

Секция «Литературный процесс и журналистика: история, критика, публицистика»

История журнала «Собака.ру» в первые годы развития (2000-2002 гг.)

Научный руководитель – Алексеев Константин Александрович

Шакирова Эрика Робертовна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций" Кафедра речевой коммуникации,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: erierika@list.ru

В 1994 году Дерк Сауэр открыл в Москве издательский дом Independent Media, и в мае того же года в России появился первый глянцевый журнал — Cosmopolitan. С тех пор глянец стал неотъемлемой частью современной массовой культуры. В современную российскую науку о журналистике понятие «глянцевого журнала» ввел Я. Н. Засурский [1, с. 259]. Наиболее полным определением этого понятия можно считать дефиницию О. В. Ромаха и А. А. Слепцовой: «Глянцевый журнал — это журнал, который рассчитан на определенную читательскую аудиторию и основной целью которого является формирование определенного стиля жизни у читателя и помощь в достижении успеха, путем освещения различных аспектов деятельности в современной городской жизни, фокусируясь на красоте и гендерных коммуникациях» [2, с. 170].

На протяжении тридцати лет — с 1994 по 2024 гг. — глянцевые издания трижды столкнулись с по-настоящему серьезными кризисами. С 2007 г. начался процесс цифровизации, который переключил внимание аудитории и рекламодателей на онлайн платформы. Затем в 2020 случилась пандемия, в период которой редакции были вынуждены перейти на удаленный формат работы, а поводов для освещения привычных тем, таких как модные показы, светская хроника, ресторанные открытия и т. д., стало гораздо меньше (так, VOGUE выпустил в 2020 г. номер с пустой обложкой). Наконец, с началом СВО часть брендов покинула российский рынок, а часть — закрылась. Сегодня, в эпоху медиаусталости, роль печатной прессы снова начинает возрастать. В пользу этого утверждения говорит появление в конце 2024 г. сразу трех новых глянцевых журналов: «Мнение редакции*» может не совпадать» от Газпром-Медиа Холдинг, «Чтиво» Сергея Минаева и «Петрополь» — локальный глянцевый журнал о Петербурге.

Издание, которому удалось пережить все кризисы и стать главным петербургским журналом — «Собака.ру». Он был основан Анатолием Белкиным и Вероникой Белоцерковской** в 2000 г. и стал первым локальным глянцевым изданием о жизни Петербурга. Анализ специфики журнала «Собака.ру», а также принципы, которые легли в его концептуальную основу, позволяют, с одной стороны, глубже понять исторический контекст и процессы, происходившие в обществе 2000-х гг., с другой — выявить причины, благодаря которым журнал не только выжил, но и вышел на лидирующие позиции в Петербурге, а затем и в регионах — этим объясняется актуальность исследования.

Идею создания журнала Анатолий Белкин вспоминает так: «Не было в этом городе [Петербурге] толстых журналов размером с VOGUE. Я подумал, что в шестимиллионном, европейском, открытом, культурном, разном, пестром городе с огромной культурной историей, надо делать журнал о людях, непохожих на других, которые живут и работают в этом городе». В качестве соиздателя Анатолий Белкин пригласил Веронику Белоцерковскую**, которая на тот момент заведовала рекламой на «Первом канале». В концепцию «Собаки» А. Белкин заложил следующие принципы: «Я сформулировал три принципа

существования «Собаки», которые работают до сих пор, и эти принципы помогли журналу выжить. Первое: «Собака» — это журнал о людях в Петербурге. Второе: мы решили, что в нашем журнале не будет ни одного слова про экономику, потому что есть «Коммерсантъ», есть РБК, есть масса специальных изданий, которые замечательно об этом пишут. В нашем журнале ничего не будет о криминале. И в нашем журнале не будет ни слова о политике. И вот это краеугольное качество, которое помогло, на мой взгляд, «Собаке» существовать так долго и до сих пор. Мы делаем абсолютно аполитичный журнал о людях в Петербурге. А людей, которые что-то изобретают, что-то открывают, чем-то рискуют в творческом плане — всегда хватит. Здесь есть почва для этого. Поэтому этот проект может быть бесконечным».

В настоящей работе была изучена история развития журнала «Собака.ру» в начальный период его становления — с 2000 по 2002 гг. В ходе исследования было выявлено, что концептуально журнал отличался от западного глянца и был сделан главным образом для образованного российского читателя, проживающего в Петербурге. Первые номера журнала в 2000 г. характеризуются небольшим набором рубрик и большим количеством материалов вне этих рубрик. Это связано с тем, что журнал совпал с эпохой открытости, поэтому рубрики существовали в качестве некоего стержня. Темы остальных материалов формулировались в зависимости от событий, происходящих в городе и в стране. Анатолий Белкин говорит о содержательном аспекте журнала так: «Город — живой организм, и журнал — живой организм. Должен быть основной, хорошо сделанный скелет, другими словами — пальто должно быть хорошо сшито, а пуговицы можно менять по сезону». К 2001 г. сформировался более четкий набор рубрик, многие из которых, однако, не были стабильными. Постоянными на протяжении первых годов были следующие рубрики:

Портреты (интервью)

Звезды и символы 20 века

Город

Глазами Льва

Светская хроника

Чистое искусство (тут печатался «Политпросвет» историка-искусствоведа Александра Боровского)

С 2000 г. журнал печатал фрагменты современной прозы. Начинался выпуск неизменно с рубрики «Портреты»: портретные фото на полосу и интервью с людьми, которые внесли вклад в развитие города и страны: актеры, режиссеры, врачи, дизайнеры и т.д.

Журнал «Собака.ру» стал первым локальным интеллектуальным глянцевым изданием, которое не ставило целью «продавать мечту» (в отличие от западных изданий). Журнал рассказывал (и продолжает рассказывать) о событиях жизни города и людях, которые за этими событиями стоят. Сложность четкой и понятной классификации рубрик объясняется спецификой издания, о которой Анатолий Белкин говорит так: «Гибкость при твердой форме создавала и обаяние «Собаки» и ее жизнестойкость. За новым номером гонялись, потому что в нем всегда можно было узнать, что произошло за месяц. Кто-то что-то не заметил, а «Собака» заметила. В этом был шик».

****Выполняет функции иностранного агента**

Источники и литература

- 1) Засурский Я.Н., Алексеева М.И. Система средств массовой информации России. М.: Аспект-Пресс, 2003. 259 с
- 2) Ромах О. В., Слепцова А. А. Содержание и структура глянцевых журналов // Аналитика культурологии. Тамбов, 2009. № 14. С. 170.