

Секция «Журналистика»

**Из истории отечественной журналистики: традиции бульварной прессы
(«Газета–Копейка», 1908-1918)**

Беляева Анастасия Ильинична

Студент

Санкт - Петербургский государственный экономический университет,

Медиаиндустрии, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: anastasiia@live.ru

В начале XX века самым популярным бульварным изданием являлась ежедневная «Газета–Копейка». В 1897 году Б.А. Катловеркер и М.Б. Городецким основали в Петербурге издательство, а позднее акционерное общество издательского дела «Копейка», которое успешно реализовало идею выпуска дешёвой массовой газеты. Петербургская «Газета–Копейка» вышла в свет в 1908 году. Ее редакторами стали М.Б. Городецкий и В.А. Анзимиров. «Копейка» имела целый ряд приложений: «Журнал–Копейка»; «Всемирная панорама»; «Листок–Копейка»; Ежемесячник «Газеты–Копейки»; Альбом «Копейки»; «Искорки»; «Дом и хозяйство»; «Здоровая жизнь»; «Сборник русской литературы»; «Волны»; «Веселый балагур»; «Зеркало жизни». С 1909 года «Газета–Копейка» начала выходить в Москве. Тираж газеты к 1914 году достиг 250 тыс. экземпляров. Она имела утренний и вечерний выпуски.

Читательскую аудиторию «Копейки» составляла мещанская часть городского населения, которую дешёвая пресса «привлекала обилием низкопробной беллетристики» [5, 89–90]. Кроме того, городской обыватель проявлял повышенный интерес к злободневным слухам и желал быть в курсе событий общественной жизни [4, 74].

В выпусках газеты можно выделить такие жанры как: уголовная хроника, сенсационный «роман», «сценка с натуры», репортаж, и, конечно же, фельетон. Важно отметить, что вся информация в газете носила анонимный характер (автор публикации не указывался), и лишь изредка можно было встретить фамилию того или иного автора в конце репортажа или «романа».

На первой странице «Газеты–Копейки» обычно печаталась заголовки сенсационного характера. Например, «Страшный взрыв шахты, погибло свыше 300 человек» [1,1]. При этом в самом номере развёрнутой информации о подобном трагическом событии, как правило, найти было невозможно. «Копейка» ограничивалась комментарием под заголовком «Слухи подтверждаются», что само по себе говорит о том, что изначальное количество жертв – скорее всего слух [1,1]. Однако главная задача уже выполнена: заинтригованный читатель купил газету. Большой читательский интерес вызывала колонка под названием «Самоубийства», где была представлена информация не только о количестве самоубийств в Петербурге за прошедший день, но и указывалось, где именно это случилось [2,1].

Репортажи, которые печатались в «Копейке», писались с учетом специфика читательской аудитории газеты. Так, репортаж под названием «В Государственной думе», начинался с подробного описание места, где проводились заседания народного представительства, а именно: здания Таврического дворца. «Картина представилась довольно печальная: постройка ветхая, большею частью деревянная, без вентиляций и представляет угрожающую опасность в пожарном отношении». [2,1]. Далее по тексту был дан

краткий пересказ того, кто за кем выступал, и только в одном предложении - о чём говорили в Думе. Такие репортажи нередко дополнялись иллюстрацией – рисунком.

В «Газете–Копейка» регулярно печатались разного рода юмористические «мелочи» [6,4]. Однако ключевым жанром для этой газеты стал фельетон. Тематика фельетонов «Копейки» была весьма обширной и злободневной: политика, состояние городского хозяйства, театр, мораль и нравственность.

Конечно, газета, в первую очередь, была адресована малообразованному и малоимущему читателю, и именно поэтому она была дешевым периодическим изданием, ее тексты – максимально упрощенными. Для «Копейки» была характерна «каша» в содержании. Рядом с уголовной новостью «Похищение кассиром 55 тыс. рублей» и далее информацией о расследовании этого преступления, например, помещалась «зарисовка с натуры» под заголовком «Нога выручила» [2,3]. Кроме того, бросающаяся в глаза дешевизна этого издания предполагала обилие рекламных объявлений. Со временем газета все больше начала преследовать ярко выраженный коммерческий интерес и отдала рекламным блокам целый разворот [3,4].

«Газета–Копейка» как издание бульварного типа имела огромный успех у нетребовательных малообразованных обывателей, которые в начале XX века во многом определяли лицо городской читательской аудитории. В содержании газеты были максимально учтены читательские вкусы и запросы, чем и объясняется ее феномен. «Газета–Копейка» стремилась привлечь и удержать внимание своих читателей сенсационными «романами», фельетонами и репортажами, и в тоже время хорошо «зарабатывала» на объявлениях, рассредоточенных среди развлекательных блоков.

Очевидно, что традиции бульварной прессы, заложенные «Газетой–Копейкой» в начале прошлого столетия в наши дни не только возродились, но и оказались востребованными. Для современного читателя газеты название «Копейка» по-прежнему актуально. Так, в Ставропольском крае выходит «Полезная копейка». В Сергиевом Посаде и Иркутской области – газета «Копейка». Современные «Копейки» позиционируют себя как недорогие еженедельные издания, на страницах которых самые разные люди могут найти для себя интересную информацию.

Литература

1. Газета–Копейка. 1908, № 2
2. Газета–Копейка. 1908. №108
3. Газета–Копейка. 1908. №447
4. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века. М.: Флинта: Наука, 2004.
5. Розенталь И.М. Духовные запросы рабочих России после революции 1905–1907 гг. Исторические записки. – М., 1982. С. 89–90
6. «Почему у французов штаны красные?» // Газета–Копейка. 1908, № . - С.4