

УДК 908.93\99

## РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ ПЕЧАТИ КРАСНОЯРСКА в 1989-1999 гг.: ОТ АНТИСОВЕТСКОЙ ГАЗЕТЫ ДО ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛА

*В.В. Никуленков, канд. ист. наук  
СФУ, Красноярск*

*Рассматривается процесс зарождения и развития городской печати Красноярского края в период 1989-1999 гг. Дается классификация СМИ, определяется значение, особенности и принадлежность каждой группы изданий.*

**Ключевые слова:** средства массовой информации, СМИ Красноярского края, политика в отношении СМИ.

Город – единый социокультурный механизм, в систему которого входят, в том числе, и средства массовой коммуникации. Закономерности, по которым развивается городская среда, определяют и характер городской печати. В рассматриваемый нами переломный период городская печать проходит несколько этапов развития, перемена которых связана с изменением социально-политической обстановки, экономической системы государства и морально-нравственных ценностей.

Зарождение и почти сразу же пик развития городской печати можно отнести на 1989-1991 гг. Именно тогда открыты самые крупные городские газеты, которые стали флагманами свободной прессы и независимого перестроечного мышления.

К моменту активного роста политики гласности почти неизменное число городских изданий в СССР в 1987 г. увеличилось на две газеты и составило 727. Вместе с тем, разовый тираж вырос с 19 797 до 20 883 тыс. экз., а годовой тираж – с 4 237 435 до 4 440 585 тыс. экз.

В 1987 г. карта печатных красноярских сми была представлена краевыми, областными, окружными, объединенными, городскими и районными газетами. Определим значение каждой группы сми.

**Краевые газеты** – печатные сми, соответствующие по информационной политике, географии распространения административно-территориальным единицам – краям. В Красноярском регионе крупнейшими краевыми

газетами являлись «Красноярский рабочий» и «Красноярский комсомолец».

**Областные газеты** представляли собой печатные сми для областных территориально-административных единиц, в статусе каковых в конце 80-х гг. XX в. находилась Хакасская автономная область, ныне Республика Хакасия. Орган обкома КПСС, газета «Советская Хакасия» издавалась с 1930 г. Газетами автономных округов были «Норильчанин» и «Эвенкийская жизнь».

**Районная печать** издавалась в районных центрах. От городских газет она отличалась меньшим тиражом, частотой издания. К таким газетам, например, относились «Вести» (Большеулуйский район), «Идринский вестник» (Идринский район), «Земля Боготола» (Боготольский район), «Енисейская правда» (Енисейский район), «Емельяновские вести» (Емельяновский район), «Дзержинец» (Дзержинский район), «Голос Тюхтета» (Тюхтетский район), «Огни Сибири» (Шарьповский район) и др.

**Городская печать** была представлена газетами и журналами. Распространялись они в пределах города: газеты «Вечерний Красноярск», «Красноярская газета» (Красноярск), «Пригород» (Сосновоборск), «Ачинская газета» («Ленинский путь»), «Диалог» (Игарка).

На 1 января 1988 г. в Красноярском крае выходило 108 газет, из которых было две краевых, две областных, 62 окружных, объединенных, городских и районных. Разовый тираж состав-

лял 1 млн. 140 тыс. экземпляров. Насыщенность печатью составляла 1790 экз. на 1000 человек, т. е. на одного человека приходилось 1,79 экз. региональных печатных сми.

В период апогея политики гласности (с 1988 по 1991 г.) появились городские газеты «Вечерний Красноярск» (1989 г.), «Красноярские профсоюзы» (1986 г.) и «Красноярская газета» (1991 г.). Они стали основообразующей силой в создании курсов информационной политики в Красноярске и крае, инструментами формирования общественно-политической жизни. Именно изменения политической жизни государства в целом, свобода слова и опасность распада государства послужили почвой для создания новых городских сми.

В течение 1991 г. продолжалась регистрация местных городских сми. Партийные комитеты стали соучредителями 58 местных, районных и городских изданий. Местные органы власти продолжали попытки наращивать сферу влияния в прессе. В 1989 г. зарегистрировалась газета «Вечерний Красноярск» («ВК»), которая стала одной из направляющих сил красноярской демократизации. Первый номер газеты «ВК» вышел в декабре 1989 г. Рождение газеты согласовали в ЦК КПСС, а учредителем стали Красноярский горком КПСС и лично первый секретарь В.Г. Юрчик. В отдельные периоды времени недельный тираж «ВК» составлял 300 тыс. экз. «ВК» стал прообразом «Вечерней газеты» (1927 г.). Вопрос о городской красноярской газете поднимался с 1970-х гг., когда город набирал промышленные обороты. Однако в советское время только крупные города могли позволить себе собственную газету (как, например, «Вечерняя Москва», «Вечерняя Казань»).

За все время существования «ВК» сменилось несколько главных редакторов. Портрет издания редакция определила как ведущее общественно-политическое сми края, содержащее еженедельные новости политической, экономической, социальной и культурной жизни; эксклюзивные интервью; независимые экспертные оценки; тематические аналитические обзоры; комментарии авторитетных персон. Что касается уровня экспертных оценок,

то среди газет региона, вплоть до начала XXI века, он был наиболее высоким. К 2004 г. 83,3 % материалов были оценочными [2]. В то же время оценки, присутствующие в материалах «ВК», не всегда подкреплялись профессиональной работой. Часто журналисты лишь обозначали проблемы (до 76,6 % в издании «Вечерний Красноярск»).

Первым редактором «ВК» был О.Е. Клепшин, который ранее работал зам. редактора в «Красноярском рабочем». Коллектив газеты был сформирован из опытных журналистов «Красноярского комсомольца» и «Красноярского рабочего». Газета представляла собой символ подъема демократических настроений, трибуну местных политиков, хозяйственников, писателей, художников, учителей, врачей, ученых. Тиражи газеты продолжали расти, поскольку свободное содержание печати впервые в истории советских сми привлекало сотни тысяч граждан края. Но уже в первый год существования газеты возникли конфликты с местной властью. «ВК» обвиняли в чрезмерной тенденциозности. Действительно, политические обзоры занимали не более 5–6 % площади газеты. К концу 90-х гг. XX в. редакция выпустила цветную развлекательно-познавательную газету «В Красноярске еще не вечер» с публикацией репортажей о выдающихся персонажах Красноярского края.

Ветераны «ВК» – В. Рубе, Р. Александрова, В. Евграфов, художник А. Фахразиев, фотокорреспондент А. Орешников [1]. С целью оказания адресной социальной поддержки населению города была организована льготная подписка на газету «Вечерний Красноярск» в 1997 г., тогда финансовое управление выделило из городского бюджета 40 млн. руб.

Особым событием в жизни печати края в 1991 г. стало постановление бюро горкома КПСС о создании «Красноярской газеты» («КГ») – совместного органа краевого и Красноярского городского комитетов КПСС (формата газеты «Правда», периодичностью три раза в неделю, первоначальным тиражом 50 тыс. экз.). По инициативе члена Союза писателей СССР О.А. Пащенко газета задумывалась не только как общественно-полити-

ческая, но и как литературная (в качестве органа Красноярской краевой писательской организации). В общественную редакцию «КГ» входили писатели, представители творческой и научной интеллигенции.

Безусловным лидером по тиражу среди красноярских городских газет стала газета администрации г. Красноярска «Городские новости», которая имела административное финансирование. «Красноярский рабочий», у которого до 1991 г. тираж был не менее 250 тыс. экз., сократил его к середине 90-х гг. XX в. в четыре раза. Ситуация с тиражами городских газет Красноярска в этот период наглядно показана на рис. 1.

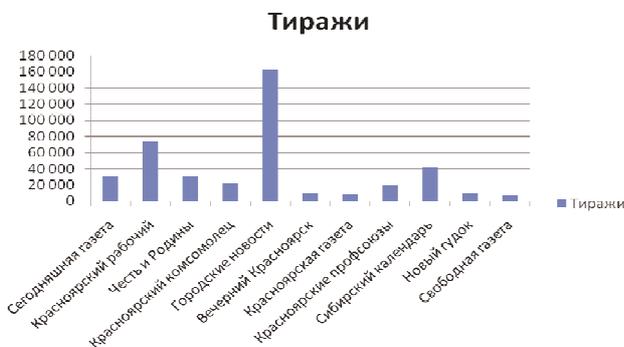


Рис. 1. Тиражи городских газет г. Красноярска к середине 1990-х годов

При общей тенденции падения тиражей в стране и крае тираж подведомственных управлению печати и массовых коммуникации газет с 1998 г. заметно вырос. Для сравнения: в 1997 г. их тираж в сумме составил 196 727 экз., в 1998 г. – 206 569 экз., а в 1999 г. – 217 809 экз. К концу 1999 г. подписчиками городских и районных газет являлась каждая третья семья в крае. Надо сказать, что в конце 90-х гг. XX в. городские власти Красноярска практиковали льготную и бесплатную подписку для граждан на центральные городские газеты. С целью оказания адресной поддержки населению города организовывалась льготная подписка на 1-е полугодие 1999 г. на газету «Красноярские профсоюзы» (таблица 1).

Источник: приложение к распоряжению администрации города от 28 декабря 1998 г. № 681-Р.

Таблица 1

Распределение бесплатной подписки на газету «Красноярские профсоюзы» по районам города на 1-е полугодие 1999 г.

Наименование районов	Количество получателей пенсий и пособий	Количество экземпляров льготной подписки
1. Железнодорожный	21 882	149
2. Свердловский	33 785	230
3. Ленинский	36 694	250
4. Кировский	30 720	210
5. Советский	35 790	244
6. Центральный	30 485	208
7. Октябрьский		
Всего	205 312	1 400*

\* Подписная цена 1 экз. – 35 руб. Стоимость льготной подписки – 49 тыс. руб.

В середине 1990-х гг. начинаются процессы интернетизации печати в России. В 1996 г. интенсивно развивался проект «Россия-Он-Лайн», который запустила компания Sovam Teleport. Целью проекта являлось улучшение ситуации с российскими информационными ресурсами и сетевыми услугами. С 2001 г. в Интернете стали размещаться крупнейшие краевые газеты: «Красноярский рабочий», «Красноярский комсомолец» (закрыт в 2008 г.), «Вечерний Красноярск» (закрыт в 2011 г.), «Городские новости».

Отметим, что 70 % городских газет и 100 % районных (47 газет) Красноярского края были общественно-политическими. Тираж общественно-политических изданий города вдвое превышал общий тираж районных печатных СМИ, что свидетельствовало, во-первых, об урбанизации в регионе, в результате чего городского населения было больше, чем сельского, а во-вторых, о малотиражности районных изданий (минимальный тираж 720 экз.) [3].

Важной особенностью 90-х годов XX в. было то, что появлялось большое количество общественно-политических печатных СМИ разных политических партий и общественных объединений, которые стали соответствовать обще-

ственным настроениям. Дифференциация печатных СМИ шла в зависимости от отношения их к власти. Были «проправительственные», нейтральные и оппозиционные печатные СМИ. Политику освещения событий общественно-политической важности на страницах печатных СМИ в 1989-1999 гг. можно было охарактеризовать как «активное наступление – идеологическая победа – контроль новых хозяев».

В конце 80-х гг. XX в. общественно-политическая газета была на пике популярности среди читателя, и ее рейтинг нельзя было сравнить с рейтингом, например, специализированных журналов. Газета в тот период собрала внимание читателей всех профессий, возрастов и уровней образования, так как впервые открыто обсуждались опасные идеологические моменты, запрещенные ранее. То количество критики, которое выплеснулось в сознание граждан, прямо повлияло на социально-политическую ориентацию читателя, обеспечив крах КПСС, а вместе с этой ключевой политической и организующей структурой – и СССР.

После 1991 года газеты продолжали политику легкого критического наступления на действия политической элиты до тех пор, пока не оказались в полной финансовой зависимости от администраций и собственных обязательств перед сотрудниками редакций. Потеря образа врага в лице КПСС и отсутствие опыта работы в рыночных условиях превратили сверхпопулярные газеты в штатные информационные бюллетени городов и районов Красноярского края.

С 1998 г. значительную часть регионально-медиа рынка стала занимать продукция различных издательских групп, таких как ИА «Плюс», «Андрей Дубенский», «Нота Бена». Читатели и рекламодатели Красноярского края начали активно знакомиться с глянцевыми изданиями и специализированными журналами и каталогами. Например, «Строительство+Ремонт», журнал для семейного чтения «День и ночь», архитектурно-дизайнерский журнал «Дом снаружи и внутри». С марта 1999 г. издание «Строительство+Ремонт» занимает лидирующие позиции среди изданий строи-

тельного рынка. Тираж издания достигал 15 000 экз. с учетом бесплатного распространения через офисные комплексы, которые в конце 1990-х гг. начали широко появляться в Красноярске. Ряд журналов впоследствии перешли к прямой курьерской доставке («Деловой квартал», «Сфера влияния», «Топ-менеджер») [4].

Одной из особенностей печати региона также стала ее роль в выборах 1998 г. (выборы А.И. Лебеда) и 2002 г. (выборы А.Г. Хлопонина), когда Красноярский край стал плацдармом для политических технологий, которые доказали свою эффективность на деле: «Была очень сложная закулисная игра: в Красноярский край его засунули разные силы, сделав население края подопытными кроликами, а сам край – какой-то экспериментальной площадкой». Политическую роль печатных СМИ также подтверждает география регистрации – до 85 % газет в Красноярске, остальные 15 % – Ачинск, Норильск, Канск, Зеленогорск, Шарьпово.

Возвращаясь к экономической обстановке, сложившейся вокруг негосударственной печати, отметим, что наиболее выгодную позицию занимали СМИ из разряда корпоративной печати и рекламные издания. В Красноярском крае также наблюдался всплеск популярности бизнес-изданий. В центральной России рынок бизнес-СМИ сформировался уже в середине 1990-х гг., а в Красноярске он пришелся на конец 1990-х – начало 2000-х гг. Красноярский рынок бизнес-журналов представляли: «Красноярские ярмарки», «Красноярский бизнес-журнал», «Проекты большого края», «Промышленные страницы Сибири», «Промышленный край», «Экономическое обозрение», «Социальное партнерство», «The Chief», «Бизнес Продукты», «Бизнес-каталог», «Бизнес-Рост», «Вестнаб». В феврале 1998 г. для оперативного освещения деятельности предприятий и организаций Красноярского края, издания аналитических материалов об экономике и перспективе развития Красноярского края в целом постановлением губернатора А.И. Лебеда учреждается периодическая газета «Вечерний курьер». Управление печати и информации администрации края выступило ее уч-

редителем и обеспечивало выпуск газеты тиражом до 50 000 экз.

Другое направление печатного рынка представляли издания, ориентированные, по западным веяниям, на аудитории, которые обозначились в провинциальном сознании читателей модными терминами: элита, люкс, топ-менеджмент. Информационные запросы новой аудитории предпринимателей удовлетворяли журналы «Имена & лица», «Красота и здоровье», «Первые лица», «Ювелирный мир Сибири», «Fashion collection», «ОфисLIVE», «Миллион», «Лаборатория стиля», «Дорогое удовольствие в Красноярске» [5].

Таким образом, к концу 1990-х гг. сформировался качественно новый вид печатных СМИ, манифестом которых может послужить формулировка целевой аудитории журнала «Premium» – журнал для тех, кто не стеснен материальной скромностью, кто привык получать от жизни больше чем все. Издательский рынок Красноярского края к концу 90-х гг. XX в. представлял из себя три крупных автономных коммерческих структуры: «типография», «редакция» и «распространение». Исчезла централизованность издательского процесса, что повлекло за собой активизацию коммерческой мобильности в ущерб содержательной части. Основной целью редакции стала реализация коммерческих интересов и

соответствие контента морально-нравственным запросам аудитории читателей. В то же самое время качественной деформации поддается сама социальная структура Красноярского края, а соответственно, и читательской аудитории, появился непроизводственный класс офисных служащих, доходы которого были значительно выше среднего, что обусловило их новую социально-политическую ориентацию и потребительское отношение к повседневности.

#### *Литература*

1. Олещук В.А., Павленко В.Б. Политическая Россия: партии, блоки, лидеры. М., 1997. С. 231.
2. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникаций. М., 1998. С. 268.
3. Тард Г. Общественное мнение и толпа. М., 1998. С. 391.
4. Федоров В., Львов С., Петухов В., Бызов Л. От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян. М., 2007. С. 224.
5. Клаппер Дж. Общественное мнение. Л., 1992. С. 301.
6. Изосимов Ю.Ю. Справочное пособие по отечественной истории современного периода. М., 1998. С. 217.