

Научная статья

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-75-86

Томская новостная онлайн-журналистика в аспекте профессиональной рефлексии

Валентина Евгеньевна Лобынцева

Национальный исследовательский Томский государственный университет
Томск, Россия

ervalen@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1134-4613>

Аннотация

Рассматривается то, как представители томского медиасообщества через рефлексию своей профессиональной биографии и повседневных профессиональных практик оценивают развитие томской новостной онлайн-журналистики. На основе данных 14 полуструктурированных интервью выделено четыре группы этого сегмента томской медиасистемы. Первые две группы – веб-версии печатных изданий и новостные ленты на сайтах телерадиокомпаний – оцениваются респондентами как менее конкурентоспособные игроки на рынке новостной онлайн-журналистики. Другие две группы – информагентства, новостные порталы и городские интернет-издания – как лидеры сегмента. Выявлено, что за 30 лет в Томске в сфере новостных интернет-СМИ произошел качественный скачок от первых экспериментов с новостями к профессиональной новостной журналистике.

Ключевые слова

томская новостная онлайн-журналистика, информационное агентство, новостной сайт, новостной портал, новостное интернет-издание, полуструктурированное интервью

Благодарности

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

Выражаем благодарность специалистам томского медиасообщества, которые приняли участие в исследовательском проекте.

Для цитирования

Лобынцева В. Е. Томская новостная онлайн-журналистика в аспекте профессиональной рефлексии // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 6: Журналистика. С. 75–86. DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-75-86

Tomsk Online News Journalism from the Perspective of Media Professionals

Valentina E. Lobyntseva

National Research Tomsk State University
Tomsk, Russian Federation

ervalen@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1134-4613>

Abstract

The article addresses how representatives of the Tomsk media community evaluate the development of Tomsk online news journalism, reflecting on their professional biographies and routine practices. The study is based on a fragment

© Лобынцева В. Е., 2025

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 6: Журналистика. С. 75–86
Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2025, vol. 24, no. 6: Journalism, pp. 75–86

of the professional worldview. Through 14 semi-structured interviews, four groups of the online news journalism segment in the Tomsk media system were identified. The first two groups are the newspapers websites and news feeds on the websites of TV and radio companies. These media are assessed by the respondents as less competitive players on the Tomsk online news journalism market. The other two groups are the news agencies, and the online news portals and the urban online media. These media are the leaders of the segment, according to the experts interviewed. The findings reveal that over 30 years, there has been a qualitative shift from the first experiments with news items to professional news journalism in the sphere of online news media in Tomsk. In addition, during this period, many newsroom staff members have reconsidered their practices for handling news; and some media have shifted toward “big stories”.

Keywords

Tomsk online news journalism, news agency, news website, online news portal, online news media, semi-structured interview

Acknowledgements

The research was funded by the Russian Science Foundation grant no. 22-18-00511, <https://rscf.ru/project/22-18-00511/>.

We express our gratitude to the specialists of the Tomsk media community who have participated in the research project.

For citation

Lobyntseva V. E. Tomsk Online News Journalism from the Perspective of Media Professionals. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2025, vol. 24, no. 6: Journalism, pp. 75–86. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-6-75-86

Современные медиасистемы неоднородны и динамичны, на их развитие влияют различные тенденции цифровизации и социальных изменений (см., например, [Назаров, 2020; Вартанова, 2022; Trattner et al., 2022]). Эти процессы отражаются на повседневных профессиональных практиках медиаспециалистов: журналисты и их коллеги осваивают новые технологии, адаптируют материалы под различные интернет-площадки, ищут актуальные цифровые решения для привлечения новых аудиторий. Все это влияет и на трансформацию профессиональной картины мира медиаспециалистов, на их переосмысление своей профессиональной деятельности.

В статье рассматривается то, как специалисты местного медиасообщества осмысливают изменение новостной онлайн-журналистики Томска за последние 30 лет. За основу выбраны именно новостные интернет-издания, так как новость – самодостаточная информационная составляющая журналистики, основа журнализма [Ахмадулин, 2020]. Цифровизация всех сфер общества, в том числе медиасферы, – фактор, обусловивший выбор интернет-СМИ в качестве объекта для изучения.

Анализ трансформации томской новостной онлайн-журналистики через призму профессиональной рефлексии со стороны медиаспециалистов позволит раскрыть не представленные в открытых источниках стороны этого сегмента.

Российские медиаисследователи описывают информационные сайты с разных методологических позиций. Авторы сосредоточиваются на роли этих изданий в медиасистемах разного уровня, на новостной повестке; сравнивают новостные веб-издания с другими типами медиа и т. д. (например, [Коноплев, 2021; Дементьева, 2021; Меркушина, 2021]). Предпринятое исследование позволит расширить методологические и методические границы рассмотрения сегмента региональной новостной интернет-журналистики: мы делаем обзор основных томских новостных интернет-СМИ на основе данных полуструктурированных интервью, которые проводились с томскими медиаспециалистами в 2022–2024 гг. Используемые в исследовании интервью сочетают в себе элементы нарративного биографического и экспертного интервью [Ершова, 2022]. Этот метод имеет ограничения. В частности, данные, полученные таким образом, представляют собой ситуативное и субъективное восприятие респондентами фактов, событий. Чтобы восполнить пробелы и избежать конфликта интересов в оценке респондентами тех или иных медиа, мы обращаемся к открытым источникам: к рейтингам Медиалогии, данным Роскомнадзора, портала администрации Томской области и

др.¹ Далее мы берем во внимание то, какие СМИ и в каком контексте упоминаются респондентами, т. е. действуем по принципу «снежного кома»: если новостной сайт часто упоминается респондентами, мы обращаемся за информацией к представителю этого СМИ.

В итоге отобрано 14 интервью со специалистами, работающими или работавшими в томских новостных интернет-изданиях (считаем, что этих данных достаточно, потому что при использовании данного метода происходит «тематическое насыщение» при проведении 10–20 бесед [Квале, 2003, с. 106]). Большая часть респондентов – медиаменеджеры (главные редакторы, продюсеры) в возрасте 35–60 лет, примерно четверть респондентов – специалисты, в том числе молодые управленцы в сфере медиа, до 35 лет. На основе интервью мы определяем, как формируется образ городского или регионального информационного медиа, как представители томского медиасообщества оценивают информационную деятельность новостных интернет-СМИ в тот или иной период.

В работе понятие «новостные интернет-СМИ» используется в широком понимании. Условное деление на группы осуществляется на основе упоминаний конкретных новостных интернет-СМИ и их характеристик респондентами. В итоге мы выделяем четыре группы.

Первая группа – интернет-издания (в узком понимании, т. е. интернет-издания, которые не входят в три другие группы) и новостные порталы. «Портал» с технической точки зрения – широкое понятие, к которому относятся явления разного порядка [Uden, Salmenjoki, 2007]. Найти однозначное определение сложно. Однако в некоторых русскоязычных публикациях встречаются характеристики такого рода ресурсов. Например, в статье [Пустовалов, 2013, с. 31] сказано, что «помимо ставки на топовые новости, новостные интернет-порталы много внимания уделяют актуальным информационно-справочным материалам, касающимся поиска работы, продажи и покупки автомобилей, недвижимости и т. д. <...> Большая часть трафика этих порталов приходится не на собственно новостные, а на разделы, посвященные подобным услугам». Дадим собственное рабочее определение: под новостным порталом мы понимаем веб-сайт, который объединяет информацию из различных источников и имеет многообразную – и в функциональном, и в содержательном плане – навигацию: например, форумы, объявления, торрент, афиши и др., а также доступ к новостной информации; при этом новости на новостном портале являются его важной частью с точки зрения содержательного наполнения (что, например, маркируется в описании миссии веб-ресурса, расположении разделов и др.).

Так как в центре внимания местных интернет-изданий обычно находятся локальные события, то к этой группе мы относим и так называемые городские интернет-издания с новостной лентой, которые аккумулируют и воспроизводят символы городской среды и городской повседневности через «иницирование, пробуждение и рассеивание городских нарративов, личных и коллективных» [Абашев, 2021, с. 122]. В итоге в эту группу вошли: vtomske.ru, tomsk.ru, «Томский обзор», «Агентство новостей ТВ2», NGS70.

Остальные группы – медиа, которые отличаются от первой группы по принципу организации информационной деятельности.

¹ ТОП-10 самых цитируемых СМИ Томской области за 2020–2023 годы // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/?reg=57> (дата обращения 10.06.2024); Новостные сайты Тонета // ТОВИКИ. URL: https://towiki.ru/view/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D1%8B_%D0%A2%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B0 (дата обращения 11.06.2024); Данные сайта Администрации Томской области: Интернет-СМИ // Официальный интернет-портал Администрации Томской области. URL: <https://tomsk.gov.ru/opendata/front/getTable?id=1913> (дата обращения 11.06.2024); Информационные агентства г. Томска // Официальный интернет-портал Администрации Томской области. URL: <https://www.tomsk.gov.ru/opendata/front/getTable/id/1921> (дата обращения 11.02.2023); Перечень наименований зарегистрированных СМИ // Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. URL: <https://rkn.gov.ru/activity/mass-media/for-founders/media/> (дата обращения 11.06.2024).

Таким образом, ко второй группе мы относим информагентства, деятельность которых определяется особым правовым статусом [Елкин, Чирич, 2020]: «РИА Томск», «НИА Томск», томское бюро «Интерфакс-Сибирь». В третьей группе мы выделяем веб-версии печатных изданий и порталы, концептуально сходные с веб-версиями газет: «Томские новости», «Красное знамя», «Комсомольская правда – Томск», «Аргументы и факты – Томск», «Московский комсомолец в Томске». Четвертая группа – новостные ленты на сайтах телерадиокомпаний – стоит особняком, так как новости этих редакций публикуются не на отдельных сайтах, а на сайтах телерадиокомпаний, но, поскольку респонденты упоминали этот тип новостной онлайн-журналистики, мы включаем его в обзор. В этот список входят: интернет-редакция ВГТРК в Томске, новостные ленты сайтов телекомпаний «Томское время» и «ТВ2».

В ходе бесед респонденты характеризовали перечисленные медиа с точки зрения их конкурентоспособности, самостоятельности и независимости редакций. При анализе последней характеристики мы учитываем, например, параметр независимости интернет-редакции, в том числе и с юридической точки зрения, от иных редакций медиакомпаний, в которые входили или входят некоторые из упомянутых медиа. К признакам «самостоятельности» мы также относим наличие / отсутствие собственного сайта, отдельного штата корреспондентов, которые создают новости исключительно для конкретного веб-издания.

Описание выделенных групп построено с учетом того, насколько сильно проявляются эти признаки у конкретных изданий, по мнению респондентов. Далее группы описываются в порядке возрастания этих характеристик.

Новостные ленты на сайтах телерадиокомпаний. Интернет-редакции этого типа публикуют новости в специальных разделах сайтов телерадиокомпаний – в этом смысле в наименьшей степени проявляется признак самостоятельности новостных интернет-СМИ. Этот вывод мы делаем на основе четырех интервью, в которых упоминались интернет-редакция ВГТРК в Томске, новостные разделы сайтов «Томское время» и «ТВ2».

Самостоятельной работой по подготовке и публикации новостей занимается интернет-редакция ВГТРК в Томске, появившаяся в регионе в 2010-х гг. Новостная лента располагается на основном сайте интернет-канала «Россия» tvtomsk.ru. Новостная лента, которую готовят журналисты интернет-редакции, состоит из новостей, связанных с жизнью региона. Более того, интернет-редакция – самостоятельный отдел, готовящий новости для этой ленты. Как отмечает продюсер ГТРК «Томск», экс-редактор томской интернет-редакции Мария Кошкарова, региональная интернет-редакция не только обеспечивает новостями жителей региона, но также является местным корпунктом, который «поставляет» новости федеральному сайту.

Новостная лента есть и на сайте телекомпании «Томское время». Этот раздел в основном состоит из видеоматериалов, вышедших в телеэфир. Тем не менее, как отмечает продюсер «Томского времени» Павел Соловьев, новости для сайта перерабатываются под интернет-формат: на сайте может быть опубликован укороченный сюжет, новость может сопровождаться текстом и фотографиями. Павел уточняет, что новостной лентой сайта занимаются отдельные сотрудники телередакции.

Сайты с новостями есть и у томских районных телерадиокомпаний. Некоторые из этих ресурсов выполняют, в частности, функции информационных порталов: например, Асино-Медиа (asinetv.ru), Телеканал ПМ (telekanalpm.ru), Телерадиокомпания СТВ (stv-tv.ru).

У «Телекомпании ТВ2», которая была закрыта в 2014 г., был свой сайт. В начале 2010-х гг. была сформирована независимая от телекомпании интернет-редакция «Агентство новостей ТВ2», о которой рассказано далее, так как редакция этого медиа размещала новости собственного производства на отдельном сайте.

Таким образом, из перечисленных медиа относительно самостоятельной является интернет-редакция ВГТРК в Томске со своим штатом специалистов.

Веб-версии общественно-политических газет. Во второй группе находятся веб-версии печатных изданий (респонденты упоминают сайты изданий «Томские новости», «Красное знамя») и сетевые издания, выстроенные по принципу новостных порталов, но связанные с брендом печатных изданий (в интервью упоминаются «Комсомольская правда – Томск», «Аргументы и факты – Томск», «Московский комсомолец в Томске»). Эти данные получены на основе пяти бесед.

Исторически томские газеты, по мнению респондентов и по данным Медиалогии, не конкурируют с другими томскими интернет-медиа. Веб-версии во многом сохраняют содержательные аспекты, логику печатных изданий; на сайтах газет может и не быть новостной ленты – лишь электронные версии печатных выпусков.

Респонденты, рассказывавшие о том, как перестраивались томские газеты общественно-политического направления, сходятся на том, что редакции печатных изданий не успели вовремя сменить направление. Одна из журналистов так характеризует эту ситуацию:

Он [сайт «Томских новостей»] был, но не развивался. Это плохо, потому что наступила пора Интернета. <...> В общем, газеты не перепрыгнули вовремя и погибают.

Сложности «перехода» специалисты отчасти связывают с консервативностью, а порой и с ригидностью самих редакций.

Респонденты отмечают, что в 2000-х, в начале 2010-х, когда на смену томскому сегменту Интернета [Юлдашев, 2023] пришел «большой Интернет», сайты, в том числе веб-версии газет, стали местом для экспериментов. Журналисты работали во многом наугад, не имея представления о том, как должен выглядеть новостной сайт:

Это уже был большой Интернет. И никто не понимал, что с ним делать, и поэтому журналистам сказали: все, что в газету не берем, а вам написать хочется, можете задаром выложить вот сюда [на сайт].

Трудности, возникавшие во время «перехода» газет в Сеть, опрошенные связывают и с финансовым аспектом. Бывший главный редактор «Томских новостей» Алексей Трофимов так описывает эту проблему:

Было несколько попыток создать относительно популярный сайт. Но, во-первых, были мои ошибки, определенная непоследовательность, желание сэкономить на новом направлении, а во-вторых, было непонятно, как сделать этот сайт источником сколько-нибудь серьезных доходов.

Таким образом, веб-версии томских печатных общественно-политических изданий ушли на «периферию» новостного интернет-пространства томской медиасистемы, потому что редакции этих изданий не смогли вовремя занять свою нишу в онлайн-журналистике.

В эту группу мы включаем и 3 других издания: «Комсомольская правда – Томск», «Аргументы и факты – Томск», «Московский комсомолец в Томске». Эти региональные версии федеральных изданий представлены в современных рейтингах Медиалогии² по Томской области. Эти СМИ упоминались только двумя респондентами. Одно упоминание – в нейтральном, а второе – в негативном ключе. В частности, респондентка характеризовала эти ресурсы как СМИ, не составляющие конкуренцию лидерам томской новостной журналистики (о которых сказано далее). Отметим, что на сайте СибФМ Group – медиахолдинга, в который входят эти издания, сказано, что эти СМИ относятся к типу веб-порталов³. Таким образом, эти издания, лежащие на границе между веб-версиями газет и новостными порталами, мы считаем «периферией» томской новостной онлайн-журналистики.

Информационные агентства. В ходе интервью девять респондентов упоминают «РИА Томск», томскую бюро «Интерфакс-Сибирь», «НИА Томск». В целом они характеризуют

² Например: Томская область: рейтинг СМИ за II квартал 2023 // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/12382/> (дата обращения 09.12.2023).

³ СибФМ Group. URL: <https://sfmg.tilda.ws/#rec564112279> (дата обращения 09.12.2023).

томские информагентства, в особенности «РИА Томск», как сильных игроков на рынке новостной онлайн-журналистики. По нашим критериям, признакам самостоятельного томского СМИ отвечает только «РИА Томск». Именно поэтому – из-за ограниченности сегмента – этот тип СМИ мы включили в предпоследнюю группу.

Информагентства изначально ориентированы на создание и распространение собственных новостей, в то время как томские новостные порталы и некоторые другие новостные интернет-издания исторически начинали свою деятельность как площадки для коммуникации между жителями региона, для размещения объявлений, для пользования торрентом, с дайджеста новостей и т. д. К полноценной новостной деятельности эти медиа пришли позже. Татьяна Свинцова, главный редактор информагентства «РИА Томск», таким образом характеризует эту ситуацию:

С появлением Интернета понятие «интернет-издание» сильно смешалось с понятием информационного агентства. Чем информационное агентство от интернет-издания отличается?! Просто кто вперед. Все-таки информагентства как вид СМИ появились намного раньше.

Более того, информагентства отличает и особый правовой статус.

Коротко рассмотрим, как появлялись и развивались информагентства в Томске.

В четырех интервью упоминается томское бюро «Интерфакс-Сибирь». С открытия бюро начинается история развития информационных агентств как типа СМИ в регионе. Агентство открыло бюро в год 400-летнего юбилея Томска ⁴. Его руководителем стал Владислав Халин, который так характеризует работу бюро того времени:

В «Интерфаксе» нас было двое: я и Аркадий Круглов. И всё. Ты приходишь с утра, и ты должен давать новость; [информационная журналистика] была абсолютно безликой, то есть человека как такового, то есть автора новости, там нет. <...> И, наверное, это самый правильный вид информационный журналистики.

У бюро нет отдельного сайта, на котором размещались бы новости, адресованные местной аудитории. Новостные материалы о Томской области публикуются, но на официальном сайте «Интерфакса». Таким образом, томское бюро нельзя назвать самостоятельным региональным информагентством, так как «Интерфакс» аккумулирует информацию из разных регионов.

«Независимое информационное агентство («НИА-Томск»)» упоминалось в двух беседах: в основном коротко и в нейтральном тоне ⁵. Информации об этом медиа в открытых источниках практически нет. С некоторыми сведениями о «НИА-Томск» можно ознакомиться на сайте ⁶, но на этом ресурсе не конкретизируется время появления томского отделения, нет данных об учредителях и регистрации СМИ. НИА ведет свою деятельность и в других регионах, поэтому этот ресурс мы также не можем назвать исключительно томским информагентством.

«РИА Томск» упоминается во всех беседах в нейтральном и позитивном контексте. Коротко охарактеризуем это СМИ. В 2011 г. в Томске открылся региональный медиацентр «РИА Новости», а в 2014 г. на его базе было создано независимое от «РИА Новости» Региональное информационное агентство Томск («РИА Томск»). «РИА Томск» – самостоятельное региональное СМИ: у него есть собственный сайт riatomsk.ru; деятельность «РИА Томск» в большинстве случаев нацелена на формирование местной новостной повестки. Это СМИ – по сравнению с перечисленными конкурентами – по большому числу критериев можно отнести именно к региональному информагентству. Кроме того, по мнению большей части респондентов, это СМИ – сильный игрок на рынке новостной журналистики в Томске.

⁴ Томский губернатор встретился с заместителем гендиректора информагентства «Интерфакс» // Официальный интернет-портал Администрации Томской области. URL: <https://tomsk.gov.ru/news/front/view/id/27682> (дата обращения 01.12.2023).

⁵ С представителями «НИА Томск» провести интервью не удалось.

⁶ НИА Томск. URL: <https://niatomsk.ru/> (дата обращения 29.03.2023).

Итак, в этом сегменте мы выделяем одно информагентство, отвечающее признакам самостоятельного регионального конкурентоспособного СМИ.

От новостных порталов к городским интернет-изданиям. В последней группе, выделенной на основе 11 интервью, находятся, с одной стороны, самые упоминаемые медиа, с другой – медиа, которые в большей степени отвечают признакам конкурентоспособных, самостоятельных томских информационных СМИ. Тем не менее в этой группе есть лидеры («Агентство новостей ТВ2», vtomske.ru, tomsk.ru, «Томский обзор») и СМИ, которое по своим характеристикам хотя и относится к этому блоку, все же не отвечает тем признакам, которые мы выделяем (NGS70). Рассмотрим эту группу.

В период от первых экспериментов в 2000-е до расцвета медиабизнеса в Интернете в 2010-х гг. в Томске появляются новые новостные сайты. Например, в медиатласе 2013 г. представлено более 10 томских информационных интернет-ресурсов, некоторые из них сегодня не функционируют, некоторые сменили доменное имя. Какие-то издания из этого списка, которые существуют и сегодня, мы относим к «периферии» выделенного сегмента. Например, одна из информанток, рассказывая о конкуренции на рынке новостной онлайн-журналистики в 2010-х, упомянула НГС Томск (NGS70, «Томск онлайн»⁷):

НГС Томск еще был, но они быстро схлопнулись.

Издание отвечает признакам портала, однако томские новости «размываются» на фоне новостной повестки России и СФО.

Далее приводятся новостные интернет-СМИ, которые оцениваются респондентами как конкурентоспособные новостные медиа. Начнем описание с медиа, которое сегодня уже не функционирует, но сыграло значительную роль в истории томской онлайн-журналистики, – с «Агентства новостей ТВ2».

Согласно данным интервью и региональным рейтингам Медиалогии, в 2010-х – начале 2020-х гг. одним из лидеров новостной онлайн-журналистики Томска было «Агентство новостей ТВ2». Его история делится на два этапа. Первый – начало 2010-х. Тогда была создана самостоятельная новостная интернет-редакция, руководителем которой стал Сергей Колотовкин. Новости публиковались на отдельном сайте tv2.tomsk.ru, и информационная политика редакции во многом строилась независимо от «Телекомпании ТВ2». Сергей отмечает:

Я понимал, что многие видят это как сайт телекомпании. <...> Если мы рассматриваем выход на этот рынок, выход со своим контентом, то это должен быть самостоятельный независимый продукт, который будет делаться по своим правилам.

По словам Сергея, сотрудники его редакции взаимодействовали с редакцией телекомпании. Тем не менее интернет- и телередакции конкурировали. В то же время Сергей рассказывает, что перед ним и его коллегами стояла задача создания объединенной редакции, и отчасти эта идея воплотилась, но в рамках сотрудничества с радиохолдингом «Медиа FM».

Второй этап – работа «Агентства новостей ТВ2» после закрытия «Телекомпании ТВ2» в 2014–2015 гг.⁸ Руководителем новой редакции стал Виктор Мучник. Ребрендинг «Агентства новостей ТВ2» произошел несколькими годами позже, тогда же сменилось и название сайта на tv2.today.ru. Однако в 2022 г. Роскомнадзор заблокировал это медиа⁹.

Отметим два аспекта, которые представляют интерес в рамках заявленной проблемы. Первый – образ городского / регионального медиа. Сергей Колотовкин, рассказывая о выборе доменного имени, подчеркивает, что в названии сайта tv2.tomsk.ru

⁷ NGS70.ru. URL: <https://ngs70.ru/>; НГС // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%93%D0%A1> (дата обращения 12.12.2023).

⁸ ТВ2 // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%922> (дата обращения 13.12.2023); ТВ2 // Телепедия. Свободная энциклопедия. URL: <https://telepedia.fandom.com/ru/wiki/%D0%A2%D0%922> (дата обращения 09.01.2023).

⁹ ТВ2 // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%922> (дата обращения 13.12.2023).

«tomsk» вообще был не нужен, потому что ТВ2 совершенно верно выбрало стратегию развития как сайт, не привязанный к Томску.

«Агентство новостей ТВ2» во многом ориентировалось на местную повестку и на томи-чей, но также и на более широкую аудиторию, которой был интересен Томск в контексте общенациональной повестки. Второй аспект – понимание того, что лежит в основе новостной деятельности интернет-редакции. Сергей, вспоминая историю развития «Агентства новостей ТВ2», таким образом характеризует эту ситуацию:

Я тогда не сразу понял, что не надо упираться в новости, надо идти в другое. И эти эксперименты мы начали делать несколько позже. Потом это уже работало, и это больше развивал Виктор Моисеевич [Мучник].

Валентина Анкудинова, бывшая сотрудница «Агентства новостей ТВ2» (tv2.today.ru), рассказывает, что это медиа позиционировало себя скорее не как сайт новостей, а как «сайт истории», «сайт про людей».

Значительный след в истории развития томской журналистики, по словам респондентов, оставили также vtomske.ru, tomsk.ru и «Томский обзор». Эти издания появились в Томске в конце 1990 – 2000-х гг.¹⁰, они работают с местной информационной повесткой и в настоящее время.

Респонденты сходятся во мнении, что в начале 2000-х на рынке новостной интернет-журналистики в Томске еще не было конкуренции, но и не было стабильных источников заработка, потому что интернет-журналистика воспринималась не как бизнес, а как эксперимент, как нечто, не имеющее отношения к профессиональной деятельности журналистов. Например, Елена Фаткулина, главный редактор «Томского обзора», так описывает эту ситуацию:

Это было в чистом виде хобби, потому что никто не понимал, можно ли это вообще монетизировать.

В свою очередь, Олеся Бутолина, бывший редактор vtomske.ru, рассказывает об истоках становления vtomske.ru следующим образом:

Айтишники были с ТУСУРа. И они к журналистике вообще никакого отношения не имеют. Они просто предприимчивые ребята, которые решили, что на этом можно заработать.

На порталах того времени, как отмечает одна респондентка, прибыль приносили многие разделы: торрент, купонаторы и т. д., например, за счет привлечения аудитории к рекламе посредством этих сервисов.

В 2010-х, по мнению опрошенных, новостная онлайн-журналистика в Томске превращается в «индустриальную историю» (определение одного из опрошенных): медиа начинают активно работать над бренд-стратегиями, источники финансирования интернет-изданий становятся более стабильными и регулярными, появляются новые финансовые ресурсы. (В современном томском медиабизнесе к источникам финансирования респонденты относят не только рекламу и госконтракты, но и гранты, денежные пожертвования, образовательную деятельность и консалтинг, в случае информагентств – отдельные коммерческие продукты, подписку на новости и аналитику.)

Респонденты считают, что важной вехой в становлении томских новостных порталов и информационных интернет-изданий является момент появления на этих сайтах новостных лент с «собственными новостями», т. е. с информационными материалами, полностью подготовленными редакцией конкретного медиа. Например, Олеся Бутолина так характеризует становление новостной ленты vtomske.ru:

Сначала это был просто рерайт, своих новостей не было вообще.

¹⁰ В нижних блоках сайтов указаны годы существования ресурсов: tomsk.ru (1997–2024), Томский обзор (2005–2024), vtomske.ru (2007–2024).

Елена Фаткулина рассказывает, что в середине 2000-х «Томский Обзор» был «просто лентой копипаст-новостей». Экс-главный редактор tomsk.ru Дарья Афонасова рассказывает, что становление ресурса tomsk.ru начиналось не с акцента на профессионально подготовленных новостях:

Основой его была не столько новостная повестка, сколько форумы, объявления, интерактив. Отчасти было то, что сейчас называется UGC – контент, который создают пользователи: форум, объявления, продажа личных вещей, недвижимости.

Хотя в настоящий период tomsk.ru и позиционируется как «городской портал», признакам портала это медиа практически не отвечает. Vtomske.ru сегодня в большей степени напоминает портал, так как на этом сайте помимо новостной ленты присутствуют элементы, характерные для порталов: недвижимость, работа, гороскопы и др. Более того, на сайте сказано, что vtomske.ru – динамично развивающийся портал, что редакция профессионально освещает главные информационные события, но при этом читатели могут найти на портале информацию о развлечениях, работе и др.¹¹

Сегодня интернет-издание «Томский обзор» стоит особняком: оно характеризуется редакцией как «городское медиа», как «город, люди, бизнес, еда и развлечения в интересных историях, новостях и фотографиях»¹². Концепцию именно городского медиа редакция «Томского обзора» определила в начале 2010-х. «Томский обзор» позиционирует себя как городское, а не новостное издание, потому что редакция уделяла и уделяет много внимания городскому развитию, а не всем социальным событиям, которые происходят в городе и области, как обычно это делают новостные СМИ. Редакция стала делать ставку не на новостной формат, хотя новостная лента на сайте есть, а на большие истории.

Tomske.ru сегодня тоже позиционируется как городское СМИ («городской портал»). Редакция vtomske.ru не заявляет о себе как о городском медиа: в описании ресурса на самом сайте маркеров «городской принадлежности» мы не находим (тем не менее этот маркер есть в самом названии сайта vtomske.ru).

Итак, согласно данным интервью, медиа, принадлежащие к группе новостных порталов и городских интернет-изданий (в узком понимании), в большей степени отвечают признакам конкурентоспособных самостоятельных томских веб-изданий в сфере региональной информационной журналистики.

Подведем итоги.

1. Новостная онлайн-журналистика в Томске начала развиваться в конце 1990-х – 2000-х гг. Этот период, по словам респондентов, был «экспериментальным». В 2010-х новостные интернет-СМИ превратились в полноценный бизнес, «эксперименты» переросли в профессиональную журналистику.

2. На основе данных интервью с медиаспециалистами выделено четыре группы томских информационных интернет-ресурсов. Первые две группы – веб-версии печатных изданий и новостные ленты на сайтах телерадиокомпаний – оцениваются респондентами как менее конкурентоспособные и менее самостоятельные медиа. Две другие группы – информационные агентства, новостные порталы и городские интернет-издания – как лидеры сегмента.

3. К лидерам современной новостной онлайн-журналистики в Томске респонденты относят vtomske.ru, tomsk.ru и «РИА Томск». Информагентство «РИА Томск», созданное на базе регионального подразделения «РИА Новости», сохраняет черты самостоятельного томского СМИ. Издание tomsk.ru, хотя и называется порталом, скорее соответствует формату информационного городского интернет-издания. Vtomske.ru в большей степени напоминает интернет-портал, но в то же время редакция этого издания профессионально занимается новостями.

¹¹ О компании // vtomske.ru. URL: <https://corp.vtomske.ru/about> (дата обращения 01.12.2023).

¹² О проекте // Томский обзор. URL: <https://obzor.city/info/about/> (дата обращения 02.12.2023).

4. Особое внимание респонденты уделяют изданию «Томский обзор», которое со временем превратилось в городское медиа, в меньшей степени сосредоточенное на новостях. В 2010-х – начале 2020-х гг. лидирующие позиции занимало «Агентство новостей ТВ2». Это медиа также прошло путь от новостного издания до «сайта историй».

5. Лидеров рынка томской новостной онлайн-журналистики, по мнению респондентов, объединяет то, что редакции этих изданий сумели создать образы именно городских и региональных медиа, не привязанных к сети федеральных СМИ. Тем не менее эти издания по-разному строят свою информационную политику.

Список литературы

- Абашев В. В.** Новая городская журналистика в конструировании урбанистического пространства // Слово. Текст. Контекст. 2021. № 4. С. 119–130. DOI 10.26105/PBSSPU.2021.8.4.001
- Ахмадулин Е. В.** «Новость» как основа журнализма // Гуманитарный вектор. 2020. № 5. С. 149–154. DOI 10.21209/1996-7853-2020-15-5-149-154
- Варганова Е. Л.** К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Медиа@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8–14.
- Дементьева К. В.** Специфика функционирования региональных СМИ в современных коммуникативных условиях (на примере медиа Республики Мордовия) // Вестник Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2021. № 3. С. 118–128. DOI 10.17072/2073-6681-2021-3-118-128
- Елкин М. А., Чирич Д. А.** Особенности правового статуса информационных агентств в современной России // Современные социально-экономические процессы: проблемы, тенденции, перспективы: Материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. Хабаровск. 2020. С. 153–157.
- Ершова В. Е.** Качественное интервью в исследовании томской медиасистемы // Вопросы журналистики. 2022. № 12. С. 46–62. DOI 10.17223/26188422/12/2
- Квале С.** Исследовательское интервью / Пер. с англ. М. Р. Мироновой. М.: Смысл, 2003. 301 с.
- Коноплев Д. Э.** UGC против интернет-СМИ: конкурентные стратегии пользовательского контента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 3 (41). С. 112–117. DOI 10.47475/2070-0695-2021-10313
- Меркушина Е. А.** Сетевые СМИ в информационном пространстве региона: контент, коммуникация, архитектура // Мир науки, культуры, образования. 2021. № 4 (89). С. 417–420.
- Назаров М. М.** Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. № 2. С. 108–124. DOI 10.21453/2311-3065-2020-8-2-108-124
- Пустовалов А. В.** Новостные порталы: структура и место на Пермском интернет-рынке // Журналистский ежегодник. 2013. № 2-2. С. 30–33.
- Юлдашев Л. О.** Интернет // Неприкосновенный запас. 2023. № 1 (147). С. 169–176.
- Trattner C., Jannach D., Motta E., Meijer I. C., Diakopoulos N., Elahi M., Opdahl A. L., Tessem B., Borch N., Fjeld M., Øvrelid L., Smedt K. D., Moe H.** Responsible Media Technology and AI: Challenges and Research Directions // AI and Ethics. 2022. Vol. 2, no. 4. P. 585–594. DOI 10.1007/s43681-021-00126-4
- Uden L., Salmenjoki K.** Evolution of Portals. *Encyclopedia of Portal Technologies and Applications*. IGI Global Scientific Publishing, 2007. P. 391–396. DOI 10.4018/9781591409892.ch066

References

- Abashev V. V.** Novaya gorodskaya zhurnalistika v konstruirovani urbanisticheskogo prostranstva [New City Journalism in the Design of the Urban Environment]. *Word. Text. Context*, 2021, no. 4, pp. 119–130. (in Russ.) DOI 10.26105/PBSSPU.2021.8.4.001
- Akhmadulin E. V.** “Novost” kak osnova zhurnalizma [The “News” as the Basis of Journalism]. *Gumanitarnyi vektor [Humanitarian Vector]*, 2020, no. 5, pp. 149–154. (in Russ.) DOI 10.21209/1996-7853-2020-15-5-149-154
- Dementieva K. V.** Spetsifika funktsionirovaniya regional'nykh SMI v sovremennykh kommunikativnykh usloviyakh (na primere media Respubliki Mordoviya) [Regional Media and Their Functioning in Modern Communication Conditions (A Case Study of the Media of the Republic of Mordovia)]. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 2021, vol. 13, iss. 3, pp. 118–128. (in Russ.) DOI 10.17072/2073-6681-2021-3-118-128
- Elkin M. A., Chirich D. A.** Osobennosti pravovogo statusa informatsionnykh agentstv v sovremennoi Rossii [Features of the Legal Status of News Agencies in Modern Russia]. In: *Sovremennye sotsial'no-ekonomicheskie protsessy: problemy, tendentsii, perspektivy [Modern Socio-Economic Processes: Problems, Trends, Prospects]*. Proceedings of the 9th All-Russian Scientific and Practical Conference. Khabarovsk, 2020, pp. 153–157. (in Russ.)
- Ershova V. E.** Kachestvennoe interv'y u v issledovanii tomskoi mediasistemy [The Qualitative Interview in the Research on the Tomsk Media System]. *Voprosy zhurnalistiki [Russian Journal of Media Studies]*, 2022, no. 12, pp. 46–62. (in Russ.)
- Konoplev D. E.** UGC protiv internet-SMI: konkurentnye strategii pol'zovatel'skogo kontenta [UGC vs Internet Media: Competitive User Content Strategies]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2021, no. 3 (41), pp. 112–117. (in Russ.) DOI 10.47475/2070-0695-2021-10313
- Kvale S.** Issledovatel'skoe interv'y u [InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing]. Moscow, Smysl, 2003, 301 p. (in Russ.)
- Merkushina E. A.** Setevye SMI v informatsionnom prostranstve regiona: kontent, kommunikatsiya, arkhitektonika [Internet Media in the Information Space of a Region: Content, Communication, Architectonics]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya [The World of Science, Culture and Education]*, 2021, no. 4 (89), pp. 417–420. (in Russ.)
- Nazarov M. M.** Platformy i algoritmizatsiya v media: sodержanie i sotsial'nye sledstviya [Media Platforms and Algorithms: Content and Social Implications]. *Communicology*, 2020, no. 2, pp. 108–124. (in Russ.) DOI 10.21453/2311-3065-2020-8-2-108-124
- Pustovalov A. V.** Novostnye portaly: struktura i mesto na Permskom internet-rynke [News Portals: Structure and Place in Perm Internet Market]. *Zhurnalistskii ezhegodnik [Journalistic Yearbook]*, 2013, no. 2-2, pp. 30–33. (in Russ.)
- Trattner C., Jannach D., Motta E., Meijer I. C., Diakopoulos N., Elahi M., Opdahl A. L., Tessem B., Borch N., Fjeld M., Øvrelid L., Smedt K. D., Moe H.** Responsible Media Technology and AI: Challenges and Research Directions. *AI and Ethics*, 2022, vol. 2, no. 4, pp. 585–594. DOI 10.1007/s43681-021-00126-4
- Uden L., Salmenjoki K.** Evolution of Portals. *Encyclopedia of Portal Technologies and Applications*. IGI Global Scientific Publishing, 2007, pp. 391–396. DOI 10.4018/9781591409892.ch066
- Vartanova E. L.** K voprosu o posledstviyakh tsifrovoy transformatsii mediasredy [On the Implications of Digital Transformation upon Media Environment]. *Medi@l'manakh [Medi@lmanac]*, 2022, no. 2 (109), pp. 8–14. (in Russ.)
- Yuldashev L. O.** Internet [The Internet]. *Neprikosnovennyyi zapas [Emergency reserve]*, 2023, no. 1 (147), pp. 169–176. (in Russ.)

Информация об авторе

Валентина Евгеньевна Лобынцева, кандидат филологических наук
Scopus Author ID 57191751823
WoS Researcher ID N-9146-2014

Information about the Author

Valentina E. Lobyntseva, Candidate of Sciences (Philology)
Scopus Author ID 57191751823
WoS Researcher ID N-9146-2014

*Статья поступила в редакцию 19.02.2024;
одобрена после рецензирования 02.07.2024; принята к публикации 04.07.2024
The article was submitted on 19.02.2024;
approved after reviewing on 02.07.2024; accepted for publication on 04.07.2024*