

5. Гипатия Александрийская // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: ru.wikipedia.org
6. День Интернета // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: ru.wikipedia.org
7. Исидор Севильский // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: ru.wikipedia.org
8. Исидор Севильский. Из «Этимологий» / пер. Т. А. Миллер // Памятники средневековой латинской литературы IV-IX вв. М.: Наука, 1970. С. 199-201.
9. Млодинов Л. Евклидово окно. История геометрии от параллельных прямых до гиперпространства. М.: Livebook, 2013. 384 с.
10. Российская книжная палата: официальный сайт. URL: <http://www.bookchamber.ru>
11. Bodleian Library & Radcliffe Camera. University of Oxford: официальный сайт. URL: www.bodleian.ox.ac.uk
12. Cambridge University Library // University of Cambridge: официальный сайт. URL: www.lib.cam.ac.uk

Ирина
Васильевна
ГЕНДЛЕР

ЖУРНАЛ «КВАРТИРА 12» В КОНТЕКСТЕ ГОРОДСКИХ ИЗДАНИЙ ТЮМЕНИ

В статье рассматривается специфика тюменского городского журнала, дается характеристика издававшихся в разное время городских журналов. На фоне описания современного контекста городских журналов Тюмени анализируется контент журнала «Квартира 12».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *городской журнал, коллекционное издание, концепция городского журнала, «Квартира 12».*

Городской журнал представляет собой многогранный и потому неоднозначный феномен. С одной стороны, фактически этот сегмент присутствует в числе изданий любого крупного города, с другой — типологически он не обозначен ни в ГОСТе, ни в Едином отраслевом классификаторе [ГОСТ 7.60-2003. СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения; Единый отраслевой классификатор печатных СМИ]. При очевидной, казалось бы, прозрачности концепции такого издания весьма сложно дать сколько-нибудь конкретное определение этого вида журнала.

Городской журнал прежде всего посвящен жизни города, и актуальность информации в таком издании ставится во главу угла, поскольку речь идет именно о данном городе и о событиях, интересных ограниченному ко-

Книга как социокультурный образ

личеству людей. Примечательно, что городской журнал не является прерогативой столицы, и в этом смысле определенная локальность материалов издания составляет характерную особенность его концепции. Благодаря сугубо местному контенту городской журнал формирует собственную аудиторию не просто горожан, но единомышленников, активных представителей городской среды, имеющих реальное влияние на развитие культурного и социального уровня города. Такое издание в идеале отражает некий *genius loci*, рисуя образ города через людей, его населяющих.

Характерно, что именно в городском журнале актуализируется изначальный смысл слова «журнал» — дневник, подобный своему давнему предшественнику «*Acta diurna populi romani*», — сводкам о текущих городских делах, выставлявшимся на древнеримском форуме [Курдюкова 2010: 17]. Заметим, что дословный перевод этого заголовка — «Ежедневные деяния римского народа». Упоминание о народе принципиально, так как здесь, собственно, и зашифрована концепция одного из первых периодических изданий такого рода, а именно характер информации и читательский адрес. Речь там шла не только о текущих городских делах, но и о событиях в жизни государственных деятелей, и тем не менее все горожане объединялись словом *populus*, будучи героями «публикаций» и их читателями одновременно.

Современное городское издание также представляет жизнь города через призму деятельности его жителей, причем это могут быть как представители какого-то привилегированного социального слоя, так и люди весьма демократичных профессий. И здесь в сегменте тюменского городского журнала наблюдается любопытное разделение. Так, ряд изданий делает ставку на бизнес-элиту («Тюменский бизнес-журнал», «ТМН. Журнал о лучшем городе Земли»), другие журналы ориентированы на молодых родителей («Деловая kolbasa», «*montpensier*»), наконец, издания, обращенные к наиболее многочисленному среднему классу — причем это характеристика не только социально-экономическая, но и культурная. К таким журналам относятся «Читаем вслух» и «Квартира 12».

Тюменский городской журнал как действительно самобытное оригинальное издание появился в 2007 г. и был представлен прежде всего журналами «Инсайдер. Знает больше, чем можно» и «Большой город. Тюмень». Несмотря на то что «БГ Тюмень» являлся сетевым продуктом, собственно «тюменская» часть его содержания была действительно актуальной, четко ориентированной на аудиторию активных горожан и соответствующей тематике городского издания.

На основании анализа этих журналов Е. Е. Ермакова выделила особые черты тюменского городского журнала:

- Тюменский городской журнал — это интеллектуально ориентированный журнал.
- Это журнал преимущественно «для чтения».

- В некоторых городских журналах проявляется ярко выраженная оригинальность, стилистическая в первую очередь.
- Жанр, «задающий тон» в таком издании — колумнистика.
- Экономическая основа такого журнала — реклама (не финансируется из государственных источников) [Ермакова 2012: 203].

Эти особенности можно считать основополагающими принципами, на которые так или иначе ориентируются современные создатели городских журналов. Так, если появление «Инсайдера» и «БГ Тюмень» принять за первый этап формирования изданий этого сегмента в Тюмени, то вторым этапом был выпуск в 2011-2012 гг. журналов «ТМН. Журнал о лучшем городе Земли» и «Коктейль. Новый вкус города». Они явно учитывают все названное, но в этих изданиях появляется новая важная черта: они конкретизируют читательский адрес, который тесно соприкасается — а иногда совпадает — с самим содержанием, т. е. героями публикаций. Как уже было упомянуто, в городском журнале жители города могут одновременно являться читателями и персонажами.

Так, «ТМН» выбирает слоган «Журнал о лучшем городе Земли» и интерпретирует его в рубриках и заголовках публикаций, делая ключевым слово «лучший»: лучшие люди, лучшие здания, лучшие заведения, т. е. берется курс на элиту. Такой подход, судя по всему, вполне обоснован, так как в настоящее время в Тюмени есть не только городской бизнес-журнал «ТМН», но и приложение к нему «ТМН Woman» со слоганом «Журнал о лучших женщинах Земли». Концепция явно оказалась успешной.

Журнал «Коктейль» являлся авторским проектом и был ориентирован, с одной стороны, на среднестатистического горожанина, с другой, он позиционировался как «культурный» журнал, т. е. за основу концепции был взят не статус, а интересы читателя. Материалы не были направлены на утверждение особой значимости Тюмени или ее жителей, целью было скорее показать город и горожан, нежели оценить их. Это, так же как в «ТМН», проявилось и в слогане издания — «Новый вкус города». «Коктейль» стал журнальным проектом года на конкурсе «Тюменская пресса — 2012». К сожалению, на данный момент журнал закрылся, но направление оказалось востребовано.

Третий, современный этап формирования городского журнала — выпуск изданий «Читаем вслух» и «Квартира 12», которые подтверждают актуальность концепции города как уникального пространства жизни. «Читаем вслух» — приложение к интернет-газете «Вслух.ру». Слоган издания — «Журнал для миллионов тюменцев». Город в данном случае выступает не просто в качестве пространства, объединяющего людей, но как места, формирующего личность определенного склада: тюмонец здесь не только житель города, но и выходец из него. В этой связи широкий охват тем в каждом номере — экономика, бизнес, культура, социальные вопросы — отвечает заявленной концепции. Значительная краеведческая со-

Книга как социокультурный образ

ставляющая, ориентированная на более детальное знакомство с историей города, акцент на особенностях бытовой культуры апеллирует к «продвинутому» читателю, для которого интерес такого рода уже стал естественной привычкой.

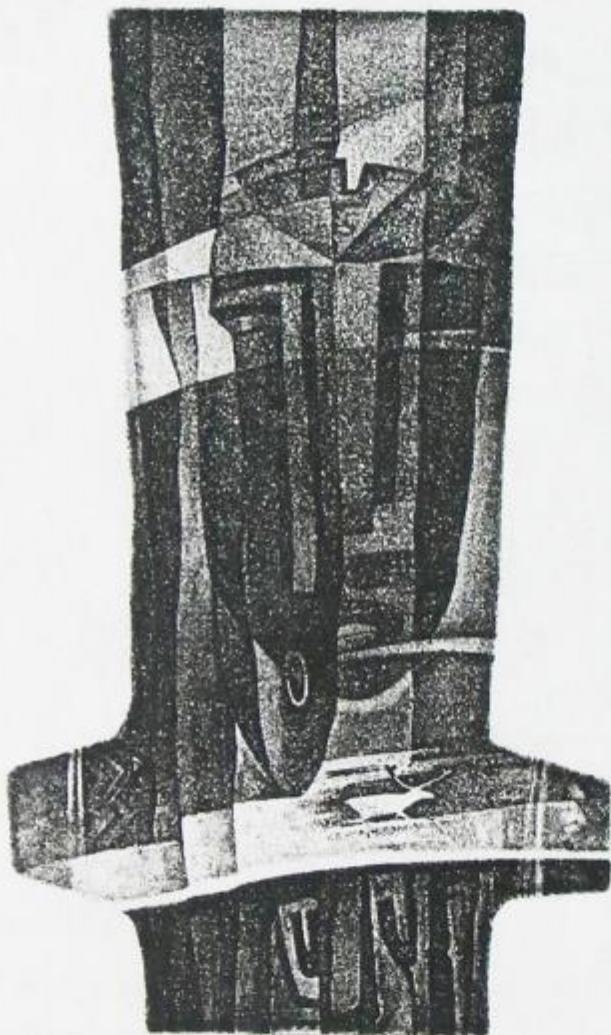
На фоне упомянутых изданий журнал «Квартира 12» предстает некой квинтэссенцией городской атмосферы как пространства уникальных людей. Уникальность человеческой судьбы здесь воспринимается не как исключительность, а как неповторимость. Именно поэтому истории, рассказанные в журнале, вызывающе обычны. Как пишут его издатели: «Мы рассказываем уникальные истории людей, с которыми ходим по улице, едем в лифте, стоим в очереди в одном магазине. Простые истории. «Квартира 12» — путеводитель по соседям. Кто-то живет в соседних квартирах с олимпийским чемпионом, кто-то играл в одной песочнице с президентом, а у кого-то соседи врачи, дворники, шахтеры, священники. Основная цель нашего издания — объединить разных людей, показать ту самую важную идею родства. Журнал состоит из комнат. Посетите каждую. Рассмотрите предметы. Познакомьтесь с соседями» [«Квартира 12»].

Концепция «Квартиры 12» в определенной степени следует направлению, заданному журналом «Коктейль», поскольку у этих проектов один автор — Маргарита Лебедева. Это достаточно известная тюменская поэтесса, успешно занимающаяся разнообразными издательскими проектами. Так,



А. Ердяков. КОЛЛАЖ. 2003

помимо «Коктейля», М. Лебедева была директором журнала «Спортивный портал», проведя полный ребрендинг издания, что значительно улучшило его качество [Маргарита Лебедева]. В настоящее время Маргарита — основатель и директор издательского бюро «Квартира 12», основной деятельностью которого является создание семейных книг на заказ — от написания текста до оформления издания. В этом отношении концепция журнала находится в русле деятельности бюро в целом. Не случайно «Квартира 12» позиционируется как «коллекционное издание». Судя по всему, основной смысл такой подачи в понимании содержания журнала прежде всего как собрания историй и бережного их сохранения. Культуру такого отношения к собственной истории и пропагандирует журнал.



Ю. Бычков. ИДОЛЫ МОЕГО СОЗНАНИЯ I. 2011

Слоган издания — «Все мы соседи». При всей привлекательности идеи сама формулировка несколько упрощает смысл своей прямолинейностью и некоторой банальностью. Метафора города как дома, где царят (или должны царить) добрососедские отношения, интересно интерпретирована, например, в легендарном спектакле Театра сатиры «Маленькие комедии большого дома», где удачно найденная контаминация названий двух известных произведений указывает на сложность и неоднозначность темы. А чем сложнее тема, тем интереснее о ней говорить. Думается, что не столь открытая формулировка слогана могла бы представить идею журнала более выпукло и отразила бы его истинное содержание, которое бесспорно богаче, нежели то, что называет слоган.

Структура журнала также воплощает метафору города как многоквартирного дома. Его рубрики называют не только части квартиры, но и их функциональное наполнение: «Большая комната», «Кухня», «Балкон»,

Книга как социокультурный образ

«Мастерская», «Шахматная доска» и т. д. Квартира в издании является прежде всего местом для общения, поэтому на первый план выходят люди, и это отражено в оформлении журнала. Большая часть иллюстративного материала — жанровые фотографии, представляющие героя публикации в контексте его повседневной деятельности. Нередко это фотографии из личного архива персонажа. То, что это могут быть любительские снимки, вряд ли влияет на качество издания, поскольку укладывается в концепцию сугубо социального «антигламурного» журнала.

Текстовые материалы в издании так же, как и фотографии, призваны говорить прежде всего от имени самого персонажа. Для этой цели избирается жанр интервью, поданный в форме дневниковой записи. Несмотря на то что рассказать о себе герою помогает журналист, предпочтительная форма речи в журнале — монолог, что также определяется концепцией значимости и уникальности самой личности, рассказывающей о своей жизни от первого лица.

Журнал «Квартира 12» демонстрирует достаточно нестандартный подход к городской культуре — через призму жизни рядового горожанина, уникальность судьбы которого в ее обычности, что показывает возможность для каждого увидеть уникальность собственной судьбы. В этом смысле изданию несколько не хватает большей значимости, выразительности и прозрачности заголовков. Например, названия типа «Отличный минимум», «Кукольное вооДУШЕвление», «Романтика пасечника», «Наша жизнь» либо недостаточно вняты, либо слишком размыты. В любом случае они не передают гораздо более интересное содержание последующего текста.

Так или иначе концепция журнала «Квартира 12» представляется не только вполне сложившейся и ясной, но и востребованной. Появление такого издания вполне логично на фоне таких его предшественников, как «Большой город. Тюмень» и «Коктейль. Новый вкус города», концепция которых явно оказала влияние на этот журнал. «Квартира 12» органично вписывается и в существующий контекст городских журналов Тюмени, с одной стороны, предлагая уникальный контент, с другой — существуя во взаимосвязи с изданиями «ТМН» и «Читаем вслух», благодаря чему сегмент городских журналов Тюмени достаточно разнообразен.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ 7.60-2003. СИБИБД. Издания. Основные виды. Термины и определения. URL: http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/42/42116/index.php (дата обращения: 10.01.2015)
2. Единый отраслевой классификатор печатных СМИ. URL: <http://www.mediastat.ru/classifier> (дата обращения: 21.12.2014).
3. Ермакова Е. Е. Тюменский городской журнал начала XXI в. в контексте региональной периодики // Филологический дискурс: Вест-

ник Института гуманитарных наук ТюмГУ. Вып. 10. Город как культурное пространство. Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2012. С. 189-204.

4. «Квартира 12» // Областной бизнес-инкубатор. URL: <http://www.incubator72.ru/news/6874/> (дата обращения: 11.12.2014).
5. Курдюкова Л. А. Выпуск газеты: технология издания. Балашиха: ИСЭПиМ, 2010.
6. Маргарита Лебедева // Журнал ТМН. URL: <http://tmnfuture.1tmn.ru/profiles/55153/> (дата обращения: 11.01.2015).

Наталья
Петровна
ДВОРЦОВА

«ИРТЫШ, ПРЕВРАЩАЮЩИЙСЯ В ИПОКРЕНУ»: поэтический и геокультурный контекст

В статье на материале творчества А. П. Сумарокова, П. П. Сумарокова, И. Ф. Богдановича, Д. И. Хвостова и М. В. Ломоносова рассматриваются история и метаморфозы мотива (по)токов Иппокрены. Реконструкция поэтической традиции, связанной с трансформацией этого мотива в литературе XVIII в., позволяет интерпретировать журнал «Иртыш, превращающийся в Ипокрену» как геокультурный проект.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *мотив (по)токов Иппокрены, поэтическая традиция, журнал как геокультурный проект.*

Образы Иппокрены, Пегаса, Парнаса, Геликона, Кастальского ключа, безусловно, принадлежат к тем, которые принято называть «общими местами» (топосами) русской литературы. С этой точки зрения не является исключением и поэзия второй половины XVIII — начала XIX в., в частности творчество М. В. Ломоносова, Г. Р. Державина, А. П. Сумарокова, В. И. Майкова, И. Ф. Богдановича, Д. И. Хвостова и др.

На обложке «Иртыша, превращающегося в Ипокрену», как известно, напечатаны слова из «Фелицы» (1782) Державина, где есть и образ «Коня парнаска», Пегаса, от удара копыт которого на Геликоне и возникла струя Иппокрены.

К 1789 г., к моменту появления первого сибирского журнала, в поэзии сложилась традиция интерпретации образа Иппокрены, в незнании которой трудно заподозрить создателей журнала, в том числе его редактора П. П. Сумарокова, внучатого племянника А. П. Сумарокова, получившего хорошее домашнее образование.