

В. С. ВАХРУШЕВ,

*профессор Балашовского филиала Саратовского университета им. Н. Г. Чернышевского,
академик Независимой академии эстетики и свободных искусств,
член Союза российских писателей*

СОВРЕМЕННАЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ЖАНРОВ

Тяга к публицистике зародилась в недрах средиземноморской цивилизации еще в античности, а полномасштабно стала реализовываться с XVIII века благодаря печатному станку. С тех пор у образованных людей формируется и закрепляется потребность регулярно получать новую информацию, подготовленную специалистами информационной сферы — журналистами, газетчиками, издателями. В мире отчуждения этот все более интенсифицирующийся процесс носит амбивалентный характер, имеет свои положительные и отрицательные стороны. Информация нам необходима, без нее мы не можем ориентироваться во все более усложняющемся и убыстряющемся своем развитии мире. Однако она создает искусственную преграду между нами и реальностью, отрывает от «первозданности» и так или иначе эту реальность искажает, зачастую навязывая нам далеко не лучшие понятия, идеалы, вкусы.

Выделим из необозримого количества социально ориентированных информационных потоков только журнально-газетную систему жанров на современном ее этапе. За последние 10–15 лет журналисты наиболее известных и наиболее массовых русских изданий научились, опираясь на опыт мировой журналистики, искусно комбинировать жанры, казалось бы, несовместимые, зато отвечающие интересам и вкусам самых различных групп населения. Лучший образец подобного манипулирования жанрами — газета «Комсомольская правда», тираж которой достигает фантастической цифры 30 млн экземпляров. Да и само это издание во многом «фантастично», начиная с заголовка. Его «комсомольский» бренд — откровенная фальсификация, которая, однако, нравится тем читателям, кто сохранил симпатии к советской власти. Титульная страница газеты выдержана в жанре клипа — это самореклама газеты, в которой намешано многое: изображения орденов Ленина, Октябрьской революции и других наград, полученных изданием в прежние времена, плюс броское фото с героями либо мод-

ной «попсовой» тусовки, либо каких-то скандальных происшествий, с добавлением глупо-зазывных «слоганов» на потребу обывателя. Эта жанровая мешанина (в Древнем Риме она называлась «сатура») царит и на всех тридцати с лишним страницах газеты: идет чересполосица развлекательно-фарсовых и серьезных материалов, причем первым отдается предпочтение. Не обходится, конечно, без игры с простодушными читателями, которым предлагаются разнообразные небольшие выигрыши за разгадку шарад, ребусов или за сочинение удачных куплетов. Легкая критика власти удачно соединяется с умеренной лестью и похвалами миру крупного бизнеса. Прекрасные статьи Н. Варсегова и В. Пескова, настоящих патриотов России, мирно уживаются с репортажами «дрянной девчонки» изрядного возраста Дарьи Асламовой.

Эта принципиальная беспринципность, установка на «чего изволите?» отличает, конечно, не одну «Комсомолку». Она характерна и для сотен других наших газетно-журнальных изданий. Суперпопулярность «комсомольского» издания объясняется как раз тем, что оно заняло срединную нишу между газетами откровенно бульварными типа «Спид-Инфо» и более серьезными, такими как «Аргументы и факты», «Известия», «Труд», «Коммерсантъ». Особую нишу занимают издания вроде «Литературной газеты» и печатные органы различных партий. Кстати, отметим, что даже «Правда» до 1917 года не чуралась рекламы! Комический эффект производили в ней ленинские лозунги рядом с обещанием лечить сифилис «быстро и на ходу» (см. номер от 5 мая 1912 г.).

Примерно та же ситуация наблюдается и в журнальном мире. По тиражам и количеству названий преобладают издания, ориентированные как на «новых богатых», так и на широкую мещанскую, обывательскую аудиторию. Каждый номер любого подобного журнала напоминает рекламный телесериал на сто-двести страниц, в котором все должно

захватывать дух читателя-зрителя: мелованная бумага, от которой рябит в глазах, чередование четких шрифтов, цветные разноформатные иллюстрации, броский дизайн, тексты, в которых умело дозируются сенсационность и поверхностная информативность. Несравнимо меньшими тиражами выходят журна-

лы научные, научно-популярные, художественно-публицистические: «Наука», «Химия и жизнь», «Знание-сила», «Новый мир», «Звезда», «Знамя», «Наш современник» и другие. Борьба за выживание, несомненно, накладывает отпечаток на жанровый состав подобных изданий.