

Бельский Денис Олегович

ЗАРОЖДЕНИЕ МУЖСКИХ ЖУРНАЛОВ В РОССИИ

В статье в рамках историко-типологического и описательного подходов рассматривается процесс становления мужской журнальной периодики в России в XVIII-XIX вв. Исследуются малоизученные издания, анализируются общественно-культурные условия их формирования. Доказывается тезис о том, что базой для появления и развития отечественного мужского журнала как типа издания стали журналы о моде, как исключительно мужские, так и смешанные.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/1-1/1.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 1(55): в 2-х ч. Ч. 1. С. 10-12. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/1-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

10.01.00 ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

УДК 070

В статье в рамках историко-типологического и описательного подходов рассматривается процесс становления мужской журнальной периодики в России в XVIII-XIX вв. Исследуются малоизученные издания, анализируются общественно-культурные условия их формирования. Доказывается тезис о том, что базой для появления и развития отечественного мужского журнала как типа издания стали журналы о моде, как исключительно мужские, так и смешанные.

Ключевые слова и фразы: мужской журнал; история журналистики; гендерная периодика; отечественные СМИ; журнал о моде; тип издания.

Бельский Денис Олегович

*Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, Калининград
densev@inbox.ru*

ЗАРОЖДЕНИЕ МУЖСКИХ ЖУРНАЛОВ В РОССИИ

При всем обилии исследований, посвященных истории отечественной журналистики, мужская периодика до сих пор остается малоизученной. Если мужские журналы, издаваемые в России с 90-х годов прошлого века и в настоящее время, становились предметом интереса ученых, то журналы, положившие начало этому типу периодики и издаваемые в XVIII-XIX вв., до сих пор остаются неисследованными, возможно, в силу общей теоретической необоснованности данного типа журналов и отсутствия интереса к нему в отечественной науке. Предпринимая данное исследование, мы опираемся на предыдущий опыт по изучению истории отечественной прессы [2; 5; 7; 8], в том числе по изучению истории гендерно ориентированных СМИ.

«Мужской журнал – это периодическое печатное СМИ, которое имеет все типологические признаки журнального издания и особые отличия в контенте, тематике, дизайне, структуре, жанровом наполнении, языке в связи с нацеленностью на мужскую читательскую аудиторию» [1, с. 103]. Будучи ориентированным на данную аудиторию, мужской журнал представляет собой гендерно маркированный набор материалов, отражающих читательские интересы мужчин, в том числе: книги, кино, музыку, политику, самообразование, автомобили, технику, здоровье, кулинарию, спорт, рыбалку, охоту, вопросы взаимоотношений, интимную сферу, юмор, развлечения и др.

В мужском журнале одновременно может быть отражен контент и специализированного издания (автомобильного, охотоведческого, рыболовецкого, спортивного, компьютерного и др.), и сатирического, и общественно-политического, и художественно-литературного и т.д. Но это вовсе не означает, что мужской журнал, будучи политематическим, унаследовал издательский опыт всех этих журналов, ведь контент может быть схожим у разных типов прессы. К тому же особенность мужских журналов в том, что зачастую они не освещают выбранные темы так же глубоко, как это делают издания специализированные, профильные, монотематические.

Во всех исследованных нами мужских журналах XVIII-XXI вв. общий тематический компонент – это публикации о мужской моде. Представляется, что именно издания, посвященные моде, в том числе мужской, оказали на развитие исследуемого типа периодики наибольшее влияние. Мужской журнал, в первую очередь, издание именно о моде и стиле жизни, в котором также публикуются другие материалы из числа описанных выше. Их комбинация и соотношение могут быть разными, и в конечном счете концепция каждого отдельного мужского журнала – это результат работы его редакции, которая сама решает, какие именно темы привлекут целевую аудиторию. Но изначально, исторически само возникновение мужского журнала как типа СМИ продиктовано, с одной стороны, интересом читателя к модным товарам, с другой, – потребностью модной индустрии ему эти товары продать [18, р. 32-33; 19, р. 24-26; 20, р. 1, 57-65].

Со временем менялись вкусы, читательские предпочтения, но мода в широком смысле этого слова (сначала мода на одежду, аксессуары, затем мода на другие товары, автомобили, книги, образ жизни и т.п.) неизменно оставалась тем ядром, вокруг которого и формировались мужские журналы, что выявляет их исконную потребительскую и досуговую природу.

В России первым изданием, которое одновременно обозначило интерес к мужской моде и аристократическому образу жизни, стал «**Магазин английских, французских и немецких новых мод... с присовокуплением описания образа жизни, публичных увеселений и времяпрепровождений в знатнейших городах Европы; приятных анекдотов и др.**» 1791 года (редактор – В. И. Огороков). По сложившейся традиции его относят к женским модным журналам [3, с. 10; 9, с. 12], хотя, на наш взгляд, логичнее отнести его к смешанным изданиям. Будучи журналом скорее светским, он рассказывает о мужской и женской моде, сообщает новости, информацию из Франции, Англии и Германии об искусстве, театре, быте знати, балах, также

здесь размещаются анекдоты, наставления, эссе, размышления [11]. В подтверждение нашей позиции Л. В. Прудникова пишет, что «журнал был направлен и на мужскую читательскую аудиторию» [17, с. 84]. Будет корректно сказать, что данное издание повлияло на формирование и женских, и мужских отечественных журналов. По сути, это издание было универсальным.

Исторические события, происходящие в России в начале и первой половине XIX столетия, не располагали к распространению мужских модных изданий, поэтому до появления следующего подобного журнала пройдет около полувека. Мужская мода как предмет отражения вновь появилась уже на страницах еженедельного «**Магазина дамских и мужских мод на 1843 год**», в котором, как это ясно уже из названия, публиковали описания женской и мужской одежды [12]. Издавался он в Москве, редактором был А. Г. Афанасьев. В журнале печатали детальные описания одежды, сопровождаемые иллюстрациями, и парижскую светскую хронику, в которой уделяли внимание нарядам местной знати.

В 1878-79 гг. в Санкт-Петербурге под редакцией А. Н. Волькенштейна издавался «**Специальный журнал для мужского и дамского белья “Моды”**». Это было издание для портних, выходившее шесть раз в год [10, с. 354, зап. 1351]. Примечательно, что Александр Волькенштейн в это же время был редактором иллюстрированного женского журнала «Моды и рукоделия», выходившего в 1875-1880 гг. сначала два раза в месяц, затем – ежемесячно. А в 1878 г. он также выпустил специальный журнал «**Мужские парижские гардеробы**» (в свет вышли восемь номеров). В нем были описания мужской одежды, снабженные выкройками и комментариями по их использованию [14].

«Во второй половине XIX в. в русской “модной” журналистике происходит дифференциация изданий по содержанию, проблемам, а также читательской аудитории» [6, с. 13]. В это время и ближе к концу XIX в. редакторы начинают подчеркивать в названиях своих журналов, что это издания именно о мужской моде. Хотя фактически большинство из них были иллюстрированы изображениями не только с мужской, но и женской, и детской одеждой, это все-таки была тенденция по обособлению данных изданий в отдельное направление, чему способствовала все нарастающая в обществе идеология дэндизма [4, с. 291-305]. Если учесть, что раньше отечественная журналистика подвергала осмеянию увлечение модой, называя ее поклонников щеголями, вертопрахами и петиметрами, то можно сказать, что в обществе и медийном дискурсе тех времен произошел идейный переворот.

В свет выходят «**Парижские мужские моды**», ежемесячный модный журнал, издаваемый в Северной столице А. И. Лишке. В нем публикуются модные заметки на русском и немецком языках, в приложении идут выкройки с пояснениями и иллюстрации модно одетых мужчин (иногда с женщинами и детьми). Представлены не только текущие европейские тенденции в моде, но и национальные одежды разных стран [16]. Журнал выходит в 1878 г. одновременно с «**Мужскими парижскими гардеробами**», борьба редакций за читателя мужчину, интересующегося модой, нарастает. Также в изданиях появляются рекламные объявления различных магазинов, контор, ателье и прочее.

С 1874 года в Петербурге издается журнал «**Мужские моды**». Первый редактор – Ф. Юргенс, с 1879 г. – Б. Рейхель, он же, к слову, автор. В нем освещались английская, немецкая и французская мужские моды. Попеременно издание было двуязычным, русско-немецким. Оно выходило с перерывами, пока на № 2 в 1884 г. не закрылось [13].

Настоящим долгожителем в мире журналов о мужской моде стали «**Новейшие моды мужских платьев**», издаваемые также в Санкт-Петербурге. На целых 28 лет, с 1884 до 1912 гг., этот «журнал новейших парижских костюмов» (с 1902 г. ежемесячный), стал для состоятельных российских мужчин проводником в мире моды. Первые три года он выходил под редакцией О. П. Пелицаро, а с 3-го выпуска 1887 г. и до конца – И. Н. Пелицаро [10, с. 446 с., зап. 1687]. Как и в других журналах подобного толка, в нем публиковали модные обозрения, причем в центре внимания была как одежда повседневная, так и для увеселительных мероприятий, карнавальная и выкройки с объяснениями. В этом журнале можно отметить появление обратной связи с читателями [15].

Таким образом, мужской журнал как тип издания в России развился из модных изданий для портних XVIII-XIX вв. С одной стороны, это были журналы специализированные, но с другой, – по ним же и сами мужчины знакомились с модными новинками. Эти издания заложили основу дальнейшего развития отечественных мужских журналов.

Список литературы

1. Бельский Д. О. Типологическая специфика мужского журнала // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. 2014. № 3. С. 100-103.
2. Берков П. Н. История русской журналистики XVIII в. М.: Изд-во АН СССР, 1952. 587 с.
3. Боннер-Смеюха В. В. Отечественные женские журналы. Историко-типологическое исследование: автореф. дисс. ... к. филол. н. Ростов н/Д, 2001. 27 с.
4. Вайнштейн О. Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. М.: Новое литературное обозрение, 2005. 640 с.
5. Есин Б. И. История русской журналистики (1703-1917): учебно-методический комплект. М.: Флинта; Наука, 2000. 249 с.
6. Зайдема-Слотина Н. Г. Феномен моды в СМИ 1990-х годов: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2002. 24 с.
7. История русской журналистики XVIII-XIX вв. / под ред. профессора А. В. Западова. М.: Высшая школа, 1973. 317 с.
8. История русской журналистики XVIII-XIX вв. / под ред. Л. П. Громовой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2003. 672 с.
9. Коломийцева Е. Ю. Формирование женского универсального журнала в отечественной журналистике XVIII-XX веков: история развития и типологические особенности: автореф. дисс. ... д. филол. н. Краснодар, 2008. 40 с.
10. Лисовский Н. М. Библиография русской периодической печати 1703-1900 гг. Петроград: Типография акц. общ. тип. дела, 1915. 1067 с.
11. Магазин английских, французских и немецких новых мод и проч. 1791. Июль. Ч. 2.; Август. Ч. 2.

12. **Магазин дамских и мужских мод на 1843 год.** 1843. № 1-32.
13. **Мужские моды.** 1874. № 3-12.; 1878. № 1.; 1881. № 1-12.; 1884. № 1-2.
14. **Мужские парижские гардеробы.** 1878. № 1.
15. **Новейшие моды мужских платьев.** 1884. № 1-3.; 1887. № 1-12.; 1893. № 1-12.; 1902. № 1-12.; 1907. № 1-12.; 1912. № 1-6.
16. **Парижские мужские моды.** 1878. № 1-5.
17. **Прудникова Л. В.** Женский журнал 1791 года «Магазин английских, французских и немецких новых мод и прочее...» // Журналистский ежегодник: науч. изд-е фак-та жур-ки ТГУ. 2012. № 1. С. 82-85.
18. **Crewe B.** Cultural Production and Producers in the Men's Magazines Market. Oxford – N. Y.: Berg, 2003. 230 p.
19. **Jackson P., Stevenson N., Brooks K.** Making Sense of Men's Magazines. Cambridge: Polity Press, 2007. 214 p.
20. **Masculinity and Men's Lifestyle Magazines.** Oxford – Blackwell: Publishing, 2003. 271 p.

THE ORIGIN OF LAD MAGAZINES IN RUSSIA

Bel'skii Denis Olegovich

*Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad
densev@inbox.ru*

Within the framework of the historical-typological and descriptive approaches the article examines the process of formation of men's periodicals in Russia in the XVIII-XIX centuries. The author explores the poorly investigated editions, analyzes the social and cultural provisions for their formation and argues for the thesis that the fashion magazines, both exclusively men's and mixed, became the basis for the origin and development of a domestic men's magazine as a type of publication.

Key words and phrases: men's magazine; history of journalism; gender periodicals; national media; fashion magazine; type of publication.

УДК 82.09.-95

В данной статье рассматривается один из ключевых псевдонимов В. П. Буренина – «Выборгский пустынный» как особый способ декларации критических воззрений фельетониста. В критических статьях Буренина возникает увлекательная игра с читателем, центральным элементом которой становится псевдоним с зашифрованной в нем информацией, позволяющей произвольно создать в читательском сознании образ автора. Цель – проанализировать псевдоним В. П. Буренина «Выборгский пустынный» как одну из форм авторской маски критика. Полученные результаты позволяют сделать выводы о том, что псевдоним «Выборгский пустынный» в контексте критической деятельности Буренина намекает на основной адресат статей, подчёркивает положение критика в журнальной среде, его позицию, отношение к обществу, к своим собратьям-критикам, к литературе того времени.

Ключевые слова и фразы: псевдоним; литературная маска; литературная стратегия; образ автора; авторская игра; мистификация.

Быков Антон Валерьевич, к. филол. н., доцент

Шабалина Надежда Николаевна, к. филол. н.

*Елабужский институт Казанского федерального университета
anton-77-@mail.ru; nadezhada_85@mail.ru*

ПСЕВДОНИМ В. П. БУРЕНИНА «ВЫБОРГСКИЙ ПУСТЫННИК» КАК ЛИТЕРАТУРНАЯ МАСКА

Одним из центральных способов активизации внимания читательской аудитории в середине XIX – начале XX века, обеспечивающих спрос, как это ни странно, стало имя, которое, в свою очередь, должно было нести дополнительную нагрузку для выражения авторского мировоззрения. Всё это обусловило эволюцию и интенсивное воплощение индивидуального личностного кода через маску, для формирования которой необходимым элементом становится создание как мифической личности, что воплощалось в авторско-издательских предисловиях, послесловиях, комментариях, примечаниях, посвящениях и лирических отступлениях, так и в использовании разнообразных вымышленных имен. Авторская маска тесно связана с проявлениями «внутритекстовой» авторской модальности, она «представляет одним из способов самовыражения, сокрытия/проявления автором самого себя в пределах текстового пространства с присущими лишь ему индивидуальными особенностями мироощущения, мировоззрения, стиля» [8, с. 5]. Исходя из вышесказанного, авторская маска укоренена в самом художественном тексте произведения или критической статьи, в то время как псевдоним связан с текстом лишь условно, вынесен за его пределы. Однако, как отмечает О. Ю. Осьмухина, «псевдоним (чужое, вымышленное имя), разумеется, вполне возможно рассматривать в качестве одной из форм эстетической игры, и в этом смысле он сродни маске, поскольку сущность его двойственна – равно как и маска, он скрывает имя собственное» [9]. Таким образом, репрезентация авторской интенции осуществляется на различных уровнях художественного текста: в авторрепрезентации, в игровом самотождестве, в несуществующих масках, в мистификациях и в использовании псевдонимов.