

**ОТ «АВТОБИЗНЕСА» ДО «ЧЕХОВСКИХ ПЯТНИЦ»:
ТЕМАТИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖУРНАЛОВ ТОМСКА КОНЦА XX - НАЧАЛА XXI В.***

Наталья Жиликова

DOI: <https://doi.org/10.58726/langlit-44-55>

Ключевые слова: региональная журналистика, печатная пресса, типология, «томская медийная аномалия»

Томская специализированная пресса пережила период бурного развития в конце XX – начала XXI в. в связи с активизацией общественно-политической и экономической жизни как в России в целом, так и во всех российских регионах. И хотя газетная периодика составляла большую часть этого типологического блока, но и журналы выходили в этот период в большом количестве, отвечая на запросы самых разных аудиторных групп и освещая многие аспекты жизни Томска, Сибири, России и мира.

В исследованиях, посвященных журнальной журналистике Томска, в основном рассматривается дореволюционный период (см. напр.: [3, 5-7, 9]), советским изданиям уделяется заметно меньше внимания, хотя отдельные работы исследователей периодически публикуются в научных журналах (см.: [8]). Томские журналы конца XX – начала XXI в. рассматриваются по большей части в контексте «новейшей истории» региональной печати, изучаются также некоторые типологические группы или отдельные журналы как типичные представители того или иного типа изданий [1, 2, 4]. Цель настоящего исследования – выявить тематическое разнообразие специализированных журналов, убедительно демонстрирующее масштабы развития журнального дела в Томске в 1990-2010-х гг.

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, <https://rscf.ru/project/22-18-00511/>

Основными источниками сведений о современных томских журналах являются четыре ресурса.

Во-первых, это база данных Роскомнадзора, которая была любезно предоставлена руководителем Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Томской области факультету журналистики Томского государственного университета по запросу, связанному с проведением грантового исследования «От журналистики к медиа: переформатирование медиасистемы России 1990-2020-х годов (на материалах медиа Томска и Томской области)» (грант РНФ № 22-18-00511) в мае 2022 г. В базе данных содержатся сведения обо всех СМИ Томска и Томской области, зарегистрированных и снятых с регистрации в период с 1990 по 2022 гг.

Во-вторых, это информация, собранная участниками проекта «Товики», посвященного описанию Томска и Томской области (создан в 2007 г.): здесь в том числе размещены многочисленные статьи о томских медиаресурсах – газетах, журналах, медиахолдингах, электронных СМИ и т.д.

В-третьих, часть журналов хранится в местных библиотеках (Научная библиотека Томского государственного университета, Томская областная библиотека им. А.С. Пушкина) как в традиционном бумажном, так и в оцифрованном виде.

Четвертый важный источник сведений – томские журналисты, которые участвовали в выпуске журналов и сохранили их в своих личных архивах; оригиналы хранятся также на факультете журналистики ТГУ, так как силами студентов и преподавателей здесь реализовывался проект «Пресс-Интеграл», помогавший в выпуске многих томских изданий.

Объединение сведений, полученных из вышеперечисленных источников, позволило составить предварительный список томских журналов 1990-2010-х гг. В базе данных Роскомнадзора указано более 130 СМИ, зарегистрированных как журналы, в Товики дополнительно перечислено более 300 названий журналов (не занесенных

в базу данных Роскомнадзора); также получена информация о ранее не учтенных журналах из личных архивов (около 10 изданий). Часть из них являются журналами общественно-политическими и изданиями универсальной тематики, рассчитанными на массовую аудиторию, но большая часть – это СМИ специализированные, отличающиеся, согласно определениям медиаисследователей, прежде всего направленностью на определенную целевую аудиторию и узостью тематики. К такому виду прессы относятся издания культурно-просветительские, детские, технические, коммерческо-рекламные, литературно-критические и др.

Специализированные журналы выходили в Томске и до революции, и в советское время. Новые представители этого вида печати начали издаваться в Томске во время «перестройки», это были прежде всего издания краеведческие («Томская старина» (с 1990 г.), «Сибирская старина» (с 1993)), литературно-художественные («Сибирские Афины» (с 1993)) и культурологические. Характерным примером журнала 1990-х гг. был журнал «Томский зритель»: он издавался с 1989 г. как орган управления культуры томского облисполкома и томского отделения Союза театральных деятелей РСФСР, однако пользовался большой степенью свободы в обсуждении текущей общественно-политической, культурной, литературной, театральной жизни Томска и России. В журнале поднимались самые острые и скандальные темы: о СПИДе, о масонах, о местных рок-группах и т.д. Это был классический «перестроечный» журнал, ориентированный, судя по всему, на знаменитый «Огонек».

В середине 1990-х гг. тематический спектр специализированных журналов стал расширяться. Появились издания для деловых людей («Наше дело» (с 1996)), для любителей «глянца» (первый томский гламурно-глянцевый журнал «У всех на устах» начал издаваться с 1996 г.), для молодежи, обдумывающей карьерные перспективы («Формула успеха» (с 1996)), для людей, озабоченных проблемами здоровья («Ваше здоровье» (с 1998)), для первых

пользователей компьютерной техники («Компьютеры и связь» (с 1999)), для автолюбителей («Авторегион» (с 1999)), для молодежи («Я – это я» (с 1999)), для детей («Бурундук» (с 1999)) и т.д. В журналах публиковалось много рекламных объявлений, которые позволяли обрести редакциям относительную финансовую независимость, однако исключительно рекламный контент в этот период публиковался только в газетах, таких как «Рекламный дайджест», «Реклама» и др.

Но настоящим расцветом для томских журналов стали 2000-е годы – они же «благословенные» и «сытые», – когда благосостояние россиян стало расти, а СМИ активно развивались, пока еще не чувствуя серьезной конкуренции со стороны цифровых технологий и социальных сетей, ведь интернет и мобильная связь только начали свое победное шествие. Поэтому по всей России, в том числе и в Томске, этот период отмечен появлением невиданного количества журнальных проектов, в том числе журналов гляцевых, полноцветных, занявших свою особую нишу в системе СМИ.

В Томске в начале 2000-х гг. зародился и получил распространение в журналистских и околожурналистских кругах термин «томская медийная аномалия». О его происхождении рассказывал Алексей Севостьянов, долгое время бывший председателем томского Союза журналистов, уточняя, что впервые термин употребил генеральный секретарь Союза журналистов России Игорь Яковенко: «Речь не шла о каком-то огромном количестве СМИ в Томской области или их высочайшем качестве. ... Томская медийная аномальность в том, что власть (и региональная, и местная), под каким бы прессингом СМИ она ни оказывалась, ни разу не позволяла себе судиться со СМИ или вызывать журналистов на ковер и устраивать истерики. Яковенко так сравнивал Томск с тогдашней лужковской Москвой, шаймиевским Татарстаном, соседним Кузбассом» (Медиатор. 2003. № 3(14)).

«Томская медийная аномалия» во многом стала возможна благодаря позиции Виктора Мельхиоровича Кресса, губернатора

Томской области в 1991-2012 гг. Он говорил о себе: «Я был и остаюсь сторонником максимальной открытости в общении с «акулами пера» и того же требую от подчиненных» (Медиатор. 2007. № 3(24)). Но были и другие факторы, способствовавшие формированию «томской медийной аномалии», которые в итоге определили «лицо» и особый характер томской журналистики в 2000-х гг.: малая доля «желтизны» на томском медийном рынке, востребованность качественной журналистики, общая «интеллигентность» и честность местных каналов СМИ – газет и журналов, ТВ, радио; ведущая роль ТВ-2 как лучшего регионального телевидения (высокое качество журналистской работы подтверждено 24 премиями ТЭФИ). «Аномальность» проявилась и в журнальном деле Томска в 2000-х и начале 2010-х гг. прежде всего на уровне тематического разнообразия журналов.

Томская специализированная журнальная периодика была представлена в таких тематических группах, как:

- Рекламные (подразделы «Отдых», «Недвижимость», «Строительство», «Автомобили», «Телегиды», «Вакансии», «Медицина») – «Хочу в отпуск!» (журнал туристической рекламы), «Твои квадратные метры», «Стройка», «Грузовик» (журнальное приложение к газете «Автовыбор»), «Антенна (Антенна в Томске)» – газета, выпускавшаяся в форме журнала; «Ваше здоровье» и др.;
- Бизнес. Финансы. Деловые издания – «Бизнес журнал Томск», «Бизнес и Техника (БИТ)», «Первый экономический» и др.;
- Развлекательные глянцевого журнала (журналы стиля жизни) – «Malina live», «Дорогое удовольствие», «Серебряный кофе» и др.;
- Религиозные – «Vita Жизнь (Томск Vita Жизнь)», протестанты; «Обретение (Обрѣтение)», православный молодежный журнал; и др.
- Молодежные – «Чемодан», Твой выход» и др.;

- Детские – «Хоб-с», «Бумка» (Приложение к журналу «Город»), «Томичонок» и др.;
- Спортивные – «Хет-Трик», журнал о томском футболе; «Томь», официальный журнал футбольного клуба «Томь»; «Команда победителей» и др.;
- Литература. Культура – «Новый рок», «КоМУз», «Чеховские пятницы» и др.;
- Профессиональные – «Медиатор», журнал для журналистов, и др.

Рекламные журналы были наиболее многочисленным отрядом журнальной периодики в 2000-х: они приносили неплохую прибыль, потребительская аудитория росла и была относительно платежеспособной. Поэтому рекламные журналы имели возможность дополнительной специализации по тематике – отдельные издания давали рекламу, относящуюся к аптечной продукции, либо к строительным материалам, либо к автомобилям, и т.д. Универсальными по тематике были в основном рекламные газеты.

Успешными и довольно многочисленными в этот период были гляцевые журналы развлекательного характера, или журналы стиля жизни. Они издавались на дорогой бумаге в полноцвете, пользовались услугами ведущих профессиональных фотографов, успешно совмещали рекламный и информационно-развлекательный контент. Такими же яркими, гляцевыми были и журналы, освещавшие тематику бизнеса и финансов, а также спортивные журналы. Одновременное существование в Томске нескольких журналов о футболе было связано в том числе и с тем, что команда «Томь» в 2005-2016 гг. выступала в российской футбольной Премьер-лиге.

Детская и молодежная журнальная пресса отличалась «коротким жизненным циклом»: нередко были ситуации, когда удавалось выпустить только один номер, после чего издание прекращалось. Не отличались долговечностью и журналы религиозной направленности. Журналы, относящиеся к сфере культуры и литературы,

держались дольше за счет энтузиазма своих основателей и их готовности к трансформациям: так, журнал «Новый рок» выходил в начале своего существования «в бумаге», затем стал электронным СМИ, после чего частично переместился в социальную сеть «ВКонтакте». Журнал для журналистов «Медиатор», начав выходить в 2001 г., издается до сих пор, хотя за это время он несколько изменил название (в настоящий момент - «Томский медиатор»), сменил учредителя и лишился первоначальной мощной финансовой поддержки в лице «СХК» («Сибирский химический комбинат»).

Основные проблемы при изучении томских журналов связаны главным образом с тем, что очень небольшая их часть – процентов 15 – доступны для исследователя. И речь не о том, что их не выдают в библиотеках: многие журналы до библиотек так и «не дошли», поскольку в 1990-е гг. была фактически разрушена стройная советская система передачи обязательных экземпляров периодических изданий в библиотечные фонды. Издания сохранялись случайным образом: они передавались частными лицами, редакциями и издательствами в дар, «по знакомству», «по традиции» и т.д. Многие журналы были экспериментальными, выходили ограниченным тиражом и недолгое время. С 1997 г. ситуация изменилась: по закону Томской области «О библиотечном деле и обязательном экземпляре документов в Томской области» центральной государственной библиотекой является Томская областная универсальная научная библиотека имени А.С. Пушкина, в нее должны бесплатно передаваться все изданные на территории области газеты и журналы. Библиотека также активно оцифровывает томские издания и выкладывает их в открытый доступ, что значительно облегчает труд исследователя.

Однако, как показал опыт, большой ошибкой и издателей, и читателей было полагаться на то, что «в интернете ничего не пропадает» и «все хранится». Так, создатели томской Вики в 2007 г. снабдили практически каждую статью о местных СМИ гиперссылками, переадресующими пользователей на сайты журналов и газет:

из этих ссылок рабочими осталось меньше одного процента. О большинстве томских журналов теперь сохранилась только та информация, которую приводят авторы томской Вики, и изображения первых полос изданий, оцифрованные для этого сайта. Иногда все, что сегодня известно о журнале – это его название. Но без доступа к изданию невозможно определить даже его тематику, не говоря уже о тираже, авторском составе, сведениях об учредителе и т.д.

Отнесение журналов к тому или иному типу затруднено также из-за «плавающих» типологических границ. Так, часть СМИ, зарегистрированных как «газета», выходили в формате полноценных журналов: издание о финансах, бизнесе, деловой жизни «Ваши личные финансы», рекламные «Курьер-недвижимость» и «Авто Бизнес Томск» (он же «Авто Business» и «Авто Бизнес 70»), медицинская газета в форме журнала «Здоровье. Томск. ру», и другие. Томский журнал, посвященный фантастической литературе, назывался «Фантастическая газета». Были и курьезные случаи: например, на первой странице спортивного ежегодного журнала «Томский футбол» было написано: «Независимая спортивная газета», так что издание можно было одновременно занести в разделы «газеты», «журналы» и «ежегодники».

Тематический спектр журналов также можно было либо сужать, либо расширять, учитывая тематические «пересечения»: многие медицинские издания одновременно являлись медицинскими, рекламными и корпоративными, а в категорию «глянцевых» в Томске попадали журналы не только «гламурные» и «женские», но и общественно-политические, рекламно-строительные, «бортовые» и даже компьютерные.

Окончание периода расцвета томской журнальной журналистики совпало с ухудшением экономической ситуации в стране (с середины 2010-х гг.) и стремительным «перетеканием» СМИ в цифровое медиaprостранство.

Таким образом, развитие рынка специализированных журналов

в Томске было обусловлено сочетанием нескольких факторов. Главным из них был экономический, связанный с общим подъемом экономики страны, повышением благосостояния населения в России. Поэтому можно говорить о «расцвете» журнальной журналистики в 2000-е «сытые» годы, когда особо востребованными оказались журналы, отражающие улучшение качества жизни – посвященные автомобильной тематике, вопросам недвижимости, организации свадеб, журналы «стиля жизни» и др. Заметно повысилось в этот период и полиграфическое качество, дизайн самих журналов, которые ориентировались на мировые образцы журнального дела.

«Медийная аномальность», ставшая особым признаком томской журналистики в 2000-е гг., отразилась и в журнальном деле, задав вектор на профессиональное качество специализированной прессы. Это стало возможным также благодаря деятельности отделения, а затем факультета журналистики ТГУ, поскольку редакторский и авторский корпус журналов «подпитывался» выпускниками и студентами журфака.

Дальнейшее изучение томской журнальной журналистики даст возможность проследить формирование сложной многоуровневой системы периодической печати Томска в конце XX – начале XXI в. и последующую ее трансформацию в медиасистему, включающую в себе как традиционные, так и цифровые СМИ и медиа.

DOI: <https://doi.org/10.58726/langlit-44-55>

ЛИТЕРАТУРА

1. Азарова В. Н. Томские ювенильные издания 1990-2000-х гг.: к проблеме поиска, учета и сохранности // Медиаисследования. 2022. № 9. С. 22-29.
2. Безукладникова С. С. Развитие системы школьной прессы Томской области: тенденции и проблемы // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 174-176.

3. Есипова В. А. Самодеятельные ученические журналы Томска как источник по реконструкции организационных форм читательской активности: к постановке проблемы // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 68. С. 298-309.
4. Жилиякова Н. В. Новейшая история томской журналистики: газеты, журналы и электронные СМИ в периоды «перестройки» и «лихих девяностых» // Век информации. 2020. Т. 8. № 3. С. 58-67.
5. Жилиякова Н. В. Становление системы журнальной периодики дореволюционного Томска (1886-1916 гг.) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2010. № 4 (12). С. 105-117.
6. Лавров Д. П. Некрологи в неофициальном отделе журнала «Томские епархиальные ведомости» // Культура и цивилизация. 2022. Т. 12. № 5-1. С. 680-685.
7. Некрылов С. А. Журналы Совета Императорского Томского университета как источник по истории организации научных исследований в Томском университете (1888-1917 гг.) // Документ в системе социальных коммуникаций: сб. материалов III Всеросс. научно-практич. конф. с международн. участием. Томск, 2008. С. 230-234.
8. Проскурина Е. Н. Сюжет просвещения в журнале «Томский зритель» (1926-1927) в аспекте проблемы «нового зрителя» // Сюжетология и сюжетография. 2017. № 1. С. 49-62.
9. Середкина Н. Н., Шпак А. А., Пименова Н. Н., Замараева Ю. С. Образ сибирских территорий Российской империи в журнале «Сибирский наблюдатель» (1901-1906 годы издания) // Былые годы. 2022. № 17 (3). С. 1385-1396.

«ԱՎՏՈՒՄԻՆԵՍԻՅ» ՄԻՆՉԵՎ «ՉԵԽՈՎՅԱՆ ՈՒՐԲԱԹՆԵՐ».

20-ԸՂ ԴԱՐԱՎԵՐՁԻ, 21-ԸՂ ԴԱՐԱՍԿՁԲԻ ՏՈՄՍԿԻ

ՄԱՍՆԱԳԻՏԱՑՎԱԾ ԱՄՍԱԳՐԵՐԻ ԹԵՄԱՏԻԿ ԲԱԶՄԱԶԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Նատայա Ժիյակովա

Ամփոփում

Հանգուցային բառեր. տարածաշրջանային լրագրություն, տպագիր մամուլ, տիպարանություն, Տոմսկի մեդիա անոմալիա

Հոդվածում վերլուծվում են ամսագրերի լրագրության զարգացումը Տոմսկում 1990-2010-ական թվականներին, Բացահայտվում են ամսագրերի թեմատիկ շրջանակի ընդլայնման փուլերը, և ուսումնասիրվում են Տոմսկի ամսագրերի լրագրության առանձնահատկությունները: Բացահայտված են ամսագրերի ուսումնասիրության հիմնական խնդիրները կապված հրապարակումների կորպուսի վատ պահպանման, տիպարանական անհասկանալի կարգավիճակի և թեմատիկ «հատումների» հետ: Եզրակացվում է, որ Տոմսկում մասնագիտացված ամսագրերի շուկայի զարգացումը պայմանավորված էր մի քանի գործոնների համակցությամբ՝ տնտեսական, քաղաքական, մասնագիտական և ստեղծագործական: «Լրատվամիջոցների անոմալիան», որը 2000-ական թվականներին դարձավ Տոմսկի լրագրության առանձնահատկությունը, արտացոլվեց ամսագրային բիզնեսում՝ սահմանելով մամուլի մասնագիտական որակի վեկտոր:

FROM “AUTOBUSINESS” TO “CHEKHOV FRIDAYS”:
THEMATIC DIVERSITY OF SPECIALIZED MAGAZINES IN TOMSK
IN THE LATE 20TH- EARLY 21ST CENTURIES

Natalia Zhilyakova

Summary

Key words: *regional journalism, print media, typology, “Tomsk media anomaly”*

The article analyzes the development of magazine journalism in Tomsk in the 1990s-2010s, identifies the stages of growth of the thematic range of magazines, and examines the features of Tomsk magazine journalism. Poor preservation of the corpus of publications, ambiguous typological status, and thematic “intersections” are the primary issues with magazine studies. The development of the specialized magazine market in Tomsk was attributed to a combination of several elements: economic, political, professional and creative. The magazine industry mirrored the “Media Anomaly” that emerged as a distinctive aspect of Tomsk journalism in the 2000s, establishing a standard for the specialized press’s professional caliber.