



**Чикиркина Дарья Олеговна**

Студент

Кафедра журналистики, факультет социальных коммуникаций и информационных технологий, Байкальский государственный университет, 664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: dariawilde541@gmail.com

**Daria O. Chikirkina**

Student

Department of Journalism, Faculty of Social Communications and Information Technologies, Baikal State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation, e-mail: dariawilde541@gmail.com

## **ОТ «СОВЕТСКОЙ МОЛОДЕЖИ» И «НОМЕР ОДИН» — К «СМ НОМЕР ОДИН»: ОПЫТ СЛИЯНИЯ ИЗДАНИЙ**

**Аннотация.** В данной статье рассматривается такое редкое и необычное явление в журналистике, как слияние средств массовой информации. Впервые оно зафиксировано в 50–60-е годы XX века в Соединенных Штатах Америки, когда американские СМИ переживали серьезный кризис. То время в американской журналистике называют «великим газетным мором» или «эпидемией газетной смерти». Именно тогда начался активный процесс слияния различных газет: более авторитетные и сильные в финансовом плане СМИ поглощали слабые. Например, в 1967 году международное издание «The New York Times» перестало выпускаться по причине того, что оно присоединилось к «New York Herald Tribune» и «The Washington Post», и стало издаваться как «International Herald Tribune» в Париже. Но бывали случаи, когда такое объединение проводилось с целью создания мощного медиахолдинга. Яркий пример этого — «Trinity Mirror».

Подобное явление имело место и в России. В Иркутске в 1997 году произошло слияние популярной рекламной газеты «Номер Один» и брендовой общественно-политической газеты «Советская молодежь» в газету «СМ Номер один». Это гибридное издание с нелепым на первый взгляд названием стало успешно развиваться и привело к созданию одного из самых крупных медиахолдингов Иркутской области «Байкал инфо». В статье показаны причины жизненности уникального для России издания.

**Ключевые слова.** Соединенные Штаты Америки, Советский Союз, Россия, кризис, журналистика, газеты, слияние.

**Информация о статье.** Дата поступления 20 декабря 2017 г.; дата принятия к печати 06 апреля 2018 г.; дата онлайн-размещения 20 апреля 2018 г.

## FROM THE SOVETSKAYA MOLODEZH AND THE NOMER ODIN — TO THE SM NOMER ODIN: THE EXPERIENCE OF MERGING NEWSPAPERS

**Abstract.** This article analyses a rare and unusual phenomenon in journalism — merging of mass media organizations. This phenomenon was noted for the first time in the USA around 1950s — 1960s, when American mass media underwent a major crisis. In American journalism this period is known as “great newspaper pestilence” or “epidemic of newspaper death”. It was at this very moment that the active process of merging various newspapers began: those who were more reputable and financially sustainable took over the weak ones. For example, in 1967 the international edition of *The New York Times* ceased to be issued because *The New York Times* joined *The New York Herald Tribune* and *The Washington Post* and was published by the *The International Herald Tribune* in Paris.

However, there were cases when that kind of merger was carried out to create a powerful media holding. A vivid example of that is “Trinity Mirror”.

A similar phenomenon took place in Russia. In 1997, in Irkutsk two popular newspapers, advertising paper *The Nomer Odin* (*The Number One*) and brand political and social newspaper *The Sovetskaya Molodezh* merged into a new paper edition *The SM Nomer Odin*. This the hybrid edition with, at first glance, a ridiculous name *SM Number One* began to develop successfully and prompted the creation of “Baikal Info”, one of the largest media holdings of Irkutsk Oblast. The article illustrates the reasons of viability of this newspaper that is unique for Russia.

**Keywords.** The United States of America, The Soviet Union, Russia, crisis, journalism, newspapers, merge.

**Article info.** Received December 20, 2017; accepted April 06, 2018; available online April 20, 2018.

### Введение

Кризисные явления в мировой журналистике не редкость. Такие моменты становятся своеобразным толчком к развитию или модернизации различных видов СМИ. Именно в один из кризисных периодов появился феномен слияния средств массовой информации. Это явление встречается крайне редко. Но можно заметить, что во всех случаях оно заканчивается созданием медиахолдингов.

### Первые случаи и причины объединения СМИ

Впервые это явление было отмечено в 50–60-е годы XX века в

Америке. В это время американские СМИ переживали серьезный экономический кризис. В 1962 году в Нью-Йорке насчитывалось семь крупных ежедневных газет. А к концу 1960-х годов их осталось всего три («The New York Times», «New York Daily News» и «New York Post»), после того как в середине 1960-х годов из-за непреодолимых финансовых трудностей перестали выходить газеты «New York Herald Tribune» и «New York World-Telegram and Sun». Попытка «The New York Times» наладить выпуск в Калифорнии своего тихоокеанского издания длилась недолго — с 1 октября 1962 до 24 января 1964 года. Те времена в

американской журналистике называют «великим газетным мором» или «эпидемией газетной смерти». Именно в этот период начался активный процесс слияния различных газет. Сильные в финансовом плане СМИ поглощали слабые. Так, в 1967 году международное издание «The New York Times» перестало выпускаться по причине того, что оно присоединилось к «New York Herald Tribune» и «The Washington Post», и стало издаваться как «International Herald Tribune» в Париже [1].

«The New York Times International Edition» была основана еще в 1887 году предпринимателем Джеймсом Гордоном Беннеттом-младшим. После смерти Беннета в 1918 году газету купил Фрэнк Эндрю Мунси. В 1924 году Мунси продал «The Herald» в «The New York Tribune», а «The Paris Herald» стал называться «The Paris Herald Tribune», а позднее «The New York» была переименована в «New York Herald Tribune»<sup>1</sup>. В то время газета была своего рода знаком американской культуры для эмигрантов в Европе. Так, в романе Эрнеста Хемингуэя «И восходит солнце» главный герой Джейк Барнс возвращается из Испании и первым делом покупает в киоске газету «The New York Herald».

В 1959 году Джон Хей Уитни, бизнесмен и посол Соединенных Штатов в Соединенном Королевстве, стал владельцем «New York Herald Tribune» и его европейского издания. В 1966 году «New York Herald Tribune» была объединена с недолговечной «The New York Times»

и перестала выходить в свет, но семья Уитни держала парижскую газету при себе. В декабре 1966 года «The Washington Post» стал ее новым владельцем. И наконец, в 1967 году «The New York Times» была объединена с «Paris Herald Tribune», после чего газета получила известность как «International Herald Tribune».

После 1967 года газета «International Herald Tribune» стала полноценным международным изданием, печаталась в 35 отделениях издательства по всему миру и выходила в более чем 180 странах мира. Материалы в ней были разнообразными: сводки с вьетнамской войны, новости о международном сотрудничестве Соединенных Штатов Америки, интервью с Жаклин Кеннеди, новости экономики и бизнеса, информация о легендарных «The Beatles» [2].

Похожий случай произошел в 1955 году. Газета «Mirror» и аффилированная с ней «Sunday Pictorial» объединились и начали печатать северный выпуск в Манчестере. В то время газета «Mirror» позиционировала себя как издание для рабочего класса, а «Sunday Pictorial» была типичной желтой газетой. В дальнейшем, в 1960 году, «Mirror» поглотила «Daily Herald», который в то время был популярным ежедневником лейбористского движения. Позже руководство «Mirror» превратило «Daily Herald» в газету для рабочего класса, которая сейчас всем известна как «The Sun». Череда последующих объединений привела к созданию международной издательской корпорации — «International Publishing Corporation» или «Time Inc UK». В настоящее время это один из круп-

<sup>1</sup> International Herald Tribune. URL : <https://www.nytimes.com/column/ihf-retrospective>.

нейших издателей газет и журналов в Англии и США<sup>2</sup>.

Таким образом, можно сделать вывод, что процесс объединения в кризисное время дает изданиям новую возможность для развития и спасает их от полной ликвидации.

Однако не только кризис повлек за собой слияние средств массовой информации. Так, популярный холдинг «Trinity Mirror plc», созданный в 1999 году, покупал печатные издания, чтобы стать крупнейшим масс-медиа Британии. Газета была куплена в сентябре 1999 года как приобретение «Trinity International plc» — компании, созданной в 1985 году, которая ранее называлась «Liverpool Daily Post» и «Echo (LDPE)». Последним приобретением газеты стала покупка конкурента «Local World» за 220 миллионов фунтов стерлингов в октябре 2015 года. Поскольку это был крупный национальный проект, компания переименовала себя в «Trinity Mirror». Сейчас «Trinity Mirror» — одна из крупнейших газетных групп Британии. Она выпускает 240 региональных газет, а также национальные ежедневные издания «Daily Mirror», «Sunday Mirror», «People», «The Scottish Sunday Mail», «Daily Record»<sup>3</sup>.

### **Объединение газет «Советская молодежь» и «Номер один». Предпосылки и причины**

В советское время подобных явлений в отечественной журналистике не было. Все средства массовой информации являлись государ-

ственными и зависели от государства. Журналисты писали о жизни советского народа, его трудовых подвигах, о достижениях в науке и спорте, отстаивали позиции марксистско-ленинской теории в международном рабочем движении. В деятельности советской журналистики было много позитивного. Вместе с тем, будучи целиком подчиненной требованиям административно-партийной системы, она стремилась во что бы то ни стало выполнять ее директивы. Такого рода действия центральной и местной печати стали причиной многих ошибок в ее работе, когда, например, она любой ценой добивалась реализации постановлений ЦК партии по идеологическим вопросам, когда проводила кампанию борьбы с космополитизмом или поддержки насильственного преобразования природы без учета пагубных народно-хозяйственных и экологических последствий [3].

За реальными и мнимыми успехами выступавшие в прессе журналисты не видели серьезных упущений в руководстве отдельными отраслями экономики, в частности сельским хозяйством. Действительность в лучшем случае приукрашивалась, а чаще сознательно искажалась.

В 1991 году Советский Союз распался, и в общественно-политической жизни России возникла новая ситуация. После запрета деятельности КПСС и образования на новой основе Содружества Независимых Государств не только радикальным образом изменилась политическая карта огромной евро-азиатской страны, но и стала иной структура российской журналистики. Можно отметить, что журналистика того времени «почувствовала свободу, появились

<sup>2</sup> Time Inc. UK. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Time\\_Inc.\\_UK](https://en.wikipedia.org/wiki/Time_Inc._UK).

<sup>3</sup> Trinity Mirror. URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Trinity\\_Mirror](https://en.wikipedia.org/wiki/Trinity_Mirror).

новые издания, стали освещаться темы, которые раньше были запрещены» [4].

Иркутская журналистика также претерпевала изменения и развивалась в ногу со временем. Процесс, начатый в стране в 1990-е годы, привел к определенным сдвигам в социальной структуре печати, телевидения, радиовещания, способствовал внедрению новых форм и методов деятельности СМИ. С изменением информационного процесса менялись социальные, духовные и профессиональные ориентиры журналистики. 1990-е годы — это время экономического и идеологического кризиса, который не обошел и иркутскую журналистику. Именно в это время в отечественной журналистике происходят новые явления, одним из которых стал процесс слияния разных печатных изданий. Так, в Иркутске была создана новая газета — «СМ Номер один». Она была образована в сентябре 1997 года путем слияния двух совершенно разноплановых газет — рекламной газеты с откровенным оттенком желтизны «Номер Один» и брендовой комсомольской газеты «Советская молодежь».

«Советская молодежь» была создана в 1924 году. Сначала она имела название «Комсомолия» и «Восточно-Сибирский комсомолец». Еще до «Комсомолии» в Иркутске были попытки издавать молодежную газету. Так, в 1917 году начинала издаваться газета «Сибирский учащийся». Известны три ее номера: за 15 июня, 28 июля и 7 октября. В 1918 году издавались газеты «Учащийся социалист» (с 22 февраля вышло четыре номера), «Молодой социалист» (с 19 мая по 8 июня вы-

шло шесть номеров). Эти газеты являлись органами печати иркутской рабочей и учащейся молодежи. После свержения Колчака и установления Советской власти в Иркутске развернулась подготовка к созданию губернской организации пролетарской молодежи. Губернским комитетом партии была создана инициативная группа из числа молодежи, которая занималась подготовкой 1-й губернской конференции и объединением разрозненных молодежных организаций в единую губернскую организацию РКСМ. В этот период предпринимались попытки начать издание комсомольской газеты. В марте — апреле 1920 года иркутским комитетом РКСМ было издано три номера газеты «Наша правда», затем под тем же названием стал выходить журнал. В июле начала издаваться газета «Красная молодежь», в 1921–22 годах — «Юный сибиряк», в 1921 году — «Известия Иркутского губернского комитета РКСМ». Газета «Известия Иркутского губернского комитета РКСМ» выходила два раза в неделю, ее тираж составлял 1 700 экземпляров.

В 1930 году газету переименовали в «Восточно-Сибирский комсомолец», ее тираж составлял 15 тысяч экземпляров. А в 1939 году она получила название «Советская молодежь». В 1941 году в связи с тяжелым военным положением издание газеты было временно прекращено и возобновилось только 1 августа 1950 года. С этого времени газета выходила постоянно. Менялись ее периодичность, формат, тираж. Но цель, поставленная в начале издания газеты, — «спланировать молодежь для выполнения конкретных задач развития области» — оста-

валась неизменной на протяжении всех лет [5].

В 1950 году тираж газеты составлял 36 тысяч экземпляров. Естественно, она отражала дух времени: строительство новых городов, ГЭС, заводов, фабрик. В это время в газете работали Александр Вампилов, Валентин Распутин, Лев Лузенин, Полина Манушина, Галина Клепцова, Леонид Лобанович, Иван Говорин, Михаил Боценовский, Валерий Никольский, потом пришли Анатолий Шастин, Елена Коблуковская, Леонид Красовский, Леонид Ермолинский, Людмила Иванова. По-прежнему печатались поэты Иван Молчанов-Сибирский и Иннокентий Луговской. Произведения Марка Сергеева, Виктора Киселева, Анатолия Преловского, Петра Реутского, Сергея Иоффе выпускались под рубрикой «Голоса молодых». Редакторами газеты в эти годы были С. Дубровин, П. Пастухов, А. Кривель, Л. Чуркин.

В 1958 году в «Советской молодежи» были следующие отделы: комсомольской жизни, пропаганды и агитации, учащейся молодежи, писем и массовой работы, физкультуры и спорта, иллюстраций. К 1963 году появились отделы иллюстраций, пропаганды и агитации учащейся молодежи, рабочей молодежи, физкультуры и спорта, сельской молодежи и массовых работ. В 1965 году по решению ЦК ВЛКСМ «Советская молодежь» начала выходить большим форматом три раза в неделю. В 1970-е годы в газете печатался цикл статей под названием «Эпоха БАМа». Практически все журналисты писали про «стройку века».

Оставаясь органом Иркутской организации ВЛКСМ, «Советская

молодежь» с 1985 года начала уходить из-под партийной опеки и с 14 ноября 1990 стала «независимой газетой Байкальского региона». Учредителями газеты являлись «Трудовой коллектив редакции и Министерство печати и информации РФ». Подписку принимали по всей стране, тираж газеты вырос до 160 тысяч экземпляров, 5 тысяч из них шли в разные регионы страны. «Советская молодежь» стала одним из самых влиятельных региональных изданий. В это время при «Советской молодежи» появляются следующие издания: «Иркутский купец», «Сам себе господин» и «Спорт FM». Но во второй половине 1990-х тираж газеты начал падать. Возникла непростая ситуация: «аудитория газеты была неизменно большой, но денег на издание “Советской молодежи” не хватало» [6]. Сотрудники перестали получать зарплату.

Нужно отметить, что в 1987 году редакция «Советской молодежи» предлагала объединиться с региональной газетой Забайкалья «Забайкальская молодежь» и с изданием газеты Республики Бурятия «Бурятская молодежь» для создания общей региональной газеты «Молодежь Прибайкалья». Тогда эту идею не поддержали, но потребность в печатном органе, объединяющем молодежь Байкальского региона, остается актуальной до сих пор.

После распада Советского Союза начинается эпоха «свободы печати». Возникают первые желтые издания. Так, в 1991 году в Иркутске появилась газета «Номер Один». Это издание позиционировало себя как коммерческое и развлекательное СМИ. Газета не была нацелена на глубокие аналитические материалы.



То, что никогда не печаталось в советское время, очень быстро появилось в разного рода бульварных и желтых изданиях. В них печатались скандальные материалы, статьи про НЛО, мистику, появились гороскопы и анекдоты. Модель газеты была такова: меньше затрат — больше прибыли. Как коммерческий продукт, она соответствовала своим целям. Особенность газеты «Номер Один» была в том, что ее рекламировали по телевидению (один из учредителей газеты был диктором ВГТРК «Иркутск», он нередко сам зачитывал гороскопы из этой газеты), она продавалась в продуктовых магазинах. Часто газету давали вместо сдачи, и, может быть, поэтому она приобрела большую популярность. Но было понятно, что так эта газета долго не просуществует.

К 1997 году в иркутских СМИ сложилась интересная ситуация: существовала «Советская молодежь» с высоким рейтингом, но с низкими материальными возможностями ее издания и «Номер Один» с «желтой репутацией» и финансами. Менеджеры двух газет приняли решение об их объединении. В плане целевой аудитории объединение этих газет было почти безумием. Первое время сотрудникам двух газет было тяжело работать вместе. Были разные подходы к написанию материалов: в «Советской молодежи» у журналиста было время обдумать и написать серьезный материал, в «Номер Один» корреспонденты работали буквально с колес. Первое время были потери части аудитории. Читатели «Номер Один» привыкли к легкому чтиву, а теперь газета стала выходить в другом, более серьезном формате. Можно сказать, что благодаря объединению был полностью

сломан формат прежней газеты «Номер Один».

Первый выпуск «СМ Номер один» вышел 1 сентября 1997 года. Он был своего рода «сборной солянкой» из двух газет. Там, например, одновременно были материалы о смерти принцессы Дианы, о правильной распальцовке для игры в боулинг, рядом находились новости из «серого дома» — здания регионального правительства, экономические и аналитические статьи. Со временем газета стала набирать популярность и нашла свою аудиторию. Всего за семь номеров она набрала 10 тысяч читателей, тем самым заменив прежнюю «Советскую молодежь» и скандальную «Номер Один». Затем было открыто рекламное агентство «Один», которое работало в разных направлениях рекламы. Практически сразу же были созданы газеты «Копейка» и «Пятница». Также было налажено сотрудничество с газетами «Телеинформ», «Московский комсомолец», «Что почем». Со временем многие газеты вышли из создаваемого холдинга, на данный момент остались только коммерчески выгодные<sup>4</sup>. Совместно с иркутским телеканалом «Аист», а потом ВГТРК были созданы передачи «Пресс», «СМ ТВ», «Спорт FM». Начали издаваться книги. Самое известное издание, которое выходит каждый год, — «Книга рекордов Иркутской области».

### Выводы

В настоящее время газета «СМ Номер один» входит в структуру холдинга «Байкал инфо». Помимо «СМ Номер один», в него входят еще

<sup>4</sup> СМ номер один. URL.: [http://irkipedia.ru/content/sm\\_nomer\\_odin](http://irkipedia.ru/content/sm_nomer_odin).

шесть изданий. Все они рассчитаны на разный круг читателей. «СМ номер один» — это общественно-политическая газета, «Пятница» ориентирована на городского читателя, «Окружная правда» распространяется в Усть-Ордынском бурятском округе Иркутской области, газета «Копейка» «заточена» на социальные проблемы, информационное агентство «Байкал инфо» — на выпуск новостей. С 2011 года в рамках холдинга появился уникальный проект «Иркипедия». Это мультимедийная интернет-энциклопедия Иркутской области, Байкала и народов, населяющих их. С помощью иркутских журналистов на сайте собрана и систематизирована практически вся информация о Прибайкалье. Этот проект поддерживают правительство Иркутской области и администрация города Иркутска. В 2018 году холдинг запустил новый проект «Зеркало» — об Иркутске и иркутянах. Особенностью холдинга является то, что у всех изданий поток информации один, но каждое из них предоставляет информацию по-разному. Учредителями холдинга являются Марк Секерин, Олег Желтовский, Владимир Симиненко, Анатолий Лобзинов, Вячеслав Кандинский. Все они дополняют друг друга высоким интеллектом и менеджерскими талантами.

Главной особенностью обновленной газеты является то, что материалы пишутся практически всегда на основе конкретных фактов. Структура материалов имеет сходство с построением телевизионного сюжета. В погоне за тиражами газета в буквальном смысле копирует

у телевидения подачу материалов. На первых полосах — сенсации, далее — криминальные происшествия, подноготная из жизни звезд шоу-бизнеса, затем — нескончаемая «развлекаловка». Алексей Елизарьев, в прошлом редактор ТВ-программы «Курьер», а ныне главный редактор газеты «СМ Номер один», как точно подметил профессор М. П. Рачков, «по сути, сделал газетный аналог информационно-развлекательной телепрограммы. Рассчитанный на широкую публику читателей-телезрителей, «СМ Номер один» добился увеличения своего тиража» [7, с. 119]. Благодаря этому материалы стали более лаконичны, из них ушли «домыслы». Такой подход смог завоевать доверие читателей и повысить качество публикуемых материалов.

В настоящее время тираж газеты «СМ Номер один» составляет 15 тысяч экземпляров. Газета учитывает интересы всех слоев населения, на ее страницах можно найти разнообразные материалы. В основном читателями газеты являются люди до 30 лет. Но и более возрастные читатели интересуются материалами, которые публикуются в газете.

Можно сказать, что «СМ Номер один» является образцом удачного объединения двух совершенно разных типов газет. При этом она впитала в себя самое лучшее из предыдущих изданий. От «Советской молодежи» — качество материалов и доверие читателей, а от «Номер Один» — легкость и доступность подачи материалов. Эти качества уже на протяжении 20 лет помогают газете «СМ Номер один» оставаться на плаву.



### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Михайлов С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С. А. Михайлов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. — 448 с.
2. Tisdall S. *International Herald Tribune: the paper of the American abroad* / S. Tisdall. — Mode of access: <https://amp.theguardian.com/media/2013/oct/14/international-herald-tribune-new-york-times>.
3. Верт Н. История Советского государства / Н. Верт. — М. : Весь Мир, 1995. — 560 с.
4. Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 — начало 90-х годов) / Р. П. Овсепян. — М. : Изд-во МГУ, 1999. — 304 с.
5. *Alma mater Александра Вампилова : статьи и материалы* / ред. С. Р. Смирнов. — Иркутск, 2008. — 228 с.
6. Краснопольский Б. Повесть временных лет, или Откуда есть пошла «Молодежка» / Б. Краснопольский. — Режим доступа: <http://pressa.irk.ru/history/1.html#1>.
7. Рачков М. П. Теория медийного поля Пьера Бурдьё / М. П. Рачков // Наука и журналистика. — М. : СВР-Медиапроекты, 2014. — С. 118–124.

### REFERENCES

1. Mikhailov S. A. *Zhurnalistika Soedinennykh Shtatov Ameriki* [Journalism in the United States of America]. Saint Petersburg, Mikhailov V. A. Publ. 2004. 448 p.
2. Tisdall S. *International Herald Tribune: the Paper of the American Abroad*. Available at: <https://amp.theguardian.com/media/2013/oct/14/international-herald-tribune-new-york-times>.
3. Vert N. *Istoriya Sovetskogo gosudarstva* [History of the Soviet State]. Moscow, Ves' Mir Publ., 1995. 560 p.
4. Ovsepyan R. P. *Istoriya noveishei otechestvennoi zhurnalistiki (fevral' 1917 — nachalo 90-kh godov)* [History of Contemporary Russian Journalism (February 1917 — early 90s)]. Lomonosov Moscow State University Publ., 1999. 304 p.
5. Smirnov S. R. (ed.). *Alma mater Aleksandra Vampilova* [Alexander Vampilov's Alma Mater]. Irkutsk, 2008. 228 p.
6. Krasnopol'skii B. *Povest' vremennykh let, ili Otkuda est' poshla «Molodezhka»* [Primary Chronicle or Where «The Molodezhka» Originated From]. Available at: <http://pressa.irk.ru/history/1.html#1>. (In Russian)
7. Rachkov M. P. Pierre Bourdieu Media Field Theory. *Nauka i zhurnalistika* [Research and Journalism]. Moscow, SVR-Mediaproekty Publ., 2014, pp. 118–124. (In Russian).

### ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Чикиркина Д. О. От «Советской молодежи» и «Номер Один» — к «СМ Номер один»: опыт слияния изданий / Д. О. Чикиркина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 2. — С. 331–339. — DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(2).331-339.

### FOR CITATION

Chikirina D. O. From *The Sovetskaya Molodezh* and *The Nomer Odin* — to *The SM Nomer Odin*: the Experience of Merging Newspapers. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 2, pp. 331–339. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(2).331-339. (In Russian).