Мингинос В. П.: **«Характеристика общественно-политической прессы как типа издания, повествующего об экономике»**

*(Опубликовано в III международная научная конференция «Современная филология» (Уфа, июнь 2014)*.

Мингинос В. П. Характеристика общественно-политической прессы как типа издания, повествующего об экономике [Текст] // Современная филология: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). — Уфа: Лето, 2014. — С. 139-143.

Общественно-политическая пресса является главным источником экономической информации для большей части населения страны, формирует экономическое сознание и помогает принять экономические решения. Однако на сегодняшний день автору не удалось найти полноценных исследований общественно-политических изданий, как отдельного типа прессы.

 Современные исследователи в большей степени уделяют внимание специализированным изданиям, которые удовлетворяют интересы аудитории в дополнительной информации, рассчитанной на специфические особенности читателей и интересы аудитории в различных сферах жизнедеятельности, тогда как массовые газеты универсального типа играют главную роль в ориентации аудитории.

При характеристике данной группы изданий, опираясь на работы Я.Н. Засурского [13], С.Г. Корконосенко [9], Е.А. Корнилова [10], С.М. Гуревича [6], А.А. Грабельникова [4], различные определения общественно-политической прессы можно свести к следующему понятию — **это не специализированные издания, т.е. универсальные — для всех обо всем**.

Подобные определения не дают полного представления о данном виде изданий, о типоформирующих чертах и характеристиках, согласно которым можно было бы отнести ту или иную газету к общественно-политической прессе.

В разделе 3.2.5 «Виды периодических и продолжающихся изданий» ГОСТа 7.60–2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды», даются следующие определения:

- «газета: Периодическое газетное издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу.

- общеполитическая газета: Газета, систематически освещающая вопросы внутренней и внешней политики страны, а также международную жизнь». [5,c.20]

Согласно примечанию к пункту 3.2.5.1.1 общеполитические газеты различают по месту распространения и выпуска: международные, общероссийские, республиканские, в том числе автономных областей, краевые, областные, городские, районные, низовые газеты.

В научной же литературе **при характеристике общественно-политических (универсально-тематических, универсальных) газет**, в основном рассматривают издания, имеющие общероссийский ареал распространения.

В учебном пособии для вузов «Система средств массовой информации России» (под редакцией Я. Н. Засурского) говорится, что в группе общероссийских газетных изданий наиболее широко приставлен класс **общественно-политических или универсально-тематических газет**. Эти издания можно охарактеризовать как газеты «для всех обо всем». Отличительными чертами рассматриваемого типа изданий является предназначенность для всех, обращенность ко всем, доступность каждому. «Их универсальность проявляется в полифункциональности — реализации всех базовых функций СМИ и информационном охвате всех сфер общественной жизни. Для отечественной журналистики издания с ярко выраженными чертами «газеты для всех» традиционны. Именно универсальность во многом обеспечивает их устойчивость на информационном рынке, особенно в условиях, когда низкий платежеспособный спрос населения диктует ограничения в выборе газетной и журнальной продукции» [13].

Л. Л. Реснянская в статье «Общероссийские газетные издания» наряду с двумя полярными

видами прессы — универсально-тематической и специализированной, выделяют еще один класс, которые совмещает характеристики двух типов этих изданий — «обо всем для единомышленников», к ним можно отнести издания политических партий, ориентированные на выражение интересов определенного круга лиц. «Но наиболее часто газеты смешанного типа встречаются среди «новичков», недавно вышедших на информационный рынок и уточняющих свои типологические особенности под воздействием конъюнктуры и спроса» [12, c.4].

Основываясь на выше сказанном, можно сделать вывод, что **универсальная пресса и общественно — политическая это тождественные понятия**.

Развивая данный тезис, В.В. Ворошилов считает, что «в рамках универсальной прессы можно выделить два полюса: качественный, с преобладанием функций аналитических и информационных, и массовый, с усилением развлекательных функций с акцентом на скандальность, сенсационность и т. д.

Традиционные общественно-политические издания обычно реализуют модель качественно-массовую, а новые активно разрабатывают модель массового или качественного (аналитического) издания». [3, с.75]

Если же говорить о цели рассматриваемого типа изданий, то среди исследователей есть мнение, что массово-публицистические издания, в произведениях жанров журналистики, публицистики, отражают публичную сферу, текущую действительность. [14,с.45]

С. М. Гуревич, анализируя систему текстовых публикаций номера, тоже обращает внимание на особенности жанрового содержания. В массовых общественно-политических газетах важнейшую роль играют публицистические материалы, в широком смысле слова, «т.е. все журналистские произведения — от заметок до эссе, в которых освещаются факты и события, имеющие значение для жизни людей, поднимаются актуальные вопросы и проблемы политики, экономики и других важнейших общественных сфер.

Все эти материалы образуют подсистему жанров газетной публицистики. Они представляют основное содержание большинства газет — как их комплектов, так и каждого отдельного номера. Эти тексты дают читателю ту разнообразную и непрерывно меняющуюся панораму событий в мире или в определенном регионе, которую он ожидает увидеть в газете» [6].

Таким образом, С.М. Гуревич еще раз подчеркивает **универсальный характер общественно-политической прессы**. Однако автор рассматривает не только содержание, но и внешний облик универсальных изданий, отмечая, что многие, будь то общероссийские или городские, общественно-политические газеты выходят в большом формате А2, что зачастую влияет на объем номера. Большинство общенациональных изданий при формате А2 ограничивают объем 4–6 полосами. Хотя городские и или районные общественно-политические газеты в основном выходят форматом А3.

Интересен подход к общественно-политическим изданиям с точки зрения PR. Л.Г. Безумова в курсе лекций по основам PR- технологий отмечает, что общественно-политические газеты неохотно представляют свои площади для PR-информации даже крупных коммерческих компаний, в отличие от деловой прессы. Поскольку ориентированы на информацию о терактах, новых высказываниях президента и его окружения, ценах на рынке, интервью с должностными лицами и т. д. [2] **Это связано с тем, что общественно-политические издания являются выразителями общего интереса граждан**, а не только деловых кругов. «В этот сегмент входят региональные и муниципальные средства массовой информации, являющиеся не только основным средством трансляции общегосударственной, общественно значимой информации, но и механизмом формирования политической культуры граждан», [11, c.325] отношения к процессам и явлениям общественно жизни, поскольку предоставляют более широкие возможности для социального осмысления социальных вопросов, чем телевидение и рекламно-информационные СМИ. [8, c.4]

Вышеприведенные определения не дают целостного представления об общественно-политической прессе, рассматривая экономический аспект ее контекста. Поскольку ни один из упомянутых авторов не ставит перед собой задачи дать целостную и всестороннюю характеристику универсально-тематических изданий.

Наиболее масштабное и глубокое исследование провел в 1998 году А.Н. Алексеев, он

подверг качественно-количественному анализу 410 печатных СМИ России, и выделил 4 ведущих газетных типа: общественно-политическая пресса, информационно-рекламная пресса, пресса массовой культуры, партийная пресса. А.Н. Алексеев в статье «Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии» дает следующее определение: «Общественно-политическая пресса — это общероссийские, республиканские, городские газеты, имеющие своим предшественником абсолютно преобладавший в советской печати тип массовой общеполитической газеты. Для общественно-политической прессы характерен синдром функции информирования о событиях, обзорной и аналитической функций (все иные функции могут присутствовать, но выступают обычно в качестве подчиненных, второстепенных). Издания этого типа можно было бы назвать и «информационно-аналитической прессой» (памятуя, впрочем, о разной степени выраженности аналитической функции в отдельных периодических изданиях). К данному типу относятся все ежедневные и почти все выходящие несколько раз в неделю газеты, но есть тут и еженедельники, и выходящие один раз в две недели.

Тиражность общеполитических газет, как известно, существенно упала по сравнению с советским периодом (что лишь отчасти компенсируется современной конкуренцией «однотипных» изданий в пределах всякого данного ареала распространения)» [1, c.23].

Четко и полно характерные черты общественно-политической — прессы, как ни странно были выявлены по инициативе законодателей.

Так 13 ноября на очередном заседании экспертная комиссия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций была принята предложенная Российской ассоциацией электронных коммуникаций формулировка определения понятия «издание, специализирующиеся на распространении информации общественно-политического характера»: «Издание, специализирующиеся на распространении информации общественно-политического характера, это периодическое печатное издание или сетевое издание, преимущественное содержание которого составляет информация, освещающая актуальные социально-значимые вопросы и события общественной, политической, экономической, культурной жизни Российской Федерации, других стран, в том числе проблем внутренней, внешней или международной политики, путем публикации новостей, статей, мнений, интервью, критических, сатирических материалов, обзорной, аналитической, статистической и (или) иной информации по какой-либо из указанной тем. Не может считаться изданием общественно-политического характера периодическое печатное или сетевое издание, специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного, эротического, досугово-развлекательного и научно-популярного характера, либо предназначенное преимущественно для детей. Для признания периодического печатного или сетевого издания изданием, специализирующимся на распространении информации общественно-политического характера, необходимо, чтобы объем публикаций по указанным темам составлял большую часть общего объема без учета рекламы» [16].

Необходимость дать определение изданием, специализирующимся на распространении информации общественно-политического характера, что, по мнению автора, тождественно общественно-политические изданиям (в дальнейшем мы будем использовать данные понятия как равнозначные), возникла после принятия Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Согласно статье 11 части 4 распространение «периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера» [15] без знака информационной продукции, указывающего на минимальный возраст ребенка, для которого предназначен тот или иной опубликованный материал, т. е. маркировки «+ 12», «+ 18» и другие.

Однако О.Захаров, председатель правления Нижегородского регионального общественного фонда «Журналист», считает, что, приняв данный закон, Роскомнадзор РФ как бы ликвидировал институт общественно-политических изданий, от которого осталось всего несколько федеральных изданий.

Согласно этому закону областные, краевые, районные, городские, сельские общественно-политические газеты больше не могут считаться таковыми. В своем материале «Роскомнадзор РФ уничтожил институт общественно-политических изданий» обращает внимание на формулировку «общественно-политическими могут считаться издания, преимущественно освещающие жизнь Российской Федерации, других стран, в том числе проблемы внутренней, внешней или международной политики.

Заметьте: не жизнь в Российской Федерации, а жизнь Российской Федерации как страны. Таким образом, периодические печатные издания, публикующие информацию о жизни области, края, района, города или села, уже не являются общественно-политическими. То есть, предполагается, что в нашей стране нет ни общества, ни политики ниже уровня Федерации. Нет ни муниципальной политики, ни политики субъектов Федерации, нет общества в областях, краях, районах или городах! И уж, конечно, отсутствует какое-либо общество в сельских поселениях!». [7]

Таким образом по мнению О. Захарова, Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций лишали тысячи изданий права называться общественно-политическими. И уже есть первые последствия подобного решения. «Так, по заявлению Управления Роскомнадора по ПФО мировой суд города Кстово 9 июля 2013 года вынес постановление о назначении штрафа главному редактору газеты «Земляки» за отсутствие на газете знака информационной продукции (16+)». Дело в том, что как следует из постановления суда, «издание освещает преимущественно вопросы и события из жизни г. Кстово и Кстовского района, но не Российской Федерации или других стран, и поэтому не может быть признано СМИ общественно-политического характера» [7].

Таким образом, полноценное исследование общественно-политической прессы как типа периодических изданий еще ждет своего исследователя. Однако сегодня средства массовой информации России тесно связаны с освещением экономической жизни страны. Без преувеличения — эта тема касается всего общества в целом и отдельного человека в частности. Поэтому очень важно, чтобы руководство издания и журналисты четко понимали к кому типу относятся и на какую аудиторию нацелены, ведь в общественно — политических изданиях предназначенных на широкую аудиторию должны преподносить экономическую информацию в доступной и интересной форме. Средства массовой информации, предоставляя информацию о чужом опыте и происходящих событиях, могут способствовать как развитию торговли на уровне овощного лотка, так и улучшению функционирования международных валютных бирж.

Литература:

**1.**Алексеев А.Н. Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. 1998. № 3. С. 14–30

**2.** Безумова Л.Г. Основы PR-технологий: Курс лекций./ Л.Г. Безумова. — Самара: гуманит. акад., 2009. — [Электронный ресурс]. URL: <http://textb.net/44/22.html>

**3.** Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. 3-е издание / Ворошилов В.В. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. — 447 с.

**4.** Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников. М.: Изд-во РУДН, 2001. — 384 с.

**5**. ГОСТ 7.60–2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения // standartgost.ru — открытая база ГОСТов. Электронный ресурс]. URL: http://standartgost.ru/ГОСТ %207.60–2003#texts

**6.**Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. Учебное пособие для вузов/С.М. Гуревич. М.: Аспект Пресс, 2004.//Evartist [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text10/05>. htm (дата обращения 8.10.13)

**7**. Захаров О. Роскомнадзор РФ уничтожил институт общественно-политических изданий // КСТОВО.РУ [Электронный ресурс]. URL: http://kstovo.ru/pages/1001 (дата обращения 8.11.13)

**8.** Касютин В.Л. Формы и методы государственного регулирования СМИ (на примере российских региональных изданий): автореф. дис.... канд. фил. наук: 10.01.10. — М., 2011.

**9**. Корконосенко С.Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко: Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001.- 287 с.

**10.**Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов. Ростов-н/Д, 1999.- 222 с.

**11**. Нагаева С.К. Политические элементы в структуре гражданского общества // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2011. — № 2. С. 325

**12.** Реснянская Л.Л. Общероссийские газетные издания // Вестник Московского государственного университета. Серия 10: Журналистика. 2000. № 4. С. 3–8

**13**. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов /Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2001.- 259 с.

**14**. Типология периодической печати /М.Е. Аникин, В.В, Баранов, под ред. М.В, Шкодина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс. 2007. — 234 c.

**15.** Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ.

**16**. Экспертная комиссия Роскомнадзора определила формулировку понятия «издание, специализирующиеся на распространении информации общественно-политического характера» // Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. [Электронный ресурс]. URL: <http://rkn.gov.ru/news/rsoc/news17398.htm> (дата обращения 8.11.2013)