



Бытие русской газеты: от возникновения до цифровой эпохи*

Демина И.Н.

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация,
idemima.irk@gmail.com

Аннотация. Статья представляет собой рецензию на монографию А.А. Грабельникова и Т.С. Родионовой «Русская газета, цифровая среда и аудитория». На основе статистического анализа использованной в книге литературы сделан вывод о широчайшей теоретической и практической базе монографического исследования. Основной тезис, доказываемый в книге: газеты развиваются там и тогда, где и когда имеются, развиваются гражданские права аудитории. Исследование развития российских газет выстроено именно с этой точки зрения. Авторами последовательно и развернуто показан процесс возникновения и функционирования российских газет, на каждом из этапов которого прослежена роль аудитории и трансформации, которыми подвергались субъект-субъектные отношения в системе медиа-аудитория. Монография имеет теоретико-методологическое значение для дальнейших медиаисследований как в области истории СМИ, так и в общетеоретических исследованиях. В практическом плане монография чрезвычайно полезна для преподавателей истории отечественной журналистики.

Ключевые слова. Российская газета, история печати, функции журналистики, цифровизация медиа, аудитория медиа, общественные отношения.

Информация о статье. Дата поступления 4 февраля 2023 г.; дата поступления после доработки 9 февраля 2023 г.; дата принятия к печати 16 февраля 2023 г.; дата онлайн-размещения 17 марта 2023 г.

Review

The Life of a Russian Newspaper: From Its Origin to the Digital Age**

Irina N. Demina

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, idemima.irk@gmail.com

Abstract. The article is a review of the monograph by A.A. Grabelnikova and T.S. Rodionova “Russian newspaper, digital environment and audience”. On the basis of the statistically used analysis in the literature, a conclusion

* Рецензия на книгу: Грабельников А.А. Русская газета, цифровая среда и аудитория: монография / А.А. Грабельников, Т.С. Родионова. Москва : РУДН, 2022. 348 с.

** Book review: Grabel'nikov A.A., Rodionova T.S. Russian Newspaper, Digital Environment and Audience: Monograph. Moscow, People's Friendship University of Russia Publ., 2022, 348 p.

was made about the broadest theoretical and practical basis for a monographic study. The main thesis of the book: newspapers develop where and when civil rights of the audience develop. The authors consistently and extensively show the process of the emergence and functioning of Russian newspapers, at each stage of which they trace the role of the audience and the transformations that subject-subject relations were subjected to in the media-audience system. The monograph is of theoretical and methodological significance for further media research both in the field of media history and in general theoretical research. In practical terms, the monograph is extremely useful for teachers of the history of Russian journalism.

Keywords. Russian newspaper, history of press, functions of journalism, media digitalization, media audience, public relations.

Article info. Received February 4, 2023; revised February 9, 2023; accepted February 16, 2023; available online March 17, 2023.

В 2022 г. в издательстве РУДН вышла монография А.А. Грабельникова и Т.С. Родионовой «Русская газета, цифровая среда и аудитория». Историкам журналистики и СМИ известно, что газета исторически выступила первой в качестве носителя наиболее оперативной и актуальной информации как во всем мире, так и у нас в России. В настоящее время общепринятым является мнение о том, что «газеты умирают», уступая свое место более современным способам передачи информации в связи со всеобщей цифровизацией общественной жизни и, в том числе, коммуникации. В этой связи возникает вопрос об актуальности изучения истории и функционирования газет. Авторы на первых же страницах монографии определяют важность изучения газет тем, что «основные закономерности тематического структурирования контента, особенности подачи новостного материала, сформировавшиеся ранее в газетах, экстраполируются на современные электронные средства массовой информации» [1, с. 4].

На протяжении последних лет в парадигме медиаисследований доминирующую позицию занимал те-

зис о субъект-объектном принципе распределения ролей в информационном пространстве «доцифровизационной» эпохи. Основной тезис авторов монографии: «формирование информационно-коммуникационных каналов имеет дуалистическую природу: с одной стороны, они связаны с функционированием официальной ... журналистики, с другой — с народными, идущими «снизу» информационно-коммуникационными потоками, отражающими активность ... непрофессиональных по отношению к журналистике масс» [1, с. 4], т.е. авторы говорят о субъект-субъектном характере отношений между СМИ и аудиторией.

Весь текст монографии посвящен исследованию развития российских газет именно с этой точки зрения, доказывания точки зрения авторов, что «газеты развиваются там и тогда, где и когда имеются, развиваются ... гражданские права аудитории» [там же, с. 5].

В монографии рассматривается практически весь исторический период функционирования газетной периодики в России. Сразу обращает на себя внимание внушительный список литературы, которая послу-

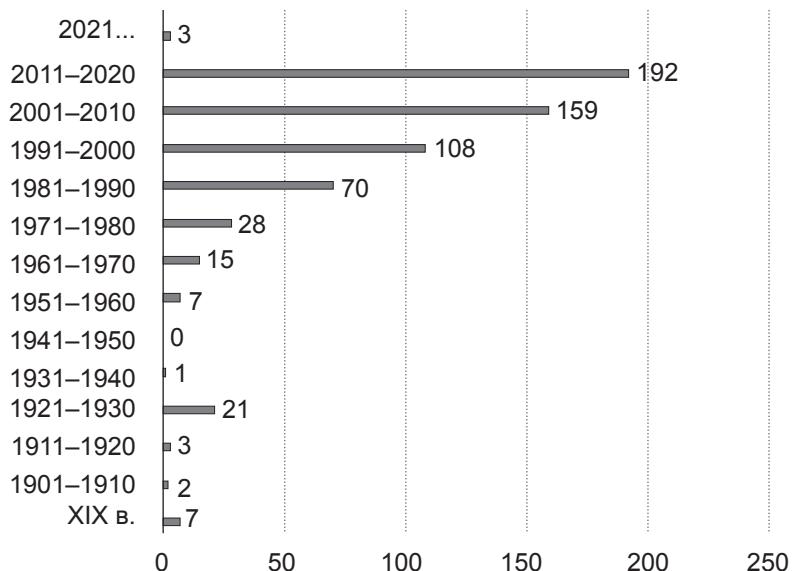
жила источниками исследования. Всего было привлечено 616 источников разных типов и временных периодов. В таблице отражены типы источников и их количество.

При взгляде на таблицу обращает на себя внимание и общее количество публикаций, привлеченных для монографического исследования (616), и широкий спектр этих источников в итоговом массиве — всего 14 типов публикаций, начиная от научных монографий (136), заканчивая

дипломной работой в единственном числе. Кроме научных публикаций (монографии; статьи в научных журналах, электронных изданиях, сборниках; материалы конференций; авторефераты кандидатских и докторских диссертаций), авторы в своем исследовании используют опубликованные аналитические обзоры, статистические материалы, документы, Журналистские материалы, статьи в интернете (блоги, социальные сети) а также учебно-методиче-

Типы публикаций в списке литературы Types of Publications in the List of References

№	Типы источников / Types of sources	Количество источников / Number of sources
1	Научные монографии / Scientific monographs	136
2	Статьи в научных журналах / Articles in scientific journals	80
3	Научно-популярная, обучающая литература / Popular science, educational literature	71
4	Тезисы, материалы и статьи конференций / Abstracts, materials and articles of conferences	71
5	Авторефераты кандидатских и докторских диссертаций / Abstracts of candidate's and doctoral dissertations	67
6	Сборники научных статей, отдельные статьи в сборниках / Collections of scientific articles, individual articles in collections	50
7	Аналитические обзоры, статистические материалы, каталоги, сборники документов / Analytical reviews, statistical materials, catalogs, collections of documents	36
8	Журналистские материалы, статьи / Journalistic materials, articles	33
9	Статьи в интернете (блоги, социальные сети) / Articles on the Internet (blogs, social networks)	30
10	Учебно-методические материалы, учебники, лекции / Teaching materials, textbooks, lectures	21
11	Научные статьи в электронных изданиях / Scientific articles in electronic publications	12
12	Словари-справочники / Dictionaries-reference books	4
13	Собрания сочинений писателей, журналистов / Collected works of writers, journalists	4
14	Дипломные работы / Theses	1
<i>Итого / Total</i>		616



Количество публикаций, включенных в список литературы, по временным периодам

Number of Publications Included in the List of References, by Time Periods

ские материалы, научно-популярную литературу, имеющие отношение к предмету исследования.

Массив источников впечатляет и временными рамками. Первый по времени источник датирован 1855 г., а количество источников за все рассматриваемое время по десятилетиям показано на рисунке.

Такой огромный объем источников позволил выстроить структуру монографии и связать исторически этапы функционирования российской газеты на протяжении всех лет ее существования.

Первая глава монографии посвящена историографии развития массовой информации. Авторы обращают внимание на то, что складывание условий для появления печатной газеты в России «шло как «сверху», так и «снизу»», а к открытию Первой

Государственной думы в 1906 г. по степени развитости газетная печать России вышла на европейский уровень» [1, с. 19]. Обзор литературы с начала исторических исследований печати до конца XX в. позволил авторам снова повторить тезис о необходимости субъект-субъектных отношений в массовой информационной деятельности и разработки собственной российской информационной модели.

Глава 2 раскрывает особенности коммуникации до печатной газеты, предысторию русской журналистики. Авторы обращают внимание на особенности русской письменной коммуникации, делая вывод о том, что в XV в. в северо-западной Руси сложился ряд факторов, которые в Европе привели к зарождению газет, в том числе — высокая грамотность

широких слоев населения, но вмешались некоторые исторические события... Авторы проводят параллели в развитии европейских и российского общества, сходства и различия между ними, особенности российского пути возникновения и развития газет, вновь делают вывод о двух информационных потоках в русском обществе допетровской эпохи: один — «верхний» (для царя), другой — массовый (для разных сословий). И в том, и в другом случае информация становится товаром [1, с. 51].

Следующие четыре главы монографии описывают и исследуют российскую газету от начала ее истории и становления в XVIII в. до конца XIX в. Авторы отмечают функции и роли петровских «Ведомостей», затем — сменивших их «Санкт-Петербургских ведомостей», делая вывод о новом менталитете российского читателя и издателя к эпохе Екатерины Второй: это грамотные люди, испытывающие потребность в постоянном получении информации и достаточно обеспеченные (дворянство). В целом, в соответствии с логикой авторов монографии, российская журналистика продемонстрировала в значительной степени те же обстоятельства развития, что и на Западе.

В четвертой главе выделен важный с точки зрения авторов период с 1790-х гг. до 1857 г., так как именно тогда произошли переход от единичных газет к их количественному росту и формирование системы газетной печати в стране. Авторы отмечают происходящие в этот период процессы «собирания» газетной аудитории, выделяют сословный фактор, складывание в этот период привычки к чтению, отмечают коммерциализацию и профессионализацию журна-

листики, приводят статистику выхода газет с начала 1700-х до 1855 г.

Две небольшие главы (пятая и шестая) монографии обращают внимание читателя на новые условия развития газеты в 1850–1860-х гг. (газетные функции и аудитория) и ускорение информационного обмена и особенности газетной печати в России 1860–1900-х гг.

Периоду с начала XX в. до возникновения социалистического государства в России посвящены две главы, так как тогда происходили бурные события в российском обществе: провозглашение гражданских свобод и дифференциация системы печати в 1905 г., явление внепартийной прессы как генератора общенациональной проблематики в преддверии парламентаризма, выполнение газетами новой функции — просветительско-регулирующей, трансформация системы газет и аудитории в период Первой мировой войны, затем — период развития буржуазной прессы в период после Февральской революции 1917 г. Особенности развития системы газет тесно связаны с изменением общественно-политической жизни России, что и показано в монографии. «К октябрю 1917 г. в России функционировала наиболее разветвленная система периодической печати за всю историю русской журналистики ... сформировался массовый городской читатель — основной потребитель массовой печати...» [1, с. 135-136], — констатируют авторы.

Большой объем монографии представляют главы, описывающие социалистическую систему прессы, начиная со ее становления в 1917 г., заканчивая периодом перестройки, начавшемся, с точки зрения авторов, в 1985 г.

Говоря о периоде становления социалистической системы печати (начиная с 1917 г.), в монографии утверждается, что, несмотря на агитационно-пропагандистскую направленность социалистической прессы, проблему оторванности новой партийной и советской газеты от реальной жизни масс, «общение власти с аудиторией и успех прессы не обеспечиваются только лишь идеино-политическим регулированием. Существуют другие факторы и закономерности» [1, с. 149]. Так, опираясь на пример газеты «Беднота», авторы монографии говорят о таких методах сближения газет с аудиторией, как читательские письма, позднее — рабселькоровское движение, с помощью которого «начинал формироваться контроль за госаппаратом со стороны трудящихся» [там же, с. 155]. Рабселькоровское движение прекратило свое существование в 1930-е гг. с усилением субъективизма в управлении обществом. Вывод авторов: «Анализ развития рабселькоровского движения в целом показывает, что оно шло параллельно усилению или ослаблению процесса демократизации в стране» [там же, с. 159].

Описанию истории прессы и ее взаимоотношений с читателями в предвоенные, военные и послевоенные годы в монографии посвящена отдельная небольшая глава, в которой утверждается, что основным источником формирования газетных работников являлась ставка на рабселькоровское движение, особое внимание партии в предвоенный период было уделено внештатному активу редакций. Великая Отечественная война повлекла за собой значительное расширение военной прессы и на первый план выдвинулась патриотическая роль печати. В период по-

слевоенного восстановления вновь стало расширяться рабселькоровское движение, чему способствовали решения ЦК КПСС (1954 г.).

Исследуя новые факторы коммуникации в эпоху социализма (1960-е гг.), авторы монографии отмечают подъем общественной журналистики, вновь акцентируя внимание на опыте широкого участия внештатных корреспондентов местных газет, обращаясь к новым формам работы газетных редакций на местах и в центре (работа с читательскими письмами, рейды и выездные редакции и др.) и делая вывод о том, что «внештатное корреспондирование газеты выполняло не только информационную функцию, но и превратилось в действенный канал общественной коммуникации» [1, с. 178]. Таким образом, делают вывод авторы, «...основным звеном информационного процесса становится аудитория (авторы статей, корреспонденций, писем, откликов; общественные корреспонденты), а редакционный коллектив принимает на себя роль вспомогательного механизма» [там же, с. 187].

В итоге, авторы предполагают, что в результаты таких изменений могло бы состояться перераспределение функций журналистов, соответственно, организационной структуры редакций, которая стала бы более динамичной, открытой, отвечающей задачам демократизации, гласности, самоуправления народа, «однако всем этим прогнозам и планам не суждено было сбыться в результате смены общественной формации» [там же, с. 191].

Рассмотрение периода социалистической системы печати заканчивается главой «Перестройка и ее влияние на отечественную периодику». Авторами констатируются

включение масс в информационный процесс, коммуникация с управляемым аппаратом как результат демократизации и гласности в этот период. Отмечается рост числа подписчиков периодической печати, развитие форм публичного обсуждения актуальных общественных проблем. Авторами выдвигаются критерии информатизации общества: «степень и уровень информированности его членов в целом — от высших эшелонов власти до сферы материального производства, до отдельного индивида» [1, с. 200]. Результатом же перестройки, как отмечено в монографии, явился фактический переход страны к капитализму, а «положение и функции прессы оказались в зависимости от этой ситуации и повлекли за собой ее системную перестройку» [там же, с. 202].

Функционирование прессы в последнее десятилетие XX в. ознаменовалось настолько важными процессами в медиасистеме, что авторами этому периоду отведена отдельная глава. Отмечены такие важнейшие факторы бытия прессы в этот период: утрата контроля государства над большей частью отечественных СМИ; рыночная перестройка; сам период назван очередным в политизации СМИ; расслоение отечественной печати на качественные и массовые издания; возникновение информационных империй, крупных владельцев СМИ.

Главный вывод монографии о положении прессы на пороге XXI в. — ее глубокий кризис: «многим газетам уже не нужны читатели. Они выпускаются в интересах капитала и власти ... Главное для их издателей — доставить необходимое количество информационного продукта в нужные кабинеты и офисы» [1, с. 218].

Отмечается, что в этот период произошли и другие изменения: типологические (появилась пресса самого разнообразного толка с чертами, свойственными СМИ рыночного общества); разрушено единое информационное пространство страны (усилились центробежные тенденции); идея производства потеряла актуальность, вместо нее стала господствующей идеология потребительства («тема состояния и развития духовности народа практически оказалась выдана несчетным количеством информационной продукции о материально обеспеченной жизни» [там же, с. 225]. «Цель идеологии потребительства — сделать американскую мечту русской мечтой, распространить западный образ жизни» [там же, с. 226]). В этой ситуации «аудитория рассматривалась как объект информационно-пропагандистского воздействия, как потенциальный покупатель информационного товара» [там же, с. 227]. Общий вывод авторов «несмотря на обилие разнообразных СМИ, народ не получил к ним широкого доступа. Наоборот, даже те возможности, которые имелись у него в начале перестройки, были утеряны» [там же, с. 229–230].

Отдельная глава рассматривает русскую печать и ее читателей в XXI в. В ней отмечаются проблемы обратной связи традиционных СМИ с аудиторией, разрушение монополизма печатных СМИ, индивидуализация информационных услуг, реструктуризация аудитории в связи с потерей традиционной прессой своих читателей. Все это стало следствием бурного внедрения интернета в медиасистему, появления интернет-журналистики («Это ... принципиально новая коммуникативная среда, поглощающая все предшествующие массовые информа-

ционные каналы» [1, с. 236]). Авторы отмечают, что аудитория становится субъектом журналистики, переместившись в данном качестве в интернет, «и со временем заняла весьма серьезную позицию в блогосфере и социальных сетях» [там же, с. 240]. В конце XX в. стали господствующими субъект-субъектные отношения в медиасистеме, теперь аудитория становится полноправным участником коммуникационного процесса (субъект массовой коммуникации).

В книге по результатам исследования последнего десятилетия XX в. поставлены вопросы: как воспользуется аудитория открывшейся возможностью, насколько эффективно будет применять для дальнейшего развития общества? Попыткам ответа на эти вопросы посвящены две последние главы монографии «Особенности функционирования прессы в новой мультимедийной среде» и «Подготовка журналистских кадров для новой журналистики».

Часть текста — обзор дискуссии о гиперпеременах в мировой газетной отрасли, выражающейся в разных взглядах на будущее печатной прессы: грозит ли ей окончательный приговор либо газета не умрет. Обозначены вопросы, требующие решения при переходе газеты в конвергентный режим, нацеленность на отклик, «освобожденное авторство» и т.д. Вывод, который делают авторы: «внедрение инструментов веб-аналитики уже оказалось существенное влияние на редакционные процессы, но возможности применения данных, полученных с помощью этих инструментов, пока не реализованы до конца» [1, с. 276].

Последняя глава, что логично, говорит о подготовке журналистских кадров для новой журналистики. При-

ведены рассуждения авторов о привлекательности профессии журналиста, влиянии рыночной конкуренции в СМИ на этические и профессиональные ценности. Раскрываются причины активного развития развлекательного сегмента в российских СМИ, его воздействие на аудиторию и формирование потребителя. Доказывается необходимость объяснения традиционных конструктивных функций отечественной журналистики в современных условиях.

В монографии выделены три основные группы СМИ — развивающие, развлекающие и разрушающие (деструктивные) [там же, с. 279]. Подробно описываются все эти группы, сделан вывод о том, что «по-настоящему овладеть профессией журналиста можно, опираясь на качественную, развивающую журналистику, которая всегда была присуща отечественным СМИ» [там же, с. 292].

В заключении авторами были сформулированы основные выводы. В связи с широким использованием интернета в коммуникационной деятельности «появляется новый уровень недостоверности, который физически был невозможен в печатных СМИ» [там же, с. 296]. «На фоне прогрессирующего потока недостоверной информации в интернете — поды托живают авторы, — возможно, следовало бы задуматься и о разумном проценте сохранения бумажных носителей» [там же, с. 296–297], при этом среди функций, которые выполняют СМИ и социальные сети, безусловно принципиальной становится социальная значимость и достоверность информации и ее доступность для аудитории, а также возможность читателей-пользователей участвовать в информационном обмене.

Монография отличается логичностью построения, в ней отражены с большими или меньшими подробностями все этапы функционирования российской газеты. Текст монографии представляет собой теоретико-методологическое обоснование для аргументации рассмотрения отношений между СМИ и аудиторией как субъект-субъектных. Текст построен на обширном массиве научных монографий, статей, нормативных материалов, журналистских текстах. Использован возможный эмпирический материал (аналитические обзоры).

Выводы авторов представляются аргументированными и доказанными широким спектром практических примеров из истории развития тех или иных периодических изданий.

Монография имеет и теоретическое, и практическое значение. Теоретическое, методологическое значение выражается в дальнейшей возможной дискуссии по теме в медиаисследованиях. Монография имеет практическое значение для историков медиа, преподавателей журналистики, российской исторической науки.

Список использованной литературы

1. Грабельников А.А. Русская газета, цифровая среда и аудитория: монография / А.А. Грабельников, Т.С. Родионова. — Москва : РУДН, 2022. — 348 с.

References

1. Grabel'nikov A.A., Rodionova T.S. *Russian Newspaper, Digital Environment and Audience: Monograph*. Moscow, People's Friendship University of Russia Publ., 2022, 348 p.

Информация об авторе

Демина Ирина Николаевна — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики и маркетинговых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, idemima.irk@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0003-0306-3579>, SPIN-код: 8976-1790, ResearcherID: GLR-4527-2022.

Author Information

Irina N. Demina — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Journalism and Marketing Technologies, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, idemima.irk@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0003-0306-3579>, SPIN-Code: 8976-1790, ResearcherID: GLR-4527-2022.

Для цитирования

Демина И.Н. Бытие русской газеты: от возникновения до цифровой эпохи / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(1).148-156. — EDN [PPUOWY](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 1. — С. 148–156. — Рец. на кн.: Грабельников А.А. Русская газета, цифровая среда и аудитория: монография / А.А. Грабельников, Т.С. Родионова. — Москва : РУДН, 2022. — 348 с.

For Citation

Demina I.N. The Life of a Russian Newspaper: From Its Origin to the Digital Age. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 1, pp. 148–156. (In Russian). EDN: [PPUOWY](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(1).148-156.