

«ТОМСКАЯ МЕДИЙНАЯ АНОМАЛИЯ» В ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСАХ YANDEX И GOOGLE¹

В. Е. Лобынцева

*Национальный исследовательский
Томский государственный университет,
пр. Ленина, 36, 634050, г. Томск, Россия,
journalist.tsu@gmail.com*

Рассматриваются поисковые запросы словосочетания «томская медийная аномалия». Анализируется популярность запросов, а также контексты первых поисковых выдач. Делается вывод о том, что «томская медийная аномалия» низкочастотный, непопулярный запрос, а поисковые выдачи с ее упоминанием – довольно старые материалы.

Ключевые слова: томская медийная аномалия; томская журналистика; профессиональное сообщество; поисковый запрос.

«TOMSK MEDIA ANOMALY» IN YANDEX AND GOOGLE SEARCH QUERIES

V. E. Lobyntseva

*National Research Tomsk State University,
36, Lenin Ave., 634050, Tomsk, Russia
Corresponding author: V. E. Lobyntseva (journalist.tsu@gmail.com)*

The article deals with the search queries «Tomsk media anomaly». The popularity of the queries is analyzed, as well as the contexts of the first search renditions. It is concluded that «Tomsk media anomaly» is a low-frequency, unpopular query, and the search results represent quite old content.

Key words: Tomsk media anomaly; Tomsk journalism; professional community; search query.

¹Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, <https://rscf.ru/project/22-18-00511/>.

В работе рассматривается понятие «томская медийная аномалия», характеризующее специфику томской журналистики в 2000–2010-е, на основе поисковых запросов: анализируется популярность и география запросов, контексты первых поисковых выдач в Яндекс и Google. Мы изучаем «медийную аномалию» в рамках исследования истории развития томской медиасистемы с конца 1980-х по настоящее время. За основу взяты интервью с томскими медиаспециалистами, а также материалы журнала профессионального сообщества «Медиатор» [1, с. 281]. В результате определены часто встречающиеся контексты воспроизведения этого понятия: история томской телекомпании ТВ-2, большое количества СМИ в регионе в 2000-х, независимость томских СМИ, профессионализм томских журналистов, особые взаимоотношения журналистов с местной властью того периода. Некоторые респонденты считают, что «томская медийная аномалия» – не более чем цитата бывшего секретаря Союза журналистов России Игоря Яковенко, который высказался в начале 2000-х (по некоторым данным в конце 1990-х) о томской журналистике, сравнив ее с аномалией. Итак, хотя в поисковых запросах встречается довольно много упоминаний этого понятия [1, с. 281], важно определить степень локальности, популярность и новизну запросов, чтобы понять современный контекст воспроизведения «медийной аномалии» в цифровой среде.

За основу взят запрос «томская медийная аномалия» без вариаций, т. к. контексты со сходными запросами кардинально отличаются от нужных нам контекстов. (Тестировались запросы «Томск медийная аномалия», «Томск аномалия», «томская аномалия», «медийная аномалия»). Для анализа используются Яндекс Вордстат (wordstat-2.yandex) и Google Trends. Яндекс Вордстат позволяет проследить динамику запросов с 2018. За 2018 год, согласно Яндекс Вордстат, было лишь 10 запросов, и самый высокий индекс интереса относится к Томску. За 2019–2021 годы Вордстат не показал упоминания. В 2023 он фиксирует 10 запросов, и максимальный индекс интереса снова приходится на Томск. За январь-март 2024 г. Вордстат не фиксирует нужный поисковый запрос. Google Trends представляет статистику с 2004 г., но не позволяет увидеть абсолютные значения: данные переводятся в 100-балльную шкалу. В Google этот запрос низкочастотный и непопулярный, поэтому нельзя увидеть данные по регионам, по сходным запросам и по связанным темам. Если задать период с 2004 г. по настоящее и не уточнить географические рамки, то в веб-запросах сервис указыва-

ет один пик запросов – 2020 год. Если же указать географию по России, то пик выпадает на 2005. Если задать такие же границы по новостям, то в первом случае пик в 100 баллов приходится на 2011 и в 50 баллов на 2018; во втором случае (при указании географии в пределах России) появляется один пик в 2011. Таким образом, согласно этим сервисам, «томская медийная аномалия» – низкочастотный и непопулярный запрос с ограниченной географией.

Рассмотрим контексты поисковых выдач в Яндексе. Первая выдача – фильм о ТВ-2 «Томская медийная аномалия». Из 12 последующих выдач упоминание «аномалии» в связи с этим фильмом встречается еще один раз. Следующие по популярности выдачи – упоминание «аномалии» в контексте исследовательского проекта сотрудников факультета журналистики Томского госуниверситета, который посвящен истории развития томской медиасистемы и данному концепту. Из 13 выдач эта тема встретила 9 раз. Интерес представляет 5-я выдача: публикация за 2014 в «Ежедневном журнале» [2]. Она примечательна тем, что в качестве автора указан Игорь Яковенко. В этом материале помимо темы, связанной с закрытием ТВ-2, упоминается профессионализм томских журналистов. Возникает и другой контекст: аномалия как гражданская активность. В списке выдач встречается также публикация из канала в Telegram за 2022, в которой в общих чертах описывается современная ситуация на томском медиарынке [3]. Первые 4 выдачи в Google – материалы об исследовании сотрудников ТГУ. Далее публикации на эту тему встречаются еще 6 раз из 24-х проанализированных выдач. Начиная с 5-й выдачи, материалы о ТВ-2 и о документальном фильме встречаются 11 раз. В нашем списке выдач выделяется новость [4] портала Tomsk.ru за 2010. В ней со ссылкой на цитату председателя областного отделения Союза журналистов томская журналистика называется «аномальной». Интерес представляет новость Vtomske.ru за 2009 год «Медийная аномалия» стыдливо промолчала» [5]: «аномалией» автор называет томскую печатную журналистику, но скорее в негативном, ироничном, контексте. Финальная в анализируемом списке выдача – интервью 2017 г. бывшего начальника областного департамента информполитики Севостьянова [6]. В интервью говорится об «аномалии» как о высказывании Яковенко. Она упоминается в позитивном контексте продуктивного взаимодействия томской журналистики и власти.

Согласно Яндекс и Google, «томская медийная аномалия» низкочастотный и непопулярный запрос с ограниченной географией. Если

не брать во внимание материалы об исследовании сотрудников ТГУ, то первые поисковые выдачи довольно старые. Большая часть этих материалов посвящена телекомпаниям ТВ-2 и документальному фильму о ней. Встречаются также упоминания Яковенко как автора этого высказывания. В некоторых публикациях «медийная аномалия» становится метафорой вообще ко всему томскому медиасообществу. В одной публикации это понятие было использовано в негативном контексте, в остальных – в нейтральном и позитивном. Таким образом, этот символ профессиональной повседневности томских журналистов мало воспроизводится в цифровом пространстве. Сегодня это понятие – фрагмент довольно старых новостей, в которых оно хотя и используется как метафора по отношению к томской журналистике и ее ценностям, но в большинстве случаев упоминается в отношении конкретного СМИ.

Библиографические ссылки

1. «Томская медийная аномалия»: методологическая модель исследования / Мишанкина Н. А. [и др.] // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2023. № 85. С. 269–286.
2. Томская аномалия // Ежедневный Журнал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ej2020.ru/?a=note&id=26686> (дата обращения: 15.04.2024).
3. Политички [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/politichki/578> (дата обращения: 15.04.2024).
4. Медийная аномалия // tomsk.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tomsk.ru/news/view/19563-mediynaya-anomaliya> (дата обращения: 15.04.2024).
5. «Медийная аномалия» стыдливо промолчала // vtomske.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.vtomske.ru/details/8565-mediinaya-anomaliya-styd-livo-promolchala> (дата обращения: 15.04.2024).
6. Алексей Севостьянов: журналисты будут жить вечно // Томские новости+. [Электронный ресурс]. URL: <https://tomsk-novosti.ru/aleksej-sevostyanov-zhurnalisty-budut-zhit-vechno/> (дата обращения: 15.04.2024).