

УДК 070 (091) (47+57) «1990/1996»

## ЭПОХА ВЕЛИКИХ, НО УПУЩЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИЗ НОВЕЙШЕЙ ИСТОРИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ГАЗЕТ: 1990–1996 ГГ.

© 2009 А.А. Золотухин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 17 августа 2009 года

**Аннотация:** в статье исследуется один из периодов новейшей истории отечественных СМИ, определяемый временными рамками 1991–1996 гг. Анализируются основные процессы, происходящие в это время в системе отечественных газет. Выясняются основные характеристики изменения статуса и учредителей газет, случившиеся в этот период. Классифицируются отношения: «старый учредитель – газета – новый учредитель-собственник».

**Ключевые слова:** новейшая история СМИ, государственно-рыночная система СМИ, газета как субъект рынка, учредитель, владелец, собственник СМИ, медиагруппа, медиахолдинг.

**Abstract:** In this article one of the periods of the newest history of home media is investigated, determined by the time frames of 1991-1996 years. The main processes are analyzed, proceeding at this time in the system of home newspapers. The main characteristics of status changes and the newspapers founders are explained happened in that period of time. The relations are classified: “the old founder – the newspaper – the new founder – the proprietor.”

**Key words:** the newest history of Media, the state-market system of Media, the newspaper as market subject, the founder, the owner, the owner of Media, the mediagroup, the mediaholding.

Первый же рыночный этап новейшей истории отечественной прессы (1990–1996 гг.) оказался буквально раздираем противоречиями. Для российской журналистики это был этап «Великих, но Упущенных Возможностей».

Журналистам, работающим в газетах в 199–1993 годов, повезло оказаться «в нужное время в нужном месте». С фактической сменой общественно-политической формации в стране и появлением Закона РФ «О СМИ» (1991 год) кардинально изменилась и система средств массовой информации. СМИ в течение небольшого отрезка времени необходимо было «перелететь» из социализма в капитализм. «Без потерь» на этом стремительном пути обойтись было невозможно.

Кардинальные изменения, происходящие в этот период в системе СМИ, можно обозначить следующими основными характеристиками:

1. **Разрушение вертикальной коммунистической системы СМИ и начало создания государственно-рыночной системы СМИ.** Коммунистическая вертикаль СМИ десятилетиями связывала газету Центрального комитета КПСС «Правду» с районными и многотиражными изданиями на всей территории СССР. Газеты страны безропотно несли многолетнюю службу «коллективных агитаторов, пропагандистов, организаторов». После событий 1991 года, фактически ликвидировавших Коммунистическую партию Советского Союза и социалистический строй в стране, была разрушена и вертикальная партийно-советская система СМИ. Партийная

---

© Золотухин А.А., 2009

пресса была «отпущена на свободу». Но вместе со свободой редакции получили и тяжёлую ношу ответственности за свои издания, ответственности, прежде всего финансовой. В 1991 году многие печатные СМИ были ещё безубыточными, а то и прибыльными. Но в 1992 году произошла известная либерализация цен. Стоимость электроэнергии, связи, бумаги подскочила в сотни раз. Подписка же при этом была оплачена читателями на год вперёд. В первые месяцы нового, 1992 года, получалось так, что чем больший тираж набрали газеты в ходе подписной кампании, тем большие убытки они понесли бы в предстоящем году. В связи с этим многие газеты вынуждены были провести «переподписку» и «доподписку»: обратиться к читателям с просьбой внести деньги ещё раз. Издания по-разному выходили из кризисной ситуации: одни газеты снизили периодичность, другие — увеличили в несколько раз розничную цену. Можно отметить и то, что в эти тяжелые времена население начало терять интерес к регулярному чтению газет и журналов, вследствие чего тиражи, особенно подписные, стали буквально обрушиваться. Поэтому возник вопрос о необходимости прямых дотаций СМИ государством. В этой ситуации СМИ повели себя по-разному. «Московские новости» и «Коммерсантъ» смогли сразу же отказаться от этого предложения. Министр печати РФ М. Полторанин вскоре предложил распространить сферу господдержки только на издания, «работающие на возрождение России». Таких газет, по его мнению, было две — «Труд» и «Комсомольская правда». Необходимость поддержать именно эти газеты объяснялась авторитетом этих изданий в читательской среде, высоким уровнем профессионализма, качеством информации, объективностью.

Тем не менее, в 1992–1995 гг. дотации выделялись достаточно широкому кругу средств массовой информации. Приоритеты и предпочтения при этом отдавались формирующимся государственным изданиям.

Можно ли сказать о том, что уже в этот период на смену вертикальной системе СМИ, подконтрольной КПСС, пришла горизонтальная рыночная система СМИ? На этот вопрос нельзя дать положительный ответ. Рыночные механизмы действительно начали появляться уже в этот период. Отметим такие основные для рыночных отношений характеристики, как обособление собственности и собственника и формирующаяся конкурентная среда. Но эти известные рыночные основы соседствовали со старыми механизмами планового хозяйства и продолжающейся монополистической роли в этой сфере государства в лице различных институтов. Роль государства

выражалась и в создании уже в этом периоде неравных условий между СМИ государственными — дотируемыми и негосударственными — не получающими дотаций. Таким образом, в России вместо классической рыночной системы СМИ с равенством условий для всех и конкурентной борьбой по правилам, начала создаваться государственно-рыночная система СМИ, в которой дисгармонично соседствовали командно-административные и рыночные механизмы и законы. К тому же эти процессы изменений системы СМИ происходили на фоне явно разрывающегося информационного пространства большой страны. Целостность информационного пространства России в этот период с трудом сохраняли от «прорывов и прорех» два общенациональных телеканала, да горстка чудом выживших общенациональных газет.

**2. Появление новых, демократических Законов о СМИ, создавших правовую основу для последующего изменения системы СМИ в России.** Необходимо акцентировать внимание на то, что обозначенный период начинается не с 1991 года, а с 1990-го. Этим же годом датируют начало самого лучшего периода российской прессы, такие теоретики и практики журналистики, как Е.В. Яковлев, И.И. Засурский и шотландский исследователь Брайан Макнейер [1].

Именно в 1990 году, ещё до фактической смены формации в стране и ликвидации СССР в этом государстве вышел первый закон «о СМИ». Этот закон и стал правовой базой для формирования современной системы отечественных СМИ. Согласно «Закону о СМИ» СССР учредить средство массовой информации могли партийные, общественные, коммерческие организации или отдельные граждане.

Закон, который разработали видные российские юристы, по мнению многих экспертов, был и остаётся одним из лучших в мире. На его основе в 1991 году был подготовлен и принят «Закон о СМИ» РФ. Отметим, что демократический по сути закон о СМИ появился ещё в социалистическом Советском Союзе, в старой общественно-политической формации. В 1990 году новые СМИ, например, «Коммерсантъ», начали функционировать уже согласно новому закону. Естественно, у истории нет сослагательного наклонения, но было бы чрезвычайно любопытно взглянуть, что представляла бы собой обновленная указанным законом система СМИ в нашей стране, останься живы КПСС и СССР? Сопоставляя возможные версии дальнейшего развития Советского Союза с тем, что происходило и происходит в реальности можно предположить, что эта система СМИ была бы в значительной степени похожа на ту, что мы имеем сегодня.

**3. Рождение и начало развития многообразной, многополярной, многопартийной системы СМИ,** ориентированной на осуществление основных демократических функций журналистики, таких как создание общественного мнения и участие в формировании властных институтов. Это время можно назвать периодом проявления сущностной природы прессы в демократическом обществе. Она играла в нём активную, самостоятельную роль, что сказалось, например, во время мощной антивоенной кампании, развернутой российской печатью в ходе первой чеченской войны (1994–1995 гг.).

Именно в этот период СМИ начали ощущать себя «четвёртой властью». Пресса, радио и телевидение активно сотрудничали с политическими силами, во многом оставаясь локомотивом общественно-политических преобразований. СМИ оставались не только действенным инструментом, но иногда и активным игроком формирования властных институтов Российской Федерации.

Обозначенные изменения во многом были подготовлены предыдущим периодом, возродившим в широких кругах советской общественности дух «революционного романтизма». Понятно, что через непродолжительное время, а именно уже к началу 1990-х годов, многие революционно-романтические мечты оказались иллюзорными. Но СМИ, сыгравшие исключительную роль в 1985–1991 годах, всё ещё сохраняли свой высокий авторитет и уровень доверия аудитории. В этот же период начали появляться неизвестные в советское время частные СМИ, которые не только создавались, но и преобразовывались в процессе смены учредителей старых, известных изданий.

**4. Изменение статуса, приватизация СМИ. Возможности получения (приобретения) СМИ в собственность. Появление независимых, учрежденных трудовыми коллективами, редакциями, СМИ. Первые покупки СМИ начинающими капиталистами.** В 1991–1993 годах у журналистов, работающих в общенациональных, региональных и местных газетах России, появились возможности, аналогов которым в мировой истории СМИ не было. У редакций газет, согласно новому Закону о СМИ, появилась возможность выбора своей организационно-правовой формы, в которую облекалась деятельность редакции – юридического лица. Фактически по новому закону у журналистов и трудовых коллективов редакций появилась возможность получить в собственность издания, в которых они трудились вместе со всеми их активами, включая помещения и оборудование. Собственностью журналистов таких газет, как «Правда», «Советская Россия», «Комсомольская правда», «Известия» и целого ряда других изданий могли стать и самые дорогостоящие, нематери-

альные активы газет – их имя, бренд, репутация, доверие и любовь аудитории – то, что создавалось не одним поколением советских редакторов и журналистов на протяжении всего XX века.

Этими сокровищами редакторы и журналисты воспользовались по-разному. В общем, процессы изменения статусов газет и смены учредителей, фактически – собственников, прошедшие в 1991–1993 годах, можно определить двумя основными векторами и несколькими сценариями внутри них.

**Первый вектор изменений:** большинство редакций региональных и местных (районных) газет, учредителями которых в советские времена были партийные комитеты КПСС и Советы народных депутатов, пошли по пути создания муниципальных, государственных предприятий. При таком варианте развития мало что менялось – газеты, как и в прежние годы, получали государственные и муниципальные дотации, вследствие чего многие оставшиеся со времён КПСС руководители не заботились о наполнении доходной части бюджета СМИ. Это был выбор руководства тех или иных газет и трудового коллектива в целом. Хотя сумма дотаций оказывалась гораздо ниже необходимой и планируемой, заработная плата журналистов – минимальной даже по сравнению с другими категориями муниципальных и государственных служащих, журналисты и редакторы не хотели уходить из-под опеки государства, опасались ухудшения своего и без того нелёгкого положения. Нельзя не отметить, что ситуация, сложившаяся в муниципальных и государственных газетах с начала 1990-х годов, до настоящего времени была и остаётся относительно стабильной, менее подверженной разнообразным рискам, чем у изданий, избравших другой путь развития. Согласно «Атласу муниципальной прессы Российской Федерации» [2], в котором представлена региональная и местная (районная) пресса всех субъектов Российской Федерации, в 2006 году в России насчитывается 2 564 муниципальных и государственных газет этих уровней, тогда как газет, имеющих других учредителей – 702.

**Второй вектор:** учредителями и собственниками газет стали иные юридические лица, прежде всего, трудовые коллективы и редакции СМИ.

События в этом векторе развивались **по нескольким сценариям.**

**Первый:** в результате смены собственника трудовой коллектив стал владельцем своего медиапредприятия и надолго сохранил за собой газету. При этом СМИ кардинально не изменили свою миссию, концепцию, стратегию. Такие газеты продолжали двигаться в русле своих традиций, хотя и с учётом новых рыночных реалий. Известными газетами, в которых осуществился подобный сцена-

рий, стали «Аргументы и факты» и «Московский комсомолец». Это выяснилось по прошествии достаточно большого периода — последующего десятилетия, в течение которого газеты не меняли ни концепций, ни форматов, ни учредителей.

Но учредительство СМИ трудовым коллективом тоже **имело разные варианты**. Уже в середине 1990-х годов основными владельцами «Аргументов и фактов» и «Московского комсомольца», контролирующими этот бизнес, стали главные редакторы этих изданий В. Старков и П. Гусев.

Несколько иначе развивалась ситуация в ряде крупных региональных газет. Среди изданий, отказавшихся становиться муниципальными и государственными, оказались «Челябинский рабочий», «Красноярский рабочий», «Коммуна» (Воронеж), «Вольная Кубань» (Краснодар), «Амурская правда» (Благовещенск), «Советский Сахалин» и некоторые другие издания. Создавая новую организационно-правовую основу, редакторы и журналисты основывались на двух законах: «Законе о СМИ» и «Законе о Товариществах с ограниченной ответственностью (ТОО)». В воронежской «Коммуне» стать соучредителями своего издания и внести вклад в уставной капитал нового товарищества согласились 24 журналиста, сотрудника, включая главного редактора В. Жихарева. Доли, внесённые в уставной капитал, были равными, равные права и возможности, в том числе возможности иметь дивиденды, получили и все сотрудники — нынешние совладельцы газеты. Такое равноправное положение сохраняется в «Коммуне», как и ещё в нескольких региональных российских газетах, до настоящего момента

**Второй вариант развития ситуации**, связанной со сменой собственника, выглядел так: в процессе изменения учредителей произошло перераспределение властных полномочий внутри трудового коллектива, было избрано новое руководство, новый главный редактор. Произошедшие кадровые изменения привели к смене курса газеты, стратегий, концепции. По сути, эти процессы во многом были связаны с попытками очень быстро встроить СМИ в складывающуюся в стране рыночную систему. По такому варианту развивались события в начале 1990-х годов в «Комсомольской правде» и «Известиях» — редакциях, имеющих старейшие и авторитетнейшие в стране и известные в мире бренды.

Интересно, что в конце описываемого периода ситуация в двух ведущих российских газетах была похожа тем, что и в «Известиях», и в «Комсомольской правде» влияние и голос руководителей И. Голембиовского и В. Сунгоркина, являющихся одновременно совладельцами газет, оказались определяющими. Дирекция «Комсомольской правды» в лице В. Сунгорки-

на, В. Шкулёва, А. Лапина, А. Панкратова и др., в начале 1990-х сильно потеснившая в «Комсомольской правде» «редакционную часть», к середине 1990-х гг. уже полностью контролировала и творческую, и экономическую ситуации в газете. В «Известиях», по мнению ведущих журналистов газеты, «постепенно начал развиваться принцип «демократического тоталитаризма», проявляющийся в снижении уровня влияния и полномочий редакционной коллегии и принятии решений по целому ряду ключевых вопросов единолично главным редактором»<sup>1</sup>.

Итогом описываемого периода была покупка этих двух газет крупным капиталом, фактически означавшая окончание одного, «золотого периода» отечественной журналистики, и начало второго — проходящего под флагом диктатуры крупного бизнеса.

**Третий сценарий:** в ходе смены статуса газет трудовые коллективы почти сразу же решили продать своё издание инвесторам — частным лицам, пришедшим со стороны. Так ситуация развивалась в газетах «Правда» и «Советская Россия». Интересен сам факт того, что подобная схема смены учредителя и, фактически, владельца издания произошла именно в этих двух изданиях, до 1991 года являющихся органами Центрального комитета КПСС и РСФСР. Поиск причин приводит нас к ситуации августа 1991 года. Сразу же после событий, получивших название «августовский путч» и связанных с попыткой созданного Государственного комитета по чрезвычайному положению (ГКЧП) смещения со своего поста Президента СССР М.С. Горбачева и изменения политического курса страны, Президент России Борис Ельцин, выигравший в этой революционной ситуации, подписал два указа, связанных со СМИ. Первый, Указ № 69 «О средствах массовой информации в РСФСР» отменил все решения ГКЧП по СМИ как незаконные. Согласно второму, Указу № 76 «О деятельности ТАСС, ИА «Новости» и ряда газет по дезинформации населения и мировой общественности о событиях в стране», приостанавливался выпуск газет «Правда», «Советская Россия», «Гласность», «Рабочая трибуна», «Московская правда», «Ленинское знамя». Приостанавливался выпуск тех газет, которые в период августовского путча поддержали решения ГКЧП. Имущество этих газет предписывалось передать в ведение государственных органов России. По мнению журналистов газеты «Правда», отправивших в это время телеграммы протеста М.С. Горбачеву, Б.Н. Ельцину, в Вер-

<sup>1</sup> Подробнее в кн.: Друзенко А. С журналистикой покончено, забудьте!: О друзьях товарищах, драме «Известий» и распаде профессии / А. Друзенко, Г. Карапетян, А. Плутник. — М.: Зебра Е, 2007. — 527 с.

ховный Совет СССР, Верховный Совет России и даже Президенту США Джорджу Бушу, действия демократического руководства России мало чем отличались от незаконных мер ГКЧП, несколькими днями ранее приостановивших выпуск газет («Комсомольская правда», «Московские новости» и ряд других), поддерживающих действия руководства РСФСР в борьбе против путчистов. 22 августа 1991 года газета «Правда» в последний раз вышла как «орган ЦК КПСС». Коллектив, оставшись без старого учредителя, принял решение попытаться продолжить выпуск издания «Правды» под вывеской «общеполитической газеты». Но это продолжалось недолго.

Сразу же после событий 1991 года к некоторым старым изданиям, имеющим репутацию и читателей, начали присматриваться появляющиеся и стремительно богатееющие в этот период капиталисты. Именно в это время актуализировался анекдот, появившийся ещё в советское время. Покупатель спрашивает у продавца в газетном киоске сначала «Правду», затем «Советскую Россию», на что продавец отвечает: «Правды» нет, «Россия» продана, возьмите «Труд»... Первые продажи ведущих советских газет как раз и были связаны с «Правдой» и «Советской Россией», после событий августа 1991 года оставшихся без учредителя – КПСС. В апреле 1992 года был подписан договор о продаже газеты «Правда» греческим предпринимателям Янникосам, владельцам компании «Стилайт Холдингс Лимитед». Договор стал началом длительного скандала, связанного с борьбой за бренд, торговую марку «Правды». Как сообщалось в прессе того периода: «Коллектив старой «Правды» поссорился со своим хозяином, греческим предпринимателем Яннисом Янникосом, еще в 1994 году. После недолгой склоки недовольные сотрудники, включая главного редактора Виктора Линника, уволились и начали издавать свою «Правду». А Янникос после недолгого перерыва нанял журналистов, которые стали делать «Правду-5». Между газетами начались судебные тяжбы за орден, логотип, архивы и тому подобное. Победил старый коллектив, но греческий предприниматель не собирался сдаваться. Он продолжал издавать «Правду-5». А 14 мая 1997 года зарегистрировал ЗАО «Правда», которое сменило в числе учредителей газеты его же фирму Steelite Holdings Ltd. Линник, который возглавлял акционерное общество «Редакция газеты «Правда»», посчитал, что у него украли название, и в очередной раз обратился в суд. Там он смог доказать, что «Правда» и «Редакция газеты «Правда» — практически одно и то же, и дело выиграл. Этому способствовала и позиция ответчика, который даже не прислал на заседания своего представителя» [3].

Несколько по-иному складывалась ситуация в «Советской России». Формально учредителем газеты стал трудовой коллектив в лице профсоюзной организации. Однако финансовых средств на выпуск издания у новых учредителей не было. Вскоре нашлся инвестор, ставший соучредителем газеты и обязавшийся покрыть полуторамиллионный долг «Советской России» перед издательством и выделить финансовые средства на выпуск текущих номеров. Им стала частная фирма «Завидия», принадлежащая предпринимателям – супругам Андрею и Галине Завидия. Владельцы фирмы рассчитывали, что преданные читатели – сторонники коммунистических убеждений обеспечат им рынок сбыта емкостью около 2 млн экземпляров ежедневно. По информации СМИ, активно обсуждающей ситуацию вокруг популярной газеты, предприниматели опровергали предположения о том, что газета будет «подпитываться» из денег приостановленной КПСС. Тем не менее, пресса отмечала, что бизнесмен Андрей Завидия в этот период был близок высшим функционерам упраздненной новой властью КПСС, а также известен тем, что на первых выборах президента России работал в команде кандидата в президенты Владимира Жириновского, являясь кандидатом в вице-президенты. Первый номер «Советской России», учрежденной «Завидия» и профорганизацией газеты, вышел в свет уже 3 сентября 1991 года.

«Правда» и «Советская Россия» были первыми газетами, которые ощутили на себе трудности, связанные с приходом частного капитала в сектор СМИ. Нелёгкая финансовая ситуация в этих изданиях на протяжении первой половины 1990-х годов отягощалась чередой скандалов, связанных с правом обладать собственностью, а главное – именем газеты, ставшим в условиях рынка дорогой торговой маркой. Одним из покупателей бренда «Правда» у греческих бизнесменов в середине девяностых был сколачивающий свою медиаимперию предприниматель и политический деятель Б.А. Березовский. Оказалось, покупать уже было нечего. В итоге, после многочисленных скандалов, общенациональный бренд «Правда», который был создан в начале XX-го века В.И. Лениным и просуществовавший почти столетие, фактически утратил свою значимость. То же произошло и с «Советской Россией».

В конце обозначенного периода, а именно в 1996 году, «пал один из главных бастионов» прессы, владельцами которой оставались журналистские коллективы. Речь идет о «Комсомольской правде». «Революционный» период в издании завершился тем, что в 1996 году новое руководство газеты привлекло для её поддержки и развития крупного инвестора – им стала финансо-

вая группа ОНЕКСИМ В. Потанина. Инвестор приобрел крупный пакет акций газеты и стал её основным акционером. Похожая сделка случилась чуть позже в «Известиях».

**6. Появление новых частных, «коммерческих» СМИ, в основе которых лежали как идеологические, так и бизнес-концепции. Начало формирования первых издательских домов и медиахолдингов.**

Первая ласточка частной прессы в России в новейшей истории – газета «Коммерсантъ» – появилась в самом конце 1989 года, ещё до выхода в СССР «Закона о СМИ». После принятия в 1991 году «Закона о СМИ» РФ на рынок хлынул поток новых газет. Новые издания стали появляться как в федеральном центре, так и в регионах и представляли собой как универсальные, так и специализированные газеты. Газеты основывались новыми институтами власти – администрациями, законодательными органами, но появилось и множество частных изданий. Характерно, что большинство универсальных газет ориентировались на либеральные и демократические ценности. Именно в этот период появились «Независимая газета» (1990 г.), «Общая газета» (1991 г.), «Сегодня» (1992 г.), «Век» (1992 г.), «Новая ежедневная газета», позднее ставшая «Новой газетой» (1993 г.). Чуть позже начали формироваться первые медиагруппы, вскоре превратившиеся в медиахолдинги и медиаимперии. Первыми, кто понял, что СМИ через политическое влияние могут принести огромные финансовые дивиденды, были бизнесмены В. Гусинский и Б. Березовский, начавшие строительство своих медиагрупп уже в этот период. Создание холдинга, впоследствии названного «Медиа-МОСТ», началось в 1992–1993 годах с финансирования В. Гусинским газеты «Сегодня», создаваемой журналистами, ушедшими из «Независимой газеты», а также первой негосударственной телекомпании НТВ. Медиагруппа Б. Березовского начала создаваться в 1994–1995 годах в момент акционирования те-

лекомпании ОРТ. Но окончательно оформились эти группы уже в следующий период.

Подводя итоги периода, процитируем известного исследователя экономики отечественной прессы В.Л. Иваницкого: «На самом деле, демократическая Россия упустила исторический шанс сформировать по-настоящему свободный институт «четвертой власти» через подготовку журналистских коллективов к рынку. Уже неоднократно было сказано, что уравнивание журналистских коллективов с любыми другими субъектами рынка через комплекс законов, вышедших в 1991–1993 годах, привело к тому, что медиаиндустрия была взята крупным бизнесом в свои руки без лишнего финансового и нравственного напряжения. Огромный журналистский цех был лишен богатейших хозяйственных ресурсов, в том числе и потому, что не представлял, как распорядиться ими в новых условиях» [4].

Не можем не согласиться с исследователем: ответственность за то, что благодатный для отечественной прессы период, уникальный в своём роде не только для российской, но и для мировой истории СМИ, оказался «Эпохой Великих, но Упущенных возможностей», лежит не только на государстве, но и на самих журналистах. Следующие периоды новейшей истории российских газет оказались уже временем Упадка.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики / И.И. Засурский. – М. : Изд-во МГУ, 1999. – 272 с. – С. 81-90.
2. Атлас муниципальной прессы Российской Федерации. – М. : Хроникёр, 2006. – 328 с.
3. Власть – 1991. – № 36.
4. Иваницкий В.Л. Практические методы достижения экономической стабильности независимых СМИ / В.Л. Иваницкий. – М., 2000. – 48 с. – С. 6.

*Золотухин А.А.  
Воронежский государственный университет.  
к.ф.н., старший преподаватель кафедры теории и  
практики журналистики.  
e-mail: zolotukin@yandex.ru*

*Zolotukin A.A.  
Voronezh State University.  
PhD, The theory and practice of journalism chair,  
Head Tutor.*