

**МОРОЗОВА А. А., ИГОШИНА О. А.**

**ОТРАЖЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА НА СТРАНИЦАХ  
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ МАГНАТОВ  
(НА ПРИМЕРЕ РУБРИК В ИЗДАНИЯХ «FORBES», «СНОБ» И «ESQUIRE»)**

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию интересов современного общества, отраженных в материалах публицистических изданий «Forbes», «Esquire» и «Сноб». Анализируя рубрикационное наполнение журналов, автор выявляет истинные интересы современного потребителя информации.

**Ключевые слова:** автор, журнал, журналист, издание, интересы, информация, общество, публикация, читатель.

**MOROZOVA A. A., IGOSHINA O. A.**

**REFLECTION OF MODERN SOCIETY INTERESTS IN POPULAR JOURNALS: A  
STUDY OF “FORBES”, “SNOB”, AND “ESQUIRE” MEDIA TEXTS**

**Abstract.** The article studies the interests of modern society reflected in the media texts published in the journals “Forbes”, “Esquire”, and “Snob”. A content analysis of the journals’ sections has revealed the real interests of the modern information consumers.

**Keywords:** author, magazine, journalist, edition, interests, information, society, release, reader.

Невозможно представить современное общество без инновационных гаджетов. Совсем недавно они вошли в нашу жизнь и прочно в ней обосновались. Различные смартфоны, планшеты, электронные книги в миллионы раз облегчают нашу жизнь. К примеру, мы можем читать все то, что хотим и где захотим, независимо от места, времени и расположения. Быть в курсе событий – то, что хочет современное общество. Разнообразие публицистики в XXI веке невозможно сравнить ни с каким другим видом. Издатели учли все потребности населения, будь вы женщиной или мужчиной, ребенком или пенсионером – вы всегда найдете то, что будет интересно именно вам. Как и в любой другой отрасли есть незначительные издания, которые живут лишь в определенной местности, средние, ориентированные на определенный круг читателей, возможно выходящие за пределы региона / города, и, собственно говоря, магнаты публицистики – они интересны большинству населения во всех уголках мира. Это журналы, захватившие мир своим языком, содержанием статей, темами или просто своей красочной глянцево обложкой.

С помощью анализа трех таких публицистических магнатов, а именно: «Forbes»,

«Сноб» и «Esquire» попробуем в этом разобраться.

«Forbes» [1] является американским финансово-экономическим журналом. Это одно из наиболее авторитетных и известных экономических печатных изданий в мире. Журнал основан в 1917 году Берти Чарльзом Форбсом. Девиз журнала – «Инструмент капиталиста».

Россия стала пятой страной, где «Forbes» стал издавать свой журнал. В апреле 2004 года вышел в свет первый российский номер. Издателем стало и является на данный момент ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», дочерняя компания немецкого медиахолдинга Axel Springer AG [1]. Главный редактор Елизавета Осетинская. Она возглавляет журнал с мая 2011 года. Стоит отметить, что кроме основного выпуска журнала «Forbes» с периодичностью в один месяц выпускает приложения «Forbes Woman» и «Forbes Life». В истории журнала существуют самые разнообразные рейтинги: «Самые высокооплачиваемые топ-менеджеры», «Самые богатые жены политиков», «Самые влиятельные люди», «25 самых дорогих руководителей компаний», «50 звезд» и множество-множество других. Но помимо этих самых рейтингов журнал ежемесячно публикует 11 постоянных рубрик и 9 меняющихся. Теперь остановимся на каждой из постоянных, чтобы выяснить, что же интересно современному читателю.

Первая и весьма стандартная рубрика, имеющаяся во всех изданиях журнального типа – «От редактора». Елизавета Осетинская в каждом номере делится с читателями своим мнением по поводу той или иной статьи. Как правило, она делает акцент на центральную тему. Почти всегда это либо рейтинг, либо интервью с первым лицом какой-либо компании.

«Выбор редакции» – новинки мирового рынка. Это может быть все, что угодно, но обязательно относящееся лишь к нескольким темам: экономика и общество политика и бизнес. Книги, научные открытия, мнения значимых лиц на тот или иной вопрос, семинары.

«Только на сайте» – как правило, две аннотации к статьям, которые можно прочитать в Интернете с любого гаджета. Специально для этого сбоку от статей напечатан QR-код, с помощью которого в тот же момент вы попадете на страницу Интернет-издания. Обычно это статьи о событиях и людях, происходящих за границей, но находящихся на слуху.

«Комментарии читателей» – как и самая первая рубрика, является постоянной и обязательной для всех публицистических изданий. Содержит в себе отзывы и комментарии читателей на информацию, опубликованную в прошлом номере журнала. Только в отличие от обычных писем читателей, «комментарии...» отличаются тем, что это четко сформулированные мысли без ссылок на какую-либо определенную статью. Складывается ощущение, что рубрика должна носить название «Поток мыслей читателей».

«Мнения» – журналисты, экономисты, политики, профессора, президенты и вице-

президенты компаний делятся своим мнением по поводу их интересующей темы. Рубрика содержит отражение действительности в полном смысле этого слова. Политика, реформы, гражданское общество, урбанистика, инвестиции, Интернет ... Список можно продолжать очень долго. Это рубрика и о ценах на нефть, и о Сноудоне, и даже об антикризисном пакете правительства.

«*Есть данные*» – интересная, правдивая и проверенная информация, касающаяся государства. В небольшой статье отчет по какой-либо отрасли государственной деятельности. Вся информация обязательно подтверждена графиками, демонстрирующими различные тенденции.

«*Предприниматели*» – бизнес-новинки от молодых и амбициозных предпринимателей. Появилась идея? Срочно нужно воплотить ее в жизнь. Именно так и поступают герои этой рубрики. Это своеобразный стимул для молодых читателей журнала. Многие хотят оказаться на страницах «Forbes».

«*Маркетинг*» – примеры грамотных маркетинговых ходов. Истории людей, кто правильно применяет свои знания, тем самым, помогая бизнесу. Не обязательно своему. Маркетинговые идеи отлично продаются, покупаются и используются. Что приносит хороший доход, как потребителю, так и продавцу.

«*Деньги*» – истории людей, сумевших сделать деньги там, где, казалось бы, их сделать невозможно. В основном, это иностранцы, работающие в России на должностях, которые сложно себе представить. И обязательно еще одна статья этой рубрики: про кризисы. Любые, кризис в стране, кризис банков, кризис бизнесов.

«*Рейтинг*» – название говорит само за себя. Самые интересные и востребованные рейтинги. И все же, стоит отметить, что это не просто сухие имена и числа, а обязательное полное описание каждого участника.

«*Life*» – путешествия, спорт, хобби. Самые интересные увлечения кого-либо из участников списка «Forbes». Обязательный фоторепортаж из личного архива участника этой рубрики.

«*Вне бизнеса*» – подборка мыслей различных деятелей культуры и искусства, политики, экономики, истории на выбранную тему. И обязательное заключение рубрики – цитата из Библии.

Аудитория одного номера «Forbes» составляет 1129000 читателей (тираж издания в России 100000 экземпляров). 43% читателей возраста не младше 25, но и не старше 44 лет. Что касается гендерного признака, то тут все неоднозначно – 64% мужчин и 36% женщин. Существует мнение, что Forbes – журнал для успешных и обеспеченных людей. И это

действительно так: 40% аудитории занимают руководящие должности; 76% обеспеченные и высокообеспеченные люди. Есть и другая статистика: 60% читателей – люди, которые не входят в правящую элиту и 34% читателей среднего класса.

«Сноб» [2] – российский журнал. Включает в себя Интернет-издание и печатный журнал. Позиционируется как «проект для международного сообщества успешных профессионалов». В издании публикуются репортажи, интервью, эссе, публикации литературы, авторские фотоистории. Проект был создан основателем издательского дома «Коммерсантъ» Владимиром Яковлевым. Первый номер вышел в октябре 2008 года. Сайт начал свою работу в мае 2009 года. С 2011 года главный редактор журнала – Николай Усков. Тираж издания составляет 50000 экземпляров. «Сноб» состоит из трех основных блоков: авторские обзоры событий, произошедших за месяц в основных городах проживания русскоязычной аудитории (Москва, Лондон, Париж, Нью-Йорк); документальные рассказы и очерки; реестр ответственного потребителя. Участниками проекта становятся по приглашению редакции, либо по собственному желанию. Среди участников проекта, активно участвующих в жизни «Сноба»: Борис Акунин, Андрей Макаревич, Владимир Сорокин, Антон Носик, Олег Кашин, Дмитрий Хворостовский и другие. Журнал «Сноб» – одно из немногих изданий современного публицистического рынка, которое можно назвать литературным. Подробнее остановимся на каждой из рубрик:

«Автограф» – автограф известного деятеля искусства из любой его сферы.

«Авторы и герои» – краткий экскурс по всему номеру. Кто и о чем написал и два-три предложения к каждой статье журнала.

«Комментарии» – отзывы Интернет-читателей журнала на различные статьи. Причем не обязательно это должны быть комментарии на выпуск прошлого месяца.

«Заметки» – календарь культурных событий Москвы с описанием, почему именно это мероприятие нужно посетить.

«Противостояние» – сравнение двух известных личностей по критериям: что придумал, начало пути, награды, массовая культура, неудачи, хобби, подозрение, прозвище и эпиграммы.

«Глоссарий месяца» – слова и выражения для запоминания. Цитаты из речей известных деятелей нашей страны. Вполне привычные и понятные слуху слова с непривычным значением.

«Книги», «Кино», «ТВ» – новинки и рецензии к ним.

«Чего хотят люди» – самые востребованные данные из поисковых запросов на сайте snob.ru

«*Париж*», «*Бостон*», «*Гонконг*» – путешественники или русскоязычные жители городов, делятся своими впечатлениями и комментируют увиденное.

«*Интервью Ксении Соколовой и Ксении Собчак*» – известная личность СССР или начала 2000-х, но незаметно ушедшая в небытие. Ряд провокационных вопросов ставит в тупик интервьюированного человека и выводит на чистую воду.

«*Тем временем*» – о том, что происходит в других странах с русскими деятелями современности. События, связанные с культурным достоянием страны.

«*Путеводитель*» – подробное описание какой-либо страны. Ее традиции, культурные особенности, чем славится страна, новинки технологий. Вся жизнь и культура в мельчайших подробностях.

«*Совместный проект Сноб и Lexus*» – интервью с величайшим человеком, жившим в наше время, но наверняка уже вошедшим в историю не только России, но и всего мира.

«*Литература*» – как правило, включены две-три литературные повести или эссе. Возможно и такое, что это мини-роман, разделенный на главы и напечатанный в нескольких номерах.

«*Выбранные места*» - цитаты из известных фильмов, мультфильмов, книг и известных людей современности.

Все же «Сноб» позиционируется как литературный журнал. Это подтверждается еще и тем, что один раз в каждое время года выходит номер, в котором собраны только лишь повести, очерки, эссе. Нет рекламы, нет интервью, нет ничего, что могло бы отвлечь от творчества.

«**Esquire**» [3] – ежемесячный мужской журнал, основанный в 1932 в США. В России первый номер вышел в апреле 2005 года. Основные темы журнала – культура и искусство, мода и стиль, бизнес и политика, технологии и автомобили, еда и здоровье, персонажи и интервью. Главный редактор русской версии – Дмитрий Голубовский. Тираж в России достигает 90000 экземпляров. Российский «Esquire» специализируется на гетеросексуальной моде. Стоит открыть журнал и сразу становится понятно, что он ориентирован на мужчин. Но это ошибочное мнение, потому что здесь каждый найдет для себя интересную статью и узнает из нее что-то новое. Рубрик, как таковых, просто не существует. Все статьи находятся в хаотичном порядке. Это и есть изюминка журнала. И все же своеобразное деление на рубрики можно найти.

«*Письма*» – именно письма читателей, а не комментарии и отзывы, как это было в двух предыдущих журналах. Письма коротенькие, но содержательные, их, как правило, не меньше пяти.

«*Авторы*» – писатели, журналисты, музыканты, фотографы, депутаты – авторы статей, содержащихся в журнале.

«*Письмо*» – обращение редактора к читателям. Как и весь журнал, письмо несет в себе определенные настроения и информацию, не относящуюся к номеру и его написанию вообще. Мысли редактора об увиденном и услышанном за месяц.

«*Музыка*» – целая история группы, альбом которой готовится к выходу. Тут можно найти абсолютно все. Вплоть до того, каких принципов придерживался композитор в момент написания музыки.

«*Открытия*», «*Ткани*», «*Порядок*», «*Город*», «*Каково*», «*Настроение*» – ряд коротеньких рубрик, отражающих интересы, настроение, потребности современного общества. Все то новое, что произошло за месяц и уместилось на нескольких страницах.

«*Интервью человека с обложки*» – как правило, на обложке, во всю страницу лицо «героя». И вот то самое лицо в этой рубрике рассказывает про свою жизнь. В буквальном смысле слова рассказывает, сам, тезисно. Все подкреплено фотографиями.

«*Правила жизни*» – деятели культуры и искусства, кому за 50, делятся с читателями своими правилами. Рассказывая при этом, каким образом они появились у них самих.

«*Религия*» – мнения и рассказы людей со всего мира о религиях, которые проповедуют они.

«*Чтение*» – рассказ, опубликованный в номере, как правило, носит футуристический характер.

«*Одежда*» – подборка фотографий с моделями в модной и актуальной одежде.

«*Вещи*» – фотографии десяти определенных вещей и их истории.

«*Подарки*» – заглянув на эти страницы, без подарков для партнера, товарища или друга остаться невозможно.

«*Литература*» – интересные факты о литературном авторе.

Таким образом, проанализировав три ключевых издания современности, на наш взгляд, мы можем с уверенностью сказать, что нынешнему поколению людей интересно положение государства во всех его сферах. Обществу небезразличны новинки на экономическом, технологическом и инвестиционном рынках. Моральное развитие – то, что не оставляет безразличным никого. Именно культура является основной из тем, волнующих современное общество.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Издательский дом Аксель Шпрингер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.axelspringer.ru/editions/forbes/>. – Загл. с экрана.
2. Сноб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.snob.ru>. – Загл. с экрана.
3. Esquire [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://esquire.ru>. – Загл. с экрана.
4. Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/issue>. – Загл. с экрана.