влияния СМИ на политическое сознание – максимального, минимального и обратного. Таким образом, распространенное мнение об огромном влиянии печатных СМИ на политические предпочтения населения в России не получило подтверждения на материалах Архангельской и Вологодской областей. При оценке влияния региональных периодических изданий на ход избирательных кампаний важно также учитывать влияние, которое оказывали на эту же аудиторию центральные газеты, а также электронные СМИ. Если во время выборов в местные Советы, выборы народных депутатов СССР только региональные средства массовой информации распространяли информацию о кандидатах, то президентские выборы, выборы и референдум 1991 г. освещались центральными СМИ.

В целом рассмотрев основные факторы, которые различным образом определяли воздействие периодических изданий на население, мы пришли к выводу, что региональные общественно-политические газеты в данный период оказывали непосредственное влияние на формирование общественного мнения в Архангельской и Вологодской областях. Таким образом, формируя и отражая общественное мнение, региональные периодические издания имели возможность побуждать людей к определенным политическим действиям, т.е. влиять на политические процессы, происходившие в регионе и в стране в целом, главным образом – на результаты выборов центральных и местных органов власти и референдумов. Результаты данного исследования подтвердили воздействие региональных общественно-политических изданий на электоральное поведение избирателей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Политическая энциклопедия : в 2 т. М. : Мысль, 1999. Т. 1. 750 с.
2. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой информации. М. : Научный мир, 2001. 214 с.

3. Зашихин А.Н. Местная периодическая печать: основные этапы истории и проблемы изучения : учеб.-метод. разработка. Архангельск : Изд-во Поморского гос. пед. ун-та им. М.В. Ломоносова, 1992. 25 с.
4. Журналист и журналистика российской провинции (опыт исследования). Фонд защиты гласности / под ред. А.Г. Рихтер. М. : Начала-Пресс, 1995. 237 с.
5. Очур А.М. Воздействие региональных средств массовой информации на мотивацию электорального поведения : дис. ... канд. полит. наук. М., 2005. 134 с.
6. Задорин И. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимосвязь // Российское общество: становление демократических ценностей. М. : Наука, 1999. С. 175–197.
7. Методологические основы изучения региональной печати. М. : Изд-во МГУ, 1993. 97 с.

Статья представлена научной редакцией «История» 9 июня 2016 г.

# THE INFLUENCE OF PERIODICALS ON THE PUBLIC POLITICAL LIFE OF THE REGION: A CASE STUDY

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2016, 409, 135–138.

DOI: 10.17223/15617793/409/22

**Tatiana L. Sokolova**, Vologda State University (Vologda, Russian Federation). E-mail: taniavol@yandex.ru

**Keywords:** periodicals; social and political life; reconstruction; European North of Russia.

This article summarizes the experience of studying the role of periodicals on the political life in 1985–1991 on materials of Arkhangelsk and Vologda Oblasts. The study analyzes the impacts of periodicals on various aspects of the political life: public opinion, electoral behavior, political developments in the region, activities of political parties. The main sources of the research are 19 socio-political periodicals of Arkhangelsk and Vologda Oblasts. The analysis of the newspaper articles is based on the use of the problem-thematic approach and the method of content analysis. The author considers periodicals as components of a unified system of print media in the region. The article analyzes quantitative and qualitative changes in the system of regional media in 1985–1991, identifies the main trends of media development in the region. The study examines the changes in legislation in the field of media, as the latter regulates the scope of authority of the media, the scope and the limits within which the authorities can influence the media. In determining the role of periodicals in shaping public opinion attention is paid to the composition of the readership, the circulation of periodicals, the distribution of press among readers, the degree of reflection of topical problems of the political life on the pages of individual publications, methods of forming public opinion on issues of public and political life. The study was focused on the content of publications in regional newspapers. To study the influence of regional print publications on the electoral behavior of the population, the author relied on three basic models of influence of the media on political consciousness: high, low and reverse effect. The study analyzed materials about elections of people's deputies of the USSR (1989), the 1991 referendum, on presidential elections of the RSFSR (1991) and the results of the vote published in regional editions. The analysis of pre-election publications and the results of the elections in the territory under consideration for 1989–1991 allowed making a conclusion about the presence in the region of all three models of influence of the media on political consciousness. As a result, the author's research has not confirmed a common opinion about the influence of print media on the political preferences of the population in the regions of Russia.

## REFERENCES

1. Semigin, G.Yu. (ed.) (1999) *Politicheskaya entsiklopediya: v 2 t.* [Political Encyclopedia: in 2 vols]. Vol. 1. Moscow: Mysl'.
2. Fedotova, L.N. (2001) *Analiz sodержaniya – sotsiologicheskii metod izucheniya sredstv massovoy informatsii* [Content analysis as a sociological method of studying mass media]. Moscow: Nauchnyy mir.
3. Zashikhin, A.N. (1992) *Mestnaya periodicheskaya pechat': osnovnye etapy istorii i problemy izucheniya* [Local periodicals: the main stages of the history and problems of study]. Arkhangelsk: Lomonosov Pomor State Pedagogical University.
4. Rikhter, A.G. (ed.) (1995) *Zhurnalists i zhurnalistika rossiyskoy provintsii (opyt issledovaniya). Fond zashchity glasnosti* [The journalist and journalism of Russian province (research experience). Glasnost Defense Foundation]. Moscow: Nachala-Press.
5. Ochur, A.M. (2005) *Vozdeystvie regional'nykh sredstv massovoy informatsii na motivatsiyu elektoral'nogo povedeniya* [The impact of regional mass media on the motivation of electoral behavior]. Political Science Cand. Diss. Moscow.
6. Zadorin, I. (1999) *SMI i massovoe politicheskoe soznanie: vzaimovliyaniye i vzaimosvyaz'* [Media and mass political consciousness: interaction and interrelation]. In: Makfol, M. & Ryabov, A. (eds) *Rossiyskoe obshchestvo: stanovleniye demokraticheskikh tsennostey* [Russian society: the emergence of democratic values]. Moscow: Nauka.
7. Zasurskiy, Ya.N. (ed.) (1993) *Metodologicheskie osnovy izucheniya regional'noy pechati* [Methodological bases of studying regional press]. Moscow: Moscow State University.

Received: 09 June 2016