

Научная статья
УДК 050:94(571.16)"19/20"
doi: 10.17223/19988613/77/2

Периодическая печать Томска в 1990-е гг.: анализ динамики развития

Валерия Андреевна Войтикова

*Томский государственный университет, Томск, Россия
Средняя школа № 37, Томск, Россия
gruzdevavalerya@yandex.ru*

Аннотация. Анализируются изменения рынка прессы Томска в 1990-е гг. вследствие экономической нестабильности и бурного развития альтернативных средств массовой информации. Выявлено, что трансформация медиасферы значительно повлияла на процесс реорганизации газетной периодики города и стала стимулом к обновлению «старых» изданий. Спектр газетных изданий Томска расширился: появилось большое количество узкоспециализированной прессы. Автор акцентирует внимание на том, что газетный рынок Томска развивался, несмотря на расширение и популяризацию среди населения «новых» средств массовой информации, высокой конкуренции за аудиторию.

Ключевые слова: газеты, периодическая печать, медиасфера, читательская аудитория, приложения

Для цитирования: Войтикова В.А. Периодическая печать Томска в 1990-е гг.: анализ динамики развития // Вестник Томского государственного университета. История. 2022. № 77. С. 12–19. doi: 10.17223/19988613/77/2

Original article

The periodical press of Tomsk in the 1990s: an analysis of the dynamics of development

Valeriya A. Voytikova

*Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation
Secondary school № 37, Tomsk, Russian Federation
gruzdevavalerya@yandex.ru*

Abstract. The article analyzes changes in the press market in the 1990s due to economic instability and rapid development of alternative media. The subject of the research is the peculiarities of the development of newspaper periodicals in the period of the 1990s. The aim of the article is to analyze the dynamics and to reveal the tendencies, which were typical of the print media in this period. The research is based on the transcripts of microphone materials kept in the State Archive of the Tomsk region and the materials of periodical press (newspapers «Krasnoe Znamya», «Narodnaya Tribuna», «Tomsky Vestnik», and others).

Comprehension of peculiarities of transformations that occurred with newspaper periodicals of the 1990s should become an important component in the systematic study of Tomsk media sphere. The article characterizes the changes in the structure of the media sphere, noting a significant increase in the number of non-state media. Competition with other media and difficult economic conditions of the market became the factors contributing to the difficult situation with the newspaper periodicals.

In the course of the study, changes in the newspaper press market have been analyzed. As a result, publications that were closed in the 1990s (e.g., «Tomsk Youth Express», «Tomsk Spectator»), publications that were published in the Soviet period and continued in the 1990s (e.g., Krasnoye Znamya) and new Tomsk newspaper publications (e.g., «Vam», «Delo», «Reklama») have been covered.

The author comes to the following conclusions. The number of publications that appeared before the 1990s and continued to exist at that time and of the ones that appeared in the 1990s is much higher than those that disappeared from the market of printed products of Tomsk. The thematic range of publications expanded.

Transformation of the media sphere had a significant impact on the process of reorganization of newspaper periodicals, became an incentive to update the "old" editions. As a result, there were serious changes in the information policy of newspapers. Thus, institutional, compositional and graphic, and thematic changes are covered in the article. The editorial policies of the newspapers, which changed under the new economic conditions, contributed to the transformation of many newspapers into successful market publications.

One of the most important trends of the period was the symbiosis of journalism and commercial advertising which became the main source of survival for many publications.

The diversity of new publications intended for different groups of readership, their preservation and successful existence under market conditions, and the tendency to grow in a difficult material existence allow us to conclude that the newspaper press successfully overcame the period of the 1990s.

Keywords: newspapers, periodical press, media sphere, readership, applications

For citation: Voytikova, V.A. (2022) The periodical press of Tomsk in the 1990s: an analysis of the dynamics of development. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya – Tomsk State University Journal of History*. 77. pp. 12–19. doi: 10.17223/19988613/77/2

Общественно-политические изменения периода 1990-х гг. оказали существенное влияние на становление и развитие средств массовой информации г. Томска. В этот период СМИ стали не просто отдельным политическим фактором, «площадкой» для политического дискурса, но и пространством свободного комментирования и формирования «повестки дня». Многие отрицательные черты, присущие советской системе, стали проникать в поле общественного обсуждения (в основном через прессу). По мнению Р.П. Овсепяна, «никогда прежде однопартийная советская журналистика не сталкивалась с необходимостью объективного отражения многочисленных проблем, рожденных новым политическим и экономическим мышлением» [1. С. 198].

На сегодняшний день в научной среде не изучено в достаточной степени развитие медиасферы и ее сегментов в 1990-е гг. Во-первых, это обусловлено во многом тем, что медиаконтент данного периода слабо репрезентативен в СМИ. Например, микрофонные материалы радиопередач находятся лишь в архиве, практически отсутствуют источники личного происхождения в рамках указанной тематики. В данный момент отсутствует и систематизированная развернутая история развития средств массовой информации Томска в 1990-е гг. Во-вторых, по мнению автора, не всегда исследователи четко разграничивают схожие термины «медиасфера», «медиасистема», «медиасреда» и т.п. Данный аспект усложняется междисциплинарностью исследований СМИ. К настоящему времени одной из необходимых задач является задача фиксации и выстраивания событийной и фактологической истории томских СМИ. Недавняя современность становится ускользающим от исследовательского внимания прошлым.

Периодическая печать является важнейшим сегментом медиасферы. В понимании автора, осмысление изменений периодической печати 1990-х гг. должно стать важной составляющей в системном изучении медиасферы Томска. Исследование ее истории дает возможность понимания законов функционирования, тенденций развития в 1990-е гг. Без анализа трансформаций традиционных и новых медиа на рубеже веков невозможно понять современное состояние средств массовой информации города и перспективы их развития в будущем.

Исследователями сделаны серьезные шаги в изучении функционирования медиасферы России и ее городов, но лишь в рамках отдельных сюжетов. Важнейшей работой в данном направлении является статья А.В. Чернова о выделении специальной проблемной области исследований медиарегионалистики [2]. Она важна не только для понимания процессов, протекаю-

щих в массмедиа региона, но и для оценки ключевых социально-экономических факторов региона.

Медиасфера как самостоятельный объект изучения встречается редко. Учебный текст И.П. Яковлева «Стратегическое управление медиасферой» – фактически единственная обобщающая работа, посвященная медиасфере как системе средств массовой коммуникации [3]. Автором выделяются характеристики медиасферы, стратегии ее развития как на уровне страны, так и на уровне регионов.

Монография И.В. Лизуновой внесла серьезный вклад в изучение средств массовой информации Сибири и Дальнего Востока в российском медиапространстве на рубеже XX–XXI вв. [4]. Важное место в этой работе и других ее публикациях занимает периодическая печать. И.В. Лизунова отмечает, что объективные факторы, такие как огромная территория страны, невысокая плотность населения, низкая покупательная способность, привели к тому, что рынок печати развивался в регионах крайне неравномерно [5]. Соответственно, говорить о развитости региональных рынков печати на рубеже веков преждевременно.

Н.В. Жиликова отмечает, что томская журналистика прошла те же важнейшие этапы трансформации медиасистемы, что и другие крупные регионы: расширение типологического спектра изданий, коммерциализацию прессы, появление независимых СМИ, передел рынка между общественно-политическими и рекламными изданиями и т.д. Однако Томск выделялся особым характером взаимодействия власти и СМИ [6. С. 58].

Несмотря на возросший интерес исследователей к тематике медиа, вопрос влияния общественных трансформаций периода 1990-х гг. на средства массовой информации, число которых значительно возросло в регионах, практически не рассматривался. Новизна данной работы заключается в исследовании отражения процессов трансформации периода 1990-х гг. на периодическую печать г. Томска. Цель статьи – анализ динамики и выявление тенденций, характерных для печатных СМИ в этот период.

В 1990-е гг. медиасфера, понимаемая автором как информационное пространство, в котором происходит владение различными субъектами соответствующими медиаресурсами [7. С. 206], только начала выстраиваться в сферу общественных отношений. Ресурсами могут быть каналы, газетные издания, ТВ-студии и т.д. Огромное значение в концепте «медиасфера» придает информационному пространству, определенным идеям и смыслам, наполняющим это пространство.

Исчезновение монополии многих традиционных массмедиа на передачу и распространение информации привело к тому, что рынок для части медиаресурс-

сов расширился. Во многом на это повлиял «Закон о печати и других средствах массовой информации» [8], который означал прекращение государственной монополии на информацию и начало процесса создания медиа не только различными организациями, но и отдельными гражданами.

В Томской области в этот период осуществляло вещание большое количество федеральных телекомпаний (Первый канал; НТВ / СТ-7; Рен ТВ / ТВ-2; СТС / Открытое ТВ; Спорт / ГТРК; ТНТ / НТСЦ; Россия; ДТВ / 22 канал и др.) [9. С. 129], а также 9 муниципальных телекомпаний. Кроме того, возникло большое количество мелких студий кабельного телевидения (как муниципальных, так и частных кабельных сетей), рекламных и деловых агентств. В начале 1990-х гг. в Томске появилось агентство деловой информации, на базе которого была создана компания «Томика», сегодня предоставляющая интернет-услуги.

Рынок конкурентных медиаизданий значительно расширился с середины 1990-х гг. за счет появления негосударственных телекомпаний, таких как Студия-Т, ТВ-2, а также развития негосударственного радиовещания. Независимые телекомпании сразу приобрели популярность среди населения: «На 1 сентября 1992 г. свои симпатии телеканалу ТВ-2 выразили около 500 тыс. зрителей» [10. Л. 1]. Впоследствии у многих телеканалов появились и рекламные агентства. У ТВ-2 оно сформировалось в ноябре 1992 г. Ролики производства ТВ-2 заслужили очень хорошие отзывы на фестивалях и семинарах в Новосибирске, Красноярске, Алма-Ате, Москве и других городах. Всего в Томске к началу XXI в. действовало 15 телекомпаний и телестудий, в большинстве своем частных структур [4. С. 74].

В 1990-е гг. на медиарынке Томского радиовещания возникли такие компании, как «Радио Сибирь» (лидер радиовещания), «ТВ-2 Радио», а также ГТРК «Томск» («Радио России»). В эти же годы произошло расширение крупных центральных медиакомпаний (например, «Эхо Москвы», «Радио России» и т.д.) на региональное телерадиовещательное пространство. Серьезную конкуренцию составляли и информационные агентства. Их преимущество обуславливалось большей оперативностью поступления информации для томской общественности в сравнении с газетами.

Вышеперечисленные изменения в структуре медиасферы не могли не сказаться на положении томской прессы. В начале 1990-х гг. произошло сокращение газетной периодики в структуре массмедиа, она стала занимать более скромное место в сравнении с предшествующими годами, произошел отток читательской аудитории. Усилился этот процесс благодаря безвозмездному доступу к телевизионной информации, интересу к телевидению: цветной телевизор перестал быть роскошью для большинства семей. Уходило в прошлое и доверие читателей, газета перестала восприниматься читательской аудиторией как источник, способный повлиять на решение бытовых проблем граждан в условиях кризиса власти. Однако развитие «новых медиа» не могло привести к полному исключению, отказу от традиционных СМИ, в частности газет, учитывая их возможности, например адресную доставку.

Рост числа «новых» медиа стал лишь одним из объективных факторов тяжелого положения газетной периодики. Большую роль играла и экономическая конъюнктура рынка. Газетные издания оказались в ситуации сокращенного финансирования, высокой инфляции, высоких типографических расходов. Под заголовком «Кому жировать на похоронах» в «Красном знамени» была опубликована статья редактора газеты Владимира Алексеевича Иванова. Автор отмечал, что область лишается самой массовой ежедневной независимой газеты из-за высокой стоимости бумаги. «В начале 1990 г. газетная бумага стоила 280 рублей за тонну... Цена бумаги повысилась более чем в 50 раз» [11. Л. 80].

Большинство газет в этих условиях было вынуждено повышать цену. Это стало тенденцией практически для всех изданий. Начатые в 1992 г. экономические реформы, либерализация цен привели к ситуации подписного кризиса. Один из читателей газеты «Народная трибуна» утверждал: «Если в прошлые годы люди подписывались на 4–5 изданий, а многие и на более десяти, то нынче и одно не все осиливают. Гласность можно задуть не только цензурой, но и ценами, что делается с большим успехом» [12. Л. 155].

Еще одной тенденцией изучаемого периода стало резкое снижение тиражей. Например, у газеты «Красное знамя» в середине 1990 г. он составлял 199 тыс. экземпляров, в январе 1991 г. упал на 43% – до 107 тыс. экземпляров [13. С. 35]. В 1990-е гг. тираж еще сильнее снизился и достиг менее 50 тыс. экземпляров. При этом заметно возросла цена на издание (более чем в 10 раз). Сокращалась и периодичность выхода большинства изданий: например, газета «Красное знамя», которая до начала 1990-х гг. была ежедневной, в рассматриваемый период стала выходить несколько раз в неделю. Начало активной реализации прессы в розницу привело к еще большему оттоку читателей.

Низкая покупательная способность населения при отсутствии широкой государственной поддержки приводила к двум противоположным процессам. С одной стороны, рыночные отношения повлекли закрытие многотиражных газет предприятий, а также различных других наиболее крупных изданий. Например, в 1991 г. был закрыт еженедельник экрана, театра и музыки «Томский зритель», возобновленный в 1989 г. Такая же участь постигла областную комсомольскую газету «Молодой ленинец», основанную в 1951 г. и преобразованную в 1990 г. в «Томский молодежный экспресс» («ТМ-экспресс»). В начале 1990-х гг. она значительно потеряла в тираже. Например, во втором полугодии 1992 г. тираж сократился более чем в три раза [14. Л. 78]. Коллектив редакции просил о помощи главу областной администрации В.М. Кресса, который обратился к жителям области: «Надо помочь газете», – поскольку средств во внебюджетном фонде администрации не было. Несмотря на приложенные усилия, не смогли помочь и учредители «ТМ-экспресса», среди которых были крупнейшие предприятия, такие как «Сибхимкомбинат», «Томсоцбанк». В итоге газета прекратила существование с января 1993 г.

Огромные усилия прилагали местные власти для того, чтобы сохранить и другие областные и городские

издания, например демократическую газету «Народная трибуна» (редактор Ю.И. Гришаев). В 1992 г. члены Томского комитета поддержки российских реформ на одном из заседаний выступили в поддержку газеты. Было решено обратиться с письмом к администрации области о скорейшем выделении «Народной трибуне» 360 тыс. рублей в квартал обещанной дотации, продолжить сбор подписей и средств в поддержку газеты. Кроме того, поручить народному депутату России А.В. Кобзеву обратиться в комитет по гласности Верховного Совета, к министру информации М.Н. Полторанину с изложением ситуации вокруг газеты «Народная трибуна» [15. Л. 213].

В октябре 1992 г. на сессии Малого совета Томского областного Совета было решено профинансировать расходы на газету в объеме 3 млн руб., комиссии по гласности и и.о. председателя совета Г.А. Шамину совместно с коллективом газеты «Народная трибуна» подготовить учредительный договор [16. Л. 172]. Ранее помочь газете оказывали и руководство томского облпотребсоюза, перечислив на расчетный счет «Народной трибуны» 20 тыс. руб., и торгово-производственное объединение «Томлесторг», внесший вклад также в размере 20 тыс. рублей [17. Л. 124].

Примечательно, что цена подписки на газету, например в 1992 г., была невысокой: на полугодие она составляла 78 руб., на квартал 39 руб., на месяц 13 руб. Сравним с газетой «Красное знамя»: подписная цена вместе с услугами связи на «Красное знамя» 360 руб. на полгода, 180 на три месяца, 60 руб. на месяц. Однако, несмотря на невысокую цену подписки, помощь властей, сохранить газету в конечном итоге не удалось, и она прекратила выход в 1995 г.

Помощь оказывалась и городскому изданию «Томский вестник»: например, в первом квартале 1992 г. горсовет выделил «Томскому вестнику» 1 млн руб., во втором – более 2 млн руб. [18. Л. 76]. Помощь выражалась не только в материальной форме, но и в бесплатной подписке на «Томский вестник», которая была организована за счет средств городского фонда социальной поддержки населения.

Кризис постиг практически все газетные издания. Исходя из микрофонных материалов радиопередач, можно сделать вывод, что «Красному знамени» средств, вырученных от подписки, хватило бы не более чем на 2 месяца. В этих условиях облпотребсоюз перечислил в «Фонд спасения газеты» 20 тыс. руб. [19. Л. 7]. Сами читатели также переводили денежные средства, например семья Пастуховых, Е.И. Сутулов, Т.Н. Грехова, М.В. Трифонов, Г.С. Кинозерова.

Для изменения положения прессы 24 ноября 1995 г. был принят Федеральный закон «Об экономической поддержке районных (городских) газет» [20. Ст. 4559], который был направлен на поддержку местной прессы, облегчение материального положения газет. В действительности же он не решил вышеизложенных проблем, с которыми столкнулась пресса еще в период поздней перестройки.

С другой стороны, несмотря на существование в нестабильных, тяжелых материальных условиях, именно в данный период возникло много негосударственных

органов печати. Хотя важнейшее место в структуре газетной периодики Томска 1990-х гг. принадлежало областной газете «Красное знамя» (возникла в 1917 г.), серьезную конкуренцию ему составили новые массовые общественно-политические газетные издания: «Томская неделя», «Вечерний Томск» и особенно созданный в июне 1990 г. «Томский вестник». Выпустив с июня по декабрь 1990 г. всего 9 номеров, городская газета спустя несколько лет не только повысила периодичность выхода, став ежедневной, но и получила статус областной, в то время как газета «Красное знамя» значительно потеряла в тираже и сократила периодичность выхода до нескольких раз в неделю. Кроме того, именно в этот период «Томский вестник» был включен в каталог российских газет, предназначенных для дипломатического корпуса, корреспондентских пунктов иностранных издательств, аккредитованных в Москве, а также для распространения за пределами СНГ. Московское агентство обзора прессы What the Papers предположило «Томскому вестнику» сотрудничество, предполагавшее публикацию материалов томской городской газеты в реферативном обзоре российской региональной прессы, который будет выходить на английском языке [21. Л. 60]. Критические публикации, вопросы многопартийности, широкое обсуждение запретных тем и оппозиционных движений придавали новой для Томска газете свой собственный новаторский стиль.

Если ранее газеты принадлежали властным структурам, осуществлявшим финансирование изданий, например газета «Томский вестник» была органом городского совета народных депутатов, то в постсоветский период многие стали принадлежать местной бизнес-элите, коллективам редакции и даже частным лицам. Так, 23 августа 1991 г. редакция «Красного знамени» начала свою самостоятельную деятельность, выйдя из состава издательства «Красное знамя». По словам корреспондента газеты В.И. Федорова, «...оно [Красное знамя] было партийным и лишалось средств финансирования. Не было смысла оставаться» [13. С. 80]. Закрытое акционерное общество «Редакция "Красное знамя"» было создано путем реорганизации Товарищества с ограниченной ответственностью «Редакция газеты "Красное знамя"», являясь при этом полным правопреемником. На протяжении 1990-х гг. газета «Красное знамя» сохранила ведущее положение среди других газетных изданий. Примечательно, что газета, сменив учредителя, сохранила свое название, в отличие от многих других. Например, газета Асиновского района «Причулымская правда» стала называться «Наше Причулымье» (с 1992 г.), газета Кривошеинского района «Ленинский путь» получила название «Районные вести», «Правда Ильича», издававшаяся Томским районом (с 1956 г.), стала называться «Томское предместье». Смена названий стала тенденцией времени.

С началом процессов коммерциализации в Томске заметно стремительное увеличение узкоспециализированной прессы. Многие издания стали выпускаться журналистами, которые покинули свои издания. Так, в начале 1990-х гг. возникли газеты бывшего журналиста «Красного знамени» С. Балашова «Вам», посвя-

ценная экономической жизни региона, рекламно-информационная газета издательства «Красное знамя» «Утро» (выпуск до 1992 г.; главный редактор – бывший журналист газеты «Красное знамя» Г. Скарлыгин).

В 1990 г. вышел первый номер газеты «Республика» (газета томского отделения Республиканской партии). Она была наполнена статьями, в которых критиковались властные структуры. Регулярно использовались заголовки к статьям, подрывающие авторитет партии, например: «Надо помочь Горбачеву достойно уйти в историю»; «Коммунистическая идеология стала главной причиной многочисленных бед и трагедий российского народа» [22. С. 68]. В начале 1990-х гг. газета сотрудничала с «Томским вестником», в котором публиковались многие ее материалы.

В рассматриваемый период произошел всплеск интереса к краеведческой периодике: была выпущена газета писательской организации «Сибирские Афины».

Был возобновлен выпуск издания «Томские православные ведомости». В 1992 г. вышел первый номер газеты «Знамя мира» (редактор Г.С. Горчаков, издатель концерн «Алькор»).

Число изданий возрастало с каждым годом. Расширялся и их тематический спектр. Возникли газета УВД Томской области «Досье», газета в поддержку предпринимателей и новых экономических реформ «Дело» (до 1995 г.), политическая газета «Голос труда» (выходила в начале 1990-х гг.), общественно-политическое издание «Все для Вас» (1993), медицинское издание «На здоровье» (1998), информационно-рекламная «Антенна в Томске» (с 1994 г.), газета для садоводов и огородников «Хозяин» (1999) – проект газеты «Томский вестник», «Вакансии недели» (1999) – издание, ориентированное на выпускников Томского государственного университета, «Из рук в руки» (1999) и многие другие, представленные в таблице.

Динамика томских газет в 1990-е годы*

Издавания, выходившие в советский период и прекращенные в 1990-е гг.	Издавания, выходившие в советский период и продолженные в 1990-х гг.	Издавания, возникшие в 1990-е гг.
Многотиражные: 1) «На стройках Томска» 2) «За ударные темпы» 3) «Новые фильмы» 4) «Судостроитель» Еженедельники: 5) «Томский зритель» 6) «Молодой Ленинец» 7) «Народная трибуна»	1) «Красное знамя» 2) «Действие» 3) Alma mater 4) «За кадры» 5) «За строительные кадры» 6) «Знамя труда» 7) «Лампочка» 8) «Новая техника» 9) «Рабочая трибуна» 10) «Радиоэлектронник» 11) «Томский инструментальщик» 12) «Томский медик» 13) «Томский нефтехимик» 14) «Томский учитель» 15) «Электротехник»	1) «Томский вестник» (1990) 2) «Вам» (1990) 3) «Республика» (1990) 4) «Утро» (1991) 5) «Дело» (1991) 6) «Домостроитель» (1991) 7) «Буфф сад» (1992) 8) «Комиссионка» (1992) 9) «Знамя мира» (1992) 10) «Томская неделя» (1993) 11) «Сибирские Афины» (1993) 12) «Бизнес» (1994) 13) «Рекламный дайджест» (1994) 14) «Ева» (1994) 15) «Все для Вас» (1995) 16) «Авторынок» (1996) 17) «Бизнес Практика» (1996) 18) «Сибирский вестник психиатрии и наркологии» (1996) 19) «Рынок недвижимости» (1996) 20) «Ва-банк» (1997) 21) «Жилсовет» (1997) 22) «МК в Томске» (1997) 23) «Реклама» (1997) 24) «Честное слово» (1997) 25) «На здоровье» (1998) 26) «НЕГОЦИАНТЪ» (1998) 27) «Желтые страницы – Томстелеком» (1998) 28) «Томский оптовик» (1998) 29) «Компьютеры и связь» (1998) 30) «Все для дома» (1999) 31) «Вестник НКО» (1999) 32) «Вакансии для всех» (1999) 33) «Вечерний Томск» (1999) 34) «Курьер. Пресс» (1999) 35) «Ваше здоровье» (1999), 36) «Стройка» (1999), 37) «Авторегион» (1999) 38) «Ваше здоровье» (1999), 39) «Дом Польский» (1999)

* Подсчеты автора.

В 1990-е гг. Томск пополнился многими рекламными изданиями. С 1994 г. холдинг «Рекламный дайджест» стал выпускать газету «Рекламный дайджест», а с 1997 г. – газету «Реклама» (издается до настоящего

времени). Выпуск рекламной прессы в эти годы (газеты «Ва-банк», «Аукцион-Онлайн») можно отметить как достаточно успешный проект. Это подтверждали высокие тиражи (каждый продукт – больше 100 тыс. экз.),

высокий охват читательской аудитории. Достаточно конкурентоспособными представителями на рынке газетной периодики стали платные рекламные издания «Комиссионка», возникшая с 1992 г. и вошедшая в состав газеты «Томская неделя», «Курьер», «Из рук в руки» (тираж более 7 тыс. экз.).

Отдельно стоит остановиться на более крупных томских изданиях, возникших в этот период. В 1993 г. в Томске появилась первая независимая социально-политическая газета «Томская неделя», учрежденная ООО «Томская неделя» во главе с политиком Олегом Николаевичем Плетневым. Это было достаточно широкое по спектру тем издание, нередко в газете размещались критические публикации. Неоднократно газета признавалась лучшим общественно-политическим изданием на различных конкурсах прессы. Появление подобной независимой газеты можно отметить как положительный факт, так как, помимо относительно независимой редакторской позиции в отношении многих материалов, газета составила конкуренцию двум ведущим региональным изданиям, тем самым заставляя их улучшать собственный контент, бороться за аудиторию (тираж «Томской недели» составлял около 20 тыс. экз.; в основном реализация происходила по подписке).

С 1995 г. стало издаваться региональное приложение к газете «Комсомольская правда» «Экстра-КП». В эти годы впервые в регионе появилась сетевая газета «МК в Томске», а также первый глянцево-гламурный журнал «У всех на устах», выпущенный в 1996 г. (выпуск был прекращен уже в 1998 г.).

Если обратить внимание на период существования многих изданий, он был достаточно недолгим. Это обуславливалось не только функционированием в сложных материальных условиях, но и отсутствием своевременной корректировки редакционной политики в условиях недостаточного аудиторного внимания. Стоит отметить, что тираж газет также был небольшим (в основном не более 5 тыс.), часть изданий была в форме приложений. Однако можно констатировать, что рынок был хорошо насыщен. Это подтверждает и приведенная выше таблица.

Существование прессы в непростых экономических условиях, в конкурентных отношениях между собой и другими видами медиа, привело к серьезным изменениям в редакционной политике большей части газет, что способствовало сохранению части изданий. Трансформации, происходившие в медиасфере Томска, стали катализатором процесса реорганизации системы периодической печати, стимулом к обновлению «старых» изданий. Непросто пришлось и новым изданиям, вынужденным искать свой собственный формат, который бы удовлетворял потребности различных групп читательской аудитории.

Можно выделить следующие типы изменений в информационной политике ряда газет: институциональные (газета «Красное знамя» из органа областного комитета КПСС стала независимой общественно-политической газетой), композиционно-графические (большинство изданий наполнилось иллюстративным материалом, появились колонки для новых рубрик,

особое внимание стало уделяться фотографиям к репортажам). Особое место занимают тематические изменения. В прошлое ушло многостраничное описание партийных событий, исчезли многословные статьи на экономические темы. Для сохранения своей аудитории редакторы старались освещать как можно больше разноплановых событий, писать о бизнесе, о деловых людях, которым посвящались отдельные рубрики и даже тематические страницы. Регулярно публиковались материалы, посвященные предвыборным кампаниям, политическим партиям, отдельным кандидатам. Нередко им отводились целые газетные полосы.

Появилось большое количество материалов о различных явлениях и именах, ранее не освещавшихся по идеологическим соображениям. Расширилась палитра мнений по различным спорным вопросам. Стала более выраженной авторская позиция. В целом газеты стали более информативными. Это проявлялось и в увеличивающемся количестве рубрик. В ряде рубрик (например, «Вопросы по существу» газеты «Красное знамя») читатели могли задать интересующие их вопросы, предложить темы для обсуждения. Таким образом, конкуренция за медиaprостранство и аудиторию вводила новые формы работы с читателем.

Значительная часть газетных полос начала заполняться рекламой, которая, как и в дореволюционный период, стала одним из основных источников финансирования газет; например, для таких газет как «Томский вестник», «Красное знамя», которые лишились финансирования властей. Но, несмотря на повсеместное использование рекламы не только в рекламно-информационных, но и общественно-политических изданиях, анализ газетной периодики показывает, что заработок на рекламе не был основной статьей доходов. Газеты имели дополнительные меры поддержки – льготные тарифы, которые служили фактором увеличения подписки, снизившейся с начала 1990-х гг. Льготная подписка в основном была характерна для районных изданий и двух основных общественно-политических изданий – «Красного знамени» и «Томского вестника». Большинство газет города реализовывалось в розницу.

Одной из тенденций развития прессы в 1990-е гг. стало появление у различных изданий приложений, за счет которых происходил рост узкоспециализированной газетной прессы. Их наличие, во-первых, обеспечивало дополнительную аудиторию читателей в условиях расширения газетного рынка, во-вторых, позволяло получать дополнительное финансирование за счет размещения рекламы. У газеты «Красное знамя» одной из первых появилось полноценное рекламно-информационное приложение «Пятница» (с января 1991 г.), которое реализовывалось в розницу и по подписке. В 1990-е гг. выходили такие приложения, как «Выходной», «Ева» (для женской аудитории), в 2000-е гг. появилось приложение «Бизнес». «Томский вестник», второе по тиражу издание, имел приложения «Ваучер», «Буфф-сад», «Хозяин», «День добрый», «Вместе», предназначенное для школьников, историко-краеведческое приложение «Елань». Появление такого количества приложений у одного изда-

ния можно отметить как положительную тенденцию: конкуренция со многими изданиями мотивировала создавать разнообразный контент, была способом расширения читательской аудитории.

Таким образом, в 1990-е гг. начались серьезные изменения в периодической печати. Процесс реорганизации прессы привел к значительным институциональным, структурным, функциональным и тематическим изменениям. Несмотря на то, что тенденцией начала 1990-х гг. стало закрытие многих газет (например, «Народной трибуны», «Томского молодежного экспресса», «Томского зрителя» и др.), именно в этот период в Томске сформировалась представительная группа рекламно-информационных изданий. Тенденция увеличения количества газетных изданий привела к тому, что палитра газетной периодики в 1990-е гг. была представлена для горожан большим числом разнонаправленных газет: различными спортивными, деловыми, культурными, рекламно-информационными изданиями, а также изданиями для малых аудиторных групп.

На основании представленных данных можно сделать вывод, что количество изданий, возникших до 1990-х гг. и продолживших существование в это время, а также появившихся в 1990-е гг. значительно выше числа тех, которые исчезли с рынка печатной продукции Томска (см. таблицу). Некоторые издания, например «Дело», «Вам», «У всех на устах» и др., существовали относительно недолго, однако подавляющее большинство сумело преодолеть непростые годы и продолжить свою успешную деятельность в новом тысячелетии.

Начавшийся процесс реорганизации медиасферы Томска стал стимулом для изменений газетной перио-

дики, произошло обновление «старых» изданий. Можно констатировать начало перехода традиционной журналистики («партийность газет») к современной, работающей в интересах общественности, ориентирующейся на специфические запросы. Газеты видоизменили свой функционал, публикациям стали присущи разножанровость, полемичность, плюрализм тем. Грамотная редакционная политика изданий способствовала трансформации многих газет в успешные рыночные издания при сохранении их собственного стиля. 1990-е гг. стали не только временем конкуренции «новых» и «старых» медиа, но и плодотворным временем для журналистов.

Одна из важнейших тенденций периода – симбиоз журналистики и коммерческой рекламы. Реклама стала одним из главных источников выживания многих изданий. Существование в городе рекламной прессы, как бесплатной, так и платной, было достаточно успешным и длительным проектом.

Несмотря на непростое материальное положение, высокую конкуренцию с другими медиа, пресса не потеряла своего значения и интереса читательской аудитории. На 1 тыс. жителей области в 2002 г. приходилось около 500 экз. периодических изданий более чем 90 наименований [4. С. 106]. Положительная динамика деятельности изданий отмечается на протяжении всего периода. Многообразие новых изданий, предназначенных для различных групп читательской аудитории, сохранение и успешное существование в рыночных условиях основных газетных изданий, тенденция их роста в сложных материальных условиях позволяют сделать вывод, что газетная пресса успешно преодолела период 1990-х гг.

Список источников

1. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: февраль 1917 – начало XXI в. / под ред. Я.Н. Засурского. М. : Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2005. 352 с.
2. Чернов А.В. Возможна ли медиарегионалистика как специальная область исследований массмедиа? // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 2. С. 74–78.
3. Яковлев И.П. Стратегическое управление медиасферой : учеб. пособие. СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2014. 176 с.
4. Лизунова И.В. Средства массовой информации Сибири и Дальнего Востока в российском медиапространстве (90-е XX в. – первое десятилетие XXI в.) / науч. ред. А.Л. Посадков. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2012. 310 с.
5. Лизунова И.В. Развитие рынка прессы в регионах России в начале XXI столетия // Гуманитарные науки в Сибири. 2009. № 3. С. 120–124.
6. Жилыкова Н.В. Новейшая история Томской журналистики: газеты, журналы и электронные СМИ в периоды «перестройки» и «лихих девяностых» // Век информации. 2020. № 3. С. 58–67.
7. Буряк М.А. Медиасфера: концептуализация понятия // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2014. Вып. 2. С. 200–212.
8. О печати и других средствах массовой информации : закон СССР от 12.06.1990 № 1552-1 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#41xFK7TuCtgvDU8z>.
9. Бендерский В.В., Хмылёв В.Л. История отечественных средств массовой информации : учеб. пособие. Томск : Изд-во Том. политехн. ун-та, 2006. 150 с.
10. Государственный архив Томской области (ГАТО). Ф. Р-2089. Оп. 1. Д. 1: «Да». Газета независимого телеканала ТВ-2.
11. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2597: Микрофонные материалы радиопередач (25–29 января 1992 г.).
12. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2678: Микрофонные материалы радиопередач (4–7 октября 1992 г.).
13. Войткова В.А. Региональная периодика в период перестройки (на примере газет «Красное знамя» и «Томский вестник») : выпускная бакалаврская работа по направлению подготовки 46.03.01 – История и археология. Томск, 2018.
14. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2652: Микрофонные материалы радиопередач (11–14 июля 1992 г.).
15. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2607: Микрофонные материалы радиопередач (25–27 февраля 1992 г.).
16. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2682: Микрофонные материалы радиопередач (19–21 октября 1992 г.).
17. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2608: Микрофонные материалы радиопередач (28–29 февраля 1992 г.).
18. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2653: Микрофонные материалы радиопередач (15–17 июля 1992 г.).
19. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2599: Микрофонные материалы радиопередач (1–4 февраля 1992 г.).
20. Об экономической поддержке районных (городских) газет : федеральный закон от 24.11.1995 № 177-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1995. № 48. Ст. 4559.
21. ГАТО. Ф. Р-909. Оп. 5. Д. 2675: Микрофонные материалы радиопередач (25–28 сентября 1992 г.).
22. Бобкова Н.П. Спектр обсуждаемых политических тем на страницах печатных изданий Томской области 1990–1997 гг. // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. № 3. С. 67–72.

References

1. Hovsepyan, R.P. (2005) *Istoriya noveyshey otechestvennoy zhurnalistiki: fevral' 1917 – nachalo XXI v.* [The history of the latest Russian journalism: February 1917 – early 21st century]. Moscow: Moscow State University.
2. Chernov, A.V. (2014) Media regional studies as the special research area of mass media, is it possible? *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2. pp. 74–78. (In Russian).
3. Yakovlev, I.P. (2014) *Strategicheskoe upravlenie mediasferoy* [Strategic Management of the Media Sphere]. St. Petersburg: St. Petersburg State University, Higher School of Journalism and Mass Communications.
4. Lizunova, I.V. (2012) *Sredstva massovoy informatsii Sibiri i Dal'nego Vostoka v rossiyskom mediaprostranstve (90-e XX v. – pervoe desyatiletie XXI v.)* [Siberian and Far East Media in the Russian media space (1990s – the first decade of the 21st century)]. Novosibirsk: SB RAS.
5. Lizunova, I.V. (2009) *Razvitie rynka pressy v regionakh Rossii v nachale XXI stoletiya* [Development of the media market in Russian regions in the early 21st century]. *Gumanitarnye nauki v Sibiri*. 3. pp. 120–124.
6. Zhilyakova, N.V. (2020) *Noveyshaya istoriya Tomskoy zhurnalistiki: gazety, zhurnaly i elektronnye SMI v periody "perestroyki" i "likhikh devyanostykh"* [The latest history of Tomsk journalism: newspapers, magazines, and electronic media during the Perestroika and "Dashing Nineties"]. *Vek informatsii – The Age of Information*. 3. pp. 58–67.
7. Buryak, M.A. (2014) *Mediasfera: kontseptualizatsiya ponyatiya* [Media sphere: conceptualization of the concept]. *Vestnik SPbGU. Ser. 9*. 2. pp. 200–212.
8. USSR. (1990) *O pechati i drugih sredstvakh massovoy informatsii: zakon SSSR ot 12.06.1990 № 1552-1* [On the press and other mass media: USSR Law No. 1552-1 dated June 12, 1990]. [Online] Available form: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#41xFK7TuCtgvDU8z>.
9. Benderskiy, V.V. & Khmylev, V.L. (2006) *Istoriya otechestvennykh sredstv massovoy informatsii* [History of Russian Mass Media]. Tomsk: Tomsk State University.
10. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-2089. List 1. File 1: "Da". *Newspaper of the independent TV channel TV-2*.
11. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2597: *Mikrofonnye materialy radioperedach (25–29 yanvarya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (January 25–29, 1992)].
12. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2678: *Mikrofonnye materialy radioperedach (4–7 oktyabrya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (October 4–7, 1992)].
13. Voytikova, V.A. (2018) *Regional'naya periodika v period perestroyki (na primere gazet "Krasnoe znamya" i "Tomskiy vestnik")* [Regional periodicals during the Perestroika (a case study of "Krasnoe znamya" and "Tomskiy Vestnik")]. Bachelor's Thesis. Tomsk.
14. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2652: *Mikrofonnye materialy radioperedach (11–14 iyulya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (July 11–14, 1992)].
15. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2607: *Mikrofonnye materialy radioperedach (25–27 fevralya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (February 25–27, 1992)].
16. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5 File 2682: *Mikrofonnye materialy radioperedach (19–21 oktyabrya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (October 19–21, 1992)].
17. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2608: *Mikrofonnye materialy radioperedach (28–29 fevralya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (February 28–29, 1992)].
18. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2653: *Mikrofonnye materialy radioperedach (15–17 iyulya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (July 15–17, 1992)].
19. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5 File 2599: *Mikrofonnye materialy radioperedach (1–4 fevralya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (February 1–4, 1992)].
20. Russian Federation. (1995) *Ob ekonomicheskoy podderzhke rayonnykh (gorodskikh) gazet: federal'nyy zakon ot 24.11.1995 № 177-FZ* [On the economic support of district (city) newspapers: Federal Law No. 177-FZ of November 24, 1995]. *Sobranie zakonodatel'stva RF*. 48. Art. 4559.
21. The State Archive of the Tomsk Region (GATO). Fund R-909. List 5. File 2675: *Mikrofonnye materialy radioperedach (25–28 sentyabrya 1992 g.)* [Microphone materials of radio broadcasts (September 25–28, 1992)].
22. Bobkova, N.P. (2015) *Spektr obsuzhdaemykh politicheskikh tem na stranitsakh pechatnykh izdaniy Tomskoy oblasti 1990–1997 gg.* [The range of political topics discussed on the pages of printed publications of the Tomsk region in 1990–1997]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya – Tomsk State University Journal of History*. 3. pp. 67–72. DOI: 10.17223/19988613/35/10

Сведения об авторе:

Войтикова Валерия Андреевна – аспирант кафедры российской истории Томского государственного университета; учитель истории Средней школы № 37 (Томск, Россия). E-mail: gruzdevavalerya@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Voytikova Valeriya A. – Postgraduate Student of the Department of Russian History of Tomsk State University; History Teacher of Secondary School No. 37 (Tomsk, Russian Federation). E-mail: gruzdevavalerya@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 07.04.2022; принята к публикации 06.05.2022

The article was submitted 07.04.2022; accepted for publication 06.05.2022