

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ

УДК 070 (09); 930.2

DOI: 10.17223/26188422/4/1

Т.Ю. Горбунова, Н.В. Жиликова

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПРЕССЕ «ЗАКРЫТОГО» ГОРОДА («НОВОЕ ВРЕМЯ», ЗАТО СЕВЕРСК)

Статья посвящена еженедельной общественно-политической газете «Новое время», выходящей в г. Северске Томской области с 1990 г. и до сих пор не выступавшей предметом специального изучения. Авторами определены этапы развития городской газеты, выявлены основные типологические характеристики издания, его специфические особенности в содержательной части и графическом оформлении, причины трансформации в корпоративное издание.

Ключевые слова: общественно-политическая газета, «Новое время», типология, корпоративная газета, Сибирский химический комбинат.

Одним из актуальных вопросов современной теории журналистики остается вопрос типологических трансформаций средств массовой информации в постсоветский период. Многие российские газеты и журналы конца XX в. меняли свой типологический статус, реагируя тем самым на процессы, происходившие в политической и экономической жизни страны. Наиболее четко и «рельефно» эти явления можно проследить в журналистике небольших городов, особенно – «закрытых» моногородов с одним градообразующим предприятием, политика которого имеет определяющее значение для вектора развития таких поселений. Здесь общей тенденцией стало превращение ранее существовавших городских газет в корпоративные СМИ, поскольку, как отмечают исследователи, «в условиях становления рынка усиливается воздействие на СМИ различных коммуникативных систем субъектов экономической, политической и иной социальной деятельности, в том числе рекламных структур, структур PR и др. Возникает угроза превращения средств массовой информации в придаток корпоративной деятельности, в одну из ее составляющих» [1. С. 72].

Целью настоящей статьи является изучение процесса преобразования общественно-политической городской газеты в корпоративное издание на примере газеты «Новое время» г. Северска Томской области. В работе выделяются этапы развития газеты, анализируются причины изменения основных типологических характеристик «Нового времени».

Методологической базой исследования послужили работы Е.А. Корнилова, А.И. Аكوпова, Е.В. Ахмадулина, Я.Н. Засурского, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина и других исследователей [2–7], которые единодушны в определении основных типобразующих факторов: издатель, целевое назначение (функция) издания, аудитория. Вторичными типологическими признаками являются авторский состав, внутренняя структура, оформление, жанры материалов, а формальными (подчиненными) – периодичность, объем и тираж издания и др. В настоящей работе мы, прежде всего, рассматриваем основные типобразующие факторы, поскольку именно они сыграли ключевую роль в изменении типологического статуса исследуемой газеты.

Предпосылки появления газеты «Новое время». Пробный выпуск

Прежде чем перейти к характеристике газеты «Новое время», необходимо дать представление о городе, в котором она издается, поскольку его особенности стали определяющими для специфики газеты. Город Северск является крупнейшим закрытым административно-территориальным образованием (ЗАТО) среди атомных городов России. Его возникновение было непосредственно связано с началом строительства в 1949 г. «Комбината № 816» по производству высокообогащенного урана и плутония, ныне Сибирского химического комбината (СХК) (см. подробнее об истории города: [8]). В течение длительного времени город и предприятия, находящиеся на его территории, находились в «информационной блокаде»: «существование “атомградов” было засекречено для широкой общественности. Любая статистическая информация (численность населения, социально-экономические показатели и др.) равномерно распределялась на соседние регионы» [9. С. 72]. Контакты населения с внешним миром были сведены к минимуму, а единственным источником внутригородской информации для жителей являлось городское радио. Исследователи отмечают, что «отсутствие информации о многих сферах жизнедеятельности города и производства не подвергалось обсуждению, воспринималось как данность» [10. С. 85].

Перемены, которые произошли в общественно-политической жизни страны во второй половине 1980-х – 1990-е гг., привели к снятию существовавших в советском обществе многочисленных информационных барьеров и возникновению разнообразных печатных СМИ. Не обошла эта тенденция и «закрытый» город Северск, в то время обозначавшийся на картах как «Томск-7», а в речевом обиходе людей назвавшийся «Почтовым». В 1988 г. журналисты городского радио начали издавать информационный бюллетень горкома КПСС и городского Совета народных представителей «Диалог», который в июле 1990 г. получил статус городской газеты.

После того как произошел переход от однопартийной системы к многопартийной через процессы «декоммунизации», «Диалог» перестал предоставлять свои печатные площади городским комитетам КПСС и комсомола. Основным содержанием газеты стала официальная информация органов городской власти, в ней практически перестали печататься материалы о жизни коллективов промышленных, строительных предприятий Томска-7 и городских организаций. Таким образом, возникла естественная потребность восполнить информационное поле города недостающей информацией, и уже в конце 1990 г. здесь появилось новое печатное издание – еженедельная общественно-политическая газета г. Томск-7 «Новое время».

Учредителями новой газеты выступили СХК, АО «Химстрой», горкомы КПСС и ВЛКСМ. Главным редактором «Нового времени» был назначен С.Г. Хабибулин, в состав редколлегии вошли журналисты А.И. Рогожников, Л.И. Резанова и В.И. Березовский.

Пробный выпуск, который вышел 28 декабря 1990 г. форматом А3, был отпечатан в типографии Сибирского химкомбината. Номер состоял из 8 полос (2 п.л.). Газета распространялась через киоски «Союзпечати», цена одного экземпляра составляла 10 коп.

На первой полосе в редакционном материале «Наше кредо: какой быть газете – решают читатели» каждый из учредителей обратился к читателям, приветствуя появление новой городской газеты. Здесь же была опубликована заметка «Конкурс», в которой главный редактор объяснил свой выбор названия для издания и предложил читателям попробовать выбрать лучший вариант:

«Почему “Новое время”? Может быть потому, что Время, независимо от того, чураетесь вы прогресса или верите в “светлое будущее”, вне всякого сомнения, категория постоянно обновляющаяся. А с другой стороны,

в отличие, скажем, от писателей, которые, как они уверяют, имеют дело с Вечностью, журналисты, в зависимости от вкуса, чаще обращаются к наручным или карманным часам, ловят мгновение. Тем не менее мы убеждены, не всем читателям газеты название пришлось по вкусу. Если кому-то придет в голову лучшее, просим позвонить!» (Новое время. 1990. 28 дек.).

Вторая и третья полосы были посвящены актуальным городским событиям. В рубриках «Город и горожане» журналисты сообщали о новостях Северска, «Из сводок ОВД» – о криминальной обстановке в городе за неделю, «Рынок. Город. Человек» – об экономической ситуации в Томске-7. Полосы 4–6 были посвящены новостям в экономике страны и событиям в организациях-учредителях. На последней полосе в рубрике «Гость четвертой страницы» было опубликовано интервью популярного в городе актера Театра музыкальной комедии Бориса Киселева.

Модель нового издания, предложенная в пробном выпуске газеты, оказалась вполне приемлемой и для учредителей, и для аудитории, и для редакции. 17 января 1991 г. вышел первый номер газеты, за которой так и закрепилось первоначальное название – «Новое время». Но именно дата выхода пробного выпуска газеты стала официальной датой ее создания. За время своего существования газета претерпела значительные изменения. В ее истории можно выделить несколько этапов.

Основные этапы развития «Нового времени»

Прежде всего, выделяются два периода, в зависимости от способа производства газеты: период высокой печати (1990–1996 гг.) и период офсетной печати (с 1996 г.). Поскольку структурным подразделением одного из учредителей газеты – СХК – являлась типография, для издания нового городского СМИ было решено использовать ее технологические возможности. Необходимо отметить, что для начала 1990-х технология высокой печати уже не являлась передовой, крупные редакции осваивали компьютерную верстку и переходили на офсетную печать, предоставлявшую большие возможности по цветовому, графическому оформлению печатных изданий. Но именно работа с технологией высокой печати привлекла в редакцию газеты некоторых специалистов. Так, первый ответственный секретарь редакции Д.Ю. Беляев вспоминает:

«В “Народной трибуне”, откуда меня позвал в Северск С.Г. Хабибулин, мы уже делали газету в редакторских программах, а здесь была высокая печать – набор на линолите и верстка в металле. Конечно, технологически это был шаг назад, но было очень интересно. Я понимал, что такого шанса больше никогда не будет, и поэтому согласился работать в “Новом времени”. Каждый номер газеты планировался по содержанию главным редактором и ответственным секретарем, придумывались заголовки, лиды, рисовался макет. Далее тексты и макет передавались в типографию, где отливались из металла строчки и специально обученный человек, метранпаж, верстал по моим макетам полосы» (из интервью с Д.Ю. Беляевым).

Технология высокой печати накладывала ограничения на количество фотоиллюстраций в газете, определяла ее своеобразное графическое оформление. Однако в типографии была возможность печати издания в разных форматах, и этим воспользовалась редакция. Так, пробный номер газеты был отпечатан в формате А3, в 1991–1992 гг. газета выходила в формате А4: по воспоминаниям сотрудников редакции, это было сделано для того, чтобы «Новое время» отличалось от своего конкурента – городской газеты «Диалог». В 1993 г. произошел возврат к А3, в 1994–1995 гг. газета вновь выходила в формате А4, с 1996 г. и до настоящего времени – в формате А3.

В первые годы издания «Нового времени» коллектив редакции находился в творческом поиске образа газеты: изменение оформления заголовков газеты, ее рубрик, реквизитов, графических элементов происходило довольно часто, по несколько раз в течение года. Для печати праздничных номеров применялся дополнительный цвет (зеленый или красный, в зависимости от информационного повода). В 1994 г. в заголовочном комплексе газеты появился графический элемент в виде циферблата часов, стрелки которого указывали на месяц выхода газетного номера. Этот логотип в различных вариациях использовался газетой до 2000 г. Его автором выступил новый ответственный секретарь редакции И.В. Мусохранов.

В 1996 г. редакция «Нового времени» согласовала с учредителями переход на качественно новый технологический уровень – офсетную печать. Определяющим фактором при принятии такого решения явилась возросшая конкуренция между городскими печатными СМИ и развитие компьютерных технологий. С № 23 от 30 мая 1996 г. газета печатается офсетным способом в Томске: сначала она печаталась в

типографии «Красное знамя», с 2012 по настоящее время – в типографии ЗАО «Пресса».

Переход на офсетную печать значительно расширил возможности редакции. Он позволил увеличить количество и качество фотоиллюстраций в номере, использовать цветные фотографии; включать в номер полноцветные полосы (обычно первую и последнюю); использовать различные шрифты и графические элементы, в том числе художественные иллюстрации (которые с 1998 по 2002 г. создавал зам. ответственного секретаря редакции Г.В. Козловских); издавать газету на бумаге разного качества (праздничные номера выходят на мелованной бумаге).

Кроме этапов «технологических», в истории «Нового времени» выделяются этапы, связанные с типологическими изменениями издания. Поскольку важным типоформирующим признаком является учредитель СМИ, можно проследить прямую связь между изменением состава учредителей «Нового времени» и ее типологическим статусом. В связи с этим мы можем выделить следующие четыре этапа развития газеты:

1991–1993 гг. – первые учредители газеты – градообразующее предприятие Сибирский химический комбинат, крупная строительная компания АО «Химстрой» (впоследствии СПАО «Химстрой»), политическая организация ГК комсомола (позднее городская организация «Российского союза молодежи») – определили тип издания как общественно-политической городской газеты.

1994–2002 гг. – в состав учредителей вошли строительные организации АО «Проммеханомонтаж» и МСУ-107 (впоследствии ОАО «Спецтеплохиммонтаж»). Это позволило «Новому времени» выйти за границы Северска, претендовать на статус газеты как северского издания.

2003–2004 гг. – из состава учредителей исключены: строительная компания СПАО «Химстрой», городская организация «Российского союза молодежи», АО «Проммеханомонтаж» и ОАО «Спецтеплохиммонтаж». «Новое время» приобретает признаки корпоративного издания.

2005 г. – по настоящее время – единственным учредителем газеты является Сибирский химический комбинат, газета «Новое время» является корпоративным СМИ СХК.

1991–1993

Первый этап (1991–1993) характеризуется политическими преобразованиями в стране и изменениями, произошедшими в отношениях СМИ и государства в правовом поле. Принятые 12 июня 1990 г. Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации» и затем 27 декабря 1991 г. Закон РФ «О средствах массовой информации» 1991 г. отменяли предварительную цензуру, декларировали свободу слова и свободу печати, разрешали идеологический плюрализм и свободу творчества журналистов. Кроме того, редакции получили возможность вести хозяйственную деятельность и предоставлять услуги по размещению рекламы на страницах своего издания. Все это не могло не сказаться на деятельности редакции нового городского СМИ. Позиционируя себя как еженедельная общественно-политическая газета, «Новое время» стало для северчан газетой «для всех и обо всем». Целевой аудиторией издания было взрослое население города – работающие и пенсионеры.

В этот период в материалах газеты затрагивались вопросы политики и экономики, освещались социальная сторона жизни города, события культуры и спорта. В отличие от другой городской газеты «Диалог», «Новое время» предоставляла возможность обозначить свою позицию по тем или иным вопросам различным политическим организациям, а также высказывала собственное мнение о происходящих политических событиях в стране и городе. Наличие в составе учредителей газеты Сибирского химического комбината позволило ей получить доступ к информации о деятельности этого прежде закрытого для журналистов предприятия и эксклюзивное право на публикации по атомной тематике в городе. Значительная часть материалов была посвящена деятельности другого учредителя – второго по величине предприятия Томска-7, строительной компании АО «Химстрой».

Для организации тематической работы в редакции были созданы четыре отдела: общественно-политический, социально-экономический, рекламы и информации, фотоиллюстраций. Вопросы политики освещал главный редактор С. Хабибулин. Работе администрации города и депутатского корпуса посвящали свои материалы В. Березовский и внештатный корреспондент В. Осипцов. На социальную тематику писали все журналисты редакции – С. Хабибулин, Л. Резанова, А. Рогожников, В. Березовский. Информацию о жизни промыш-

ленных и строительных предприятий города готовили С. Хабибулин и А. Рогожников, Л. Резанова отвечала за новости культуры и работу с почтой редакции, В. Березовский – за освещение криминальной обстановки в городе. Новости спорта представляли внештатные корреспонденты Л. Козырев и Ю. Чурсанов. За рекламу и объявления отвечала В. Захарова. Из-за малочисленности журналистов, работающих в «Новом времени», в редакции была распространена практика использования псевдонимов при обозначении авторов материалов. Так, С. Хабибулин подписывал часть своих материалов псевдонимами С. Гарифов и С. Сергеев, А. Рогожников использовал имена А. Роко-тов и А. Ракитин, В. Березовский – В. Резовский и т.д.

Многообразие освещаемых в газете тем привело к увеличению объема номера газеты до 16 полос. Теперь в титуле «Нового времени» обозначалось, что это «еженедельник г. Томск-7». Тираж газеты вырос до 15 тыс. экземпляров, т.е. она стала реальным конкурентом северского «Диалога». Конкуренция между двумя городскими печатными СМИ резко обострилась. Особенно остро это соперничество проявлялось в первый год издания «Нового времени». Главным редактором «Диалога» в то время был А. Болтачев, известный своими агрессивными нападками в СМИ на атомную отрасль: естественно, что наличие среди основных учредителей газеты «Новое время» СХК явилось для него дополнительным раздражающим фактором.

Противостояние двух газет начало проявляться уже в № 5 от 20 февр. 1991 г. «Нового времени», когда было опубликовано письмо читателя «Диалога» с саркастическими замечаниями по поводу названия новой городской газеты. На протяжении нескольких номеров «Нового времени» в разных рубриках появлялись опровержения материалов «Диалога»: информация об искажении позиции профсоюзов (№ 7 от 6 марта 1991 г., № 12 от 10 апр. 1991 г.), обращение работников СХК по поводу статьи журналиста «Диалога» М. Семенченко, не отражающей, по мнению заводчан, действительного положения дел с конверсией на предприятии (№ 12 от 10 апр. 1991 г.), и др.

Одной из причин противостояния газет стал вопрос о ТВ-программе. «Новое время» начало первым печатать ее на своих страницах, а «Диалог», пытаясь привлечь административный ресурс, «давил» на типографию с требованием предоставить исключительное право печати именно ему. В заметке «О порядочности» (№ 29 от 7 авг. 1991 г.), написанной от имени редколлегии газеты, «Новое вре-

мья» призывало «Диалог» к здоровой конкуренции, а не к войне по пустякам и поиску «дешевых сенсаций». Тема была продолжена в заметке С. Хабибулина «И смех, и грех» (№ 40 от 28 окт. 1991 г.) и ряде других материалов. К обсуждению проблемы были привлечены председатель горсовета Ю. Краснов и другие участники. В конфликте между «Диалогом» и «Новым временем» власть встала на сторону последнего: по распоряжению горсовета редактор «Диалога» А. Болтачев был снят с должности.

На первом этапе развития газеты была сформирована система рубрик, отражающая содержательно-тематическую модель издания. Рубрики: «Сегодня в номере», «Хроника», «Дела депутатские», «Город и горожане», «Спектр» (актуальное интервью) – освещали городские события за неделю. В рубрике «Экономика» обсуждались вопросы экономики переходного периода в стране, регионе и городе, сложности функционирования городских предприятий и рост уровня безработицы. Событиям политической жизни в стране и регионе были посвящены материалы в рубрике «Политика». Они затрагивали темы референдума СССР по вопросу сохранения СССР, выборов президента РСФСР, политических событий 1991–1993 гг. Рубрика «Точка зрения» представляла собой площадку для дискуссий на различные темы. В рубрике «Межгород» сообщались новости атомных закрытых городов. Рекреативную функцию выполняли рубрики: «Курьер 4-й полосы», «Экслибрис», представлявшие новости культуры и литературное творчество читателей, и «Турнирная орбита», посвященная новостям спорта. Для обратной связи с читательской аудиторией была создана рубрика «Письма@». Обязательными для газеты стали рубрики «ТВ-программа» и «Реклама».

Из материалов газеты периода 1991–1993 гг. стоит выделить серию публикаций, направленную на развенчание мифов о деятельности градообразующего предприятия – СХК, на борьбу с радиофобией у северчан и жителей г. Томска. В эту серию входят также эксклюзивные материалы о произошедшей 6 апреля 1993 г. радиационной аварии на радиохимическом заводе СХК: подробному освещению обстоятельств аварии посвящены № 16 (17 апр.), № 17 (24 апр.) и № 18 (1 мая) еженедельника. В них были опубликованы большой аналитический материал под названием «Инцидент», подготовленный А. Рогожниковым, оперативные комментарии от руководства предприятия и отрасли, а также интервью с главным санитарным врачом

города А.И. Маслюком о радиационной ситуации и возможных последствиях для населения. В течение 1993 г. журналисты издания следили за развитием ситуации и публиковали информацию о радиационной обстановке в городе и на территориях, подвергшихся воздействию радиоактивного загрязнения.

Итогом первого этапа развития «Нового времени» можно считать разработку модели еженедельного общественно-политического издания, освещавшего на своих страницах вопросы как городской, так и общероссийской жизни, активно вмешивавшегося в процессы становления гражданского общества. Характерной особенностью газеты уже на этом этапе стал доступ к ранее закрытой информации о деятельности СХК, что дало «Новому времени» конкурентное преимущество на рынке томских СМИ. Это сыграло важную роль при освещении аварии на СХК, имевшей значительный резонанс в обществе.

1994–2002

Второй этап развития газеты (1994–2002) характеризуется увеличением числа учредителей издания, сменой журналистского состава редакции, изменением тематики материалов и расширением целевой аудитории за счет создания рубрик для молодежи, а также выхода за пределы Северска на рынок томских СМИ.

Сложная экономическая ситуация в стране – неплатежи, развитие бартерной системы взаиморасчетов между организациями, задержки с выплатой заработной платы – привели к уменьшению финансирования газеты «Новое время» со стороны одного из учредителей – АО «Химстрой» и сокращению подписчиков из числа работников этой организации. Следствием этого явилось снижение тиража газеты почти в три раза: с 15 тыс. экз. в 1993 г. до 5 100 экз. в 1995 г. Для поддержания деятельности издания на прежнем уровне в состав учредителей были приглашены строительные организации АО «Проммеханомонтаж» и МСУ-107.

Произошли изменения в структуре редакции и в ее журналистском составе. Теперь в «Новом времени» три тематических отдела: в 1994 г. отдел промышленности и строительства возглавила журналист О. Кочеткова, отдел социальных проблем – перешедший в штат редакции В. Осипцов, отдел рекламы – В. Захарова. Ответственным секретарем редакции на протяжении всего периода был И. Мусохра-

нов, фотокорреспондентом – Н. Мишанов. При оформлении газетных публикаций использовались также фотоматериалы внештатного фотографа М. Гарифуллина. Вместо покинувших газету Л. Резановой, В. Березовского и А. Рогожникова в «Новое время» пришла журналистка Л. Карманова (Ерофеева).

Происходящие трансформации отразились на содержании газеты, ее рубрикаторе. Наряду с прочно закрепившимися в газете рубриками «Город и горожане», «Экономика», «Политика», «Межгород», «Дела депутатские», «Турнирная орбита» появились новые, посвященные ранее не затрагиваемым тематическим направлениям. Так, с приходом в штат В. Осипцова появилась рубрика «Фактограф» о событиях, произошедших в городе за неделю. И. Мусохранов стал ведущим новой рубрики «Пресс-экспресс» с обзорами региональной и федеральной прессы; О. Кочеткова предлагала читателям поговорить о религии в рубрике «Верую», а Л. Карманова инициировала создание рубрики для молодежи «От 13 и до...». В. Захарова дополнила полосу рекламы и объявлений полезными советами для огородников «Что посеешь, то и пожнешь». Программа ТВ-передач стала печататься на отдельной вкладке под названием «НВ + ТВ».

По-прежнему значительная часть материалов журналистов редакции была посвящена деятельности СХК и строительных организаций города, однако акцент в них делался не на предприятиях в целом, а на конкретных личностях, работниках этих предприятий. Специальная рубрика «Портреты с натуры» знакомила горожан с жизнью человека труда на производстве и вне его. Большие аналитические материалы о ситуации в атомной отрасли публиковал известный томский журналист В. Лойша.

Этот период характеризуется постоянной сменой редакционного состава. Новые журналисты становились инициаторами новых рубрик и тематических направлений в газете. Так, в 1995 г. в состав редакции вошел известный в Томске спортивный журналист С. Сердюк, который стал ведущим спортивной полосы «Стадион». Увеличение числа молодых журналистов и журналистов-женщин привело к появлению в газете отдельных тематических страниц для женщин – «Шарм» и мужчин – «Престиж», молодежной рубрики «М&К (Макс и Ксюша)», страницы о здоровье – «Вернись к здоровью».

С 1996 г. материалы о СХК стали выходить под отдельной рубрикой «Атомный век»: кроме того, начало выходить ежемесячное при-

ложение «Орбита», целью которого было просвещение населения по вопросам, касающимся атомной энергетики. Общественным редактором приложения стал ведущий инженер производственно-технического отдела СХК А.Г. Компаниец.

В конце года газета была зарегистрирована Западно-Сибирским региональным управлением Комитета по печати (27 дек. 1996 г., свидетельство № Г-01107), а в 1997 г., как уже было сказано, газета перешла на офсет. № 36 (344) от 4 сент. 1997 г. вышел в новом облике с четкой привязкой рубрик к полосам газеты:

- первая полоса: «Анонс номера», «Официально», «Коротко о главном. События недели»;

- вторая и третья: «Крим-факт», «Из первых рук», «Люди. Факты. Обстоятельства», «Город и горожане». В рубриках этих полос сообщалось о состоянии дел в городских организациях, где среди прочих упоминались и строительные организации – учредители газеты;

- четвертая и пятая: рубрики о СХК – «Сибирский химический», «Атомный век»;

- шестая: «Шарм», «Престиж», «Семья», «Наши за бугром» (о путешествиях) (выходили по очереди);

- седьмая: «Спорт» и «Хочу все знать» (по материалам российской прессы), которые периодически дополнялись рубриками «Театральная площадь» и «Литературная страница»;

- восьмая: «Реклама и объявления».

Отдельной вкладкой выпускались программа телевизионных передач и ежемесячное приложение «Орбита».

В 1998 г. в редакцию приходит молодой журналист Ю. Студенникова (Беломестных). С ее приходом газета стала больше внимания уделять вопросам культуры, стали появляться интервью с театральными деятелями и эстрадными артистами. Была возрождена молодежная страница, теперь под названием «Поколение Next», материалы которой посвящались молодежным субкультурам, взаимоотношениям в молодежной среде, современной моде и музыке. В 1999 г. в коллектив редакции пришел Сергей Новокшенов. Тематикой его материалов стали новости Совета народных представителей в рубрике «Депутатские будни» и вопросы духовности и веры в рубрике «Дорога к храму».

В 2000 г. в редакции вновь стало четыре отдела, появились новые рубрики, такие как «Быстрее, выше, сильнее», «Сибирский химический», «Точка зрения», «Из первых рук», «Юбилейные вечера»,

«Наукоград». Новости строительной отрасли чаще выходили в рубрике «Проблема». Это было связано с плачевным финансовым состоянием городских строительных организаций и нарастающей социальной напряженностью в коллективах предприятий. П. Рябов добавил в тематику материалов газеты историческую тему и опросы горожан по актуальным вопросам, а Н. Полех (Русская) – тему туризма и путешествий. Сотрудничество с журналистом В. Сердюком (на внештатной основе) привело к созданию рубрики интеллектуальных развлечений «Игровой дом НВ», в которой публиковались логические задачи, кроссворды, ребусы и шарады.

Важной вехой в истории развития газеты стал ее выход за пределы Северска. В 2001 г. она продавалась в киосках «Роспечати» г. Томска, была объявлена подписка на газету для томичей. Тираж газеты увеличился до 9 500 экз. На страницах газеты завязалась дискуссия о безопасности атомных производств между томичами и северчанами.

После того как редакцию покинул иллюстратор и верстальщик Г. Козловских, дизайном и версткой газеты стал заниматься томский писатель-фантаст А.Р. Рубан. Благодаря ему увеличилось количество публикуемых художественных произведений томичей и северчан, в том числе литературного творчества детской аудитории. Все эти изменения привели к тому, что тираж газеты достиг 12 тыс. экз.

Можно сказать, что второй этап развития «Нового времени» стал наивысшей точкой ее развития как общественно-политической газеты. Расширение числа учредителей позволило газете охватить дополнительные тематические направления, ориентация на расширение читательской аудитории – выход на томский рынок – способствовала реализации творческих возможностей редакции, увеличению тиража. Эта «экспансия» газеты была обусловлена в том числе усилением «антиатомной» риторики в связи с аварией 1993 г: СХК стремился успокоить томскую аудиторию, вовлечь ее в обсуждение проблем атомной отрасли. Кроме того, «строительный блок» учредителей также был заинтересован в охвате более широкой читательской аудитории, поскольку осуществлял свою профессиональную деятельность и за пределами Северска.

2003–2004

Третий период развития газеты «Новое время» (2003–2004) характеризуется усилением влияния основного учредителя – СХК – на тематическую направленность материалов. Это связано в том числе с

увеличением числа представителей СХК в органах городского управления и депутатском корпусе.

В газете новые тенденции проявились в первую очередь появлением новой ежемесячной рубрики «Ведомости собрания народных представителей ЗАТО Северск», которую начал вести П. Рябов. В рубрике публиковались официальная информация, интервью с депутатами, анализировались решения городской администрации, подчеркивалось влияние СХК на решение социальных проблем в городе.

К сентябрю 2003 г. из числа учредителей газеты были исключены Северская городская организация «Российский союз молодежи» и СПАО «Химстрой». Информация о деятельности этих организаций исчезла из тематического плана газеты, что привело к сокращению аудитории и снижению тиража до 5 600 экз. Информация о жизни городской молодежи постепенно стала заменяться информацией о деятельности Общественного молодежного объединения (ОМО) СХК, которую готовила для «Нового времени» редактор газеты ОМО «СХК» «Мы вместе» О. Ковалевская.

В 2004 г. руководство Сибирского химического комбината приняло решение о бесплатной подписке на газету «Новое время» для своих неработающих пенсионеров. Для работников предприятия подписка стала оформляться через бухгалтерию СХК. Это позволило увеличить тираж до 7 300 экз. Однако в течение первой половины 2004 г. из состава учредителей газеты вышли ОАО «Спецтеплохиммонтаж» и АО «Проммеханомонтаж», так что к июню 2004 г. СХК остался единственным учредителем газеты, что привело к падению тиража во втором полугодии до 5 000 экз.

В этот период газету покинули многие журналисты, сократилось количество рубрик. Главный редактор С. Хабибулин принял решение об участии в 2005 г. в выборах депутатов Собрания народных представителей, в связи с чем с сентября 2004 г. в газете появилась рубрика «Слово редактора». Комментируя сокращение учредителей издания до одного – СХК и возникшую в связи с этим задержку начала подписной компании на 2005 г., С. Хабибулин писал в статье «Почему мы взяли тайм-аут»:

«По форме, а самое главное, и по сути, “Новое время” теперь корпоративная газета. Ее учредитель – Сибирский химический комбинат, и у него есть собственная идеология, свои корпоративные интересы, и, наконец, своя программа развития... Самая свежая и интересная, и даже, не побо-

юсь этого слова, эксклюзивная информация о жизни комбината, его персонала и его руководства будет прежде всего появляться именно в нашей газете. Однако это не значит, что мы собираемся делать газету, которая будет интересна только работникам комбината» (Новое время. 2004. 10 сент.).

Несмотря на небольшой временной отрезок, который занял этот «переходный период» в жизни «Нового времени», он стал очень важным для газеты в отношении ее типологического статуса. Из-за того, что по разным причинам издание лишилось всех своих учредителей, кроме одного, были потеряны многие достижения, которых удалось достичь редакции в предыдущие годы.

Тем не менее в этот период журналисты продолжали реализовывать свои идеи, работали над основанием новых рубрик, освоением новых тем. Например, в газете появилась ежемесячная рубрика «Прогулки по городу» – исторические очерки к юбилею Северска, а также рубрика-акция редакции газеты «Ищу семью», посвященная поиску приемных семей для детей из томского приюта «Огонек».

Современный этап

Последний этап в истории газеты «Новое время» (с 2005 г. по настоящее время) связан с окончательной трансформацией ее в корпоративное издание Сибирского химического комбината. Несмотря на сложности с проведением подписной компании, в 2005 г. тираж газеты составил 7 тыс. экз. Редакции удалось сохранить систему рубрик предыдущего периода, официально газета по-прежнему считалась еженедельной общественно-политической газетой г. Северска.

В 2005 г. к постоянным рубрикам газеты добавились «Новости СХК» и «ОМО СХК», в течение года печаталось большое количество публицистических материалов, посвященных 60-летию Победы. Во второй половине года в связи с предстоящими выборами в городское Собрание народных представителей полосы газеты предоставлялись кандидатам в депутаты и их доверенным лицам для опубликования предвыборных программ и агитационных материалов.

В связи с сокращением числа учредителей в том же 2005 г. произошла перерегистрация СМИ: газета зарегистрирована Управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по

Сибирскому федеральному округу (свидетельство ПИ № ФС 12-0495 от 6 сент. 2005 г.). К концу года газета покинула рынок печатных СМИ г. Томска.

В марте 2006 г. представитель учредителя – управление по связям с общественностью СХК – поставил в известность коллектив редакции о преобразовании газеты из городской в корпоративную. Это привело к тому, что часть журналистов попала под сокращение. Была изменена структурная организация редакции: ликвидированы тематические отделы, сокращены работники вспомогательных структур (бухгалтерия). Главным редактором корпоративного издания была назначена О.В. Ковалевская.

Номер газеты «Новое время» от 20 апр. 2006 г. (№ 16) вышел в обновленном формате. В заголовочном комплексе газеты с этого времени указывается, что «Новое время» является информационно-аналитической газетой ФГУП «СХК». Первая и последняя полосы издания становятся полноцветными. Появляются новые рубрики, связанные с деятельностью Сибирского химического комбината, в то же время сокращается количество рубрик, посвященных городским событиям. Новый главный редактор обращается к читателям:

«Представляем вам обновленную версию газеты “Новое время”. Несколько последних лет работники нашего предприятия постоянно говорили о необходимости создания корпоративной газеты. То, что у работников СХК существует повышенная потребность в получении информации о родном предприятии, доказывает тот факт, что уже несколько лет успешно работает молодежная газета СХК “Мы вместе”, выпускалась газета “КомбинАтом”, более того, в отдельных подразделениях начат выпуск собственных информационных листков. Поэтому, как говорится, время пришло! Руководством СХК принято решение перепрофилировать “Новое время” в корпоративную газету Сибирского химического комбината» (Новое время. 2006. 28 апр.).

В состав новой редакции вошли: главный редактор О. Ковалевская, редактор Г. Краморенко, журналисты М. Мифтахова, Н. Русская, П. Рябов, Ю. Беломестных, фотокорреспондент Н. Мишанов, специалист по рекламе Ю. Пашаева, корректор Е. Дмитриева. Дизайн и верстку осуществлял Е. Мухамедьяров.

К концу 2006 г. газета окончательно становится корпоративной: в соответствие приведены рубрикация, оформление газеты, в заголовочном комплексе присутствует логотип учредителя. Городская ин-

формация публикуется только в том случае, если она затрагивает работников комбината. Не печатается официальная информация городской администрации, в рубрике «Глас народа» в опросах участвуют только работники СХК. Рубрики, тематически связанные с культурой и спортом, освещают внутренние мероприятия Сибирского химического комбината. В рубрике «Политес» слово предоставляется депутатам городской думы, представляющим СХК. Значительное место отведено рекламе и объявлениям, поскольку они приносят доход и уменьшают затраты учредителя, в том числе на бесплатную подписку ветеранов предприятия. 2006 г. стал последним годом существования городской общественно-политической газеты «Новое время», но корпоративное «Новое время» живет и развивается по своему сценарию.

Выводы

История газеты «Новое время» является характерным примером того, как учредитель (или учредители) влияет на типологический статус издания, определяя его цели и задачи, качественный и количественный состав читательской аудитории. В рассматриваемой ситуации обращает на себя внимание то, что Сибирский химический комбинат был одним из учредителей газеты все четыре периода ее существования, но только тогда, когда он остался единственным учредителем, появилась возможность для придания «Новому времени» статуса корпоративного издания.

В то же время анализ содержания газеты показывает, насколько велико было влияние авторского коллектива, отдельных журналистов на тематику и проблематику издания. Журналисты на всех этапах развития газеты имели возможность для творческой реализации, для воплощения своих идей в виде новых разделов и рубрик, «акций», приложений и т.д. Персональные предпочтения сказывались и на оформлении газеты.

Развитие и трансформация типологических моделей газеты происходили на фоне изменений российского общества, отражали общие процессы, характерные для периодической печати конца XX – начала XXI в. Первоначально это было стремление к массовой аудитории, «преодолению границ» – тематических, ведомственных, географических (выход за пределы Северска, на рынок томских СМИ). Затем процесс пошел в обратную сторону, и «Новое время», как и многие

другие издания, занимает нишу корпоративных медиа, становится выразителем интересов одного, но чрезвычайно влиятельного учредителя, в данном случае являющегося градообразующим предприятием. Одновременно «Новое время» вошло в систему корпоративных СМИ всей атомной отрасли, что привело к дальнейшим изменениям в его издательской и редакционной модели.

Таким образом, история «Нового времени» неотделима от истории всей страны и российской журналистики, этапы существования газеты определялись объективными обстоятельствами, были сопоставимы с общими тенденциями развития российской периодики конца XX – начала XXI в. Именно поэтому типологические исследования современной журналистики приобретают особую значимость и актуальность, поскольку позволяют представить общую картину трансформации периодики в постперестроечную эпоху и вплоть до наших дней, увидеть общее и особенное в процессах, происходивших со СМИ разного типа.

Литература

1. Головин Ю.А. Журнальная периодика: типологические характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 72–82.
2. Корнилов Е.А. Типология периодической печати // Типология периодических изданий. Ростов н/Д : Изд-во РГУ, 1984. 160 с.
3. Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория и практика (публикации разных лет). Ростов н/Д : Терра, 2002. 368 с.
4. Ахмадулин Е.В. Типологическое моделирование печати // Типология периодических изданий. Ростов н/Д : Изд-во РГУ, 1984. С. 31–40.
5. Типология периодической печати / под ред. Я.Н. Засурского. М. : Изд-во МГУ, 1995. 144 с.
6. Тулупов В.В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации: Альманах. 2007. Вып. 3–4 (66–67). С. 36–44.
7. Шкондин М.В. Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Ресиянской. М. : Изд-во МГУ, 2007. 236 с.
8. История Северска / отв. ред. В.П. Зиновьев. Томск : Изд-во Том. ун-та, 1999. 258 с.
9. Анохин В.А. Особенности советской системы обеспечения безопасности производственных ядерных объектов // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 336. С. 72–75.

10. Жилавская И.В. Информационная среда закрытого города // Медиаобразование. 2009. № 4. С. 85–97.

TYPOLOGICAL TRANSFORMATIONS IN THE PRESS OF A “CLOSED” TOWN (NOVOYE VREMYA, SEVERSK, A CLOSED ADMINISTRATIVE TERRITORIAL UNIT)

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2018. 4, pp. 5–24.

Tatiana Yu. Gorbunova, Nataliya V. Zhilyakova, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: hnz70@mail.ru / retama@yandex.ru

DOI: 10.17223/26188422/4/1

Keywords: social-political newspaper, *Novoye Vremya*, typology, corporate newspaper, Siberian Chemical Combine.

In the early 1990s, in one of the atomic cities of Russia – Seversk (Tomsk Oblast), which was previously in an information blockade in connection with the secrecy of the regime – the first city newspapers *Dialog* and *Novoye Vremya* appeared. The founders of the newspaper *Novoye Vremya* are the large enterprises of the city: the Siberian Chemical Combine and the construction company Khimstroy, as well as the political organizations of the CPSU City Committee and the Komsomol City Committee. Using the example of the newspaper *Novoye Vremya*, the authors consider the transformation of the city newspaper, which existed from 1990 to 2006, into a corporate edition, and the change of its typological characteristics during this transformation.

In terms of the production technology of the newspaper, two periods stand out: the period of letterpress printing from 1990 to 1996, the period of offset printing from 1996 to the present. It is noted that at the initial stage of the newspaper existence, the use of letterpress printing made it possible to reduce the expenses of the founders, since the printing house belonged to one of them, and also to attract specialists to the newspaper by inviting them to produce newspaper using a rare technology. But due to the fact that the possibilities of letterpress printing in the quality and design of the newspaper were limited, by 1996 the editorial staff and the founders decided to switch to offset printing, which made it possible to use color photographs, full-color printing, and various types of paper for publishing the newspaper.

In terms of the content-thematic model of the newspaper, one can note a direct connection between the composition of the founders of the newspaper and the organization of its materials. In the history of the newspaper, there are four main stages: 1991–1993, the founders include the Siberian Chemical Combine, the construction company Khimstroy, the political organization of the Komsomol (later the city organization of the Russian Union of Youth); 1994–2002, the construction companies Prommekhanomontazh and MSU-107 (later Spetsteplokhimmontazh) joined the original founders; 2003–2004, the construction companies Khimstroy, Prommekhanomontazh and Spetsteplokhimmontazh, as well as the city organization of the Russian Union of Youth, were excluded from the founders; 2005 – to the present, the only founder of the newspaper is the Siberian Chemical Combine.

The main type-forming characteristic of the periodical is its publishing body – the founder. On the example of the newspaper *Novoye Vremya*, the authors consider how a city newspaper, which during the periods of numerous founders was a newspaper “about everything and for everybody”, turns into a corporate edition of one founder, how the change in the composition of the founders affects the content-thematic model and design of the newspaper.

References

1. Golovin, Yu.A. (2012) Zhurnal'naya periodika: tipologicheskie kharakteristiki [Magazine periodicals: typological characteristics]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Questions of the theory and practice of journalism*. 2. pp.72–82.
2. Kornilov, E.A. (1984) Tipologiya periodicheskoy pechati [Typology of periodical press]. In: Kornilov, E.A. (ed.) *Tipologiya periodicheskikh izdaniy* [Typology of periodicals]. Rostov-on-Don: Rostov State University.
3. Akopov, A.I. (2002) *Nekotoryye voprosy zhurnalistiki: istoriya, teoriya i praktika (publikatsii raznykh let)* [Some issues of journalism: history, theory and practice (publications of different years)]. Rostov-on-Don: Terra.Donu: “Terra”.
4. Akhmadulin, E.V. (1984) Tipologicheskoe modelirovanie pechati [Typological modeling of press]. In: Kornilov, E.A. (ed.) *Tipologiya periodicheskikh izdaniy* [Typology of periodicals]. Rostov-on-Don: Rostov State University.
5. Zasurskiy, Ya.N. (ed.) (1995) *Tipologiya periodicheskoy pechati* [Typology of theperiodical press]. Moscow: Moscow State University.
6. Tulupov, V.V. (2007) Teoreticheskii i prakticheskii aspekty tipologii pechatnykh periodicheskikh izdaniy [Theoretical and practical aspects of typology of printed periodicals] *Aktsenty: Novoe v massovoy kommunikatsii*. 3–4 (66–67). pp. 36–44.
7. Shkondin, M.V. (2007) *Periodicheskaya pechat': sistemnye osnovy tipologii. Tipologiya periodicheskoy pechati* [Periodical press: Systemic basis of typology. Typology of the periodical press]. Moscow: Moscow State University.
8. Zinov'ev, V.P. (ed.) (1999) *Istoriya Severska* [History of Seversk]. Tomsk: Tomsk State University.
9. Anokhin, V.A. (2010) Basic features of Soviet nuclear industrial objects security system. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 336. pp.72–75. (In Russian).
10. Zhilavskaya, I.V. (2009) Informatsionnaya sreda zakrytogo goroda [Informational environment of a closed town]. *Mediaobrazovanie – Media education*. 4. pp. 85–97.