

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ГЛЯНЦА В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ЭСКВАЙР РУССКОЕ ИЗДАНИЕ»)

Научный руководитель – Жуков Дмитрий Валерьевич

Савушкин Данил Дмитриевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: savushkinDanil21@yandex.ru

Актуальность выбранной для работы темы состоит в том, что сегодня гляцевые издания имеют большую популярность в сравнении с газетами. Современный ритм и стиль жизни отражается в гляцевых изданиях России. Проблема определяется тем, что оригинальных гляцевых изданий в России мало, большинство из них издаются по системе франшизы и покупки прав на издание.

Цель работы - изучить особенности глянца современной России на примере журнала «Эскавайр Русское Издание».

Гляцевые журналы - это один из наиболее простых и распространенных путей перехода модных тенденций в массы. Некоторые из первых гляцевых журналов существуют и по сей день.

Главными темами изданий, адресованных мужской аудитории закономерно становятся автомобили, женщины, путешествия, стиль, уход за собой.

«Esquire» - журнал, предназначенный для мужской аудитории. Начал свою историю в ноябре 1932 года в городе Чикаго, в Соединенных Штатах Америки. С английского языка «Esquire» дословно переводится как «оруженосец», «щитonosец». Так обычно называли помощников рыцарей, а в последствии такой титул давали чиновникам, которые заслужили доверие правительства, также часто употребляется как синоним слова джентльмен.

В материалах издания отсутствует обращение к частной жизни героев, нет «копания в грязном белье». Все герои рассматриваются с точки зрения их социальной, политической, общественной значимости.

С появлением «Esquire» в 2005 году на рынке периодической печати России, журнал разрушил стереотипное мнение о мужской прессе. Все считали, что мужчинам интересно читать про машины, девушек и больше их ничего не интересует. «Esquire» на своем примере показал и показывает сейчас, что это далеко не так. Он остается практически единственным элитарным изданием для мужчин, который позиционирует себя как «умный журнал для успешных людей».

В условиях развития современного медиарынка, «Esquire» нашел свою нишу. С приходом Сергея Минаева на должность главного редактора русскоязычной версии, вектор тем был изменен и перенаправлен в сторону российской действительности. Также новый руководитель возродил рубрику «письмо главного редактора» в журнале. Теперь это не просто анонсирование материалов в выпуске. В колонке поднимаются темы, волнующие автора, при этом, определяющие концепцию всего номера, а стилистика написания колонки создает атмосферу чтения и общего впечатления от выпуска.

В нашей работе был проведен контент-анализ материалов печатной версии журнала, для чего были выбраны выпуски 2018 - 2019 гг. Анализ проводился следующим образом: выбор рубрики, ее описание, анализ текста на предмет аналитики, советов, комментариев, и оценки в высказываниях; также был проведен анализ иллюстративного материала. Для

выявления особенностей русской версии издания, было проведено сравнение с первоисточником «Esquire USA».

В российской версии журнала представлено большое количество различных рубрик, начиная от анекдотов и обзоров книжных и киноновинок, заканчивая публикацией литературных произведений. Журнал общается с читателем «на равных», описывая все стороны жизни современного интеллигентного человека.

Изучив историю появления журнала «Esquire», проведя контент-анализ текстовых материалов, обзор иллюстративного материала, и рассмотрев жанры фотографий, которые используются в журнале, можно выделить следующие особенности русского глянца на примере «Эсквайр Русское издание»:

1. Франшизность.
2. Переводные материалы.
3. Интеллектуальность.

Создатели «Эсквайр Русское издание» (апрель 2005 г.) опирались на американское издание «Esquire» 60-х годов, считая этот период эталонным. В то время главные темы в американском журнале были аналитическими, проводился вдумчивый анализ событий, авторы размышляли. В настоящее время таким является «Эсквайр Русское издание». Российским издателям удалось сохранить интеллектуальность журнала, и не последовать примеру материнского аналога, трансформировавшегося в издание рекламно-развлекательного формата.

Источники и литература

- 1) Ангелова Е. А. «Глянцевый журнал сегодня». // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации: сборник научных работ (по материалам международной научно-практической конференции, НИУ «БелГУ», 4–7 октября 2017 г.) / под ред. А. В. Полонского, М. Ю. Казак, С.В. Ушаковой. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – 446 с.
- 2) Вартанова Е.Л. Глобализация СМИ и масс-медиа России / Е.Л. Вартанова. – М.: Журналистика, 2015. – 88 с.
- 3) Колесниченко А.В. Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // Медиаскоп. - 2018. - № 3. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.media-scope.ru/2467>
- 4) Лопатинова А. История: глянец / А. Л. Опатинова. – М.: Проспект, 2014. – 144 с.