Сергей Николаевич Ущиповский

Санкт-Петербургский государственный университет

[s.uschipovsky@spbu.ru](mailto:s.uschipovsky@spbu.ru)

**Современная историческая журналистика в условиях рынка: феномен «исторических таблоидов»**

Коммерциализация прессы в условиях формирования медиарынка на рубеже ХХ–XXI вв. имела свои негативные издержки. Научно-познавательная составляющая в исторической журналистике начала стремительно вытесняться чисто развлекательной функцией. Повсеместно на рынке медиа появляется феномен историко-развлекательного издания таблоидного формата.

Ключевые слова:историческая научно-популярная журналистика, историко-развлекательное издание, исторический таблоид, научно-просветительская функция, развлекательная функция.

В печатной прессе исторической журналистикой в узком смысле называют отраслевую группу периодики, специализирующуюся на исторической тематике и ориентирующуюся на сравнительно широкую читательскую аудиторию. К началу 2000-х гг. в центре и регионах РФ уже существовали десятки научно-популярных исторических, историко-краеведческих и т.п. изданий, по-прежнему выполняющих просветительские, научно-популяризаторские функции [4].

Однако коммерциализация отечественной журналистики в условиях рыночной экономики 1990-х гг. сказалась и здесь, когда научность стала сдавать свои позиции в пользу популярности и развлекательности исторического контента в рамках стремительно развивающегося журналистского направления «инфотейнмента» (информационного развлечения).

Из типа классического научно-популярного журнала по истории стремительно выделился формат «историко-развлекательного журнала-газеты», реализующего именно развлекательную функцию. Эти издания ставят своей главной целью извлечение прибыли с помощью скандального сомнительного контента и огромных тиражей [2]. Правда, сам принцип «занимательной науки» как метод популяризации серьёзной научной информации вполне приемлем и даже желателен. Его активным внедрением в советской научно-популярной журналистике ещё в 1930-е гг., задолго до появления самого понятия «инфотейнмент», занимался известный математик и физик, популяризатор науки Я. И. Перельман [3]. Но другое дело, когда просвещение полностью вытесняется развлечением и подаваемая информация ничего не имеет общего с достоверностью и объективностью. К сожалению, такое «историческое чтиво» в условиях рынка находит массовый спрос, что вызвало появление такого нового типа изданий, как «исторический таблоид».

Формат таблоида как явления бульварной (жёлтой) прессы давно описан исследователями. Он предполагает, что тематически, содержательно и стилистически контент в таких изданиях подстраивается под уровень читателей, наименее развитых в интеллектуальном и культурном отношении, и сводится преимущественно к публикациям сенсационного и скандального характера [1].

Один из первенцев российского «исторического инфотейнмента» в печатной прессе – выходящая с 2011 г. еженедельная журнал-газета «Загадки истории» (Санкт-Петербург, ИД «Пресс-Курьер»), которая ещё содержала родовые черты классического научно-популярного издания и отличалась весьма разнообразным кругом предлагаемых исторических тем. Однако уже здесь наметился перелом в пользу развлекательности: в последние годы на обложке газеты появился заманчивый для потенциальных читателей слоган «Сенсации – Открытия – Версии – Факты». Газета стала образцом для волны ещё более «облегчённых» дочерних изданий и других подражателей.

Названия этих массовых журналов-газет (уже явно таблоидного формата) говорят сами за себя: «Архивы ХХ века» (М., с 2016 г.), «Запретная история» (СПб., с 2016 г.), «Историческая правда» (СПб., с 2017 г.), «Секреты и архивы» (М., с 2017 г.), «Секретные архивы» (СПб., с 2017 г.), «Тайны СССР» (СПб., с 2018 г.), «Наша история» (М., с 2020 г.) и мн. др. Приведём колоритные примеры заголовков предлагаемого «исторического чтения»: «Советская принцесса (Тайные пороки Галины Брежневой)», «Как убивали Сталина», «Вождь и колдунья», «Кутузов: фельдмаршал и ловелас», «Кто убил Высоцкого?», «“Гарем” Татьяны Дорониной», «Убийство Бандеры: удача советских спецслужб», «Ночные ласточки на службе КГБ» и т.п.

В целом, все эти издания по внешним типологическим признакам одинаково представляют собой броско иллюстрированный тонкий журнал формата А4, выходящий еженедельно или 1–3 раза в месяц объёмом 20-70 страниц и тиражами от 50 до 200 тысяч экз. Основу контента составляют небольшие очерки, заметки информационно-развлекательно характера, повсеместно практикуются обильные заимствования иллюстраций и текстов из интернета, часто присутствует сомнительная реклама – от услуг чёрной магии до быстрого решения сексуальных проблем. Стиль языка подачи материалов в большинстве – откровенно «таблоидного», вульгарного характера.

Литература

1. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П. История мировой журналистики. Ростов н/Д, 2000.

2. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.

3. Мишкевич Г. И. Доктор занимательных наук (Жизнь и творчество Якова Исидоровича Перельмана). М., 1986.

4. Ущиповский С. Н., Кругликова О. С. Российская историческая журналистика. СПб., 2012.