 © Авторы статьи / Authors of the article

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА/MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

DOI: https://doi.org/10.23670/IRJ.2024.141.58 EDN: FRIXDS

СОВРЕМЕННАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В УСЛОВИЯХ РЫНКА: ФЕНОМЕН «ИСТОРИЧЕСКИХ ТАБЛОИДОВ» (ПОСТАНОВКА ВОПРОСА)

Научная статья

Ущиповский С.Н.[1, *]
[1] ORCID : 0000-0002-9580-177X;
[1] Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (ushipan[at]mail.ru)

Предложена: 08.02.2024; Принята: 20.02.2024; Опубликована: 18.03.2024

Аннотация

В условиях экономического кризиса 1990-х гг. бывшей советской печати пришлось осваивать новые правила игры медиарынка. Коммерциализация имела свои негативные издержки, менявшие характер функционирования и контента изданий. С начала 2000-х гг. «научно-познавательная» составляющая в исторических научно-популярных журналах начала стремительно вытесняться чисто «развлекательной» функцией. Повсеместно на рынке медиа появляется феномен «историко-развлекательного» журнала таблоидного формата. В статье впервые предпринимается попытка типологического описания этого нового типа современной исторической журналистики – историко-развлекательных журналов-газет. Анализируются социально-экономические условия их появления на рынке, причины успеха и функциональная ниша в системе современной исторической периодики.

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

CONTEMPORARY HISTORICAL JOURNALISM IN MARKET CONDITIONS: THE PHENOMENON OF "HISTORICAL TABLOIDS" (POSING THE QUESTION)

Research article

Ushchipovskiy S.N.[1, *]
[1] ORCID : 0000-0002-9580-177X;
[1] Saint Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation

* Corresponding author (ushipan[at]mail.ru)

Suggested: 08.02.2024; Accepted: 20.02.2024; Published: 18.03.2024

Abstract

In the context of the economic crisis of the 1990s, the former Soviet press had to learn the new rules of the media market. Commercialization had its negative consequences, which changed the nature of the publications' functioning and content. Since the early 2000s, the "scientific-cognitive" component in historical popular science magazines began to be rapidly replaced by a purely "entertainment" function. The phenomenon of the "historical entertainment" magazine of tabloid format appears everywhere on the media market. The article for the first time attempts a typological description of this new type of modern historical journalism – historical entertainment magazines-newspapers. The work analyses the socio-economic conditions of their appearance on the market, the reasons for their success and their functional niche in the system of modern historical periodicals.

Keywords: historical popular science journalism, historical entertainment magazine, historical tabloid, scientific and educational function, entertainment function.

Введение

Уже само название формата контента – «исторический научно-популярный» всегда предполагал две равноценных составляющих – с одной стороны, «научность» – то есть, информация из соответствующей отрасли знаний – истории, а с другой, «популярность» – доведение этого контента до массовой читательской аудитории живым, литературным, занимательным языком. Естественно, пропорции этих двух составляющих в каждом издании были свои и отклонялись либо в ту, либо в другую сторону. Однако коммерциализация отечественной журналистики с 1990-х гг. сказалась и здесь, когда «научность» стала уступать свои позиции в пользу «популярности» и «развлекательности» исторического контента в рамках быстро развивающегося журналистского направления (метода) «инфотейнмента» («информационного развлечения»). Стремительно возникла масса исторических изданий уже чисто развлекательного характера. Эти издания (зачастую явно «таблоидного формата»), ставят своей главной целью извлечение прибыли с помощью скандального сомнительного контента и огромных тиражей.

В данном исследовании мы выдвигаем гипотезу, что на рубеже 1990-х / 2000–х гг. под давлением рыночных условий «спроса и предложения» и коммерциализации всех сторон жизни российского социума из типа классического «научно-популярного журнала по истории» стремительно начал выделяться тип «историко-развлекательного журнала-газеты», целиком посвящённого именно развлекательной функции. Знакомое историкам журналистики понятие – «торговое направление» в печати в условиях современных рыночных отношений проявилось и здесь.

 © Авторы статьи / Authors of the article

Учитывая специфику темы, мы ставим перед собой задачи рассмотреть процесс возникновения «историко-развлекательного журнала-газеты» в социально-экономическом контексте «постсоветской» России, который постепенно с течением времени всё больше начал приобретать черты изданий таблоидного типа, и в этой связи дать его отличительные типологические и стилистические особенности.

В числе методов исследования – сравнительно-исторический, историко-типологический и стилистический анализ контента периодических изданий на основе положений теоретических работ по журналистике. Тема возникновения типа «историко-развлекательного журнала-газеты» таблоидного формата в научном дискурсе детально не рассматривалась, и поднимается впервые.

Основные результаты

В печатной прессе «исторической журналистикой» в узком смысле называют специализированную (отраслевую) группу периодики, специализирующуюся на исторической тематике, и ориентирующуюся на сравнительно широкую читательскую аудиторию [12, С. 6-7].

Современная историческая научно-популярная журналистика как сегмент специализированной прессы возродилась в годы Перестройки в лице журналов «Родина» и «Наше наследие». К началу 2000-х в центре и регионах уже существовали десятки научно-популярных исторических, историко-краеведческих и т.п. изданий, по-прежнему выполняющих просветительские, популяризаторские функции [12, С. 123-146].

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.

Создатель метода «занимательной науки» в 1939 году писал о необходимости «забаву ставить на службу обучению», не исключая при этом работы ума. Для того чтобы активизировать и усилить интерес читателя, Перельман советовал использовать в текстах о науке фрагменты легенд, фантастические предположения и, конечно же, примеры из художественной литературы [6].

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, и вызвало к жизни такой тип как «исторический таблоид».

Формат таблоида, как явления бульварной («жёлтой») прессы давно описан исследователями. Е. Вартанова, давая определение понятию «таблоид», пишет, что он «стал синонимом неаналитических газет, уделяющих повышенное внимание спорту, развлечениям, скандальным материалам о жизни знаменитостей. Таблоидные издания отдают предпочтение коротким новостям сенсационного характера, большим фотографиям и крупным заголовкам. Исследователи часто объясняют существование таблоидов низкими вкусами читателей, их нежеланием читать серьезные новости и аналитику» [4].

Многие исследователи типологии журналистики выделяют следующие наиболее характерные черты таблоидных изданий [1]:

– небольшой формат А3;

– значительное число иллюстраций, большая часть из которых, около 60%, эротического характера;

– броские заголовки;

– малый объем статей аналитической тематики, основной текстовый материал – статьи о личной жизни знаменитостей, спорте, чрезвычайных происшествиях; повышенный интерес к тематике смерти;

– значимый объем рекламных материалов;

– развлекательная форма подачи материала, «понятие «инфотейн-мент» (от англ. information – информация и entertainment – развлечение) выступает характерной чертой и таблоидного стиля, и всего процесса таблоидизации. Таблоид «облегчил» социально-политическую информацию и сделал ее более популярной, превратил новости в развлечение».

– огромные тиражи (могут достигать 2 млн. экземпляров).

Следовательно, говоря о таблоидах, подразумевают издания, ориентированные на массового читателя и в соответствии с этим отдающие предпочтение статьям развлекательного характера и рекламным материалам.

Именно развлекательный формат издания ведет к упрощению материалов и изменению формы их подачи. Все это находит отражение не только в текстах материалов, но и в так называемом «агрессивном дизайне».

Таким образом, как пишет М. Смирнова, «таблоидный формат» предполагает преобладание материалов малого объёма; кричащие, интригующие заголовки; большое количество ярких иллюстраций, коллажей, броские фотографии, анонсы; преувеличение, использование превосходных степеней; систематическое использование обнаженной натуры; конфликтная, агрессивно-эпатирующая форма подачи материала; вульгарность оценок; фамильярная адресованность; употребление сниженной лексики, подчеркнутая разговорность и диалогичность» [11].

В целом, исследователи феномена «желтой» прессы, к которой относятся и таблоиды, пишут, что содержание бульварной прессы подстраивается под уровень читателей, наименее развитых в интеллектуальном и культурном отношении, и сводится преимущественно к публикациям сенсационного и скандального характера. Для подобного рода прессы характерно обилие иллюстраций, развлекательных материалов (включая юмористические тексты и рисунки, комиксы), использование вызывающих «нестандартных» заголовков, шокирующих крупных «шапок» [1].

С начала 2000-х (в условиях окончательного усвоения российской прессой азов «маркетинга и менеджмента» на медиарынке) процесс замены «просветительства» «развлечением» начал развиваться лавинообразно. При этом «облегчённость» исторического контента шла целенаправленно. Так, один из первенцев российского «исторического инфотейнмента» в печатной прессе – еженедельная журнал-газета ***«Загадки истории»*** (Петербург, «ИД Пресс-Курьер,

 © Авторы статьи / Authors of the article

с 2011) ещё позиционировал себя в историко-познавательном ключе и имел «родовые черты» классического научно-популярного издания [7]. Каждый выпуск до сих пор открывает «колонка редактора» с обзором главных публикаций, присутствует чёткая рубрикация. Весьма разнообразен круг исторических тем: ретроспективная политика (например, «Игра Черчилля»), экономика («Денежная реформа Хрущёва»), войны, культура и искусство. Некоторые рубрики вылились в отдельные дочерние довольно информативные издания (например, ***«Военная история», «Русская история»***). Однако здесь очень быстро наметился перелом в пользу «развлекательности» в соответствии с появившимся несколько позже на обложке «кликбейтным» заманчивым слоганом (подзаголовком) для ещё сомневающихся потенциальных читателей: «Сенсации – Открытия – Версии – Факты». Это многотиражное издание, стало образцом для волны ещё более «облегчённых» за счёт научных знаний своих дочерних изданий и других подражателей.

Названия этих массовых журналов-газет (зачастую уже явно таблоидного формата) говорят сами за себя: ***«Запретная история»*** (Петербург, с 2016), ***«Архивы XX века»*** (Москва, с 2016), ***«Историческая правда»*** (Петербург, с 2017), ***«Секреты и архивы»*** (Москва, 2017), ***«Секретные архивы»*** (Петербург, с 2017), ***«Тайны СССР»*** (Петербург, с 2017), ***«Наша история»*** (Москва, с 2020), спецвыпуск – ***«Истории мира»*** (газета ***«Запретная история»***). (См. рис. 1)

Наиболее характерные примеры таких, так сказать, «исторических текстов» в упомянутых изданиях:
- «Советская принцесса (Тайные пороки Галины Брежневой)»,
- «Как убивали Сталина»,
- «Юрий Андропов: тайна железного генсека»,
- «Вождь и колдунья»,
- «Кутузов: фельдмаршал и ловелас»,
- «Кто убил Высоцкого? Неизвестные враги поэта»,
- «Куда пропал наци №2 – Мартин Борман?»,
- «Спасённый Герцен: зачем Джеймс Ротшильд помог российскому оппозиционеру?»,
- «Секс-маньяки древнего Рима»,
- «Убийство Бандеры: удача советских спецслужб»,
- «Капкан для генсека: как смещали Никиту Хрущёва»,
- «Вся правда о Штирлице»,
- «Ночные ласточки на службе КГБ».

Рисунок 1 - Современные историко-развлекательные журналы-газеты
DOI: https://doi.org/10.23670/IRJ.2024.141.58.1

Для большего понимания контента и его функций в современном «историческом таблоиде» позволим себе более подробный выборочный анализ содержания и оформления одного из типичнейших в этом сегменте изданий – ***«Тайны СССР»*** (Петербург, ИД «Пресс-Курьер», с 2017).

Выходящий 2 раза в месяц журнал «Тайны СССР» по внешним типологическим признаком представляет собой типичный тонкий журнал формата А4 объёмом 52 страницы. Издание позиционирует себя как «журнал о загадках советской истории». Он «охватывает период истории от революции и становления нового государства до развала СССР». Темы многообещающие: «Самые громкие события советского прошлого, нераскрытые тайны великой страны, секретные архивы, мистика СССР, громкие преступления и расследования, неожиданные версии» [8].

 © Авторы статьи / Authors of the article

Даже по фрагменту этой саморекламы на официальном сайте можно судить о массовом развлекательном характере издания. Самоописание этого «исторического журнала» выглядит очень эпатажным. «Секретные архивы» – безусловно, открытые для такого «экспертного» издания; «мистика СССР» – ключевое слово – «мистика», как правило, непременный отличительный элемент бульварной прессы, и далее – не просто «громкие события», а (усиление) «самые громкие события».

Среди ключевых особенностей стилистики оформления и текстов «Тайн СССР» – обилие иллюстраций, сенсационный и скандальный характер публикаций, вызывающие заголовки, крупные «шапки» можно увидеть на любом развороте журнала и, разумеется, на обложке, что подтверждает принадлежность данного историко-развлекательного издания к изданиям «таблоидного формата».

Само «кричащее» название («Тайны СССР») якобы «исторического» издания – не случайно. Согласно исследованиям М. Задитовской, которая уделяет особое внимание заголовкам «желтой» прессы, название – это первое, с чем сталкивается читатель, поэтому заголовки, в идеале, всегда должны возбуждать читательский интерес и привлекать внимание. С одной стороны, заголовок является самостоятельной речевой единицей и может быть прочитан вне связи с материалом, с другой – это структурный элемент произведения, тесно связанный с зачином и концовкой. Для «желтого» типа прессы заголовок текста – важнейший элемент структуры. От его броскости, эпатажности зависит, будет ли прочитана скандальная статья, насколько широкому кругу людей она станет известна и удовлетворит ли заказчиков [3].

На обложке №1 за 2020 г. как минимум два скандальных завлекающих массовую аудиторию заголовка: «Гарем Татьяны Дорониной» (стоит отметить, что сам материал напечатан с заголовком «Пять мужей Татьяны Дорониной», что звучит менее экстравагантно) и «Заговор против Брежнева. КГБ хотел убрать генсека?». Второй заголовок привлекает своей «загадочностью», истории, связанные со спецслужбами, зачастую привлекают среднестатистического обывателя, потому что вызывают ощущение «приоткрывания завесы» какой-либо тайны. Первый заголовок явно имеет сексуальный подтекст, что является одной из характеристик «жёлтой» прессы. По замечаниям М. Задитовской: «В содержательном плане следует отметить, что заголовки «желтой» прессы постоянно балансируют на грани правды и лжи. Здесь все подчинено поиску сенсации, а если сенсацию не находят – ее изобретают. Стремление привлечь читательскую аудиторию достигается порой за счет элементарного игнорирования адекватности и заголовка, и текста» [3].

Характеризуя информационный фон бульварной прессы в принципе, В. Коньков отмечает, что в обычной газете информационный поток формируется на основе уже существующих письменных и устных, каким-либо образом зафиксированных текстов: документы, сообщения информагентств, материалы судебного дела или зарубежной прессы и т. п. Бульварное же издание при формировании информационного потока опирается на информацию, существующую только в устном виде и представляющую собой неофициальный информационный поток [4].

Примерно о том же пишут авторы «Истории мировой журналистики», отмечая такие свойственные «жёлтой» прессе элементы содержания, как вымысел, домысел, слухи и скандалы. Они призваны увлечь и развлечь обывателей. Так как главными читателями бульварных изданий являются представители «малообразованных слоёв» общества, в них активно публикуются текстовые материалы и иллюстрации, эксплуатирующие социальные стереотипы (национальные, расовые, половые и прочие), которые существуют и порой превалируют в массовом сознании, а также сексуальные инстинкты аудитории [1].

В подтверждение этих характеристик информационного потока «исторических таблоидов» можно привести часть текстов упомянутого №1 20020 г. Например, именно в такой вульгарной стилистике написан текст материала «Пять мужей Татьяны Дорониной»: «Химичев, как и все мужчины СССР, был тайно влюблен в Доронину, а она так грубо с ним поговорила, что он развернулся и ушел, отказавшись от работы. Позже они встретятся на сцене одного театра, играя возлюбленных, да так увлекутся, что перенесут свои отношения в гостиничный номер. Именно там, по воспоминаниям актера… Татьяна сделала ему предложение руки и сердца. Он был шокирован, но согласился» [10].

Домысел и слухи в полной мере проявлены в статье «Лешие уральских лесов»: «В советские годы природный парк «Оленьи ручьи» на реке Серга, близ Свердловска, был излюбленным местом практики студентов-биологов. Но вот напасть – на ночных стоянках с привала у них исчезали банки со сгущенным молоком. Попытки уличить кого-то из спутников в воровстве терпели фиаско. Люди с опытом объясняли пропажу сгущенки проделками уральских леших, называемых здесь щелпами» [5].

Данный текст, конечно, спекулирует на вере неискушённых людей в сверхъестественное, построен на информации, которая существует в устном виде (неофициальная). При этом в лиде данного материала и частично в тексте упоминается писатель П. П. Бажов и история создания его известного сборника «Малахитовая шкатулка». Автор утверждает, что «за Хозяйку Медной горы уральцы принимали другую сущность». Таким образом, в тексте сочетается присущая бульварной прессе эксплуатация сенсационной темы и вполне достоверный сюжет создания П. П. Бажовым его сказок. Также автор пытается придать тексту «научно-популярный» характер, добавляя в него истории про горные разработки на Урале после Великой Отечественной войны, но основной канвой текста все равно остаются сверхъестественные явления.

В №2 за 2020 год напечатан текст о Любови Полищук под заголовком «Бунтарка из Сибири». Под видом классического материала о биографии актрисы, но по канонам бульварной прессы, большая часть текста посвящена её личной жизни, и конечно содержит «пикантную» информацию, которую невозможно проверить: «И вот однажды актрисе позвонил ее друг Геннадий Хазанов и между делом заявил, что у него есть хороший знакомый Сергей Цигаль, который хочет с ней познакомиться. Полищук отказалась. Но потом с этим же предложением ей позвонил Марк Розовский и еще десяток приятелей…». История звучит сомнительно и не поддается проверке. Перед нами снова любимый приём таблоидов – «эксплуатация сексуальных (эротических) инстинктов аудитории» [9].

 © Авторы статьи / Authors of the article

Если же говорить об оформлении и иллюстративном ряде журнала-газеты, то в целом оно тоже соответствует специфике бульварных изданий: множество мелких иллюстраций, контрастное оформление заголовочного комплекса (жирный белый шрифт на тёмном фоне – завлекающий эффект инверсии), врезки на красноватом фоне и т.п. Всё согласно классике типа, которую описывают Т. Шкайдерова и А. Тривер в своём исследовании предмета, где, в частности, из особенностей они отмечают [13]: броский стиль оформления заголовочного комплекса (дата выпуска, номер, периодичность, функциональное назначение и тематика, политическая ориентация и т. п.) и логотипа (графическое начертание фирменного наименования издания). Также они фиксируют цвет, как важный элемент дизайна: чаще всего это красный в сочетании с белым или желтым (красный используется с целью вызвать раздражение, создать чрезмерную напряженность, желтый цвет также очень динамичен и бросок, он призван привлечь к себе внимание читателя). Красный и жёлтый цвета – доминирующие и в оформлении обложек «Тайн СССР».

Неотъемлемой частью контента современных «исторических таблоидов» является реклама часто сомнительного характера и «пикантных» услуг. Она представлена и в «Тайнах СССР». На последней странице газеты обычно размещается «мозаика» многочисленных рекламных объявлений. Но на центральном развороте почти каждого выпуска часто встречается сомнительная для «исторического» издания «эксклюзивная реклама», например – чудодейственного средства для потенции или всесильного аппликатора «Кремлетон».

Заключение

Все развлекательно-исторические издания, позиционируют себя в самоописании либо как «журнал» («Наша история», «Архивы XX века»), либо – «газета» («Историческая правда», «Секретные архивы»), но по внешним типологическим признакам одинаково представляют собой броско иллюстрированный тонкий журнал типографского формата А4, выходящий еженедельно, или 1-3 раза в месяц объёмом 20-70 страниц и тиражами от 50 («Секретные архивы») до 200 («Историческая правда») тысяч экземпляров. Основу контента составляют небольшие очерки, заметки развлекательно-познавательного характера, повсеместно применяются обильные заимствования иллюстраций и текстов из интернета, часто присутствует сомнительная реклама (от услуг чёрной магии до быстрого решения сексуальных проблем). Стиль языка подачи материалов от классического научно-популярного («Загадки истории») до откровенно таблоидного, вульгарного. В наиболее одиозных изданиях последний преобладает или заполняет издание целиком.

В целом, для современного типа «историко-развлекательного журнала-газеты» таблоидного формата присущи следующие характерные черты организации и контента:

- небольшой объём и массовые, приближённые к газетным, тиражи;
- «кричащее», заманивающее читателя название издания;
- отсутствие какого-либо идейного направления и редакционных критериев научной достоверности;
- случайный или ситуативный круг сотрудников – авторов материалов;
- аморфность внутренней структуры (отсутствие или случайность разделов, рубрик);
- заголовки – «триггеры» в традициях жёлтой прессы;
- скандальный традиционный для бульварной печати набор тем: исторические слухи, сплетни, криминал, таинственные происшествия, сексуальные межличностные отношения и т.п.;
- «кричащий», броский, иногда провокационный визуальный ряд;
- присутствие рекламы сомнительного характера.

Таким образом, «исторический таблоид» – является своеобразным новейшим «социокультурным продуктом», образцом и следствием механизма «спроса и предложения» на современном медиарынке, и занял свою устойчивую нишу в значительной группе развлекательной бульварной прессы.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Беспалова А.Г. Периодическая печать США и западной Европы / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский [и др.] // История мировой журналистики. — М.-Ростов н/Д: "Изд. центр МарТ", 2003. —URL: http://evartist.narod.ru/text8/52.htm (дата обращения: 13.01.2022)

2. Вартанова Е.Л. Современные тенденции развития газетного рынка / Е.Л. Вартанова // Медиаэкономика зарубежных стран. — М.: Аспект Пресс, 2003. — URL: http://evartist.narod.ru/text11/42.htm (дата обращения 13.01.2022)

3. Задитовская М.В. Прецедентность и языковая игра в заголовках российской «желтой» прессы / М.В. Задитовская // Научная мысль Кавказа. —2012. — №2 (70). — С. 162-167. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnost-i-yazykovaya-igra-v-zagolovkah-rossiyskoy-zheltoy-pressy (дата обращения: 13.01.2022)

4. Коньков В.И. Бульварный тип речевого поведения в СМИ / В.И. Коньков // МИРС. — 2010. — №2. — С. 14-20. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bulvarnyy-tip-rechevogo-povedeniya-v-smi (дата обращения: 13.01.2022)

5. Мартов А. Лешие уральских лесов / А. Мартов // Тайны СССР. — 2020. — №1. — С. 4-5.

 © Авторы статьи / Authors of the article

6. Мишкевич Г.И. Доктор занимательных наук (Жизнь и творчество Якова Исидоровича Перельмана) / Г.И. Мишкевич. — М.: Знание, 1986.

7. Официальный сайт журнала «Загадки истории». — URL: https://zagadki.media/ (дата обращения: 29.01.2022)

8. Официальный сайт журнала «Тайны СССР». — URL: https://cccp.media/#pr (дата обращения: 29.01.2022)

9. Петрова Е. Бунтарка из Сибири / Е. Петрова // Тайны СССР. — 2020. — №2. — С. 26-28.

10. Петрова Е. Пять мужей Татьяны Дорониной / Е. Петрова // Тайны СССР. — 2020. — №1. — С. 8-9.

11. Смирнова М.П. Фамильярная тональность в текстах таблоидных изданий: автореферат дис. . канд. филол. наук / М.П. Смирнова. — Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2009.

12. Ущиповский С.Н. Российская историческая журналистика / С.Н. Ущиповский, О.С. Кругликова. — СПб.: С.-Петерб. гос.ун-т , 2012.

13. Шкайдерова Т.В. Специфика содержательно-графической модели российских таблоидных газет «Жизнь» и «Зажигай!» / Т.В. Шкайдерова, А.В. Тривер // Вестник ОмГУ. — 2015. — №1 (75). — С. 241-243. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-soderzhatelno-graficheskoy-modeli-rossiyskih-tabloidnyh-gazet-zhizn-i-zazhigay (дата обращения: 13.01.2022).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bespalova A.G. Periodicheskaya pechat' SSHA i zapadnoj Evropy [Periodicals of the USA and Western Europe] / A.G. Bespalova, E.A. Kornilov, A.P. Korochenskij [et al.] // Istoriya mirovoj zhurnalistiki [The History of World Journalism]. — M.-Rostov n/A: Publishing house of the "March Center", 2003. — URL: http://evartist.narod.ru/text8/52.htm (accessed: 13.01.2022) [in Russian]

2. Vartanova E.L. Sovremennye tendencii razvitiya gazetnogo rynka [Current Trends in the Development of the Newspaper Market] / E.L. Vartanova // Mediaekonomika zarubezhnyh stran [Media Economics of Foreign Countries]. — M.: Aspekt Press, 2003. — URL: http://evartist.narod.ru/text11/42.htm (accessed: 13.01.2022) [in Russian]

3. Zaditovskaya M.V. Precedentnost' i yazykovaya igra v zagolovkah rossijskoj «zheltoj» pressy [Precedent and Language Play in the Headlines of the Russian "Yellow" Press] / M.V. Zaditovskaya // Nauchnaya mysl' Kavkaza [Scientific Thought of the Caucasus]. —2012. — №2 (70). — P. 162-167. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnost-i-yazykovaya-igra-v-zagolovkah-rossiyskoy-zheltoy-pressy (accessed: 13.01.2022) [in Russian]

4. Kon'kov V.I. Bul'varnyj tip rechevogo povedeniya v SMI [Tabloid Type of Speech Behavior in the Media] / V.I. Kon'kov // MIRS. — 2010. — №2. — P. 14-20. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bulvarnyy-tip-rechevogo-povedeniya-v-smi (accessed: 13.01.2022) [in Russian]

5. Martov A. Leshie ural'skih lesov [Goblins of the Ural Forests] / A. Martov // Tajny SSSR [Secrets of the USSR]. — 2020. — №1. — P. 4-5 [in Russian].

6. Mishkevich G.I. Doktor zanimatel'nyh nauk (ZHizn' i tvorchestvo YAkova Isidorovicha Perel'mana) [Doctor of Entertaining Sciences (the life and work of Yakov Isidorovich Perelman)] / G.I. Mishkevich. — M.: Znanie, 1986 [in Russian].

7. Oficial'nyj sajt zhurnala «Zagadki istorii» [The official website of the magazine "Riddles of History"]. — URL: https://zagadki.media/ (accessed: 29.01.2022) [in Russian]

8. Oficial'nyj sajt zhurnala «Tajny SSSR» [The official website of the magazine "Secret USSR"]. — URL: https://cccp.media/#pr (accessed: 29.01.2022) [in Russian]

9. Petrova E. Buntarka iz Sibiri [A Kebel from Siberia] / E. Petrova // Tajny SSSR ["Secret USSR"]. — 2020. — №2. — P. 26-28 [in Russian].

10. Petrova E. Pyat' muzhej Tat'yany Doroninoj [Five Husbands of Tatiana Doronina] / E. Petrova // Tajny SSSR ["Secret USSR"]. — 2020. — №1. — P. 8-9 [in Russian].

11. Smirnova M.P. Famil'yarnaya tonal'nost' v tekstah tabloidnyh izdanij [Familiar Tonality in the Texts of Tabloid Publications]: abstract of the dis. . Candidate of Philology / M.P. Smirnova. — Yekaterinburg: Ural State Universiry, 2009 [in Russian].

12. Ushchipovskij S.N. Rossijskaya istoricheskaya zhurnalistika [Russian Historical Journalism] / S.N. Ushchipovskij, O.S. Kruglikova. — SPb.: S.- Peterb. State University, 2012 [in Russian].

13. SHkajderova T.V. Specifika soderzhatel'no-graficheskoj modeli rossijskih tabloidnyh gazet «ZHizn'» i «Zazhigaj!» [The specifics of the content and graphic model of the Russian tabloid newspapers "Life" and "Light up!"] / T.V. SHkajderova, A.V. Triver // Vestnik OmGU [Bulletin of OmSU. — 2015. — №1 (75). — p. 241-243. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-soderzhatelno-graficheskoy-modeli-rossiyskih-tabloidnyh-gazet-zhizn-i-zazhigay (accessed: 13.01.2022) [in Russian].