Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Исторический факультет
Кафедра российской истории

ДОПУСТИТЬ К ПРЕДСТАВЛЕНИЮ ГЭК
Руководитель ООП
д-р ист. наук, профессор
_____ В.П. Зиновьев
«13» июня 2023 г.

**НАУЧНЫЙ ДОКЛАД**
об основных результатах подготовленной научно – квалификационной работы (диссертации)

# МЕДИАСФЕРА ГОРОДА ТОМСКА НА РУБЕЖЕ XX-XXI ВЕКОВ

по основной образовательной программе подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре
направление подготовки 46.06.01 – Исторические науки и археология

Войтикова Валерия Андреевна

Научный руководитель
д-р. ист. наук, доцент
_____ В.В. Шевцов
*подпись*
«13» 06 2023 г.

Автор работы
аспирант
_____ В.А. Войтикова
*подпись*

Томск-2023

**Актуальность.** Медиа представляют важнейший институт производства информации, являются одним из основных социальных институтов современного общества. С каждым годом происходит усиление взаимозависимости и взаимосвязи медиа и общества. Понимание законов развития, характеристик, природы медиа позволяет выработать методологию и методику анализа, сконструировать мировоззренческие фокусы осмысления медиа на современном этапе. Важно понимать, что медиасфера – междисциплинарный объект изучения. Историки реже уделяют внимание ей.

Общественно-политические изменения периода 1990-х гг. оказали существенное влияние на становление и развитие современного состояния средств массовой информации города Томска. Изучение истории региональных СМИ дает возможность понимания законов функционирования, тенденций развития медиасферы Томска в переходный период. Без анализа трансформаций традиционных и новых медиа на рубеже веков невозможно понять современное состояние средств массовой информации города и перспективы их развития в будущем. Медиатизация как важнейший фактор общественной жизни, усиливающаяся зависимость политического, экономического, социального и культурного развития от информационных процессов вызывает необходимость осмысления структурно-функциональных характеристик современной медиасферы и ее сегментов, определения ее места и роли в общественной жизни города Томска.

Необходимость комплексного изучения феномена медиасферы, которая претерпевает значительные изменения, но при этом сохраняет традиционные черты, обуславливает научную актуальность. К настоящему времени одной из необходимых задач является задача фиксации и выстраивания событийной и фактологической истории томских СМИ. Исследователями сделаны серьезные продвижения в изучении функционирования медиасферы города Томска в переходный период, но лишь в рамках отдельных сюжетов. Недавняя современность становится ускользаемым от исследовательского внимания прошлым. Важно агрегировать весь массив имеющегося нарратива до того, как участники описываемых событий уже не смогут дать ответы на интересующие нас вопросы. Прошло достаточно времени, чтобы дать оценку произошедшим в медиа трансформациям. Возникает необходимость комплексной работы по изучению медиасферы, как системы, на основании уже имеющихся данных, посвященных различным аспектам функционирования томских медиа и привлечению новых источников информации.

**Степень изученности темы.** Историографический обзор исследования состоит из двух тематических блоков. В первом блоке содержатся работы по теории медиа и массовым коммуникациям. Второй блок посвящен медиасфере как самостоятельному объекту изучения исследователей.

При написании диссертационного исследования были проанализированы работы таких исследователей, как В.В. Савчук «Медиафилософия: приступ реальности», М.Кастельс «Власть коммуникации», в которых проводится анализ трансформаций общества под воздействием новых медиа, их социальная роль, их всепоглощающий характер («медиа внутри нас»[1]). Наиболее значимым для написания диссертации является раздел в книге М. Кастельса «Коммуникация в цифровую эпоху». В нем уделяется особое внимание вопросам конвергенции, новой системе мультимедиа, процессам перехода от массовой коммуникации к самокоммуникации.

В отечественной литературе достаточно немного комплексных теоретических работ, в которых наиболее полно представлены подходы, теории, определения, имена исследователей медиа на современном этапе. Отметим некоторые из них. В пособии А.А. Новиковой и И.В. Кирия «История теории медиа» воедино собрана палитра теоретических концепций изучения массовых коммуникаций как отечественных, так и зарубежных исследователей. Достаточно высока научная ценность работ декана факультета журналистики МГУ Е.Л. Вартановой. Статья «Меняющаяся российская медиаиндустрия: теоретические подходы» посвящена осмыслению особенностей становления и развития современной российской медиаиндустрии в условиях общественных трансформаций. Автор поднимает проблемы разрыва теоретических представлений о медиа и их реального функционирования как индустрии, критического отношения общества к журналистике и массмедиа при очевидном увеличении их влияния, а также воздействия появляющихся новых феноменов - цифровых медиа и социальных сетей - на повседневную жизнь.

В книге «Теория медиа: отечественный дискурс» анализируются теоретические основы изучения медиа как междисциплинарной области. Е.Л. Вартанова определяет основные парадигмы исследования, роли медиатехнологий, а также факторы влияния на развитие медиаисследований. Особое внимание автора приковано к разделам, посвященным ключевым понятиям тезауруса и академическому анализу отечественной медиасистемы. Отсутствие единых определений - одна из проблем исследований СМИ. Автором отмечается несколько и других важных положений, характеризующих современную ситуацию в академической среде. Отсутствует единый концептуально-

[1] Савчук. В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПБ.: изд-во РХГА, 2013. С. 235.

терминологический аппарат, есть заметные противоречия в теоретических подходах к понятию «медиаиндустрия» в зарубежных и отечественных исследованиях. Это связано с тем, что наука, которая изучает медиасферу, находится в процессе становления.

В статьях Вартановой Е.Л. «Теоретическое осмысление СМИ: векторы развития», Дунас Д.В. «Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей» исследуются современные парадигмы изучения медиа. Авторы делают вывод, что сегодня для изучения медиасферы актуальны попипарадигмальные подходы: изучение должно выстраиваться не через конкуренцию, а через синергию подходов. Комплексный подход способствует пониманию природы медиа в динамике их технологического и социального развития. Данные исследователи (как и большинство исследователей) выделяют четыре основные парадигмы: эмпирико-функциональную, политэкономическую, культурологическую, антропологическую. Новыми аспектами в изучении медиасферы с позиции функционализма становятся такие процессы, как медиатизация, рост медиазависимости, появление новой элиты – медиакратии.

Важнейшей работой, которую также стоит отнести к первому блоку работ, является статья А.В. Чернова о выделении специальной проблемной области исследований – медиарегионалистики. Она важна не только для понимания процессов, протекающих в массмедиа региона, но и оценки ключевых социально-экономических факторов региона. Автор отмечает, что социально-экономические трансформации не попали в широкую научную рефлексию, интерес носит поверхностный характер. Не выявляется специфика региональной медиасферы как главного реализатора социальных смыслов и моделей поведения (одним из направлений может стать медиаповедение), не проводится исследование медиатизации как социального феномена. В центре этого направления могут оказаться специфические, региональными «текстами и контекстами» обусловленные социальные практики, реализуемые посредством медиа, использующие медиа, производящие и исследующие медиапродукт, каналы его распространения и т.д.

Работы исследовательниц Н.В. Жиляковой и И.В. Лизуновой внесли серьезный вклад в изучение средств массовой информации Сибири и Дальнего Востока в российском медиапространстве на рубеже XX-XXI веков. Н.В. Жилякова отмечает, что томская журналистика прошла те же важнейшие этапы трансформации медиасистемы, что и другие крупные регионы: расширение типологического спектра изданий, коммерциализация прессы, появление независимых СМИ, передел рынка между общественно-политическими и рекламными изданиями и т.д.

Медиасфера как самостоятельный объект изучения (второй блок работ) встречается недостаточно часто. Часть представленных работ отражают некоторые новые направления изучения медиасферы как самостоятельного объекта изучения.

Пособие И.П. Яковлева «Стратегическое управление медиасферой» является фактически единственной обобщающей работой, посвященной медиасфере как системе средств массовой коммуникации. Автором выделяются характеристики медиасферы, стратегии ее развития. Сильной стороной книги является разделение ее на две части: теоретическую и практическую, в которой автор оценивает состояние, проблемы и перспективы медиасферы как на уровне страны, так и на уровне ее регионов.

Многими исследователями (Е.Л. Вартановой, М.А. Буряк и т.д.) отмечается, что понятие медиасферы используется без специального уточнения, тем самым оно остается неконцептуализированным. Ряд исследователей равнозначно использует понятия «медиасреда» и «медиасфера». М.А. Буряк отмечает два подхода к понимаю медиасферы. Первый подход основан на понимании медиасферы как пространства информации в целом, с любыми типами носителей, любым количеством получателей информации и любыми видами каналов распространения информации. В рамках второго подхода - как совокупности современных медиаресурсов и технологий их применения, касающихся непосредственно медиаиндустрии, он определяет медиасферу как совокупность всех медиа[2]. Важно отметить, что заслугой М.А. Буряк является формулировка понятия «медиасферы», которое используется во многих работах. Медиасфера определяется как совокупность идей, тем, мнений и других нематериальных сущностей, представленная медиатекстами, обладающими следующими признаками: это важность, значимость для разных групп аудиторий, сиюминутность, злободневность, открытость для многочисленных интерпретаций. Подход автора к определению был выстроен на основе анализа влияния каждой из сфер общественной жизни на медиасферу. Автор данного диссертационного исследования придерживается первого научного подхода. Это обусловливает важность медийного пространства, которое является единым и неделимым вне зависимости от деятельности СМИ. Например, СМИ функционируют в одном территориальном положении (город Томск), редакции работают в одних и тех же финансовых обстоятельствах, вызванных сокращением финансирования изданий.

Одним из новых подходов к изучению медиасферы как феномена является подход Томского исследователя П.Н. Рвалова. Автор анализирует ее в дискурсе эволюционирующих исследовательских программ. В них прогнозируются факты

[2] Буряк М.А. Медиасфера: концептуализация понятия // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2014. Вып. 2. С. 207.

позитивного социокультурного воздействия медиаинформации. Автор отмечает несколько направлений позитивной эвристики исследовательских программ, относящихся к медиасфере. Прежде всего, речь - о накоплении функций медиасферы в современном социокультурном пространстве, заключающихся в переведении практически любой идеи на уровень публичного восприятия и обсуждения.

Особую роль при изучении медиасферы занимают коммуникативные аспекты. Реконструкция коммуникативного пространства связана с изменениями: ценности, смыслы, значения в процессе трансформации СМИ приобретают новые значения для общества. Исследователь В. А. Сидоров при анализе ценностных констант и переменных в медиасфере отмечает особую роль в XXI веке коммуникативных агрессий, как одной из ведущих характеристик медийных процессов[3].

В другой статье В.А. Сидорова исследуется медиасфера, как ценностно-образующая субстанция, публичное пространство, культурно побуждающая среда. Она менее всего похожа на музейное хранилище нетленного, а в большей степени представляет собой пространство интерпретации и формообразования идеалов и ценностей. Автор приводит собственную классификацию присутствующих в медиасфере переменных (результаты коммуницирования в социуме на базе СМИ) и констант (устоявшиеся ценности и смыслы). Автор приходит к выводу, что сегодня в медиасфере все чаще обнаруживаются качества, которые приводят к маргинализации человека, нежели к социализации. Медиашаблоны противостоят гуманистически ориентированному преобразованию окружающего мира.

Изучение медиасферы в настоящее время основано и на привлечении новых методов: математического моделирования, когнитивной методологии и системного анализа. В статье исследователей А.П. Суходолова и В.А. Маренко продемонстрирована закономерность исторического развития СМИ. В исследовании была выполнена авторская когнитивная карта «Воздействие СМИ на аудиторию», которая состоит более чем из 10 факторов (напр. сила информационного потока, конкурентоспособность источника информации, технический прогресс и др.). Для иллюстрации проявления активности СМИ как целого механизма проведен имитационный эксперимент. Суть эксперимента: в одну или несколько вершин представленного графика вносятся изменения, которые распространяются по всем его путям и могут увеличить или уменьшить значение целевой вершины. Конечная цель – установить, при взаимодействии каких факторов «воздействие СМИ на массовую аудиторию будет максимальным. Неразвитость подобных методов для

[3] Сидоров В.А. Ценностные константы и переменные в медиасфере России XXI века // Век информации. 2016. № 2. С. 157.

исследования СМИ авторами исходит из недостаточной разработки методологических основ изучения медиасферы.

Новым направлениям исследования посвящена и статья М.В. Шкондина - одного из ведущих исследователей медиасферы. Автор исследует характер целостности медиасферы на основе анализа системных качеств СМИ. Функциональная целостность медиасферы – это обеспечение и интеллектуального взаимодействия в социуме, которое на современном этапе цивилизационного развития инициирует интеллектуализацию общества[4]. Для медиасферы свойствен дисбаланс, единое гармоничное информационное пространство на данный момент не сформировалось.

Подводя итог, можно сделать вывод, что исследователями сделаны серьезные продвижения в изучении функционирования медиасферы города Томска в переходный период, но лишь в рамках отдельных сюжетов.

**Объект и предмет исследования. Объектом** исследования является медиасфера города Томска на рубеже XX-XXI веков; **предметом** – особенности функционирования сегментов медиасферы в условиях общественных трансформаций. Формирование объекта, предмета и цели диссертации обосновывается необходимостью рассмотреть медиасферу - как совокупность медиа, через анализ ее отдельных сегментов (таких, как периодическая печать, телевидение и т.д.), вынужденных функционировать в условиях общественных трансформаций.

**Цель и задачи исследования. Цель исследования** заключается в выявлении особенностей структурно-функциональных изменений сегментов медиасферы города Томска на рубеже XX-XXI веков.

Основные задачи:

1. Выделить структурно – функциональные особенности функционирования отдельных сегментов медиасферы города Томска на рубеже веков;

2. Охарактеризовать фигуры, события, явления, определившие развитие медиасферы Томска и смену ее состояний, связанных с зарождением, становлением, развитием, исчезновением СМИ в условиях общественных трансформаций;

3. Выявить характерные черты современного многоканального коммуникативного медиапространства Томска в условиях развития новых информационных технологий;

4. Раскрыть особенности медиапотребления в динамике изменений медиа.

5. Проанализировать взаимодействие и взаимовлияние «старых» и «новых» медиа в условиях информационных трансформаций середины 1990-х – начала 2000-х гг.

---

[4] Шкондин М.В. Системность и организованность медиасфера: интегративные аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 1. С. 181.

**Хронологические рамки** исследования охватывают период начала 1990-х– середины 2000-х гг. Рамки исследования определены в соответствии с этапами изменений. Выбор верхней границы обусловлен началом 1990-х. Это время бурного роста средств массовой информации, появления альтернативных СМИ, изменения позиций периодической печати, а также становления и развития (начала 2000-х) региональных электронных медиа. Окончание периода определяется началом «посткризисных» годов (до 2010 г). Такую формулировку использовал министр финансов А.Г. Силуанов, выступивший на заседании правительства в сентябре 2012 года[5].

**Территориальные рамки** исследования включают медийное пространство города Томска.

**Методология исследования** представлена сочетанием общенаучных и специальных методов. В основе исследования лежат общенаучные методы анализа и синтеза, индукции, дедукции, абстрагирования, системный подход. Системный подход позволил на основе изучения СМИ написать историю развития СМИ на рубеже XX-XXI веков. Благодаря проблемно-диахронному методу, стало возможно выделить в общей теме ряд узких проблем (например, влияние общественных трансформаций на работу редакций городских газет и журналов), проанализированных в хронологической последовательности (в различные исторические периоды).

В работе применен ряд специализированных методов: сравнительно-исторический, посредством которого происходит сравнение различных сегментов СМИ (периодическая печать и телевидение), а также сравнение в рамках отдельного сегмента его составляющих (например, государственные телекомпании(ВГТРК) и частные телекомпании(ТВ-2)). Данный метод позволил выявить общее и особенное в работе СМИ, сопоставить редакционную политику, тематику, принципы работы на государственном телевидении и частном. Одним из специальных методов работы стал метод интервьюирования, позволивший получить информацию о работе редакций, коллективов телерадиокомпаний, не представленную ни в источниках, ни и литературе.

Применение историко-генетического метода дало возможность последовательно раскрыть процесс формирования новой структуры СМИ, позволило рассмотреть изменения функций СМИ.

Особое место в диссертационном исследовании занимает периодическая печать. Изучение текстов было осуществлено с помощью методики сплошного просмотра

---

[5] Вартанова Е.Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества [Электронный ресурс] // Медиаскоп. – 2009. – Выпуск №2. – URL: http://www.mediascope.ru/?q=node/352 (дата обращения: 22.03.2023).

представленных в качестве источников периодических изданий. При изучении текста газет применялся дискурс-анализ, количественный и качественный контент-анализ, Обращение к дискурс-анализу позволило рассмотреть дискурсивные практики как средство формирования определенной картины мира и социальной реальности (на примере периодической печати). Использование количественного контент-анализа помогло выявить наиболее важные изменения в тематике местных СМИ (частота упоминаний), общие проблемы редакционных коллективов, эмоциональную окраску тона публикаций.

В исследовании применялся принцип *историзма* – развитие обновленной медиасферы города Томска рассматривалась с учетом особенностей и условий эпохи. Рыночные реформы оказали существенное влияние на коммерческое развитие СМИ. Использование принципа *объективности* позволило рассмотреть историческую реальность развития медиасферы города Томска в целом с учетом объективных закономерностей, которые предопределили ее динамическое развитие на рубеже XX-XXI веков.

**Источниковая база** исследования сформировалась в результате изучения широкого круга источников различной степени происхождения и информативности, часть из которых вводится в научный оборот впервые.

Первая группа источников представлена **законодательными актами** федерального, регионального и местного уровня. Это законы о деятельности СМИ (например, Федеральный закон о средствах массовой информации от №2124-1 от 27.12.1991, Федеральный закон о «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ, Федеральный закон №177- ФЗ от 24.11. 1995 «Об экономической поддержке районных (городских) газет» и т.д.).

Вторая группы источников представлена **делопроизводственной документацией.** К этой группе относятся официально-документальные материалы томских СМИ, часть из которых отложились в ГАТО, например, приказы по основной деятельности различных средств массовой информации. Вышеуказанные нормативно-правовые акты позволили получить информацию о финансировании учреждений, изменениях в штатном расписании, в целом реконструировать положение томских СМИ в 1990-е-2000-е гг. Затруднительным моментом является слабая сохранность источниковой базы, которая не передавалась в местные архивные учреждения и пропадала после закрытия, реорганизации или объединения некоторых СМИ, например, рекламных агентств

Третью группу источников составили материалы **периодической печати** 1991–2010 гг. Начавшийся процесс реорганизации медиасферы Томска стал стимулом для изменений газетной периодики, произошло обновление «старых» изданий. В исследовании были использованы материалы ведущих региональных и городских газет («Красное знамя», «Томский вестник», «Томская неделя»), материалы узкоспециализированных газет,

возникших в 1990-е гг. (например, «Буфф сад» (1992), «Авторынок» (1996), «Ва-банк» (1997), «Ваше здоровье» (1999) и т.д.

Обращение к периодической печати, как основному информационному источнику диссертации, ценно тем, что на страницах периодической печати сосуществуют различные виды исторических источников. Периодическая печать является наиболее содержательным источником информации (о радио, о телевидении и других медиа источниках). Обращение к периодической печати позволяет наиболее полно (за счет объемного тематического содержания) проанализировать изменения в медиасфере города Томска с учетом политических, экономических, культурных трансформаций. Эти публикации в контексте общероссийских и местных исторических событий позволяют понять в развитии механизмы функционирования основных институтов СМИ.

Четвертую группу составляют **архивные материалы** из Государственного архива Томской области и Центра документации новейший истории. Это фонды: Ф.Р – 2149, Ф. Р-2089. Мурашев Андрей Владимирович (1968-2018) - журналист, ведущий аналитических и информационных программ Томской телерадиокомпании ТВ-2. Ф.Р-909. Органы управления средствами массовой информации Томской области; Ф.Р-1085. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области (Томскстат), г. Томск Томской области; Обращение к архивным документам этих фондов позволяет осветить такие сюжеты, как: основное тематическое содержание телевизионных программ, интервью с представителями власти, поминутную сетку вещания и ее изменения в связи с различными событиями. Многие источники из данной группы вводятся в научный оборот впервые.

Пятая группа представлена **источниками личного происхождения.** Эта группа представлена материалами интервью, полученными посредством личных бесед, а также через вопросы на экскурсии (экскурсия периодически проводится Домом Радио г.Томска). Эта группа источников - самая немногочисленная. Это обусловлено тем, что история развития медиасферы Томска в переходный период изучена слабо, практически полностью отсутствуют воспоминания, личные архивы работников медиаканалов и газет. Ответы респондентов на открытые вопросы в интервью позволяют раскрыть особенности межличностных отношений между членами редакции, местных телеканалов и радиостудий. Их анализ в конечном итоге позволит воссоздать полноценные представления о функционировании различных сегментов медиасферы и прочувствовать атмосферу того периода.

Использование данных различных групп источников открывает перспективу написания систематизированной истории развития медиасферы на рубеже XX-XXI веков, существовавшей в условиях общественных трансформаций.

**Научная новизна** работы обусловлена, прежде всего, постановкой самой проблемы – внимание было сконцентрировано не на системном изучении медиасферы, а лишь на отдельных ее частях. Вопрос влияния общественных трансформаций периода 1990-х и их отражения на средства массовой информации практически не рассматривался. Кроме того, влияние трансформаций разносторонне (например, помимо экономических трансформаций, СМИ подверглись серьезным культурным, социальным, политическим трансформациям). Научная новизна работы также обусловлена тем, что многие источники вводятся в научный оборот впервые.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Медиасфера, понимаемая автором диссертации как пространство информации в целом, с любыми типами носителей, любым количеством получателей информации и любыми видами каналов распространения информации с начала 1990-х гг., значительно видоизменилась. Начиная с этого периода, медиасфера начала выстраиваться в сферу общественных отношений. Произошло усложнение ее структуры. Появилось значительное количество новых альтернативных СМИ, узкоспециализированных изданий, рекламных агентств как у государственных СМИ, так и негосударственных. С одной стороны, аудитория получила широкий выбор СМИ. Исчезновение монополии многих традиционных массмедиа на передачу и распространение информации привело к тому, что рынок для части медиаресурсов расширился. Томск, являя собой своеобразную «медийную аномалию», был одним из первых городов, где еще при советской власти, в мае 1991 г., возникла негосударственная телекомпания ТВ-2. В эти же годы произошло расширение крупных центральных медиакомпаний (например, «Эхо Москвы», «Радио России» и т.д.) на региональное телерадиовещательное пространство. С другой стороны, процесс реорганизации медиасферы Томска стал стимулом для изменений в работе СМИ, которые были вынуждены перестраивать свою деятельность; значительно усилилась конкуренция между ними. Однако, некоторые СМИ не смогли выдержать конкуренции, прекратили свою деятельность и уступили свое место другим источникам информации.

2. В конце XX в. происходит серьезное обновление и усложнение медиасферы. Это обусловлено изменением не только ее структуры, но и обновлением тематического содержания. В этот период СМИ стали не просто отдельным политическим фактором, «площадкой» для политического дискурса, но и пространством свободного комментирования и формирования «повестки дня». Перестройка медиасферы города

Томска, изменение тематического спектра стали стимулом для большинства изданий искать новый формат работы, новые формы взаимодействия с аудиторией, вводить новые рубрики и темы. Грамотная редакционная политика, плодотворная работа журналистов различных СМИ способствовали трансформации многих из них в успешные рыночные издания при сохранении их собственного стиля.

3. Наибольшей сложностью для различных сегментов медиасферы стало влияние экономических трансформаций: сокращение финансирования стало основной тенденцией в функционировании изданий, что повлекло закрытие ряда газет и каналов. Например, многие газетные издания, несмотря на малочисленный тираж, созданные в 1990-е гг. не смогли просуществовать долгое время и закрывались в этот же период. Закрылись ряд изданий, успешно существовавших в советское время, например, орган Томского обкома ВЛКСМ газета «Молодой ленинец», еженедельники «Томский зритель, «Народная трибуна» и др.

4. Сильнее всего медийные трансформации коснулись сферы периодической печати. Периодическая печать долгое время была основным источником информации. 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. Более чем в 2 раза упали тиражи газет. 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.

5. Можно констатировать начало перехода традиционной журналистики к современной, работающей в интересах общественности, ориентирующейся на специфические запросы. Газеты видоизменили свой функционал, публикациям стали присущи разножанровость, полемичность, плюрализм тем. На телеканалах стали появляться новые форматы работы (например, новые передачи) со зрительской аудиторией.

6. Одна из важнейших тенденций периода – симбиоз журналистики и коммерческой рекламы. Реклама стала одним из главных источников выживания многих СМИ, от рекламодателей зависело финансовое благополучие. В Томске появились специализированные рекламно-информационные газетные и журнальные издания – «Антенна в Томске», «Все для Вас» «Авторынок, «Аукционъ Online», «Рынок недвижимости», «Ваше здоровье», «Негоциантъ» и др. Основной тенденцией 1990-х гг. был рост числа предприятий, занимавшихся рекламной деятельностью. Количество

организаций, занимавшихся рекламной деятельностью, возрастало с каждым годом: в 1996 г. – 3, а в 1998 г. уже 11 организаций [16]. К 2004 г. в Томске насчитывалось уже 17 рекламных агентств, 3 издательства, занимавшихся рекламной деятельностью, а также 4 телерадиовещательные компании Численность организаций в медиасфере, оказывающих рекламные услуги, имела тенденцию к возрастанию. Несмотря на имеющиеся проблемы, реклама как вид деятельности и источник дохода стала стратегическим направлением развития медиаорганизаций. Томская государственная телерадиовещательная компания начала принимать первые заказы на рекламу еще в 1960-е гг. Однако собственное рекламно-информационное коммерческое агентство было создано только в 1991 г. Радиокомпании также активно развивали рекламно-коммерческую деятельность. С 1993 г. эта деятельность на томском радио стала развиваться отдельно от телевизионной. Для части организаций (например, ЗАО «Издатель», ООО «Телемаркет Эфир») заработок по производству и / или распространению рекламы составлял 100% дохода. Реклама позволила сохранить основные издания Томска (например, областную газету «Красное знамя»), их тематическое лицо, дала импульс к развитию медиаканалов и повлияла на возникновение новых изданий (например, «Все для Вас», «Авторынок»).

**Практическая и теоретическая значимость** исследования состоит в возможности применения материалов и выводов диссертации в дальнейших исследованиях по истории СМИ города Томска., в углублении исторических знаний о периоде 1990-х-начала 2000-х гг. и его влиянии на развитие медиа города Томска. Полученные результаты могут стать частью открытых лекций, публичных дискуссий.

Диссертационное исследование имеет важнейшее значение для истории Томска, для развития медиарегионалистики как перспективного направления сегодня.

**Структура** диссертации подчинена реализации поставленных во введении цели и задач. Исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения диссертационного исследования прошли апробацию на 1 научно-практической конференции:

X Международная научно-практическая конференция «Коммуникативная культура: история и современность. Актуальные проблемы журналистики, журналистского образования и массовых коммуникаций в условиях современных вызовов (г. Новосибирск, 30 октября 2020 г.)

По материалам диссертации опубликовано 3 работы, в том числе 2 статьи в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны

быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук.

*Статьи в журналах, включенных Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук:*

1. **Войтикова В. А.** Периодическая печать Томска в 1990-е гг.: анализ динамики развития/ В. А. Войтикова // Вестник Томского государственного университета. История. - 2022. – №77. – С. 12-19. - DOI: 10.17223/19988613/77/2. – 0.99. а.л.

*Web of Science:*

**Voytikova V.A.** The periodical press of Tomsk in the 1990s: an analysis of the dynamics of development / Voytikova V.A. Tomsk State University Journal of History. – 2022. – №77. – С. 12-19. - DOI: 10.17223/19988613/77/2.

2. **Войтикова В. А. В.В. Шевцов.** Реклама как источник финансирования томских СМИ в 1990-е гг./ В.А. Войтикова // Вестник Томского государственного университета. История. – №79. – С. 44-50. - DOI: 10.17223/19988613/79/5. – 0.94 а.л.

*Web of Science:*

**Voytikova V.A., V. Shevtsov.** Advertising as a source of financing for Tomsk mass media in the 1990s / Voytikova V.A. // Tomsk State University Journal of History. – 2022. – № 79. –С. 44-50. - DOI: 10.17223/19988613/79/5.

*Публикации в прочих научных изданиях:*

3. **Войтикова В. А.** Газетная периодика города Томска в условиях трансформации медиасферы на рубеже XX–XXI вв./ В. А. Войтикова // Коммуникативная культура: история и современность: сб. материалов X Междунар. науч.-практ. конф. 30 окт. 2020 г. – г. Новосибирск, 2020. – С. 129-134. – 0.3. а.л.

АНТИПЛАГИАТ
ОБНАРУЖЕНИЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ

# СПРАВКА

Томский Государственный Университет

о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

**ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ**

**Автор работы:** Войтикова Валерия Андреевна
**Самоцитирование рассчитано для:** Войтикова Валерия Андреевна
**Название работы:** Nauchny_doklad_Voytikova_1
**Тип работы:** Не указано
**Подразделение:**

**РЕЗУЛЬТАТЫ**

**ОТЧЕТ О ПРОВЕРКЕ КОРРЕКТИРОВАЛСЯ:** НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕРКИ ДО КОРРЕКТИРОВКИ

| | | | |
|---|---|---|---|
| СОВПАДЕНИЯ | 18.16% | СОВПАДЕНИЯ | 18.09% |
| ОРИГИНАЛЬНОСТЬ | 61.75% | ОРИГИНАЛЬНОСТЬ | 81.91% |
| ЦИТИРОВАНИЯ | 0% | ЦИТИРОВАНИЯ | 0% |
| САМОЦИТИРОВАНИЯ | 20.1% | САМОЦИТИРОВАНИЯ | 0% |

**ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 12.06.2023**

**ДАТА И ВРЕМЯ КОРРЕКТИРОВКИ: 12.06.2023 17:08**

**Структура документа:** Проверенные разделы: основная часть с.1-12

**Модули поиска:** ИПС Адилет; Библиография; Сводная коллекция ЭБС; Интернет Плюс*; Сводная коллекция РГБ; eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ: аналитика; СПС ГАРАНТ: нормативно-правовая документация; Медицина; Диссертации НББ; Коллекция НБУ; Патенты СССР, РФ, СНГ; СМИ России и СНГ; Модуль поиска "tsu"; Кольцо вузов; Издательство Wiley

**Работу проверил:** Шевцов Вячеслав Вениаминович

ФИО проверяющего

**Дата подписи:**

Подпись проверяющего

Чтобы убедиться
в подлинности справки, используйте QR-код,
который содержит ссылку на отчет.

Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего. Предоставленная информация не подлежит использованию в коммерческих целях.