***Н. Э. Шишкин,***
*канд. филол. наук, доцент кафедры истории и теории журналистики ТюмГУ, г. Тюмень*

## ТЕМА ВИДЕО В ТЮМЕНСКОЙ ПРЕССЕ В ПЕРИОД «ВИДЕОБУМА»

*На рубеже 80–90-х годов прошлого века кооперативные видеосалоны, демонстрирующие отечественной публике ранее запретное жанровое кино капиталистических стран, вызвали «видеобум» — социокультурный феномен, ставший одной из ярких примет меняющей идеологические рельсы России и нашедший отражение в прессе, в том числе и региональной.*

Одним из социокультурных феноменов России начала 90-х годов прошлого века стал так называемый «видеобум» — всплеск интереса к потреблению кинопродукции западного производства на видеокассетах и, соответственно, сопутствующая ему бизнес-активность. Во время перестройки видео из сферы идеологической диверсии переместилось в сегмент относительно легального бизнеса, стало доступным не только для обладателей дефицитной видеотехники и их знакомых, допущенных на квартирные просмотры. Вместе с повсеместным открытием общественных видеосалонов, которые, по сути, заменили кинотеатры, видео стало одним из главных развлечений в сфере масскуль-

та. «Относительно легальным» его можно было называть не только в силу общей «криминальности» отечественного бизнеса той поры, но и в связи с неурегулированным вопросом соблюдения авторских прав, которым власти занялись несколько позже, и тем фактом, что многие «видеоточки» открывались спонтанно, без необходимого разрешения местных администраций. Определения «кооперативный» и «полуподпольный», которые обычно использовались в связке со словом «видеосалон», в сознании обывателя были едва ли не синонимами.

Тем не менее, популярность, которой видео пользовалось в народе, порождало естественный спрос на информацию. Для прессы тема видео была свежей и действительно животрепещущей. Деловые издания освещали ее с точки зрения ведения бизнеса, киноведы пытались вести просветительскую работу. Стоит отметить, что зритель того периода, практически полностью воспитанный на образцах отечественного кино и его клонах из братских социалистических республик, оказался не готовым к потреблению западного кинематографического продукта. Он был лишен ориентиров, позволяющих адекватно оценивать продукцию такого рода, отличать шедевры мирового киноискусства от коммерческих поделок, лишенных какой бы то ни было культурной ценности.

Тема видео стала постоянной на страницах печатных изданий. Помимо киноведческих публикаций, познавательных репортажей о быте «видеоманов» и проблемных статей, затрагивающих моральную сторону вопроса потребления западного, еще совсем недавно запрещенного кино, зародился жанр видеоколонки, который был призван знакомить читателя с репертуаром, представленным в видеосалонах постсоветского пространства. Эти колонки, в двух-трех абзацах, а иногда и лаконичнее, представлявшие тот или иной художественный фильм, ввели в оборот жанр мини-рецензии, который широко представлен в нашей печатной прессе и по сей день, а так же активно взят на вооружение интернет-сайтами. Знаковыми для видеоманов того времени были тематические колонки С. Митрофанова в «Коммерсанте», В. Горчакова и С. Мостовщикова в «Известиях», чуть позже появилась колонка С. Иванова в «Российской газете».

Региональные издания не оставались в стороне от тенденции центральной прессы. Местные журналисты в меру своих сил пытались просвещать читателя и давать оценку захлестнувшему малые экраны потоку западной кинопродукции. Тюмень не была исключением.

Невероятно популярные в тот период «Тюменские ведомости» иногда публиковали весьма миниатюрную рубрику «Видеосалон ТВ», тексты которой даже не имели заголовков — только названия анонсируемых лент. Ведущим рубрики был не профессиональный журналист, а сотрудник одного из «люксовых» тюменских видеосалонов Александр Такунцев.

## ВИДЕОСАЛОН «ТВ»

**ЖУТЬ**
(США)

Новый кишечный паразит, выведенный ученым-фанатиком, выделяет токсин, превращает человека в сексуального маньяка. Носители паразита способны на любое сексуальное преступление, они жаждут всех превратить в себе подобных. Частному детективу Стейну при всей его храбрости и умении владеть оружием не избежать страшной участи...

Да, в фильме нет привычного для американских кинолент хеппи-энда. Но разве реальные последствия некоторых научных «достижений» не кошмарнее любой фантастики? Поэтому преступному фанатизму не должно быть места в науке — считает режиссер Девид Кроненберг.

**ДРАКУЛА II**
(США)

Это классический фильм ужасов. Властитель вампиров — граф Дракула возвращается с того света. Перед обаянием вампира не в силах устоять ни одна женщина — будущая жертва. Вызов же графу бросает далеко не супермен. Но сила любви сильнее страха...

Исполнитель главной роли популярный американский киноактер Кристофер Ли известен советским видеозрителям по фильмам «Вой II» и «Пропавшие в Бермудском треугольнике».

А. ТАКУНЦЕВ.

В свойственной газете «стебной» манере, журналисты «Ведомостей» порой могли под видом анонса видеосалонной новинки выдать пародийный текст о фильме, которого никогда не существовало в природе.

Либеральный «Тюменский комсомолец» избрал для себя роль информатора, публикуя на своих страницах мини-рецензии на репертуар тюменских видеосалонов, по договоренности размещая их рекламу. Рубрика с этими заметками называлась «Видеокурьер ТК». В каждом выпуске было представлено по два-три фильма, иногда объединенных общей тематикой рецензируемых картин. Разброс фильмов был весьма широк, как и репертуар любого городского видеосалона: от оскароносных американских драм до не вполне пристойных европейских комедий.

ВИДЕОКУРЬЕР «ТК»

# УРА ИНДИАНЕ! ДОЛОЙ ПАПАЙЮ!

**«ИНДИАНА ДЖОНС И ПОСЛЕДНИЙ КРЕСТОВЫЙ ПОХОД»**

Он путешествует по экранам всего мира — археолог Генри Джонс-младший, великолепный Индиана, сочетающий в себе массу мужских достоинств. И прежде всего — неистощимую жажду приключений и чисто американскую уверенность в себе, позволяющую преодолевать препятствие за препятствием.

Актер Харрисон Форд дал жизнь молиться на своего Индиану, сделавшего его знаменитым. В третьем по счету фильме о приключениях доктора Джонса компанию ему составил Шон Коннери, некогда нашумевший своим Джеймсом Бондом, а ныне предпочитающий роли более глубокие и нестандартные.

Мне остается добавить, что эта лента режиссера Стивена Спилберга — в списке кассовых чемпионов американского проката 1989 года.

**«ПАПАЙЯ»**

Полное название этой авантюрной ленты гораздо длиннее и завлекательнее — «Папайя, богиня любви и каннибалов».

Папайя — смуглая язвящая мулатка (или метиска?), соблазняющая знатных американцев, строящих в некой «банановой республике» электростанцию. После чего любовников с дипломами ждет неминуемая смерть. Оказывается, таков приказ таинственной организации, которой ни к чему ГЭСы и ГРЭСы. Так что же — мы смотрим детектив? Скорее, то, что с известной натяжкой зовется у нас «эротическим фильмом». Папайя красива, в одежде и без нее — вы убедитесь в этом сами.

**СМОТРИТЕ 25—28 АВГУСТА**

В баре «Нептун» — фильмы «9 смертей ниндзя», «Нападение на полицейский участок № 13», «Непревзойденный», «Пятница, 13-е» (часть 4-я), «Гнездо любви», «Любовное послание португальской монахини».

В салоне «Престиж» — «Охотничьи псы предназначены убивать», «Кто подставил Роджера Раббита?», «Убийца «Итальянца», «Тихая провалда» «Летние страсти», «Марина моя любовь».

Более консервативная «Тюменская правда» держала оборонительные рубежи, разворачивая на своих страницах дискуссии о «тлетворном влиянии» западного кино.

Наиболее активным в этой теме был тюменский журналист Владимир Танков, ведущий тематической рубрики о кино «Свет экрана» в «Тюменской правде». По иронии судьбы ему зачастую приходилось выступать в разных ипостасях. Под псевдонимом пропагандировать видео в «Тюменском комсомольце» и под собственным именем сомневаться в ценностях западного экрана на страницах «Тюменской правды», к примеру, полемизируя с авторами писем в редакцию.

Еще одним источником информации о видео для общественно-политических изданий выступал Тюменский областной видеоцентр. Его сотрудница Галина Анохина, по совместительству — ведущая программы «Видеосалон» в эфире тюменского телевидения, представляла на газетных страницах, иногда в соавторстве с В. Танковым, новинки, поступившие в видеотеку центра. В данном случае просветительская деятельность была тесным образом связана с рекламной. Формат этих обозрений мало отличался от описанного выше, особенностью было лишь то, что большинство анонсируемых фильмов относилось к золотому фонду мирового кинематографа.

Изданиями, полностью посвященным видеотематике, стали тематические выпуски газеты «Бизнес и культура» (медиаактив тюменского бизнесмена Виктора Зуева) под несколько провокационным названием «Тюменские ВИДЕОмости»: налицо была перекличка с популярным местным еженедельником, речь о котором шла выше.

На описываемом нами этапе «Бизнес и культура» задумывался как проект, состоящий из специальных выпусков. «Наш секрет, наш «троянский конь» — в том, что отныне (по крайней мере, в этом и начале будущего года) будут выходить только специальные номера «БиК». Каждый из них адресован определенно группе читателей… Наше кредо — никакой политики (достаточно много других изданий, занимающихся политикой). Наш пристальный интерес — к «остальной», не производственной жизни тюменцев. К сфере развлечений» — утверждалось в колонке редактора во втором номере «Тюменских ВИДЕОмостей».

Свет увидели всего несколько выпусков. Редактором (и, по сути, редакцией) «ВИДЕОмостей» был Владимир Танков. Сейчас он характеризует тот мимолетный проект как своего рода «экспромт». Но как бы

то ни было, в этом проекте чувствовалось не только присущее бурным 90-м стремление заработать на актуальной теме, но и искренний интерес к кинематографу. Формат новой независимой газеты позволял обращаться к теме без ложной стыдливости, привлекая читателя приемами еще только зарождающейся массовой прессы: броскими анонсами и заголовками, фотографиями кинозвезд, фактами из их личной жизни.

Тюменские видеоновости

"КОРРИДА ЛЮБВИ"
Эротика или порнография?
Читайте на 2-й стр.

"ЖЕСТОКИЙ РОМАН"
Почему опечалена Мадонна?
Читайте на 2-й стр.

ВЫСОКАЯ МЕЧТА О НОВОМ ЛИФЧИКЕ"
Читайте на 3-й стр.

БЛЕСК, А НЕ КИНО

"СЧАСТЛИВЫ ВМЕСТЕ"

"О. Н. А."

"ВИВАТ, ГАРДЕМАРИНЫ"

НЕ САМЫЕ СТАРЫЕ НОВОСТИ

В роли Ермака - ?

Тюменский филиал

РЕКЛАМНЫЙ РОЛИК

ГЕРОИ ЭКРАНА

ПОДВИНЬСЯ, АРНОЛЬД!

ЖАН-КЛОД ВАН ДАММЕ ИДЕТ

ВИДЕОКОМПАС

Нескучный вечер с "Комэфирвидео"

"ЧЕЛОВЕК-СХЕМА"

"БИЗНЕС И КУЛЬТУРА", N5. Специальный выпуск

Несмотря на небольшой объем — всего четыре полосы формата А4 — газета предлагала разнообразные материалы, касающиеся сферы кино и видео, жанровая палитра не исчерпывалась рецензиями. По сути, это была попытка делать провинциальную газету о кинематографе в широком смысле этого слова. С таким подходом к материалу «Тюменские ВИДЕОмости» практически не отличались от формирующейся новой специализированной российской прессы о кино. В частности, журнала «Видео-АСС» из разноликого семейства «Видео-АСС», освещавшего в своих изданиях различные аспекты сферы потребления видео («Видео-АСС», «Видео-АСС Экспресс», «Видео-АСС Фаворит», «Видео-АСС Сателлит» и др.).

В газете были представлены официальные новости о ценовой политике местных видеосалонов, проблемах налогообложения, борьбы с подпольным видеопрокатом. Перепечатки из российских («Видео Дайджест», «Экран и Сцена») и зарубежных изданий занимали не более половины печатной площади. Своего рода эксклюзивом были переводные материалы из зарубежной кинопрессы, подготовленные директором кинотеатра «Юбилейный» Еленой Патрушевой.

Собственные материалы включали рецензии на свежие видеохиты и аннотации к фильмам текущего репертуара видеосалонов (рубрика «Видеокомпас»). В первом номере был опубликован ироничный мини-комикс на тему видеосалонов от СТО — «Союза тюменских Оптимистов». Портретное интервью знакомило читателей с Галиной Анохиной.

Показательно и закономерно, что «ВИДЕОмости» за короткий период своего существования собрали вокруг себя людей, которые и определяли лицо видеотематики в тюменских СМИ: редактор — В. Танков, автор рубрики «Видеокомпас» и некоторых материалов — А. Такунцев, гость — телеведущая Г. Анохина.

Новое время заставляло искать и новые, более рентабельные способы распространения издания. Прямым выходом на «свою» аудиторию у «Тюменских ВИДЕОмостей» была продажа номеров газеты в «Юбилейном», осуществляемой своими силами, что было возможно благодаря дружбе редактора с директором кинотеатра.

Видеобум был ярким, но не продолжительным явлением в российской жизни. Эффект новизны пропал, вкус запретного плода утратил свою сладость. На печатном рынке, в том числе и в его региональных

сегментах, воцарились глянцевые издания о кино, мировые бренды вроде «Premiere». Местная кинопресса была бы обречена в конкурентной борьбе с ними. В середине и второй половине 90-х видеотематика уже не имела такой популярности. В тюменской прессе того времени можно отметить лишь массированную кампанию занимающейся распространением видео фирмы «Гермес» в рекламных изданиях («Блиц», «Гостиный двор»); и долгоиграющую тематическую рубрику «Видеопилот» городской газеты «Тюменский курьер», бессменным ведущим которой был перешедший на работу в «ТК» В. Танков.