СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc479231438)

[1 Появление первых информационных агентств в России……………...6](#_Toc479231439)

[2 История появления ТАСС……………………………………………...14](#_Toc479231440)

[3 Особенности тематической модели ТАСС как информационного агентства Советского Союза 22](#_Toc479231441)

[Заключение 30](#_Toc479231442)

[Список использованной литературы 32](#_Toc479231443)

[Приложение 1 35](#_Toc479231444)

[Приложение 2](#_Toc479231445) 41

[Приложение 3 45](#_Toc479231446)

#  ВВЕДЕНИЕ

«ТАСС уполномочен заявить» - так начинались официальные заявления Советского Союза по различным международным вопросам. ТАСС (Телеграфное агентство Советского Союза) становится голосом правительства внутри страны. Современные исследователи уделяют огромное внимание ангажированности подаваемой через агентство информации, находя в этом признак всех средств массовой информации (СМИ) СССР. При этом забывается, что предвзятость, направленность на поддержание определенной идеологии является свойством СМИ любого периода истории. И если вопрос касается информационных агентств – учреждений, обслуживание СМИ которыми состоит в снабжении их оперативной информацией в политической, экономической, социальной, культурной сферах, то и здесь в любой исторический период присутствует возможность для пропаганды государственной идеологии, манипуляции взглядами и интересами граждан, формирования их позиций и необходимых паттернов поведения. Пропаганда и манипуляция массовым сознанием через информационные агентства производится путем выборочной подачи информации, умалчивании одних событий и детализированного рассмотрения других, мистификации, создания прецедента без должного на то основания. Именно отношение к определенной идеологии определяет приоритетность информации.

 **Актуальность**. ТАСС имело такой же уровень ангажированности, как и любое информационное агентство современности. Отличительной особенностью является тот факт, что ТАСС было признано информационным органом, представляющим государство, а современные агентства зачастую позиционируют себя как относительно независимые. Во всем остальном разница не наблюдается: 1) центральное государственное информационное агентство всегда акцентирует внимание на своей сугубо информационной функции, 2) информация, представляемая центральным государственным информационным агентством, направлена на создание определенного образа государства в сознании масс, 3) информация, предоставляемая любым информационным агентством, всегда отражает определенную идеологическую позицию. В данном контексте исследование истории появления первых информационных агентств в России и развития ТАСС представляется **актуальной**, так как позволяет оценить процессы, протекающие в средствах массовой информации СССР с позиции их стандартности для правительственных и независимых СМИ любых государств.

**Объект исследования –** информационные агентства как средства массовой информации.

**Предмет исследования –** Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС) как центральное государственное информационное агентство.

**Цель исследования –** показать историю формирования и развития центрального государственного информационного агентства СССР с позиции стандартности практики манипуляции сознания в СМИ, присущей любым политическим режимам и историческим периодам.

В соответствии с целью исследования были поставлены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть характер появления и развития первых информационных агентств в России.
2. Исследовать формирование ТАСС и его деятельность как центрального государственного информационного агентства.
3. Изучить особенности тематической модели ТАСС как информационного агентства в СССР.

**Методы исследования:**

Историко-хронологический, типологический, сравнительный, контекстуальный.

**Структура работы** обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, список использованных источников.

#  1 Появление первых информационных агентств в России

Первое информационное агентство было основано в 1835 г. во Франции писателем и журналистом Шарлем-Луи Гавасом. Изначально планировалась, что агентство будет представлять бюро переводов (1832 г.). Переводчики и корреспонденты, находясь в основных торговых экономических центрах Европы, в частности, в Лондоне, либо переписывали местные газеты и переводили их на французский язык, либо писали свои собственные депеши. Но перевод осуществлялся не только для частных лиц, но и для организаций. И одними из немногих, для кого услуга перевода могла стать постоянной, были владельцы печатных периодических изданий. Поэтому в агентстве Гаваса переводились статьи из иностранных газет и продавались Французским изданиям.

Потом агентство начало доставку сообщений из других городов с помощью почтовых голубей. Вместе с доставкой частных писем происходила пересылка новостных сообщений журналистов в их редакции. И последняя пользовалась все большей популярностью. С изобретением телеграфа в 1834 г. Получило статус полноценного телеграфного агентства и начало действовать под названием информационное агентство «Гавас». Услугами данного агентства пользовались все влиятельные парижские газеты.

Позже Гавасом была организована целая сеть корреспондентов, поставлявших информацию из всех уголков Европы. В его агентстве получили первые навыки работы, будущие основатели собственных информационных агентств – Бернхард Вольф и Питер Юлиус Ройтер.

В 1944 на базе «Гаваса» было создано информационное агентство «Франс-Пресс»[[1]](#footnote-1). А в 1948 г. Б. Вольф открыл собственное агентство «Telegrafisches Korrespondenzbuero (В. Wolff)», договорившись о продаже биржевых новостей из различных городов Парижа издателям газет и частным лицам.

В начале 1849 г. П.Ю. Ройтер, пользуясь отсутствием в Париже налога на печать, основал газетный листок, представлявший собрание всякого рода новостей – от светской хроники до биржевых сводок. Так как финансово фирма не смогла устоять, Ротер переехал в немецкий город Аахен (является своеобразным географическим центром между Бельгией, Нидерландами и Германией) и открыл свою первую информационную контору, используя новости, получаемые по телеграфным линиям. В 1851 г. П.Ю. Ройтер переехал в Англию, и под именем Джулиус Рейтер основал компанию под названием «Подводный телеграф».

Соединению Европы и Америки поспособствовала прокладка телеграфного кабеля под Атлантическим океаном. Благодаря этому были объединены американская и европейская телеграфные сети. И именно американская компания Associated Press (была основана в 1848 г.) стала первой, которая направила данную деятельность в коммерческое русло. Кроме того, уже в 1875 г. Associated Press стала первой в мире компанией, которая арендовала отдельную телеграфную линию.

«Великие реформы» 60-х гг. 19 в. привели к бурному развитию экономики: набирали обороты промышленность, торговля, сельскохозяйственное производство. Переход к новой общественно-экономической формации открыл обществу потребность в оперативной и достоверной информации о состоянии мировых рынков и политической ситуации в стране и за рубежом. В то время любая информация политического содержания, приходившая от корреспондентов из-за границы в телеграммах, могла выйти в свет только после прохождения цензуры в Министерстве иностранных дел. Каждый печатный орган имел своих корреспондентов за рубежом, при газетах действовали телеграфные бюро. Характер поступающей информации напрямую зависел от журналистского таланта: как позиция, с которой информация освещалась, так и способ подачи, направленный на обхождение цензуры. Источников информации было много, они поступали хаотично, представляя серьезную загруженность для Министерства иностранных дел.

Реформа печати была проведена в 1865 году, тогда были приняты «Временные правила о печати», которые отменяли предварительную цензуру для многих столичных изданий. Сотрудники Министерства просвещения должны были передавать сводки о наблюдениях за периодической печатью в Министерство внутренних дел.

Но еще раньше – к концу 1862 г. – был введен смешанный тип цензуры, по которому от контроля освобождались издания объемом более двадцати печатных листов, а также правительственные и научные издания на всей территории империи. Это привело к росту частных издательств, а также формированию информационных агентств широкого диапазона, ориентированных на передачу не только коммерческих и бытовых, но и политических известий. Так, в 1862 г. банкир К.В. Трубников создал телеграфное бюро при своей газете «Биржевые ведомости».

Хотя большую долю прибыли газеты получали от рекламы, СМИ развивались, и требовалось все более оперативное и обильное поступление злободневных известий о жизни страны и всего мира.

Для решения проблемы с множеством точек зрения и оптимизацией деятельности органов цензуры в 1866 г. была создана информационная служба – Русское телеграфное агентство (РТА). Учредителем был выше упомянутый К.В. Трубников. На основе полученных из-за рубежа и прошедших цензуру телеграмм (РТА копировали информацию агентства Вольфа) составлялись бюллетени, которые 2–3 раза в день рассылались по телеграфу подписчикам, среди которых были многие периодические издания. Агентство имело свои бюро в разных городах, владея своеобразной монополией на продажу бюллетеней с иностранной политической информацией и коммерческими новостями на территории страны организациям, редакциям газет и частным лицам.

Если сначала РТА работало на импорт информации, то вскоре стало работать и на экспорт, собирая внутреннюю информацию и через немецкое агентство Вольфа распространяя ее за границей. Так обеспечивался дополнительный контроль характера позиционирования Империи за рубежом. Деятельность РТА упрощала добычу информации для СМИ, в особенности – провинциальных. Благодаря появлению информационных агентств и РТА в частности начинают происходить изменения в информационном пространстве страны, а тиражи газет – увеличиваются.

В этот период в России не наблюдалась (как в наше время) потребность в ежедневных новостях от информационных агентств. Многие издания по старинке ограничивались своей собственной корреспондентской сетью: некоторые из соображений дешевизны, некоторые из консервативных побуждений. Но с каждым годом тенденция к тесному сотрудничеству периодических изданий и телеграфных агентств прослеживалась все отчетливей.

Организация печатного органа правительства играла важную роль в освещении правительственных законов, приказов, распоряжений и решений. С 1869-го по 1917 год действовало постоянное издание «Правительственный вестник» - главная официальная газета государства. Кроме того, свои печатные издания имелись у Сената («Сенатские ведомости», год создания – 1809), Синода («Церковные ведомости», с 1888 года) и большинства министерств, призванные освещать работу учреждений: «Торгово-промышленная газета» (Министерство финансов), «Русский инвалид» (Министерство военных дел), «Журнал Министерства народного просвещения» и т.д.

В 70–80-е гг. 19 в. начали работу еще два информационных агентства - Международное (в 1872 г.) и Северное (в 1882 г.) телеграфные агентства. «Международное телеграфное агентство» было частной организацией, принадлежащей Якову Фейгину и Валентину Сазикову. Разрешение на организацию частных информационных агентств император подписал в 1871 г. Впоследствии, «Северное телеграфное агентство» сменило «Международное».

В дальнейшем количество телеграфных агентств растет. Все российские агентства были частными предприятиями и принадлежали крупным издателям – Краевскому, Суворину, Нотовичу, Трубникову. Вся информация (в том числе и новости) бралась агентствами, как правило, из газет своих хозяев, которые брали ее из информационных агентств более высокого уровня. Провинциальные газеты, которые не могли себе позволить покупать информацию из «первых рук», перепечатывали сообщения столичной прессы. Случалось, что «Телеграфные бюллетени» становились самостоятельными газетами. Так было в случае с газетой «Телеграф».

Особое значение для развития информационных агентств имело формирование в конце 19-начале 20 вв. различных типов периодики.

Консервативные печатные органы предоставляли общегосударственную и местную информацию касательно работы правительства и его структур, экономических, общественных, военных, научно-технических преобразований. Главная особенность таких изданий – четкое соответствие подаваемой информации правящей идеологии в рамках поддержки государственной политики. Такие газеты не содержали сложного анализа, по большей части их наполнение сводилось к обозрению «последних событий». Это были своеобразные информационные бюллетени, предназначенные для широкого ознакомления.

Монархическая периодика с претензией на глубокий анализ происходящих событий носила налет идеологической предвзятости. Нельзя сказать, что информация имела целью явное психологическое манипулирование, так как предназначалась для тех слоев населения, которым защищаемый издательством порядок вещей был выгоден. Но темы, которых касались обозрения, носили ярко очерченный политический характер. Наблюдалась активная попытка защитить монархию, обосновывалась ее необходимость, оспаривалась и нивелировалась любая критика существующего режима правления. Факты преподносились таким образом, что любые попытки внести изменения в существующий порядок вещей воспринимались читателями как покушение на «святая святых». Пропаганда достигала цели, так как экономические и политические доводы имели непосредственное отношение к кругу, в котором распространялись издания[[2]](#footnote-2).

Либеральные издания имели разный уровень (это и коммерческий проект С. М. Проппера, и объединение серьезных мыслителей в газете «Курьер»). Содержание статей вполне соответствовало целевой аудитории: построение умозаключений касательно вариантов развития, возможностей, обоснование новых взглядов щедро впитывались представителями российской интеллигенции. Статьи не носили провокационного характера, не проводилось насаждение своего видения. Последовательная цепочка доказательств, даже при ошибочности суждений или выводов, внешне соответствовала научному типу мышления. Примат формы изложения над значением отдельных факторов в контексте исторических событий способствовал распространению данного типа изданий среди «продвинутого» электората. Склонность интеллигенции к пространным размышлениям в ущерб радикальным действиям, направленным на изменение существующего порядка вещей, привело к разнообразию в характере периодических изданий и росту их количества.

Революционно-радикальное направление использовало в своих изданиях учения теоретиков капитализма. Трезвость экономических выкладок и устремленность на практическую реализацию собирала вокруг печати рабочую часть населения, также привлекая часть интеллигенции. Реализм рассуждений на общие темы, критика в адрес государства способствовала росту популярности направления среди классов, представители которых считали себя ущемленными существующим положением вещей.

Не следует забывать, что не всегда выбор направления печатного издания зависел от характера идеологии, господствующей в издательстве. Если в случае радикально-демократической периодики авторы объединялись по критерию отношения к власти и характера необходимых изменений, то в либеральные и монархические издательства могли стремиться к получению экономической выгоды на волне подъема общественного сознания. Например, газета «Биржевые ведомости» под редакцией С. М. Проппера ориентировалась на умеренно-оппозиционное движение и была рассчитана на провинциальную публику. Политически малоискушенные читатели оформляли подписку на газету с несложными для понимания статьями и претензией на многогранность тематических разделов[[3]](#footnote-3).

Характерной чертой зарубежных бесцензурных изданий является их теоретичность и склонность к историческому анализу. Оторванность от своей страны эмигрировавших писателей и публицистов, с одной стороны, отделяла их от насущных проблем жизни в России, результатом чего становилось идеализирование истории государства, умозрительные выводы о необходимых решениях без привязки к фактической их вероятности, зацикливание на отдельных вопросах без анализа всех сфер жизни населения. С другой стороны, проживание вдалеке от родины позволяло взглянуть на ситуацию отстраненно, сравнить с другими странами. Кроме того, находясь за рубежом, сторонникам революционного движения было проще говорить как о революции, так и о правильных действиях[[4]](#footnote-4).

Издания, обходящие цензуру и печатавшиеся на территории России, носили более революционный характер. Продвигая среди интеллигенции идеи марксизма, большое внимание уделялось рабочему классу, для политического просвещения которого печаталась половина периодики. Пресса носила агрессивно-агитационный характер, издатели расписывали во всех красках животрепещущие проблемы современности, поднимались злободневные темы. Затрагивая повседневную жизнь и указывая на возможность одним махом преодолеть все проблемы, данные издания сникали популярность среди «уставшей» части рабочего населения. Простые слова, понятные вопросы, близкие каждому проблемы предлагалось решать кардинально и навсегда. Приводимые примеры подобной борьбы в других странах вселяли доверие к источникам информации.

Развитие отечественной промышленности в 80-е – 90-е годы 19-го столетия приводит к росту количества рабочих на фабриках и заводах, формируется пролетариат как класс, отличающийся от крестьянства большей организованностью, социальной активность и политической грамотностью.

Изменения в социально-политической сфере стимулировали рост общественного самосознания, проявившегося в стремлении интеллигенции придать гласности свое видение происходящего. Отношение к историческим событиям начинает меняться из пассивно-наблюдательного на реформационно-деятельное. Как раз в конце 19-го века наступил кризис народнических идей, после чего политика, культура и духовность были подвержены пересмотру.

На рубеже веков происходит формирование основных принципов воздействия прессы на общественное мнение. За короткий срок периодические издания переходят от этапа информационной теоретизации до проведения первых опытов политического влияния во время Первой русской революции.

Существование телеграфных агентств повлияло на содержание и оформление российских газет. Больше материалов стало посвящено внутренней и внешней политике. Постоянными рубриками газет стали: «Заграничные известия», «Телеграммы», «Объявления» (которые часто занимали в газете от половины полосы до трех полос). При этом политикой обходились социальные противоречия.

#  2 История появления ТАСС

Название ТАСС - Телеграфное агентство Советского Союза – одно из позднейших, было присвоено в 1925 г. Ведет свое начало от «Петроградского телеграфного агентства», ставшего центральным информационным органом по декрету СНК РСФСР от 18 ноября 1917. Рассмотрим, что к этому привело.

Первое общероссийское телеграфное агентство было создано в 1894 году. Это - частное Российское телеграфное агентство (РТА).

Если в 1893 – 1899 годах в России происходил подъем всех отраслей промышленности, особенно тяжелой, то в 1900-х годах наступил спад, связанный с разорением мелких предприятий на фоне конкуренции с монополиями. На рубеже веков проводился ряд реформ, связанных с поощрением развития, как промышленности, так и банковского дела. Строилась Транссибирская магистраль, осуществлялась монополизация продажи вино-водочных изделий, что стало одним из важных прибавлений в бюджет государства, проводилась денежная реформа, укрепившая кредитоспособность государства и обеспечившая повышение притока иностранных инвестиций[[5]](#footnote-5).

В 1902 г. было основано Торгово-телеграфное агентство (ТТА), представляющее первое государственное телеграфное агентство России для удовлетворения информационных потребностей торговли, финансового сектора, промышленности и сельского хозяйства. Действовало агентство на базе «Торгово-промышленной газеты» и находилось в подчинении Министерства финансов. ТТА было создано для удовлетворения информационных потребностей жителей Российской империи относительно сферы торговли, финансового сектора, промышленности и сельского хозяйства. Инициатором создания был граф Сергей Юльевич Витте, который учредил агентство на базе «Торгово-промышленной газеты». Положение агентства в империи было довольно высоким, о чем свидетельствуют два факта:

- возглавил организацию редактор изданий Министерства финансов Российской империи М. М. Фёдоров.

- российским дипломатическим представителям за рубежом было предписано оказывать агентству возможное содействие.

При этом политикой обходились социальные противоречия, и в обществе продолжали нарастать антимонархические убеждения, тщательно подогреваемые агитационно-пропагандистской деятельностью организаций левого толка и их прессой.

Следующий период развития телеграфных агентств связан с Русско-японской войной 1904-1905 гг. В 1904 г. было организовано государственное Санкт-Петербургское телеграфное агентство (СПТА) для противостояния антиправительственной информационной политике российских СМИ (были ситуации, когда либеральные издания империи слали поздравительные телеграммы японскому императору по поводу побед над русскими воинами). СПТА является, по факту, первым в стране единым органом распространения государственной информации, и от него ведет свою родословную ТАСС. СПТА до 1909 г. находилось под юрисдикцией Министерства финансов. С 1910 г. переходит во ведение Совета Министров[[6]](#footnote-6).

В дореволюционные годы агентство работало на своем обеспечении (тратило на свои нужды столько, сколько зарабатывало). Примерно половину доходов приносила деловая информация, остальное политическая, культурная и прочая. Агентство работало на так называемой «неподвижной таксе»: подписная плата для всех газет и журналов, пользующихся услугами СПТА, была одинаковая.

Первая русская революция показала необходимость усовершенствовать процессы управления общественными настроениями посредством печатной периодики. Работа СМИ в экстремальных условиях, когда методы воздействия на социум еще только нащупывали, показывает сложность выработки правильных направлений деятельности.

При появлении возможности легально издавать печатную продукцию многие представители либеральных и буржуазных направлений начинают заниматься излишней теоретизацией. При этом демократически-радикальные направления, изначально избравшие путь прямой пропаганды среди населения, использовали совершенно другую тактику. Вместо длинных теоритических выкладок они задавали на страницах своих изданий вопросы, касающиеся насущных проблем. И ответы, предлагаемые газетами, листовками, брошюрами, всегда сводился к общей необходимости революции[[7]](#footnote-7). Такой подход встречал поддержку во многом из-за отсутствия необходимости проведения длительных реформ с их «постепенными» изменениями. Все эти нюансы старательно акцентировались на страницах периодики.

Легализация политических партий способствовала тому, что газеты и журналы начали более уверенно занимать ту или иную позицию по отношению к власти и политике. Начали печататься программы партий, сообщается о составе официальных партийных органов.

Революционное движение привело к быстрому росту периодики. Услугами информационных агентств пользовалось огромное число издательства. По статистике[[8]](#footnote-8) в период революции появилось 1143 новых печатных изданий. Всего в это время издавалось 3310 газет, политическое содержание из которых имели 1467. Газеты занимали лидирующее положение над журналами из-за меньшей себестоимости и времени, затрачиваемого на выпуск. Газеты превращались в настоящее социальное оружие, осуществляющее воздействие как на общество, так и на жизнь России в целом. Одно из ведущих мест в среднем классе занимала газета «Голос Москвы», начавшая выходить с конца 1906 года. Будучи направленной на защиту идеи капитализма, газета отстаивала интересы промышленности России и торговли. Газета, которая конкурировала с октябристскими изданиями, - «Утро России» - существовала за счет крупных финансистов. Выходила газета в 1907 году. Информационное пространство издания касалось проблем оборота капитала и схемы капиталовложений в России, а также экономических нюансов внешней политики[[9]](#footnote-9).

С 1911 года СПТА переходит на иной уровень оплаты: размер теперь зависел от распространенности, формата и солидности каждой подписывающейся газеты в отдельности. Такая система хозяйствования позволяла хорошо оплачивать квалифицированный труд. Творческие сотрудники – в основном редакторы и старшие редакторы – зарабатывали немало даже по современным меркам.

В 1914 г., в связи с переименованием Санкт-Петербурга в Петроград, СПТА было переименовано в Петербургское телеграфное агентство (ПТА) и перешло в ведение Совета министров, а с 1915 года стало именоваться Петроградским телеграфным агентством. ПТА было довольно разветвленной сетью: общее число корреспондентов внутри страны и за границей превышало 200 человек. Тем не менее, Мировая война неуклонно ухудшала положение служащих агентства

Следующий период в истории российских информационных агентств связан с захватом во время октябрьского переворота 1917 г. Петроградского телеграфного агентства и других средств коммуникации (наряду с телеграфом, вокзалами, мостами). Петроградское телеграфное агентство стало одним из первых объектов, которые взяли большевики во время захвата власти.

По декрету СНК от 18 ноября 1917 года ПТА было преобразовано в Центральное информационное агентство (ЦИА) при СНК (Совете народных комиссаров). Многие агенты ПТА из-за своей политической позиции были заменены особо уполномоченными местных Советов. Информация, подаваемая ПТА, была обязательная к публикации в органах Советов или в специальных бюллетенях с телеграммами ПТА.

В 1918 г. был основан уникальный информационно-справочный фонд ТАСС (который к настоящему времени содержит более 7 миллионов документов). Данный фонд позволяет сопроводить любую новость актуальными историческими фактами. Существование такой «библиотеки» позволило выделить агентство на новый уровень. Теперь любая информация сопровождалась историческим обоснованием. Данный ход не только облегчал деятельность журналистов, но и повышал уровень подаваемого материала, поднимая агентство в глазах аудитории.

В течение короткого времени все информационные учреждения в столице, на местах и корпункты за границей заменяются на единый информационный орган – Российское телеграфное агентство (РОСТА), образованный путем присоединения Бюро печати при ВЦИК и ПТА. Деятельность РОСТА строго контролировалась: цензура затрагивала не только связь с зарубежьем, но и внутренние новости. Газеты и журналы, в свою очередь, были обязаны публиковать материалы агентства, как и в случае с ПТА[[10]](#footnote-10).

РОСТА являлось центральным информационным органом Советского государства. К его задачам относилась презентация СМИ информационного материала, соответствующего идеологии государства. Данное определение задач РОСТА не является свидетельством строгой подконтрольности информации, присущей только СССР, так как даже в современных государствах информация в медиа подается с четким расчетом на формирование массового сознания с определенным политическим вектором и взглядами на жизнь вообще.

В период формирования РОСТА к основным задачам органа относилась передача в печать оперативной внутренней информацией, прежде всего о событиях на фронтах гражданской войны.

Развитие РОСТА происходит молниеносно: количество корреспондентских пунктов на территории России с 42 в 1919 г. увеличивается до 477 в 1922 г.[[11]](#footnote-11)

Отделы агентств покрывали все возможные направления и сферы информации. Это были и агитационный, и литературный, художественно-фотографический, инструкторский, детский отделы. Всего отделов было 10. И хотя корреспондентская сеть на территории Росси была создана довольно быстро, корреспондентов советской печати за границей было мало. Хотя отделения за рубежом действовали в Берлине, Тегеране, Будапеште, Вене, Стокгольме и Осло. Тем не менее, информация же из-за границы поступала преимущественно от зарубежных телеграфных агентств.

РОСТА издавало не только бюллетени, вестники, стенные газеты, но и листовки, плакаты, многотиражные газеты в годы гражданской войны. В 1920-х годах выпускались печатные издания: газета «АгитРОСТА», журналы «Красная звезда» и «Красный журналист». «Окна сатиры РОСТА» стали плацдармом для формирования своеобразного агитационно-массового искусства, возникшего в 1919–1921 гг., среди представителей которого были Маяковский, Демьян Бедный, Черемных, Мор[[12]](#footnote-12) (работы Маяковского представлены в Приложении 1). Сатира и карикатура, контрастируя с серьезными статьями и заметками, привлекали внимание аудитории возможностью отвлечься от восприятия мира как борьбы. Именно благодаря своей внешней непричастности к политическому движению они являлись одной из хороших форм формирования общественного мнения (Приложение 2). Авторами плакатов были знаменитые художники и поэты, плакаты, за исключением первых, нарисованных от руки, выполнялись и размножались с помощью трафарета до 150 и более экземпляров, затем выставлялись в витринах в Москве и других городах[[13]](#footnote-13).

Работа телеграфного агентства и прессы позиционировалась как направленная на освещение перед массами вопросов повседневной экономики.

В первое время своего существования РОСТА, помимо своей непосредственно информационной деятельности, занималось и распространением периодических изданий. В 1919 г. эти функции перешли к Центропечати (позднее она была преобразована в Союзпечать).

После окончания гражданской войны агентство периодически меняло ведомственную принадлежность: подчиненность Главполитпросвету (1920 г.), ВЦИК (1922 г.), СНК РСФСР (1925 г.). В 1925 функции РОСТА передаются организации Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС), (которое в 1992 году было переименовано в ИТАР-ТАСС).

В годы Великой Отечественной войны в ТАСС была создана фронтовая редакция, многие корреспонденты работали на передовой. Самым знаменитым проектом Телеграфного агентства Союза ССР военных лет были «Окна ТАСС». Они стали продолжением традиций «Окон сатиры РОСТА». Тексты писали Демьян Бедный, Самуил Маршак, Павел Антокольский, Василий Лебедев-Кумач, Ольга Берггольц, Сергей Михалков и многие другие знаменитые литераторы. Отдавали свой талант лучшие художники-карикатуристы — Михаил Черемных, Борис Ефимов, Кукрыниксы и другие.

Переход к новой общественно-экономической формации во второй половине 19 в. открыл обществу потребность в оперативной и достоверной информации о состоянии мировых рынков и политической ситуации в стране и за рубежом. Каждое серьезное издание имело своих агентов за рубежом. При многих издательствах располагались небольшие телеграфы.

Социальные, политические и экономические изменения сыграли первоочередную роль в развитии печатных изданий.

История ТАСС, как передает само агентство, насчитывает, начиная с 1904 года, пять периодов[[14]](#footnote-14):

- Санкт-Петербургское телеграфное агентство (СПТА), 1904 1914 гг.

- Петроградское телеграфное агентство (ПТА), 1914 1918 гг.

- Российское телеграфное агентство (РОСТА), 1918 1935 гг.

- Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС), 1925 1992 гг.

- Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС), 1992 — по нынешнее время.

Тем не менее, история Информационного агентства России «ТАСС» начинается с 1902 г. – образования Торгово-телеграфного агентства (ТТА) - первого государственного телеграфного агентства Российской империи.

#  3 Особенности тематической модели ТАСС как информационного агентства Советского Союза

Телеграфное агентство Советского Союза было создано 10 июля 1925 постановлением Президиума Центрального исполнительного комитета и Совета народных комиссаров СССР на базе Российского Телеграфного агентства. Агентство было создано со статусом центрального информационного органа. На ТАСС было возложено распространение по всему Союзу СССР и за границей политических, экономических, торговых и всяких других, имеющих общий интерес, сведений, относящихся как к СССР, так и к иностранным государствам. Эксклюзивным правом ТАСС было собирать и распространять информацию внутри Союза и за его пределами. В данном случае ТАСС не отличается от других агентств со статусом государственных. Тот факт, что распространять информацию внутри государства беспрепятственно могло только ТАСС, свидетельствует о том, что государство позиционировало себя как единый механизм, в котором нет разобщенности и разлада, средства массовой информации которого направлены единственно на передачу достоверной информации о жизни государства и его граждан[[15]](#footnote-15). Данную позицию можно сравнить с положением современных информационных агентств[[16]](#footnote-16):

- существование частных, «свободных» информационных агентств наравне с государственными свидетельствует о признании государством плюрализма мнений относительно методов правления;

- финансирование информационных агентств производится организациями, которые имеют свои цели (экономические, политические, социальные, культурные), из-за чего информация уже оценивается как ангажированная;

- Правительство не может позволить действие в стране организации, идеология которой идет вразрез с государственной; и у правительства есть рычаги управления, позволяющие направлять «свободные» агентства в нужное русло. В первую очередь, экономические: финансирование, льготы, налоги. Во-вторых, общественное мнение: любое информационное агентство можно дискредитировать, запустив соответствующую кампанию в проправительственных СМИ, создав, для достоверности, пару подставных «свободных» агентств.

Подача информации в ТАСС и любом современном информационном агентстве аналогична по своей сути. Используются следующие методы манипуляции массовым сознанием (в приводимом списке агентства позиционируются как активные субъекты массовой коммуникации, имеющие свои интересы в сфере формирования массового сознания; в данном случае под агентствами подразумеваются и непосредственные заказчики информации (субъекты, выдвигающие требования относительно определения актуальности подаваемого информационным агентством материала))[[17]](#footnote-17):

- Замалчивание одних фактов и выпячивание других. События, несущие негативную коннотацию при освещении идеологически важных для информационного агентства вопросов, могут просто не подаваться или ограничиваться кратким упоминанием. Также не освещаются проблемы, которые могут натолкнуть аудиторию на размышления в неподходящем для интересов «заказчиков» русле (например, установление факта высокой смертности от голода в слаборазвитых странах наталкивает на размышления с негативной коннотацией).

- Подача противоречивой информации. Информационные прецеденты подбираются таким образом, чтобы рассеивать внимание, отвлекать от значимости проблем их количеством, разнообразием, пестротой. Кроме того, подбор информационных фактов, свидетельствующих о противоречивых тенденциях, позволяет направлять мышление аудитории путем выставления очередности и искусственного выделения приоритетности информации.

- Метод фрагментации. Информационные агентства могут разбивать любое событие на события более мелкого масштаба. В совокупности фактов образуется общая картина мира, соответствующая объективно происходящему. Но подача различных «частей» события в разное время и разными СМИ (каждое из которых выбирает «фрагмент» относительно направленности своего издания) рассеивает внимание аудитории.

- Многократные повторы или «метод Геббельса». Информационное агентство может подавать одну и ту же информацию с разных сторон. Взаимосвязь транслируемых в событии элементов не позволяет выделить новое и отбросить старое, поэтому, во избежание кропотливой работы по отсортировке и анализу материалов, СМИ, нацеленные на тираж и скорость, подаются информацию с повторами.

- Перенос частного факта в сферу общего, в систему. Подача информации с дополнительной коннотацией.

- Использование слухов, домыслов, толкований в неясной политической или социальной ситуации. Подача информационными агентствами изначально неподтвержденных фактов с целью создания определенной картины мира.

- Создание лжесобытий, мистификация.

- Метод абсолютной лжи. Представляет разновидность лжесобытия, только с учетом качественного уровня подаваемой неправдивой информации.

- Метод «страшилок». Подача агентствами только негативной информации. Используется в совокупности с методом замалчивания (не подается информация с позитивной направленностью).

- Метод диссонанса. Одновременная подача альтернативных фактов, нарушающая незыблемость представлений о мире, ценностей, убеждений[[18]](#footnote-18).

Информационное агентство государственного значения учреждается правительством обыкновенно с целью противодействовать враждебной пропаганде и способствовать распространению внутри страны и за границей сведений, соответствующих интересам правительства страны[[19]](#footnote-19). Тем не менее, когда в стране принимается и «воплощается» в жизнь закон о свободе слова, предполагается, что разом должны начать свою деятельность издания самой разнообразной направленности. Так и случается за одним исключением: при всем разнообразии и многообразии СМИ, распространяющих среди населения в рамках закона о свободе слова идеи, вся информация подается в полном согласии с текущей идеологией государства. Т.е. любая политическая оппозиция презентуется в СМИ ровно на столько, чтобы создавалось понимание, что она существует, и что это – нормальное для любого государства явление. Таким образом, обесцениваются взгляды оппозиции на существующее положение вещей: революционные лозунги приводят не к революции, а к соглашению, что в любом государстве оппозиция – нормальное явление. Разнообразие мнений, позиций и убеждений касается тех вопросов, которые не приведут общество к расколу. При невозможности «прикрыть» какое-либо информационное агентство запускается контринформация (это могут быть дебаты политиков и популярных личностей, выступления представителей народа). Но чаще всего «появляется» какая-либо новая информация, которая отвлекает аудиторию: военная агрессия, террористы, падение курса валюты, громкое дело, скандальная личность и т.д.

Информация, подаваемая ТАСС, играла важную роль в жизни общества. Многие годы ТАСС был источником фактически всех новостей, в их числе были и рапорты о вводе в строй новых электростанций, о пуске заводов, о досрочных завершениях первых пятилеток, о покорении льдов.

Также в годы Великой Отечественной войны в ТАСС была создана фронтовая редакция, и многие корреспонденты работали на передовой. Во время Великой Отечественной войны от ТАСС поступали сводки с фронта, известия о бомбежках и захвате советских городов, о продвижении советских войск в тыл врага, о великой Победе. О начале строительства заново разрушенного нацистами, о дружбе между народами, о шаге человека в космос, о новых угрозах.

Большую роль в годы Великой Отечественной войны сыграли «Окна ТАСС». Продолжая традицию «Окон РОСТА», они выходили даже в блокадном Ленинграде, и были настолько злободневными и популярными, что Гитлер объявил художников «Окон» своими личными врагами (Приложение 3).

Агитационные политические плакаты «Окна ТАСС» были задуманы как один из видов идеологического оружия. Их хорошо знали на фронте и в тылу, в подполье на оккупированной территории и в партизанских отрядах, во многих странах мира, в том числе и в Германии[[20]](#footnote-20). Патриотические плакаты и тексты «Окон ТАСС» призывали к победе, прославляли подвиги советских людей, напоминали о героическом прошлом.

В этой же серии создавались рисунки, в которых авторы, прибегая к жесткой сатире, высмеивали врага. «Окна ТАСС» обладали необычайным воздействием на зрителя. Как говорили современники, «эти плакаты разили, как снаряды». Высокий художественный, информационный и пропагандистский уровень плакатов признавали многие. В 1944 году один американский предприниматель даже просил подписать его на «Окна ТАСС». Цитата из его письма в Москву: «Я не согласен с вашей идеологией, но «Окна ТАСС» настолько хороши, что когда я вывешиваю их у себя в цехах, производительность труда повышается»[[21]](#footnote-21).

Высокий уровень работы ТАСС характеризовался следующими показателями:

- оперативность сообщений;

- формирование аудитории и четкое заполнение различных информационных ниш;

- формирование потребностей и интересов потребителей.

К настоящему времени в России действуют около тысячи различных служб, называющих себя информационными агентствами, конкуренция между которым проходит как раз по данным показателям, которые дополняются пунктом об уровне достоверности и надежности сообщений[[22]](#footnote-22).

Информационные агентства союзных республик организационно находились в составе ТАСС. При этом телеграфные агентства союзных республик могли собирать и распространять информацию исключительно на «своей» территории. Это свидетельствует о разности информации и подхода к подаче информации для разных республик. Относительно данного пункта в современно политике гласности наблюдается аналогичное «замалчивание» официальным информационным эфиром государства изданий (медиа-каналов), относящихся к другим странам (хотя существует возможность найти любую информацию через интернет). Т.е. информация подается с ссылкой на информационное агентство, но возможность получать информацию из зарубежного агентства напрямую не оговаривается.

Органы ТАСС в союзных республиках: РАТАУ (УССР), БЕЛТА (БССР), УЗТАГ (Узб. ССР), КАЗТАГ (Казах. ССР), ГРУЗИНФОРМ (Груз. ССР), АЗИНФОРМ (Азерб. ССР), ЭЛЬТА (Литов. ССР), АТЕМ (Молд. ССР), ЛТА (Латв. ССР), КИРТАГ (Кирг. ССР), ТАДЖИКТА (Тадж. ССР), АРМЕНПРЕСС (Арм. ССР), ТУРКМЕНТАГ (Туркм. ССР) и ЭТА (Эст. ССР)[[23]](#footnote-23).

В 1960-е годы изменилась организационная структура агентства, она перестала быть ведомственной, а управления и отделы стали редакциями. В тот же период возникла самостоятельная редакция спортивной информации, а несколько позже – редакция внешнеторговой информации[[24]](#footnote-24).

Значительно расширились возможности сбора информации в зарубежных странах – вдвое увеличилось число отделений и корреспондентских пунктов за границей. Кроме того, увеличилось число самих зарубежных корреспондентов. Со всех корреспондентских точек (682 корпункта внутри страны и 94 отделения за рубежом) ТАСС передавали информацию около 2 тысяч журналистов и фотокоров, а получали ее 4 тысячи советских и тысяча зарубежных СМИ[[25]](#footnote-25).

В 60-е годы ТАСС вошел в пятерку мировых информационных агентств наряду с Ассошиэйтед Пресс, Юнайтед Пресс Интернэшнл, Рейтер и Франс Пресс[[26]](#footnote-26).

Росли технические возможности ТАСС. Были введены в действие мощные передатчики, обеспечивающие трансляцию сообщений по системе радиотелетайпа практически во все районы земного шара. Новостные ленты на иностранных языках пополнились за счет сообщений на арабском языке.

ТАСС выступало в роли монополии и заботилось об информационной однородности. Сообщения зарубежных агентств печатались, но только после их просмотра и одобрения центральными органами. Тот факт, что отдельные советские газеты имели более «жесткий» курс, а другие – более «мягкий» имеет следующее объяснение. Органы цензуры находились в ведении отдела пропаганды ЦК и подчинялись одному из секретарей ЦК. Цензуру можно обойти лишь в том случае, если печатный орган и его главный редактор имели непосредственную связь с одним из членов высшего руководящего органа — Политбюро. Такая связь была обнаружена между членом Политбюро Шелепиным и органом профсоюзов газетой «Труд»; также, по слухам, такой контакт существует также между Косыгиным и еженедельной «Экономической газетой»[[27]](#footnote-27).

 История Информационного агентства России «ТАСС» начинается с 1902 г. – образования Торгово-телеграфного агентства (ТТА) - первого государственного телеграфного агентства Российской империи. Дальнейшая «эволюция» была представлен следующими органами: Санкт-Петербургское телеграфное агентство (1904-1914 гг.), Петроградское телеграфное агентство (1914-1918 гг.), Российское телеграфное агентство (1918-1935 гг.). Телеграфное агентство Советского Союза было создано 10 июля 1925. На ТАСС было возложено распространение по всему Союзу ССР и за границей политических, экономических, торговых и всяких других, имеющих общий интерес, сведений, относящихся как к СССР, так и к иностранным государствам с эксклюзивным правом собирать и распространять информацию внутри Союза и за его пределами.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Переход к новой общественно-экономической формации во второй половине 19 в. открыл обществу потребность в оперативной и достоверной информации о состоянии мировых рынков и политической ситуации в стране и за рубежом. Каждое серьезное издание имело своих агентов за рубежом. При многих издательствах располагались небольшие телеграфы. Появление государственного информационного агентства привело к следующим последствиям:

- упрощение получения информации провинциальными газетами;

- повышение мастерства серьезных изданий в рамках конкуренции при упрощении получения информации;

- унификация предлагаемой СМИ информации;

- развитие авторской подачи материала при общей унификации предлагаемой информации.

Социальные, политические и экономические изменения играли первоочередную роль в развитии печатных изданий. Спрос и государственная цензура не проходили взаимной корреляции. По этой причине имела место быть нелегальная пресса.

Революция 1917 г. привела к созданию Центрального информационное агентства. После окончания гражданской войны агентство периодически меняло ведомственную принадлежность: подчиненность Главполитпросвету (1920 г.), ВЦИК (1922 г.), СНК РСФСР (1925 г.). Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС) было организовано в 1925 г.

Подача информации в ТАСС и любом современном информационном агентстве аналогична по своей сути. Используются стандартные методы манипуляции массовым сознанием: замалчивание одних фактов и выпячивание других, подача противоречивой информации, метод фрагментации, многократные повторы, перенос частного факта в сферу общего, использование слухов, домыслов, толкований в неясной политической или социальной ситуации, создание лжесобытий, мистификация, метод «страшилок», метод диссонанса.

Во все времена информационные агентства государственного значения, позиционируясь как источники достоверной информации о политических, экономических, социальных и культурных вопросах, создаются для противодействия враждебной пропаганде и распространению внутри страны и за границей сведений, соответствующих интересам правительства страны. Любая политическая оппозиция презентуется в СМИ ровно на столько, чтобы создавалось понимание, что она существует, используется в интересах правительства (отвлекает внимание аудитории от более важных событий) или дискредитируется прогосударственными СМИ. Таким образом, взгляды оппозиции всегда при подаче через государственные легальные СМК обесцениваются, нивелируются.

Высокий уровень работы ТАСС характеризовался следующими показателями:

- оперативность сообщений;

- формирование аудитории и четкое заполнение различных информационных ниш;

- формирование потребностей и интересов потребителей.

Этот же уровень сохранился и у организации, наследовавшей ТАСС – ИТАР-ТАСС (Информационное агентство России ТАСС).

#  БИБЛИОГРАФИЯ

1. Большевистская печать: Краткие очерки истории. - М.: Госполитиздат, 1962. – 568 с.
2. Боханов А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в. - 1914 г. / А.Н. Боханов. - М.: Наука, 1984. - 150 с.
3. Гражданская война. Тексты Маяковского к Окнам РОСТА [Электронный ресурс] // A-Pesni. – URL: <http://a-pesni.org/grvojna/rosta/Rosta.php> (дата обращения 06.04.2017).
4. Есин Б.И. История русской журналистики XIX века / Б.И. Есин. - М.: Аспект пресс, 2003. –288 с.
5. Есин Б.И. Путешествие в прошлое (газетный мир XIX в.) / Б.И. Есин. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. – 160 с.
6. Жилякова Н.В. История российской печати конца XIX – начала XX веков : Учебно-методическое пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности и направлению «Журналистика» / Н.В. Жилякова. – Томск: Издательство «УПК «Журналистика», 2008. – 200 с.
7. Жирков Г.В. История цензуры в России XIX – XX вв.: Учебное пособие / Г.В. Жирков. - М.: Аспект Пресс, 2001. – 368 с.
8. Жирнов Е. Из ничего не говорящих фактов делаются фантастические выводы [Электронный ресурс] / Е. Жирнов // Коммерсант.Ru. – 2004. – 16 февр. – URL: <http://kommersant.ru/doc/449916> (дата обращения 06.04.2017).
9. Зеленский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание [Электронный ресурс] / С. А. Зеленский. – 2008. – Сайт «Пси-Фактор». – URL: <http://psyfactor.org/lib/zelinski-01.htm> (дата обращения 28.03.2017).
10. История русской журналистики XVIII – XIX веков: Учебник / Л.П. Громова, М.М. Ковалева, А.И. Станько, Ю.В. Стенник и др.; под ред. Л.П. Громовой. – СПб: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2003. – 672 с.
11. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С.Г. Кара-Мурза // Сергей Кара-Мурза: Сайт автора. – URL: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul12.htm> (дата обращения 28.03.2017).
12. Кострикова Е.Г. С.-Петербургское телеграфное агентство и первая русская революция / Е.Г. Кострикова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2010. – Т.19. – Вып. 16. – С. 145-152.
13. Латенков Э.В. «Литературная промышленность» России конца XIX - начала XX века / Э.В. Латенков. - СПб.: Издательство Ленинградского университета, 1988. - 173 с.
14. Максимова М. «Эти плакаты разили, как снаряды». Как «Окна ТАСС» приближали победу [Электронный ресурс] / М. Максимова // Столетие: Информационно - аналитическое издание фонда исторической перспективы. – 2015. – 15 янв. – URL: <http://www.stoletie.ru/fotoreportazh/eti_plakaty_razili_kak_snarady_991.htm> (дата обращения 28.03.2017).
15. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века: Учебное пособие / С.Я. Махонина. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 240 с.
16. Нашталова Н. ТАСС: надежность, точность, достоверность [Электронный ресурс] / Н. Нашталова // Советская Сибирь: издательский дом Новосибирской области. – 2014. – 03 сент. – URL: <http://www.sovsibir.ru/news/143741> (дата обращения 28.03.2017).
17. Окна РОСТА [Электронный ресурс] // Владимир Владимирович Маяковский. – URL: <http://v-mayakovsky.com/okna_rosta.html> (дата обращения 06.04.2017).
18. Пальгунов Н.Г. Основы информации в газете. ТАСС и его роль / Н.Г. Пальгунов. - М., 1955. – 324 с.
19. Пальгунов Н.Г Тридцать лет (воспоминания журналиста и дипломата) / Н.Г. Пальгунов. - М., 1964. – 220 с.
20. Погорелый Ю.А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений [Электронный ресурс] / Ю.А. Погорелый. – URL: <http://evartist.narod.ru/text19/018.htm> (дата обращения 28.03.2017).
21. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства / В.И. Сапунов. — СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2006. – 384 с.
22. Сидельникова Т.Н. «Окна ТАСС» в годы Вел. Отечественной войны Советского Союза / Т.Н. Сидельников // Ученные записки Калининского педагогического института. – 1963. – Т. 36. - . 266-267.
23. Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] /Под ред. Я. Н. Засурского. – URL: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm> (дата обращения 28.03.2017).
24. ТАСС: История [Электронный ресурс] // ТАСС: Информационное агентство России. – URL: <http://tass.ru/history> (дата обращения 28.03.2017).
25. Телеграфное агентство Советского Союза [Электронный ресурс] // Советская энциклопедия / под ред. Е.М. Жукова. – М., 1973-1982 (дата обращение 28.03.2017).
1. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства / В.И. Сапунов. — СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2006. – С. 54. [↑](#footnote-ref-1)
2. Боханов А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в. - 1914 г. / А.Н. Боханов. - М.: Наука, 1984. – С. 24-38. [↑](#footnote-ref-2)
3. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века: Учебное пособие / С.Я. Махонина. – М.: Флинта: Наука, 2002. – С. 23-24. [↑](#footnote-ref-3)
4. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века: Учебное пособие / С.Я. Махонина. – М.: Флинта: Наука, 2002. – С. 36. [↑](#footnote-ref-4)
5. Есин Б.И. Путешествие в прошлое (газетный мир XIX в.) / Б.И. Есин. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. – С. 38-40. [↑](#footnote-ref-5)
6. Кострикова Е.Г. С.-Петербургское телеграфное агентство и первая русская революция / Е.Г. Кострикова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2010. – Т.19. – Вып. 16. – С. 145-152. [↑](#footnote-ref-6)
7. Жирков Г.В. История цензуры в России XIX – XX вв.: Учебное пособие / Г.В. Жирков. - М.: Аспект Пресс, 2001. – С.155. [↑](#footnote-ref-7)
8. Жилякова Н.В. История российской печати конца XIX – начала XX веков : Учебно-методическое пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности и направлению «Журналистика» / Н.В. Жилякова. – Томск: Издательство «УПК «Журналистика», 2008. – С. 77. [↑](#footnote-ref-8)
9. История русской журналистики XVIII – XIX веков: Учебник / Л.П. Громова, М.М. Ковалева, А.И. Станько, Ю.В. Стенник и др.; под ред. Л.П. Громовой. – СПб: Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2003. – С. 323-324. [↑](#footnote-ref-9)
10. Большевистская печать: Краткие очерки истории. М.: Госполитиздат, 1962. – С. 112-115. [↑](#footnote-ref-10)
11. Латенков Э.В. «Литературная промышленность» России конца XIX - начала XX века Л.: Издательство Ленинградского университета, 1988. – С. 98. [↑](#footnote-ref-11)
12. Латенков Э.В. «Литературная промышленность» России конца XIX - начала XX века / Э.В. Латенков. - СПб.: Издательство Ленинградского университета, 1988. – С. 125. [↑](#footnote-ref-12)
13. Окна РОСТА [Электронный ресурс] // Владимир Владимирович Маяковский. – URL: <http://v-mayakovsky.com/okna_rosta.html> (дата обращения 06.04.2017). [↑](#footnote-ref-13)
14. ТАСС: История [Электронный ресурс] // ТАСС: Информационное агентство России. – URL: <http://tass.ru/history> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-14)
15. Пальгунов Н.Г. Основы информации в газете. ТАСС и его роль / Н.Г. Пальгунов. - М., 1955. – С. 58. [↑](#footnote-ref-15)
16. Погорелый Ю.А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений [Электронный ресурс] / Ю.А. Погорелый. – URL: <http://evartist.narod.ru/text19/018.htm> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-16)
17. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С.Г. Кара-Мурза // Сергей Кара-Мурза: Сайт автора. – URL: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul12.htm> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-17)
18. Зеленский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание [Электронный ресурс] / С. А. Зеленский. – 2008. – Сайт «Пси-Фактор». – URL: <http://psyfactor.org/lib/zelinski-01.htm> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-18)
19. Пальгунов Н.Г Тридцать лет (воспоминания журналиста и дипломата) / Н.Г. Пальгунов. - М., 1964. – С. 83-84. [↑](#footnote-ref-19)
20. Сидельникова Т.Н. «Окна ТАСС» в годы Вел. Отечественной войны Советского Союза / Т.Н. Сидельников // Ученные записки Калининского педагогического института. – 1963. – Т. 36. - . 266-267. [↑](#footnote-ref-20)
21. Максимова М. «Эти плакаты разили, как снаряды». Как «Окна ТАСС» приближали победу [Электронный ресурс] / М. Максимова // Столетие: Информационно - аналитическое издание фонда исторической перспективы. – 2015. – 15 янв. – URL: <http://www.stoletie.ru/fotoreportazh/eti_plakaty_razili_kak_snarady_991.htm> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-21)
22. Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] /Под ред. Я. Н. Зас урского. – URL: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-22)
23. Телеграфное агентство Советского Союза [Электронный ресурс] // Советская энциклопедия / под ред. Е.М. Жукова. – М., 1973-1982. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/sie/17417/%D0%A2%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%A4%D0%9D%D0%9E%D0%95> (дата обращение 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-23)
24. Нашталова Н. ТАСС: надежность, точность, достоверность [Электронный ресурс] / Н. Нашталова // Советская Сибирь: издательский дом Новосибирской области. – 2014. – 03 сент. – URL: <http://www.sovsibir.ru/news/143741> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-24)
25. Телеграфное агентство Советского Союза, 1925–1992 // BID.RU. - URL: <http://www.bid.ru/internal.php?id=1206> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-25)
26. Нашталова Н. ТАСС: надежность, точность, достоверность [Электронный ресурс] / Н. Нашталова // Советская Сибирь: издательский дом Новосибирской области. – 2014. – 03 сент. – URL: <http://www.sovsibir.ru/news/143741> (дата обращения 28.03.2017). [↑](#footnote-ref-26)
27. Жирнов Е. Из ничего не говорящих фактов делаются фантастические выводы [Электронный ресурс] / Е. Жирнов // Коммерсант.Ru. – 2004. – 16 февр. – URL: <http://kommersant.ru/doc/449916> (дата обращения 06.04.2017). [↑](#footnote-ref-27)