

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ДОКУМЕНТ:

ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

**Сборник материалов V Всероссийской
научно-практической конференции
с международным участием
(г. Томск, 27–28 октября 2011 г.)**



**Издательство Томского университета
2012**

момент фонд находится в стадии накопления, и трудно сказать, когда будет возможность представить полную опись творческого архива Г.М. Маркова.

Надписи на книгах и архивные документы – ценные свидетельства общественной и культурной жизни писателей, это делает их значимыми для понимания сибирской культуры XX в. В них можно проследить общие тенденции, тематику, а также значимость Г. Маркова для литературной жизни Сибири советского времени. Введение в научный оборот новых неопубликованных документов и записей позволит дополнить общую картину функционирования в XX в. в сибирских городах писательских организаций и литературных объединений, которые вошли в структуру всесоюзных, а затем общероссийских союзов писателей.

В настоящее время нет однозначного мнения о творчестве и личности Г.М. Маркова. В современных условиях стало возможным провести беспристрастную оценку и объективное исследование его художественных произведений и общественной деятельности. Архивные документы могут не только играть в этом деле большую роль, но также дополнить историческую картину развития литературных сил Сибири в советское время.

Литература

1. *Георгий Мокеевич Марков*: Биобиблиогр. указ / Сост. Л.С. Траксель; ГОУНБ им. А.С. Пушкина. Томск, 2006.
2. *Марков Г.М.* Собр. соч.: В 5 т. М., 1974. Т. 5.
3. *Поварцов С.* Партийные тайны Георгия Маркова (по материалам ЦДНИ Омской обл.) // Вопросы литературы. 2003. Май–июнь. С. 371–378.

Е.А. Осташова

ВОЗМОЖНОСТИ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ КАК ИСТОРИЧЕСКОГО ИСТОЧНИКА

Средства массовой информации являются значимым фактором политической жизни страны, поскольку могут обращаться к широкой общественности, способствуя выработке определенных идеологических установок и электоральных предпочтений, представляя ту или иную информацию в разных объемах и под разными углами зрения. В силу этого обстоятельства для многих иссле-

дователей периодические издания, а позднее – радио и телевидение, становились важными источниками. Однако чаще всего публикации и репортажи СМИ привлекаются для иллюстрирования тех или иных выводов исследователя, в результате чего довольно крупный массив материалов остается за рамками исследовательского интереса [1].

В этой связи, с источниковедческой точки зрения, особую значимость приобретает изучение такого массового источника, как периодическая печать, методом контент-анализа, т.е. «количественного анализа текстов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей» [2]. Цели контент-анализа зависят от специфики конкретного исследования и могут состоять в изучении характера освещения какой-либо проблемы в СМИ, выявлении политических ориентаций прессы, фиксации некоторых пропагандистских приемов и т.д. [3].

Кратко характеризуя процедуру контент-анализа, отметим, что она включает несколько последовательных этапов. На первом этапе происходит формулировка основной проблемы исследования, его цели и задач. На втором, операционном, этапе определяются категории анализа, выбираются его единицы и устанавливаются общие правила кодирования. На этапе счета исследователь проводит обработку материала и фиксирует полученные данные. Наконец, завершающим этапом является интерпретация полученных результатов, которая подчинена целям и задачам исследования [3].

В рамках данной статьи в качестве проблемы определено отражение в томской прессе кампании по выборам губернатора Томской области 1999 г. Объектом исследования данная избирательная кампания была избрана в силу ее интенсивности, что повлекло за собой появление большого количества материалов по данной тематике на страницах периодической печати, их разнообразный характер.

Целью исследования стала оценка степени активности, проявленной СМИ в ходе этой кампании; задачами – выявление наличия политической ангажированности ведущих томских газет; характеристика представления кампании по выборам губернатора в СМИ.

При проведении анализа было изучено 117 материалов, тематикой которых были выборы губернатора за период с 1 июля до 19 сентября 1999 г. (время максимальной интенсивности кампании).

Анализировались материалы ежедневных газет «Томский вестник» и «Красное знамя», выходящих на территории Томской области, имеющих сопоставимый объем и тираж.

Поскольку кампания по выборам губернатора являлась персонафицированной (материалы прессы в своем большинстве были посвящены конкретным кандидатам), логично в качестве категории анализа выбрать категорию «Персоналии», т.е. участники избирательной гонки. В качестве подкатегорий были выделены «источники» материалов газет – предвыборные штабы и группы поддержки кандидатов; их «прямая речь» в виде обращений к избирателям или программных тезисов; редакционные материалы (выявлялся их информационный или аналитический характер); упоминания о кандидате в рамках материалов, посвященных другому участнику избирательной кампании.

Единицей анализа стало слово (имя или фамилия кандидата), а единицей счета – частота его встречаемости в текстах (частота упоминания о кандидате), количественный подсчет которой является простейшим вариантом контент-анализа [2], но тем не менее позволяет судить о степени значимости определенной проблемы для СМИ. Также была отмечена положительная или отрицательная окраска упоминания.

Выборы губернатора Томской области были назначены на 19 сентября 1999 г. В борьбе за этот пост участвовали шесть кандидатов: А.А. Волков (директор санатория «Чажемто»), А.Н. Деев (депутат Государственной думы Томской области), В.М. Кресс¹ (глава Администрации Томской области), Г.Я. Мамонтов (исполнительный директор ООО «Ремсер»), А.Г. Недоспасов (председатель томской региональной общественной организации «Томск исторический») и А.Ф. Чемерис (председатель Томского регионального отделения союза «Чернобыль»).

Данные анализа позволяют сделать вывод, что во время кампании газеты работали практически исключительно на выборы: по мере приближения дня голосования планомерно увеличивается количество материалов с предвыборной тематикой, появляется специальная рубрика «Выборы-99» в «Томском вестнике»; одна из страниц газеты (как правило, третья) практически полностью посвящена избирательной кампа-

¹ Во внимание не принимались материалы, связанные с исполнением В.М.Крессом обязанностей главы Администрации области, в которых не оговаривалось особо, что они печатаются в рамках избирательной кампании или оплачены из фондов одного из кандидатов.

нии, что позволяет говорить о высокой степени актуальности данной проблемы для томских СМИ.

Для наглядности представим данные об упоминаемости кандидатов в виде таблицы:

Таблица 1. Количество упоминаний о кандидатах на пост губернатора Томской области в газете «Томский вестник»

Характер материала	Кандидат					
	Волков	Деев	Кресс	Мамонтов	Недоспасов	Чемерис
Подготовлен/оплачен штабом или группой поддержки кандидата ²	–	81	118	5	–	5
Выступления кандидата, обращения к избирателям	–	22	5	–	–	–
Листовки	–	19	35	–	–	–
Редакционные аналитические материалы	–	31	53	–	2(2)	1
Редакционные информационные материалы	5(1) ³	45 (7)	46	2	5(3)	6
Программа кандидата		8	–	–	–	2
Упоминания в материалах о других кандидатах	1	8 (8)	49 (14)	–	–	–
Всего	6	214	306	7	7	14

Количественный подсчет упоминаний о кандидатах свидетельствует о том, что в СМИ кампания по выборам губернатора была представлена фактически как дуэль между действовавшим губернатором В.М. Крессом и бывшим директором Фонда обязательного медицинского страхования А.Н. Деевым, которые в совокупности упоминались 642 раза, в то время как все остальные кандидаты вместе взятые всего лишь 58 раз.

Интересно проследить контекст, в котором происходило упоминание фамилий кандидатов. Логично, что негативную эмоциональную окраску они имели в статьях в поддержку их соперников. Однако и в некоторых редакционных материалах «Томский вестник» в отрицательном ключе говорил о А. Волкове, А. Недоспасове и особенно об

² Статьи, обращения к избирателям, интервью.

³ В скобках обозначено количество упоминаний фамилии кандидата в негативном контексте.

А. Деев, из чего можно заключить, что данное издание демонстрировало большую лояльность по отношению к администрации и губернатору, что объяснимо, поскольку учредителем газеты выступала мэрия г. Томска. Газета же «Красное знамя» стояла на относительно нейтральных позициях. К этим выводам приводит и количественный подсчет упоминаний фамилий кандидатов – В. Кресс в обоих изданиях имеет практически двукратное преимущество над своим ближайшим соперником. Однако здесь следует оговориться, что А. Деев чаще обращался напрямую к избирателям с программными заявлениями, давал интервью журналистам, а в материалах такого рода фамилия «протагониста» упоминается реже, чем, например, в рекламном проспекте, но объем и информационная значимость материалов первой группы может быть больше.

Таблица 2. Количество упоминаний о кандидатах на пост губернатора Томской области в газете «Красное знамя»

Характер материала	Кандидат					
	Волков	Деев	Кресс	Мамонтов	Недоспасов	Чемерис
1	2	3	4	5	6	7
Подготовлен/оплачен штабом или группой поддержки кандидата ⁴	–	11	67	4	–	–
Выступления кандидата, обращения к избирателям	–	2	2	–	2	3
Листовки	–	5	6	–	–	–
Редакционные аналитические материалы	–	6	2	–	–	–
Редакционные информационные материалы	2	–	1	–	2	3
Программа кандидата	–	8	4	3	–	2
Упоминания в материалах о других кандидатах	–	6 (6)	2 (2)	–	–	5
Всего	2	38	84	7	4	11

Приведенные в таблицах цифры свидетельствуют о явном преобладании текстов рекламного характера над всеми остальными (при чем по мере приближения даты голосования их вал планомерно возрастает). Следовательно, нельзя говорить об активной аналитической роли изу-

⁴ Статьи, обращения к избирателям, интервью.

ченных СМИ (можно отметить их некоторую пассивность в целом), что объяснимо, поскольку газеты имеют массовый, а не специализированный, исследовательский характер.

Анализ содержания материалов газет «Томский вестник» и «Красное знамя» позволяет выделить ключевые моменты, на которых строилась кампания кандидатов: у А. Деева – это его незаконное увольнение с работы и критика администрации области в связи с отсутствием положительных результатов ее деятельности, выраженных в экономическом росте и улучшении жизни населения; у В. Кресса – его профессионализм и опыт руководящей работы; авторитет руководителя на федеральном и региональном уровне; стабильность общественно-политической и экономической ситуации в регионе; работа В. Кресса в рамках Сибирского соглашения.

Подводя итог, следует отметить, что, несмотря на богатые возможности, которые предоставляет метод анализа содержания, при изучении массовых источников исследователь не может ограничиться лишь им. Для получения более глубоких выводов необходимо привлечение и других методов исследования, а также комплексное их использование.

Литература

1. *Архангельская И. Д.* К вопросу изучения периодической печати методами контент-анализа // Методы количественного анализа текстов нарративных источников. М., 1983. С. 110.
2. *Паршин П.* Контент-анализ // Он-лайн энциклопедия «Кругосвет» [сайт]. URL : http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/KONTENT-ANALIZ.html?page=0,0 (дата обращения: 26.09.2011).
3. *Мишанкина Н. А.* Контент-анализ в гуманитарных исследованиях. Томск: ИДО ТГУ, 2009. URL : http://ido.tsu.ru/tsu_res/res54/ Электронное издание HTML. (дата обращения: 15.03.2011).

Т.И. Ширко

ЗА КУЛИСАМИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ: ЛИЧНЫЕ ФОНДЫ АРХИВОВ ОБ ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ НАЧАЛА 90-х гг. XX в.*

Бурная общественно-политическая жизнь начала 90-х гг. XX в. в Томской области находится на периферии научно-ис-

* Работа выполнена при поддержке РГНФ (проект № 11-11-7003аТ)