

Форматное структурирование текстов в life-style издании (на примере онлайн-издания The Symbol)

Научный руководитель – Тимофеев Алексей Анатольевич

Шаронова Екатерина Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: ekaterina.sharounova402@yandex.ru

Life-style медиа в наши дни существуют в условиях жесткой конкуренции за внимание читателя, который сначала "сканирует" текст, а потом решает, читать ли до конца — в среднем у издания есть 7-15 секунд, чтобы заинтересовать аудиторию. Актуальность исследования обосновывается тем, что именно форматное структурирование становится главным инструментом удержания аудитории и трансляции ценностей бренда.

Цель заключается в выявлении и анализе особенностей такой структуры в Life-style медиа. Для этого был отобран материал (ряд статей), на его основе выделены и проанализированы особенности форматного структурирования.

Объектом исследования стали тексты life-style издания The Symbol. Предметом являются приемы форматной организации текстов (рубрикация, заголовочные комплексы, визуальные акценты, Tone of Voice), обеспечивающие реализацию концепции издания.

Нашу тему раскрывает тезис Маклюэна: "The medium is the message"[1]. Форматное структурирование рассматривается как система устойчивых приемов подачи текста (заголовки, лиды, жанры), выполняющая навигационную и имиджевую функции. Формат — это не про верстку, а про способ организации «опыта».

The Symbol — это качественное life-style медиа с большим (за последний месяц сайт посетило 5,2млн человек[3]) лояльным комьюнити читателей в соцсетях. Помимо стандартных рубрик о красоте, моде и здоровье, издание уделяет большое внимание культурной хронике: кино, выставки, презентации книг и новые галереи. Отличительной и узнаваемой особенностью стал раздел «Герои». Само издание видит свою миссию так: «Мы не гонимся за количеством контента, нам важны качество и глубина, как текстов, так и визуальной эстетики»[4].

Рубрикатор. На сайте располагаются 5 основных тематических разделов: мода, красота; стиль жизни; культура и герои. Внутри каждого из них есть подразделы. Рассмотрим подробнее вкладку Стиль жизни.

Заголовки: Преобладают короткие, информативные конструкции, часто содержащие определение жанра или намекающих на него («архитектурный трендбук», «чек-лист», «гайд»). Они написаны живым, современным языком с использованием метафор, понятных аудитории, интересующейся темой («дресс-код района»), и конструкций, таких как парцелляция и бессоюзные сложные предложения («Искусство сервировки: в каких бокалах подавать напитки»), что облегчает визуальное сканирование. В разных разделах заголовки адаптированы под аудиторию: от интриги и обещания пользы («инструкция по применению») в «Гороскопе» до доверительного тона с техническими терминами («апгрейд», «ИИ») в «Технологиях».

Структура материалов: Обнаружены устойчивые форматы, варьирующиеся в зависимости от тематики раздела:

Интервью и лонгриды: В разделе «Герои» интервью делятся на тематические блоки с выделенными важными тезисами и цитатами, а биографические статьи представляют со-

бой поэтапный рассказ. В лонгридах больше внимания уделяется интерактивному оформлению.

Гиды, чек-листы и подборки: Ярко выражены в разделах «Дизайн», «Еда», «Путешествия» и «Технологии». Для них характерно четкое деление на блоки с помощью подзаголовков, списков, иконических знаков и кратких лидов. Материалы в «Еде» и «Путешествиях» часто строятся по четкому плану (где жить, что есть, чем заняться) и состоят из небольших абзацев.

Аналитические материалы: В разделах «Психология» и «Герои» встречаются аналитические статьи с аргументацией «за»/«против», примерами и выделенными тезисами.

Визуальный код: Фотографии играют ключевую роль, особенно в разделах «Дизайн», «Еда» и «Путешествия», служа наглядным примером к тексту. В «Дизайне» фотографии являются конкретным примером явления, а в лонгридах используются гиперссылки, списки и чек-листы. В разделах «Психология» и «Технологии» визуальный ряд несет скорее эстетическую функцию.

Итак, форматное структурирование в The Symbol — это системный инструмент, который не только организует контент внутри каждого раздела (от «Дизайна» до «Психологии»), но и формирует уникальный стиль издания. Рубрикация помогает мгновенно ориентироваться в темах, заголовки выступают эмоциональными или рациональными триггерами (польза, интрига, доверие), а структура материалов (подзаголовки, списки, тезисы) облегчает визуальное восприятие. Единообразие форматов внутри разделов создаёт предсказуемость: читатель знает, чего ждать от «Путешествий» или «Психологии», что формирует привычку и доверие. Эта гибкая, но узнаваемая система приемов работает на удержание читателя и укрепление имиджа The Symbol как качественного life-style издания с глубоким контентом.

Источники и литература

- 1) Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Загл. ст. М. Вавилова. — Москва; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. — 464 с. — (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
- 2) Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учебное пособие для вузов / А. А. Тертычный. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 350 с.
- 3) <https://www.similarweb.com/ru/website/thesymbol.ru/> (дата обращения: 01.03.2026). — Режим доступа: свободный.
- 4) <https://www.thesymbol.ru/> (дата обращения: 01.03.2026). — Режим доступа: свободный