**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**
**Кафедра документоведения и издательского дела**

**Выпускная квалификационная работа**
**по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело**

# РАБОТА РЕДАКТОРА НАД ПЕРИОДИЧЕСКИМ ИЗДАНИЕМ

**Выполнил студент**:
705 группы, 5 курса,
заочной формы обучения
Тельминова Анна Григорьевна

**Научный руководитель:**
Штолер Андрей Владимирович
ученая степень, звание

Процент оригинальности текста –
Подпись студента –
Подпись научного руководителя –
Подпись зав. кафедрой –

Выпускная квалификационная работа защищена
«____» _____ 2019 г.
Оценка_____
Председатель ГЭК _____ _____
(подпись) ФИО

**Челябинск, 2019**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ.....3
ГЛАВА 1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРИОДИЧЕКСИХ ИЗДАНИЙ6
1.1. Периодическое издание: понятие, история, особенности.....6
1.2. Целевое назначение и читательский адрес периодических изданий12
1.3. Редакторская подготовка периодического издания.....20
ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА РЕДАКТОРСКОЙ ПОДГОТОВКИ ЖУРНАЛА «COSMOPOLITAN».....30
2.1. История создания журнала.....30
2.2. Характеристика тематической структуры издания и жанры публикаций.....33
2.3. Особенности художественно-технического оформления журнала..44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....51

# ВВЕДЕНИЕ

Особая роль во всех сферах общества сегодня отводится средствам массовой информации. Средства массовой информации постепенно начинают занимать доминирующие позиции в смысловом производстве общества, что оказывает огромное влияние на жизнь каждого отдельного человека на его сознание, эмоции, чувства, на характер его социальных практик и отношений. Немаловажная роль в средствах массовой информации отводится периодическим изданиям, которые выступают одной из форм коммуникации.

Периодика является наиболее активно развивающимся сегментом отечественного рынка средств массовой информации. Численность периодики и ее типологическое разнообразие являются отличительными характеристиками отечественной системы книгоиздательской продукции.

*Актуальность* данного исследования заключается в необходимости выявления и анализа тематики, целевого и читательского назначения периодических изданий, особенности редакторской подготовки периодики.

*Степень разработанности темы*. Достаточно хорошо на теоретическом уровне рассмотрены вопросы типологии, тематики, целевого и читательского назначения, классификации периодических изданий.

Историческое развитие периодических изданий можно проследить в работах Г. Л. Капустиной [12], А. Ю. Сергеевой [30].

Типологию периодических изданий по различным параметрам рассматривают в своих работах Н. С. Азизбекова [1], В. Е. Бирюков [2], Е. А. Войтик [5], О. А. Грищенко [7], Г. Л. Капустина [12], Е. В. Комарова [14], Т. Е. Мурзагалиева [19], А. Ю. Сергеева [30], В. В. Тулупов [33–34]. Изучение данных работ позволило нам рассмотреть теоретический и практический аспекты развития периодических изданий, в том числе в исторической ретроспективе.

Работы С.С. Ярцевой [35–37], М. В. Морозовой [18], Л. Е. Кройчик [15] посвящены рассмотрению жанров статей периодических изданий.

Благодаря данным статьям была охарактеризована тематическая структура и жанры публикаций журнала «Cosmopolitan».

Вышеназванные публикации стали *теоретической* основой данного исследования, в различной степени раскрывающие тему исследования.

*Нормативная* основа исследования: Федеральный закон «О средствах массовой информации» [20], ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» [6]. В данных документах даны определения термина «периодическое издание».

*Объект* исследования выпускной квалификационной работы: формирование и функционирование системы периодической печати.

*Предмет* исследования: характеристика процессов подготовки и выпуска периодического издания.

*Цель* исследования: определение специфики редакторской подготовки журнала.

*Задачи* исследования:

- рассмотреть периодическое издание в историческом аспекте, определить его понятие, особенности;
- выявить читательский адрес и целевое назначение периодических изданий;
- охарактеризовать особенности редакторской подготовки периодического издания;
- рассмотреть историю создания журнала «Cosmopolitan»;
- охарактеризовать тематическую структуру и выявить основные жанры публикаций журнала «Cosmopolitan»;
- проанализировать особенности художественно-технического оформления журнала.

*Методологическая* основа исследования: при исследовании использовалась совокупность общенаучных и специальных методов. К общенаучным методам, использованным в ходе написания исследования относится, во-первых, метод описания, во-вторых, был применен аналитиче-

ский метод, с помощью которого были исследованы теоретические источники и журнал; в-третьих, был применен и метод классификации жанров публикаций в исследуемом журнале. К специальным методам относится метод контент-анализа, с помощью которого были исследован журнал «Cosmopolitan».

*Эмпирическая* основа: журнал «Cosmopolitan» за 2014–2018 гг., а также материалы сайта журнала.

*Теоретическая* значимость исследования: определено и уточнено понятие «периодическое издание».

*Практическая* значимость исследования. Результаты исследования могут быть использованы студентами высших учебных заведений по курсу «Издательское дело» для подготовки к семинарским занятиям.

*Структура работы:* Работа состоит из введения, двух глав, списка используемой литературы, заключения. Во введении раскрывается актуальность, степень изученности тематики, объект, предмет, цели, задачи исследования, его методологическая и эмпирическая база, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе дано понятие и приведена история развития периодического издания, выделены их особенности и отличия от непериодических изданий. Также рассмотрено целевое назначение и читательский адрес периодических изданий, вопросы редакторской подготовки периодических изданий.

Вторая глава посвящена анализу специфики редакторской подготовки журнала «Cosmopolitan»: рассмотрена краткая история создания женского журнала, приведена характеристика тематической структуры издания и проанализированы жанры публикаций, выявлены особенности художественно-технического оформления данного журнала.

Заключение содержит выводы по работе, отражающие степень решения исследовательских задач. Список использованной литературы включает 37 библиографических описаний.

# ГЛАВА 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРИОДИЧЕКСИХ ИЗДАНИЙ

## 1.1. Периодическое издание: понятие, история, особенности

Издания разнообразны и различаются не только визуально, но и типологически. Периодические печатные издания – это один из самых популярных средств массовой информации, главной отличительной особенностью которых является регулярность из выхода.

Периодическое издание относится к сериальным, выходит через определенные промежутки времени, имеет чаще всего постоянное число номеров (выпусков), которые по содержанию не повторяются, оформлены однотипно, пронумерованы и (или) датированы, имеют одинаковое заглавие [6].

В законе «О средствах массовой информации» периодическое печатное издание определено как газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, которое имеет постоянное название, текущий номер и публикуется не реже одного раза в год [20].

Среди периодических и продолжающихся изданий различают такие виды, как газета, журнал, бюллетень, календарь, экспресс-информация и реферативный сборник, которые в свою очередь подразделяются на подвиды [6].

Характерные и главные черты периодики – это целевое назначение, структура издания и материальная конструкция, объем, наличие официальной регистрации. Именно эти черты определяют особенности периодического издания и его форму.

Рассуждая об этом направлении классификации периодических печатных изданий, иногда используют термин жанр. Жанр устанавливается на этапе регистрации, когда учредители получают разрешение на его издание.

Среди видов периодических печатных изданий самый распространенный и популярный – это газеты. Это издание, которое выпускается на

нескольких печатных листах через строго определенные короткие промежутки времени. Как правило, газеты бывают ежедневными и еженедельными. Они содержат актуальную информацию, публикуют информационные и аналитические материалы, а также публицистические, научно-популярные, литературно-художественные статьи, рисунки, фотографии, карикатуры, коллажи.

Сами газеты подразделяются на несколько видов. Это общеполитические газеты, в которых освещаются вопросы внешней и внутренней политики государства, международные события, такие издания рассчитаны на самый широкий круг читателей.

Бывают и специализированные газеты, которые освещают только отдельные области общественной жизни, техники, науки, культуры или других отраслей. Они направлены на конкретную, достаточно узкую аудиторию.

Еще один популярный вид периодических печатных изданий – это журналы. Они отличаются, в первую очередь, по своей материальной конструкции, представляя собой издание в виде блока печатных листов, скрепленных в корешке. В журналах печатаются статьи, рефераты, исследования, различные художественные произведения и изобразительные материалы. Как правило, в журналах существуют рубрики, они выходят через определенный промежуток времени (раз в неделю, месяц или несколько раз в год) [25].

По состоянию на 31 декабря 2017 года число зарегистрированных в Российской Федерации журналов составило 28508 наименований, что почти на 29% больше количества зарегистрированных газет, следует из данных Роскомнадзора. Кроме того, в стране издаётся ещё 1615 сборников и 842 альманаха. В настоящее время журналы активно развивают свои сайты, привлекают туда рекламу, создают читательские сообщества в социальных сетях, осваивают мессенджеры, мобильные коммуникации, элек-

тронную подписку, организуют интернет-продажи модных товаров и аксессуаров, проводят мероприятия и пр. [26, с. 66].

Бюллетень – это периодическое издание, специфика которого отличается тем, что в нем содержится информация исключительно официального характера. С помощью бюллетеня организация информирует окружающих о своей деятельности.

Чаще всего бюллетени бывают:

- справочными (они содержат справочные материалы, которые расположены в порядке, удобном для поиска, например, алфавитном);
- рекламные содержат сведения о конкретных мероприятиях, услугах или изделиях с целью их рекламы и создания повышенного спроса;
- бюллетень-хроника включает в себя сообщения о работе издающего его учреждения.

Еще одно распространенное издание периодики – календарь, хотя, чаще всего, он выпускается только раз в год. Это справочник, в котором представлен последовательный перечень дней, недель и месяцев, а также поданы сведения, связанные конкретными датами или информация научно-популярного и справочного характера.

Реферативный сборник и экспресс-информация относятся к реферативным изданиям. Реферативный сборник – это периодическое или продолжающееся реферативное издание, которое выходит в виде сборника. Экспресс-информация представляет собой оперативное периодическое реферативное издание, которое включает в себя расширенные и сводные рефераты самых актуальных опубликованных или неопубликованных материалов, документов [25].

Одно из самых популярных периодических печатных изданий – газета. Их историческими предшественниками считаются новостные сообщения, которые распространяли в Древнем Риме о событиях, произошедших в городе. Это были свитки, которые переписывались от руки, а затем

вывешивались на крупных площадях или доставлялись первым лицам города. Это могли быть и деревянные дощечки, на которых фиксировалась хроника произошедших событий. Новости излагались в неофициальном виде.

Первой на планете печатной газетой стал "Столичный вестник", который начал издаваться в Китае в VIII веке. В нем публиковались указы императора, информация о важных событиях. Газеты печатались с досок, на которых вырезали иероглифы, а после покрывали их тушью и делали оттиски.

Настоящей революцией в выпуске периодических изданий стало изобретение немцем Иоганном Гуттенбергом печатного пресса, которое произошло в 1450-х годах. Он позволял размножать тексты и изображения, не пользуясь услугами переписчиков. С помощью печатного пресса Гуттенберга текст или иллюстрация переносились на бумагу или любой другой материал посредством красочной печатной формы.

В нынешнем виде газеты стали появляться с XVI века. Тогда появилось и само слово "газета", именно так называлась мелкая итальянская монета, которую платили за листок новостей в Венеции. Принято считать, что именно здесь появилось первое в мире информационное агентство, возникла профессия журналиста, который занимался поиском информации и написанием новостей.

Весьма похожей на современные газеты было французское издание LaGazette, которое издавалось с 1631 года. Его тираж превышал тысячу экземпляров, при этом политическое влияние было настолько велико, что некоторые материалы для газеты писал сам король Франции Людовик XIII и кардинал Ришелье.

LaGazette имело большое значение для развития этого типа СМИ, так как в ней впервые стала публиковаться платная реклама. Вскоре платные объявления стали публиковать в английской печати, а король Карл II даже поместил объявление о пропаже любимой собаки. Спустя примерно

50 лет Даниэль Дефо положил начало политической журналистике, начав работать в еженедельнике "Обозрение государственных дел".

Считается, что периодическая печать зародилась в Европе в 1605 году. Именно тогда первая газета открылась в Страсбурге. Ее редактором стал типограф Иоганн Каролус, который до этого выпускал рукописные газеты. Первая сохранившаяся до наших дней газета датируется январем 1609 года. Она называлась Aviso и выпускалась в Вольфенбюттеле. В ней печатались новости Рима, Антверпена, Вены, Праги, Кельна.

Большую роль в развитии печати сыграли немецкие газеты. Интересно, что расположение новостного материала зависело не от важности события, а от дня, когда информация поступила в редакцию, поэтому на первой полосе всегда печатали самые свежие новости, хоть они не всегда были самыми важными.

Сами новости практически никогда не комментировались, подавались без рубрик и, по сути, без какого-нибудь порядка, например, политические события шли рядом со слухами и недостоверными сенсациями.

В середине XVII века в Германии появились немецкие газеты, чуть позже издание с такой же периодичностью начали выходить во Франции и Англии.

Первые газеты в Америке появились только в 1690 году. В Бостоне вышел номер издания "Паблик оккеренсиз". В издании содержалось большое количество нападок на индейцев, которые воевали на стороне англичан против французов. Газета целиком отражала интересы и представления о мире ее издателя Бенджамина Харриса, который до этого выпускал в Англии "желтую" газету, состоявшую из низкосортных сенсаций и сплетен.

Все закончилось, когда его отправили в тюрьму после провокационной заметке о вымышленном католическом заговоре против англичан. Выйдя на свободу, он был вынужден эмигрировать в Америку.

Против этой газеты незамедлительно выступили власти Массачусетса, так что издание сразу было закрыто. Следующая газета в колониях появилась спустя только 14 лет.

Настоящий газетный бум в мире начался в XIX веке. Газеты стали центрами общественной и политической жизни в большинстве европейских стран. В XX столетии периодическая печать успешно развивалась, видоизменяясь в связи с появлением электронных СМИ (радио и телевидения). Осознав невозможность конкурировать в оперативности с ними, газеты стали делать основную ставку на подробном анализе событий, сборе комментариев, приложениях, которые содержали местные новости и объявления.

В конце XX века большая часть объявлений ушла в интернет, газеты во всем мире стали переживать кризис. Многие перешли на таблоидный формат, который позволял экономить бумагу, привлекая при этом молодых читателей эмоциональными, короткими и яркими материалами. А ведь именно молодежь до этого на протяжении многих лет оставалась не охваченной консервативными изданиями. Но даже формат таблоида не стал панацеей для большинства газет, так как не всегда приносил желаемый экономический эффект. Сейчас большинство газет находятся в поиске новых форм привлечения рекламодателей и читателей, пытаются максимально оригинально подавать материалы.

В XXI веке издается единственная на планете рукописная газета, она называется "Мусальман". Ее выпускают в Индии на языке урду. В штате редакции шесть сотрудников, четыре из которых каллиграфы. Ее образец размножают при помощи печатного пресса. Газета выходит в свет в индийском городе Ченнаи, начиная с 1927 года. В газете четыре полосы, первая посвящена международным и государственным новостям, еще две – местным, а последняя – спорту.

Инициатором появления первой публичной газеты в России стал Петр I. Указ об этом российский правитель подписал в конце 1702 года.

Начиная с 13 января 1703 года относительно регулярно начала выходить первая русская газета, которая называлась "Ведомости".

Она печаталась то в Москве, то в Санкт-Петербурге. Сначала церковнославянским, а потом преимущественно гражданским шрифтом. Ее первым редактором был Федор Поликарпович Поликарпов-Орлов, который руководил московским Печатным двором, он же писал и большинство материалов для газеты. Среди первых литературных сотрудников этого первого периодического печатного издания в стране нужно отметить Якова Синявича и Бориса Волкова.

При этом стоит признать, что "Ведомости" выходили нерегулярно, их тираж колебался от 150 до четырех тысяч экземпляров.

В современной России самым распространенным и популярным печатным изданием остается газета. Всего в стране зарегистрировано почти 27,5 тысячи таких изданий. Однако постоянно издаются только 14 тысяч из них.

При этом совокупная аудитория ежедневных газет остается относительно большой – около 6,5 миллиона человек, а еженедельных изданий – около 14 миллионов читателей.

В последние годы повышается популярность журналов. Их аудитория составляет более 36 миллионов человек, наибольшей популярностью пользуются телегиды, модные издания и женские журналы [23].

## 1.2. Целевое назначение и читательский адрес периодических изданий

Базовой классификацией любых изданий является классификация их по целевому назначению в связи с тем, что именно от целевого назначения издания может зависеть его читательский адрес, а также условия пользования им (например, частота и длительность пользования). А от целевого и читательского назначения одновременно зависят такие характеристики, как размер шрифта, формат, оформление издания, покрытие,

структура текста и специфика его компоновки, набор элементов аппарата издания и т. д. [17, с. 7].

ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» выделяет 13 видов изданий по целевому назначению.

По целевому назначению издания бывают научные, научно-популярные, справочные, учебные, производственно-практические, официальные (законы, указы), литературно-художественные, нормативные производственно-практические, массово-политические, духовно-просветительные, для досуга, информационные и рекламные [6].

В целом следует отметить, что данная классификация является исчерпывающей, то есть любое издание, в том числе периодическое, так или иначе подпадает под один или несколько показателей.

Такие признаки, как целевое значение, характер информации (тематическую направленность), читательский адрес, организационные и материально-технические возможности оказывают существенное влияние на название, художественное оформление и периодичность выпуска изданий.

Рассмотрим целевое назначение периодических изданий на примере журналов.

В практике отечественной издательской деятельности журналы подразделяют на такие виды:

- общественно-политические журналы,
- производственно-практические журналы,
- популярные журналы,
- научные журналы,
- научно-популярные журналы,
- литературно-художественные журналы,
- реферативные журналы.

В общественно-политических журналах, предназначенных для массовой аудитории, публикуются статьи и различные материалы по акту-

альным общественно-политическим темам широкой направленности. В таком журнале могут печататься произведения сатирического и юмористического содержания, отраслевая и научно-популярная информация [25].

Примеры общественно-политических журналов: «Мир и политика» (журнал о главных международных событиях и людях), «Итоги» (еженедельный), «Российская Федерация сегодня» (ежемесячный) [29].

Научно-популярные журналы включают материалы и статьи по основам разнообразных наук, о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях в различных сферах деятельности человека (культура, наука, практика), информацию развлекательного, практического, и литературно-художественного характера. Такие журналы рассчитаны на широкую читательскую аудиторию. Функциональное назначение научно-популярных журналов – распространение знаний, расширение читательского кругозора, формирование научного мировоззрения, популяризация культуры, науки, техники и искусства, помощь в самообразовании [25].

В отраслевом докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития» за 2017 год самыми рейтинговыми у аудитории являются такие научно-популярные журналы:

- «Вокруг света» (публикует новые взгляды на известные исторические события, рассказы о знаменитых людях и их судьбах, информацию о научных и географических открытиях и технических достижения) (третье место в Топ-20 ежемесячных журналов по аудитории одного номера в 2017 году);
- National Geographic Россия (о географии и путешествиях) (шестое место в Топ-20 в 2017 году);
- Здоровье (о здоровье человека и способах его сохранения) (восьмое место в Топ-20 в 2017 году);

- Discovery (о путешествиях и экспедициях в разные уголки планеты, об исследованиях и открытиях, современных достижениях науки и развитии вселенной, о традициях и культурном наследии народов мира) (15 место в Топ-20);
- Популярная механика (20 место) [26, с. 71].

Популярные журналы близки по содержанию к научно-популярным и тоже рассчитана на массового читателя. В них печатается информация и статьи по вопросам спорта, культуры, досуга, быта. Популярные журналы очень разнообразны по художественному оформлению, которое рассчитано на привлечение большего числа читателей и на возможность практического применения (например, в журналах моды размещаются выкройки, пробники парфюмерии, кремов, шампуней). Примером могут служить журналы для досуга, которые публикуют статьи пообустройству быта, разнообразным хобби, видам самодеятельного творчества, материалы о знаменитостях, о кино, литературе и др. [25].

В отраслевом докладе «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития» в Топ-20 ежемесячных журналов по аудитории одного номера в 2017 году вошли такие популярные журналы: Cosmopolitan (2 место), Караван историй (4 место), Люблю готовить! (5 место), Burda (9 место), Любимая дача (11 место), Домашний очаг (13 место), Коллекция Караван историй (14 место), Glamour (17 место), Идеи вашего дома (19 место) [26, с. 71].

Литературно-художественные журналы (так называемые «толстые» журналы) остались практически единственными изданиями, которые ориентируются исключительно на художественную и интеллектуальную состоятельность текста. В них основное место занимают произведения художественной литературы разнообразных жанров, статьи публицистического и критического характера.

Именно благодаря литературно-художественным журналам сохраняются в настоящее время такие жанры как развернутая рецензия, обзорная статья, подборка стихотворений, подборка рассказов или эссе.

Примеры литературно-художественных журналов: «Дружба народов» (ежемесячный журнал, публикует новые произведения писателей и поэтов РФ, стран ближнего и дальнего зарубежья; очерки и эссе по актуальным проблемам современности; литературные обзоры и статьи критической направленности), «Звезда» (выходит ежемесячно, публикует произведения, статьи о деятелях культуры, исторических событиях), «Знамя» (ежемесячный журнал), «Иностранная литература» (ежемесячный, публикует новинки зарубежной литературы в переводе на русский язык) [31].

Вышеописанные виды массовых журналов можно классифицировать не только по разнообразию массового читателя, но и по региональному, национальному, ведомственному признакам, по издающей организации.

Круг специальных журналов также весьма обширен. Кроме термина «специальный» журнал, используются также понятия «отраслевой» и «профессиональный». Целевое назначение специальных журналов – распространение специальной, деловой информации. Такие журналы способствуют научной коммуникации среди специалистов в интересах их общей профессиональной деятельности.

В научных журналах, рассчитанных на научных работников, публикуются статьи по теоретическим исследованиям, материалы прикладного характера. Хотя читателями научных журналов могут являться и специалисты в сфере конструирования и разработки техники, технологи, инженеры.

По целевому назначению научные журналы подразделяются на научно-теоретические (публикуют новейшие достижения фундаментальных и отраслевых (прикладных) наук), научно-практические и научно-технические.

Читательская аудитория научно-теоретических журналов – научные работники, преподаватели вузов, специалисты высшей квалификации.

К научно-теоретическим журналам относятся, например, журнал «Вопросы философии», «Вопросы языкознания», «Государство и право» (Российская академия наук).

В научно-практических журналах публикуются теоретические статьи прикладного характера, производственная информация, практические материалы, методические рекомендации. Такие журналы рассчитаны на специалистов, которые в своей профессиональной деятельности опираются на практический опыт, результаты научных разработок, которые можно внедрить в практику работы специалиста. Пример такого издания, журнал «Библиотековедение» (о библиотечном и книжном деле в пространстве информационной культуры).

Научно-практические журналы помогают специалистам разных профессий в решении практических задач, оказываю помощь в повышении их квалификации.

Научно-технические журналы предназначены для связи науки с техникой (обоснование, разработка, внедрение). Примеры: «Электронные компоненты и системы», «Ракетно-космическое приборостроение и информационные системы» [25].

В реферативных журналах публикуются в систематизированном виде рефераты изданий и документов по определенной отрасли, предмету, проблеме. Реферативные журналы в обязательном порядке содержат предметный, авторский и другие виды вспомогательных указателей.

Реферативные журналы являются средством текущего оповещения специалистов о новой научно-технической литературе, публикуемой в России и за рубежом.

В нашей стране реферативные журналы по различным предметам и темам выпускает, например, Всероссийский институт научной и технической информации Российской академии наук [4].

В производственно-практических журналах публикуются статьи и информация по технике и технологии, по экономике, по организации производства или практической деятельности, разработки методического характера. Читательская аудитория таких журналов – специалисты определенной отрасли [6].

Таким образом, диапазон видов журнальных периодических изданий широк и разнообразен от массового журнала до журнала специального, рассчитанного на профессионалов [25].

Читательский адрес является вторым базовым параметром, применяемым при характеристике периодических изданий. Он имеет очень широкий диапазон и зависит от многих факторов, например, от уровня образования читателя, его возраста, профессии, эрудиции, личных интересов, хобби, пола и т.п.

Целевое назначение периодического издания предполагает выход на конкретные читательские аудитории. Для некоторых периодических изданий – это массовый читатель, которым не нужна информация профессионального характера; для других периодических изданий – круг основных категорий читателей будет определяться ведомственным, политическим, социальным профилем периодического издания. Читателями специальным периодических изданий являются специалисты в определенной сфере деятельности [25].

Читательский адрес иногда очень тесно связан с целевым назначением. К примеру, читательский адрес учебной периодики из-за ее целевого назначения (цель – обучение) уточняется по возрасту и ступени образования, где возраст определяет психические и психологические способности к обучению. К тому же читательский адрес учебной периодики может быть конкретизирован целями и формой обучения: в высших учебных заведениях учебный журнал, например, по политологии может быть адресован студентам, обучающимся по специальности «Политология» или же наоборот, студентам не политологам, студентам очной формы

обучения или студентам заочной формы обучения. Цели и формы обучения данных читательских аудиторий различны, поэтому и учебный материал в журнале будет подобран по-разному. Также и научные периодические издания уже в силу своего целевого назначения (способствовать научной коммуникации) ориентированы на узкую аудиторию специалистов в данной научной области и (или) специалистов-смежников.

Иногда читательский адрес периодического издания бывает не связан с целевым назначением. Например, читательский адрес досуговой, информационной, рекламной, справочной, литературно-художественной периодики возможно конкретизировать по любому параметру или же комплексу параметров: пол, возраст, профессия, уровень образования, национальность, уровень доходов, принадлежность к определенной религии, социальный статус, хобби и т. д. При проектировании периодических изданий такого рода крайне важны исследования аудитории и адекватная конкретизация читательского адреса [17, с. 17–18].

Огромное количество видов изданий по читательскому адресу стандартизировать невозможно, в связи с чем в ГОСТ 7.60-2003 выделено только несколько основных видов, которые отражают отдельные аспекты.

В зависимости от читательского адреса можно выделить массовое периодическое издание для широкого круга читателей, популярное периодическое издание, периодическое издание для детей и юношества, периодическое издание для слепых и слабовидящих, периодическое корпоративное издание, элитарное периодическое издание.

Массовое периодическое издание рассчитано на широкий круг читателей, популярное периодическое издание удовлетворяет непрофессиональные интересы широких кругов читателей по одной или нескольким областям знания; периодическое издание для детей и юношества включает художественные произведения для детей, материал познавательного характера, имеет яркое художественное и полиграфическое оформление и предназначено для читателей до 17 лет. Периодическое издание для сле-

пых предназначено для слепых и выполнено брайлевским шрифтом, либо крупным шрифтом с рельефными иллюстрациями, либо изданное для звукового воспроизведения. Корпоративное периодическое издание предназначено для чтения сотрудников конкретной организации, а элитарное периодическое издание предназначено узкому кругу ценителей [6].

### 1.3. Редакторская подготовка периодического издания

В редакциях периодических изданий над журналом или газетой обычно работает большое количество сотрудников: главный редактор, его заместитель, ответственный секретарь, журналисты, корректоры, художники, фотографы, сотрудники других специализированных отделов. Структура тематических отделов редакции определяется профилем, целевым назначением, читательским адресом и другими характеристиками издаваемого периодического издания.

Выпуск периодического издания в редакции планируется заранее на длительный период в перспективном тематическом плане. В данном документе как правило указываются главные темы публикаций на весь последующий год. К примеру, в каждом номере журнального издания желательно публиковать статьи по каждой его рубрике. При планировании всегда учитываются актуальные темы, материал не должен быть повторным.

Значительная роль в реализации перспективного тематического плана периодического издания отводится редакторам. За каждым редактором закрепляется конкретный тематический раздел периодического издания, в котором редактор располагает и редактирует материал. При этом редактор должен налаживать и поддерживать творческие контакты с авторами, чтобы успешно решать редакционно-издательские задачи.

Главный редактор по согласованию с издателем определяет тираж периодического издания, руководит процессом подготовки и издания. У него могут быть заместители [32].

Ответственный секретарь редакции периодического издания выполняет следующие функции:

- организация работы редакции;
- контроль выполнения тематических планов редакции;
- координация действий редакционных отделов;
- руководство деятельностью сотрудников по конструированию номера периодического издания;
- осуществление контактов с полиграфической базой;
- знакомство с поступившими в редакцию новыми материалами.

Одну из важнейших ролей при подготовке и публикации периодического издания играет редакционная коллегия. В ее состав входят главный редактор (председатель редколлегии), заместители главного редактора, ответственный секретарь, ведущие редакторы, а также представители учредителя, издателя, государственных и общественных организаций, ведущие научные работники и ведущие специалисты в той сфере, к которой относится и профиль периодическое издание.

Главные задачи редколлегии следующие:

- обеспечение соответствия издания его тематике;
- определение содержания каждого номера, отслеживание его соответствия профилю периодического издания;
- обеспечение высокого качества составляющих периодическое издание материалов, их актуальность;
- формирование редакционного портфеля.

Редактор журнала, как правило, работает с уже поступившим материалом, заказанным (на основе личного общения с автором по телефону, письмом) или пришедшим самотеком. В первом случае автору заранее обозначается тема, ее направленность, высказываются пожелания редакции о желательном раскрытии тех или иных аспектов, проблем. Статьи,

пришедшие без предварительной договоренности, отражают личную инициативу авторов.

Редакция ведет картотеку авторов, где собраны необходимые сведения о них и, в частности, бывает указано тематическое направление (круг вопросов), по которому специализируется каждый автор.

После приема авторского оригинала он должен получить редакторскую оценку, что делается в возможно короткий срок, но не более чем в течение трех месяцев со дня поступления его в редакцию.

Процесс подготовки одобренных авторских оригиналов к сдаче в производство включает:

- редактирование текста и иллюстраций;
- полную или частичную перепечатку отредактированного материала, считку, вычитку (с соответствующей подготовкой – изготовление дубликатов, нумерацию страниц, проверку соответствия иллюстраций подлинникам).

Затем идет работа над корректурными оттисками.

Отредактированный, проверенный, перепечатанный и считанный текст, а также оригиналы иллюстраций передаются ответственному за выпуск номера (выпускающему редактору). Выпускающий редактор проверяет комплектность номера, логическую последовательность разделов и рубрик, наличие всех необходимых на этапе до сдачи в производство элементов аппарата (аннотаций, индексов УДК при статьях, сведений об авторах и т.д.) [32].

Считанный и пронумерованный издательский оригинал журнала передается на чтение редактору, ведущему номер (заместителю главного редактора), с визой которого поступает на вычитку. Вопросы по вычитке снимает редактор, готовивший материал по соответствующему разделу. Он проверяет целесообразность внесенных изменений, уточняет отдельные факты, вносит стилистическую правку. Подготовленные материалы

прочитываются редактором, ведущим номер (заместителем главного редактора), и передаются ответственному за выпуск.

Полностью подготовленный и скомплектованный номер передается на чтение главному редактору (если заместитель уже участвовал в процессе подготовки), с визой которого «в набор» передается ответственному секретарю или сотруднику, выполняющему его функции, который направляет номер в производство.

Реакционно-издательский процесс с применением оригинал-макета включает в себя, кроме перечисленных этапов, техническую разметку для печати оригинал-макета, печатание оригинал-макета в необходимом количестве экземпляров, подготовку иллюстраций для изготовления клише или иных печатных форм, корректурный процесс, подписание вычитанного и исправленного оригинала-макета номера к набору и печати, обработку оригинала-макета художественным и техническим редакторами, подготовку спецификаций, проверку оригинала-макета на соответствие требованиям стандартов и технических условий, после чего осуществляется его передача типографии для полиграфического исполнения.

Корректурные оттиски, чистые листы и сигнальный экземпляр поступают в редакцию в установленные сроки.

Корректурные оттиски и пробные репродукционные оттиски, передаваемые из типографии на чтение и проверку в редакцию, проверяются на комплектность, качество и соответствие их требованиям основных документов, устанавливающих взаимоотношения с типографией.

Корректор и редактор, ведущий материал раздела, приводят набранный текст оттисков в полное соответствие с текстом оригинала и указаниями по художественно-техническому оформлению полос. Редактор отдела, ведущий номер (заместитель главного редактора), читает корректурные оттиски, анализирует исправления корректора, редактора и автора, просматривает расположение иллюстраций и таблиц, оценивает качество полиграфического воспроизведения оригинала.

Направленный в типографию рабочий экземпляр должен быть подписан: корректором, редактором (только полосы набора, которые он ведет), редактором номера (полосы соответствующих разделов). Главный редактор (его заместитель или ответственный секретарь) и главный художник (или художественный редактор) ставят подписи на титульном листе номера.

Номер в печать и на выпуск в свет подписывает главный редактор периодического издания.

Работа, осуществляемая редактором периодического издания на этапе подготовки материалов к публикации, составляет только часть его функциональных обязанностей. Значительное место в его работе занимают и творческие процессы, которые связаны с редактированием материалов и статей.

Основным методом, который применяет редактор при подготовке статьи к опубликованию, является редакторский анализ. При помощи данного метода редактор проводит всестороннюю оценку рукописного материала, выявляет, затем устраняет недочеты и готовит рукопись к публикации [32].

При редактировании статьи редактор оценивает выбор темы, определяет уровень ее разработки и осуществляет литературную обработку. Они как раз и являются тремя составляющими редакторского анализа, тесно взаимосвязаны.

При оценке выбора темы редактор обращает внимание на ее актуальность, учитывая при этом значимость, оригинальность и новизну, а также соответствие профилю периодического издания.

От редактора требуется также оценить новизну, достоверность и истинность фактического материала. При этом факты должны пониматься не только как исходные элементы содержания, взятые за основу для рассуждений и объяснений, но и как аргументы, как результаты исследования. Следовательно, они должны быть обоснованы и доказаны.

Ввиду многообразия информации, представляемой в статьях, от редактора требуется, чтобы он дифференцированно подходил к ее оценке.

Основные задачи, решаемые редактором при работе над фактическим материалом, следующие:

1) оценка фактов с позиций соответствия их методологическим требованиям (факты должны представлять собой определенную, достаточно представительную совокупность, взяты в целом во взаимосвязях и развитии);

2) анализ и оценка оптимальности числа однородных фактов и их ранжирования в соответствии с «весовой» значимостью;

3) оценка точности и достоверности фактов;

4) оценка новизны.

Перечисленные задачи решаются редактором и при работе над статьями информационного жанра. Другое дело, что в информационной статье делаются иные акценты на использование фактического материала: факты выполняют главным образом информативные функции. Анализируя и оценивая информационную статью с фактической стороны, редактор устанавливает, достаточно ли приводимых фактов, чтобы можно было составить ясное и полное представление об описываемом событии, явлении, предмете; могут ли они убедить читателя своей наглядностью, яркостью, правдивостью; насколько они доступны для восприятия; будут ли они воздействовать на сознание или на чувства читателя.

Наряду с общими практически для любого текста сведениями, которые могут быть носителями фактических ошибок, такими как даты, фамилии и имена, различного рода названия, единицы величин и их числовые значения, различные ссылки и т.п., статьи могут иметь ошибки, скрытые в авторских формулировках, рассуждениях, обоснованиях, исходных посылках, тезисах и т.д. Ошибок в опубликованных статьях можно избежать, если редактор проявит должную бдительность, усердие и принци-

пиальность в процессе анализа и оценки рукописи и проведет необходимые проверки фактического материала.

Основными приемами при решении данной задачи могут быть проверка фактов по источникам, проведение расчетов, использование мнения компетентных специалистов (рецензентов). Возможны также такие приемы, как соотнесение фактов, присутствующих в статье, с другими аналогичными фактами, известными из других источников; сопоставление и идентификация фактов, приводимых в различных структурных элементах текста и в нетекстовых элементах (таблицах, формулах, под иллюстрациями).

При проверке фактического материала нужно также обращать внимание на используемые в текстах аббревиатуры и акронимы. Оценивая их, редактор следит за тем, насколько ясен смысл сокращений с учетом контекста и не затрудняют ли они понимание содержания.

Особой формой фактического материала являются цитаты. Перед редактором статьи, особенно обзорной, обычно не стоит вопрос об их принципиальной необходимости [32].

Во всех случаях число используемых цитат должно быть оптимальным. От редактора требуется установить, уместно ли их применение в конкретном контексте, нет ли в них искажений смысла цитируемого источника.

Основным в редакторской проверке цитируемого материала является установление его содержательного и формального (пословного и побуквенного) соответствия первоисточнику, а также наличия ссылок и их точности.

Все сказанное подводит к пониманию того, что анализ и оценка уровня разработки темы, включающие анализ и оценку содержания и, в частности, фактического материала, неразрывно связаны с работой редактора над структурой статьи, иными словами - над ее построением, или композицией.

Построение статьи должно отвечать ряду требований. Оно должно прежде всего обеспечить выполнение статьей ее целевого назначения и доступное и точное восприятие содержащейся информации читателем.

При рассмотрении композиции статьи ее целесообразно подразделять на составные части – основную, вводную и заключительную. Одна из главных задач сводится естественно к оценке построения основной части. Важно также оценить рубрикацию статьи, включая систему и взаимоподчиненность заголовков рубрик (разделов, параграфов).

Оценивая композицию, учитывают структурные особенности текстов: повествовательных, описательных и построенных на рассуждениях. При оценке повествований и описаний обращают главное внимание на то, насколько удачно выделены узловые факты, ясна ли их сущность, выдерживается ли необходимая последовательность изложения, понятна ли связь одного явления с другим.

При разборе рассуждений делают упор на структурную зависимость между их посылками и выводами. Если в рассуждении что-то доказывается, проверяют истинность значения аргументов. В описательных и повествовательных текстах решающее значение имеет проверка фактического материала составных частей, в рассуждениях – оценка того, вытекают ли одни суждения из других [32].

От редактора требуется оценить и соответствие структуры жанровым особенностям статьи. Важно в ходе редакторского анализа выявить, насколько полно реализованы в структуре авторский потенциал, его творческая индивидуальность.

Методику редакторского анализа определяет то, насколько точно структура статьи соответствует ее содержательной задаче. Поэтому основными критериями редакторской оценки структуры являются принципы целостности, системности, соразмерности и связанности изложения содержания.

Работая над структурой статьи, редактор вынужден предлагать автору вносить изменения в последовательность изложения материала, в соотношение отдельных фрагментов. При правке важно учитывать тип текста. Так, описательный тип изложения допускает перестановку частей текста без ущерба для содержания. В тексте повествовательного характера можно делать перестановки только при условии сохранения хронологии в изложении. В объяснительных текстах, построенных на рассуждениях, где смысловые единицы логически не равноценны, перестановка может привести к искажению смысла произведения.

Следует подчеркнуть, что и язык, и стиль статьи, подобно тому, как и ее структура, должны способствовать быстрому отысканию читателем нужных сведений и наиболее эффективному их усвоению.

Большого внимания редактора требует оценка грамматико-стилистических средств изложения. Быстрому и адекватному восприятию информации обычно способствуют простые законченные предложения, имеющие правильную грамматическую форму. Сложные, громоздкие предложения с большим числом внутренних связей затрудняют понимание текста. Поэтому сложные предложения, как правило, целесообразно расчленить на ряд простых, сохраняя логические взаимоотношения между ними.

Большое значение с точки зрения лаконизации языка и уплотнения информации имеют различного рода средства, которые условно можно отнести к нетекстовым. Они могут быть выражены формулами, таблицами, иллюстрациями [32].

**Выводы по главе**

Периодическое издание представляет собой сериальное издание (газета, журнал, альманах, бюллетень, реферативный журнал, экспресс-информация), выходящее через определенные промежутки времени, имеющее постоянное название и постоянное число номеров (выпусков), однотипно оформленных, пронумерованных и (или) датированных.

Характерными чертами периодических изданий являются их целевое назначение, структура и материальная конструкция, объем, наличие официальной регистрации. Именно они определяют особенности периодического издания и его форму.

Периодические издания имеют длительную историю развития: впервые появились с целью обнародования указов власти и писались от руки. С появлением печатного станка периодика получила развитие во многих странах как оперативное средство оповещения о важнейших событиях.

По целевому назначению бываю общественно-политические, производственно-практические, популярные, научные, научно-популярные, литературно-художественные и реферативные журналы.

По читательскому адресу периодические издания делят на две большие группы: адресованные массовому читателю (массовые периодические издания) и для читателей, являющихся специалистами по профилю издания (специальные периодические издания).

К массовым периодическим изданиям относят научно-популярные, популярные, общественно-политические, литературно-художественные. Читателей массовой периодики объединяет то, что они не являются специалистами по отношению к содержанию журнала.

К специальным относят реферативные, научные, производственно-практические периодические издания.

Публикуются периодические издания на основании перспективного плана. В подготовке периодического издания участвует большое количество специалистов: редакторы, ответственные секретари, корректоры, журналисты, авторы, художники, дизайнеры, фотографы и т.д. При этом большая роль в подготовке периодического издания отводится редакторам.

# ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА РЕДАКТОРСКОЙ ПОДГОТОВКИ ЖУРНАЛА «COSMOPOLITAN»

## 2.1. История создания журнала

Женский журнал «Cosmopolitan» является всемирно известным и издается на 34 языках, имеет 58 международных изданий и распространяется в сотнях стран мира, в России начал издаваться с 1994 года. Американская концепция журнала для «молодых целеустремленных женщин», выработанная в 1960-е годы главным редактором Хелен Герли Браун, была перенесена на российскую почву [16, с. 163].

Журнал «Cosmopolitan» был основан в 1886 году в Нью-Йорке. Первой его компанией-издателем была фирма Schlicht&Field, позиционировавшая журнал в качестве литературы о моде для представительниц высшего общества. Новый владелец периодического издания – компания HearstMagazines – ведет свою историю с 1905 года [11].

Основателем журнала был Пауль Шлихт, который позиционировал издание как первоклассный журнал для всей семьи. В журнале изначально были рубрики, посвященные только интересам женщин: в них печатались статьи о моде и оформлении домашнего интерьера, о кулинарии, уходе за детьми. Имелись и странички для детей. Журнал «Cosmopolitan» весьма быстро приобрел популярность, его тиражи в конце XIX века достигали 25 тысяч экземпляров.

Изначально журнал был ориентирован на обеспеченные слои населения – высшее общество. Соответственно и содержание «Cosmopolitan» отвечало нравам высшего общества того времени.

В 1888 году журнал сменил владельца, соответственно изменилась и политика издания. Новый редактор ввел в журнал цветные иллюстрации, стали публиковаться рецензии на литературные новинки. В те годы в «Cosmopolitan» печаталась беллетристика для высшего общества таких авторов, как Амброуз Бирс, Эдит Вартон, Теодор Драйзер, Энни Безант, Редьярд Киплинг, Джек Лондон.

Главный редактор Джон Уолкер за пять лет поднял тираж журнала с 16 тысяч до 400 тысяч экземпляров. За счет рекламы, он стал продавать журнал ниже себестоимости.

Журнал «Cosmopolitan» периодически выступал в роли спонсора и поддерживал наиболее актуальные и интересные проекты – к примеру, автогонки. Главный редактор Джон Уолкер был поклонником автомобилизма и любыми способами вел его пропаганду на страницах журнала. В 1898 году Джон Уолкер предложил приз в 3000 долларов тому, чей автомобильный экипаж пройдет быстрее всего дистанцию длиной 25 миль между Вашингтоном и редакционным зданием «Cosmopolitan», которое находилось в центре Ирвингтона. Гонку выиграла паровая машина братьев Стенли, которым, кроме приза, Джон Уолкер предложил 250 000 долларов за их предприятие.

В 1905 году журнал «Cosmopolitan» был приобретен за 400 000 долларов Уильямом Рандолфом Херстом. При нем главным редактором стал Чарльз Эдвард Рассел, благодаря которому у журнала появился ряд особенностей. Эдвард Рассел являлся членом группы, которая боролась за гражданские права афро-американцев, и входил в Национальную Ассоциацию за права Негритянского населения (NAACP). В эти годы журнал «Cosmopolitan» стал политическим. В нем печатались злободневные материалы о положении и притеснениях негритянского населения в Северной Америке.

Красивые женщины появились на обложках журнала «Cosmopolitan» в начале XX века благодаря знаменитому в те годы иллюстратору Харрисону Фишеру, которого называли художником «американской красоты». Успешный коммерческий иллюстратор Харрисон Фишер является прототипом сегодняшних гламурных фотографов.

С этого времени обложку каждого номера журнала стала украшать прекрасная женщина. Сотрудничество Харрисона Фишера с журналом продолжалось до 1934 года.

В 1960-х годах журнал постепенно утратил свою привлекательность, читательский интерес снизился. В эти годы автор знаменитой книги «Секс и одинокая женщина» Хелен Герли Браун, предложила компании Уильяма Рандолфа Херста преобразовать издание в журнал для молодых, целеустремленных женщин. В 1965 году Хелен Браун стала главным редактором журнала «Cosmopolitan».

Хелен Герли Браун сделала журнал более демократичным, открыто начала обсуждать проблемы сексуальной жизни, стала разговаривать с женщинами как «лучшая подруга». При ней журнал «Cosmopolitan»вышел на международный рынок. Наиболее скандальной страницей в истории журнала стало появление в апреле 1972 года на его страницах обнаженного американского актера Берта Рейнольдса. В те годы он не был знаменит, но зато его обнаженное тело вызвало восторг у аудитории журнала и множество противоречивых мнений [10].

С 1994 года журнал «Cosmopolitan» стал издаваться в России, заменив журналы «Крестьянка» и «Работница» на русский аналог символа американской жизни. Это было первое женское элитарное издание в России.Если в СШАосновной аудиторией издания «для домохозяек и секретарш» были женщины, имевшие средний достаток, то в России в начале1990-х годов платить высокую цену за журнал могли только состоятельные женщины, поэтому в отличие от американского варианта, российский «Cosmopolitan» в начале своей деятельности стал элитарным изданием. Он начал пропагандировать образ жизни от Cosmo. Журнал «Cosmopolitan» настолько удовлетворял желание российской аудитории приобщиться к Западу, что ажиотаж вокруг него был логичным, а успех – заслуженным. Журнал для россиян в те годы был символом свободной западной жизни.

Особенность русского издания журнала «Cosmopolitan» заключается в том, что у него имеется два редактора – отечественный и зарубежный. Такого «дуализма» нет ни в одном другом издании журнала. Это

связано с тем, что этот журнал в свое время был первым в России глянцевым изданием международного класса. Среди российских специалистов не было тех, кто был бы знаком с «законами жанра» [21].

Сегодня женский журнал «Cosmopolitan», по данным его собственных маркетинговых исследований, считается одним из самых читаемых журналов в мире, его аудитория составляет около пяти миллионов человек. Возрастная категория аудитории определяется, в основном, как молодежная – 16–30 лет, однако, существуют также поклонницы «Cosmo» и среди более младшего и старшего возрастов женщин [13, с. 38].

Имеются определенные схемы продвижения журналов на информационный рынок. Чем более элитарен журнал, тем менее всего ему необходима адаптация: элита по менталитету и по потребительским пристрастиям, более интернациональна. И наоборот, чем ниже по рынку сдвигается журнал, тем больше его нужно адаптировать к местным условиям класса.

Так как на момент запуска в России журнал «Cosmopolitan» был единственным в своей потребительской нише, в связи с этим первый дамский глянец демонстрировал самые дорогие товары, присутствовавшие на рынке, ориентируясь на богатых читательниц[21].

Периодичность журнала «Cosmopolitan» – 12 выпусков в год. Количество полос: 250. Тираж – 700 тыс. экземпляров. Распространение – Россия. Направленность – для женщин [9].

## 2.2. Характеристика тематической структуры издания и жанры публикаций

В качестве материала для исследования был выбран русский вариант журнала «Cosmopolitan» за последние 5 лет.

Тематика журнала приведена в таблице 1.

Таблица 1

Тематика журнала «Cosmopolitan»

| **Тематические рубрики** | **Наличие** |
|---|---|
| Новости | + |
| Звезды/Люди | + |
| Еда/Питание/Рестораны | + |
| Интерьеры и дизайн | + |
| Красота и здоровье, внешность, косметика | + |
| Мода/Одежда | + |
| Общество/Отношения | + |
| Секс | + |
| Путешествия | + |
| Карьера | + |
| Казусная история, жизненная ситуация | + |
| Украшения, ювелирные изделия | + |
| Цветы | + |
| Бутики | + |
| Автомобили, яхты, самолеты | + |

В русском варианте журнала «Cosmopolitan» наиболее используемыми темами являются: жизненная ситуация, одежда, отношения, казусная история, внешность, интерьер, питание, карьера, путешествия, косметика. Причем заголовки статей необычны и интересны. Приведем примеры таких статей: тему «жизненная ситуация» раскрывают статьи «Всемирный потом»; «Врач без границ»; «Рыцари дня»; «Москва поверит»; «Как шить дальше?»; «На страсть и риск»; «Вместе невесело»; «Гуси- лидеры»; тема «одежда» затронута в статьях «Стильный чулок»; «Джинс-совет»; «В порядке обувания»; тема «отношения» в статьях «Пыл, да сплыл»; «Я спросил у «Яндекса», где моя любимая?»; «Неуловимые мстительницы»; казусная история – «Незнайка о луне»; «Чувства с юмором»;

темы «внешность», «интерьер» в статьях «Особа отличилась»; питание – «Рыбное деФИЛЕ»; «Такой, как ест»; карьера – «ПолезнАЯ с приятным»; путешествия – «Это звучит город»; «Краснодарский рай»; «Японская городовая»; косметика – «Включите цвет»; «Солнца след».

Как мы видим, названия статей весьма необычные, креативные, иногда присутствует юмор.

При анализе тематики журнала «Cosmopolitan» за последние три года выявлено, что тема «отношения» является самой популярной – 28 %, «Жизненная ситуация» – 24 %. Теме «Одежда» принадлежит 17 %. «Путешествия» составляют 14 %. Сфера отдыха популярна в России, ведь индустрия туризма – одна из самых развивающихся отраслей в данный момент. «Питание» – 6 %, одной из особенностей глянцевого журнала является публикация рецептов различных блюд, в том числе диетических, т.к. эта тема злободневна. Тема «Внешность, интерьер» не столь популярна – 4 %. 3 % принадлежит темам «Казусная история» и «Косметика». Наименее популярной является тема «Карьера» – 1 %.

Таким образом, можно утверждать, что внимание «Cosmopolitan» сфокусировано в основном на четырех основных темах.

Сексуальной жизни посвящен целый раздел журнала «Cosmopolitan» (например, рубрики «СексSex» и «Ты&Он»). К примеру, в статье «Беспредел возможностей. Любовь без границ» говорится о свободных отношениях между мужчиной и женщиной: пары рассказывают о платонической любви, о романе на расстоянии и об отношениях, где допускается половые отношения с другими партнерами (фраза «Сам по себе секс не повод для ревности»).

Журнал «Cosmopolitan» является стилеобразующим. Создан определенный собирательный образ женщины в стиле Cosmo. Она молода, независима и энергична, самостоятельно выбирает свой путь и сама добивается жизненного успеха. Девизом журнала является «Cosmo– это успех!», в связи с этим такие женские темы, как мода, любовь, красота, семья – жур-

нал рассматривает через призму успеха. Основные темы журнала: как быть красивой и модной, как завоевать лучшего мужчину.

В журнале «Cosmopolitan» статьи более или менее равномерно распределены по всему номеру. В российском варианте журнала имеется рубрика «Исповедь», где публикуются небольшие истории и рассказы, авторами которых являются читательницы «Cosmopolitan». Кроме того, на страницах журнала иногда публикуются рассказы знаменитых писательниц, таких как Людмила Петрушевская и Виктория Токарева. Причем все художественные произведения и профессионалов, и любительниц однотипны и их тематика – это любовные истории со счастливым концом. Но это соответствует общему стилю журнала.

Журнал «Cosmopolitan» обычно выносит на обложку один, максимум два «сексуальных» материала, а публикации на эту тему можно охарактеризовать как статьи из области психологии и социальных отношений.

Статьи из области карьеры пользуются большим успехом среди российских читательниц. В журнале «Cosmopolitan» появляются такие статьи, как «Связанные с общественностью. Еще раз о PR», «Тактика изящного ухода. Оставь бесперспективную работу по собственному желанию», «Осторожно: SOSслуживцы! – байки из офиса», «Работодатель или работорговец? Как не ошибиться в выборе агентства по трудоустройству».

В журнале «Cosmopolitan» почти половину страниц занимает реклама, иногда к ней имеются вложения в виде мини-образцов рекламируемых товаров: пробников помады, теней, духов, кремов, шампуней.

В «Cosmopolitan» много рекламных вкладок, имеющих чисто практическое применение. В одном номере журнала может быть около пяти тестов духов разных компаний, купоны на специальные скидки в магазинах. Также в журнале есть полоса, где даны адреса сайтов в сети Интернет – свой и тех компаний, которые представлены на страницах журнала.

На последних полосах журнала «Cosmopolitan» размещается черно-белая реклама в виде небольших объявлений, информационных сообщений о службах знакомств и салонов красоты, различные телефоны доверия для женщин. Именно эти страницы – пример того, что журнал «Cosmopolitan» сочетает в себе черты как «желтого», так и качественного издания.

На своих страницах журналы «Cosmopolitan» создает настоящий справочник элитарной жизни, в них подробно прописана социально-психологическая формула и стандартные сценарии лакшери образа жизни: что надевать, какие подарки делать, что читать и смотреть, где отдыхать, что кушать, как обставлять квартиру и т.д.

Данный журнал активно предлагает читателю символы элитарности – известные бренды, лейбл-культуры и имена преуспевающих знаменитостей, олигархов, шоу-звезд и топ-моделей.

Анализ материалов, публикуемых в журнале «Cosmopolitan» позволяет сделать вывод о том, что в данном издании находит отражение современная система ценностей – материальных, а не духовно-нравственных.

Как и любые издания масс-медиа, для привлечения внимание целевой аудитории к своему СМИ и удержания интереса читателей к нему, творческие редакторы и коллективы журналов стараются найти способы привлечения и удержания интереса к своему изданию. Одним из действенных путей является расширение жанрового диапазона публикуемых материалов. Среди их разнообразия в глянцевых журналах предпочтение отдаётся авторским рубрикам и публикациям с ярко выраженным личностным началом, авторитетным мнением авторов статей по поводу определённых фактов и событий, с их комментированием [18, с.138].

При анализе публикаций в журналах «Cosmopolitan» выявлены следующие жанры: интервью, репортаж, обзорная статья, эссе, рекламная статья, очерк, колонка редактора.

В журнале «Cosmopolitan» редакторы и издатель стремятся апеллировать к эмоциям читателей, а потому в них преобладают художественно-публицистические жанры.

Кроме большого количества очерков и множества интервью, в журнале присутствует значительное количество заметок, анонсов, писем в виде откровений, писем читателей. Иногда публикуются репортажи и журналистские расследования, которые приобретают новые черты, так как их тематика напрямую связана с жизнью женщин.

Нередкими оказываются и истории из жизни, которые можно отнести чаще не к очерку, а к жанру рассказа, так как в них появляется художественный вымысел, либо к жанру эссе, где заметное место занимает саморефлексия. Интересно и появление такого жанра как эксперимент – однако, он используется в журнале крайне редко (например, эксперимент по использованию какого-либо косметического средства и его результаты). Также в журнале «Cosmopolitan» присутствуют страницы с информацией о тех или иных продуктах и новинках товаров, что, по нашему мнению, можно отнести к жанрам комментария или рекламной статьи.

Считаем, что выбор вышеназванных жанров в журнале «Cosmopolitan» не случаен, так как издание стремится выступать в качестве советчика для молодых девушек, которые еще не приобрели жизненного опыта.

Интервью публикуется в журнале «Cosmopolitan»в виде ответов на вопросы. Чаще всего личность интервьюируемого человека преподносится читателю с новой, еще не освещенной стороны. Основная задача интервью – создать образ конкретного человека. Материал утверждается объектом беседы.

Рассмотрим портретное интервью журнала «Cosmopolitan», так как именно оно в рассматриваемом издании является одним из основных (встречается в более 80% случаев). Задача портретного интервью в журнале – не раскрыть характер собеседника, а зафиксировать то, что являет-

ся «характерным», «типичным» для успешного человека. Заголовки интервью фиксируют различные аспекты успешности: я богиня, нет светскости и т.д. В большинстве случаев в журнале «Cosmopolitan» используются подзаголовки, которые также фиксируют тематику «успеха» (например, идеальный гардероб, брак, семейный обед).

Репортаж преподносит события с точки зрения очевидца. В журнале «Cosmopolitan» часто используется имитация репортажа, которая выполняет ту же задачу, что и настоящий репортаж. Данный жанр часто содержит высказывание личной точки зрения автора публикации.

Жанр письмо читателя также весьма распространен в журнале «Cosmopolitan». Печатаются письма читателей в одноименной рубрике. В текстах таких писем ведущий дает оценку тем жизненным поступкам или качествам личности, которые фигурировали в вопросе, а также соотносит их со шкалой ценностей, принятой в данном социуме, что характеризует оценочный речевой жанр. Ведущий рубрики всегда готов повлиять на самочувствие читателей, поддержать, подбодрить их в сложных жизненных ситуациях, описываемых ими. Таким образом, можно сделать вывод, что тексты исследуемой рубрики являются гибридом нескольких жанров.

Обзорная статья содержит материал, посвященный определенному вопросу, дающий освещение этого вопроса с различных сторон. Задача – объективность и рассмотрение различных вариантов. Обзорные статьи в журнале «Cosmopolitan» посвящены вопросам моды, средствам ухода зателом.

Эссе исключает прямую речь и комментарии и тяготеет к публицистическому стилю. Обычно пишется о ком-то. Задача – создать образ человека, о котором пишется материал. Данный жанр распространен в журнале «Cosmopolitan».

Рекламная статья также весьма распространена в анализируемом издании. Она обязательно обсуждается с рекламодателем и полностью соответствует его требованиям. Чаще всего преподносится читателю как об-

зор каких-либо косметических средств, модных новинок, но при этом четко прослеживается рекомендация какого-то одного бренда, что дает нам основание относить такие статьи к рекламным.

Колонка редактора в женских журналах отличается от аналогичного жанра в политических и экономических изданиях и практически не изучена современными исследователями.

Наиболее рациональное и полное определение колонке даёт С.С. Ярцева, которая предлагает три подхода к определению колонки:

а) колонка как отдельный столбец на газетной полосе, как приём выделения материала при помощи линеек, заголовков, шрифтов;

б) колонка как авторская рубрика (авторская колонка), вмещающая в себя тексты различных жанров;

в) колонка как особый жанр, актуализирующий личное переживание автора по конкретному поводу в виде демонстрации точки зрения субъекта высказывания [35, с. 226; 36].

Считаем, что из этих трёх определений авторской колонки последнее является наиболее оптимальным и отвечающим специфике колонке редактора публицистического издания, в том числе и женского глянцевого журнала.

В журнале «Cosmopolitan» редакторские колонки публикуются под рубриками «Письмо редактора», «Письмо редактору», «От редактора», «Слово редактора».

Жанрообразующими признаками данного жанра являются предмет, метод, функция, содержание и форма.

Итак, предметом колонки является личное переживание автора по конкретному поводу. Он же является её первым жанрообразующим признаком. Проведённый анализ показал, что каждая рассмотренная нами публикация, взятая для исследования, характеризуется этим признаком, так как все авторы колонок анализируемого издания выстраивают свои материалы, основываясь на личном восприятии описываемых фактов и

ситуаций, а также опираясь на свои эмоции. Все материалы редакторов-журналистов можно условно разделить на две группы. Первую группу колонок отличает ярко выраженное авторское начало, в этих публикациях отмечаем позиции их авторов, касающихся конкретных событий или явлений. Вторую группу образуют колонки, в которых темы публикаций не характеризуются ярко выраженным личным восприятием их авторов, но всё-таки в какой-то мере оно в журналистских текстах прослеживается.

К первой выделенной нами группе относятся материалы Александры Баданиной, Полины Сохрановой (журнал «Cosmopolitan»), так как их тексты построены исключительно на основе авторской (личностной) точки зрения; в материалах этих журналистов можно проследить ход их мыслей, обнаружить их мнение по конкретному поводу.

Ещё одним немаловажным признаком колонки является выполняемая ею функция**,** или целевая установка автора, то есть то, зачем он пишет этот текст. Анализ редакторских колонок позволил утверждать, что по своим функциям материалы, опубликованные под рубриками «Письмо редактору», «Письмо редактора», «От редактора», «Слово редактора», схожи. Все авторы, чьи материалы были исследованы, стремятся заинтересовать свою аудиторию тематической направленностью номера, акцентировать внимание читателей на материалах, которые раскрывают тему всего выпуска, актуализировать проблемы, которые, на взгляд редакций журналов, являются значительными для целевой аудитории.

Методом создания колонки, по мнению С. С. Ярцевой, является образный анализ, под которым понимается «такой авторский анализ, который направлен на выявление взаимосвязей предмета, причин, следствий фактов и событий, освещаемых в публикации, оценка рассматриваемых журналистом фактов и событий, прогноз их развития и художественное обобщение» [37, с. 41]. В этом смысле колонка занимает пограничную позицию между аналитическими и художественно-публицистическими жанрами внутри традиционной классификации либо входит в группу ис-

следовательско-образных жанров по классификации Л. Е. Кройчика [15, с. 125] .

Кроме того, Л. Е. Кройчик утверждает, что колонка – это монолог публициста, предлагающего в образно-эмоциональной форме свою оценку фактов и явлений действительности. Именно такой метод, как показывает проведённый анализ, и является основой создания материалов для редакторов рассматриваемого журнала. Отмеченное даёт нам основание относить данные публикации к жанру колонки.

Анализ колонок позволил нам выделить в «Cosmopolitan» тематические блоки публикаций, а исходя из частотности публикаций на конкретные темы, определить их важность как для авторов колонок, так и для их читателей. В журнале тематических блока три: коллектив издания, взаимоотношения в нём, работа коллектива над созданием журнала.

Можно отметить, что для журнала «Cosmopolitan» главной темой являются взаимоотношения между людьми.

Тема о творческих коллективах и создании журнала создана именно для редакторских рубрик. Логично полагать, что, если редактор издания ведёт свою колонку, он должен не просто рекламировать и продвигать основную тему номера, но и рассказывать, как появились идеи его создания, и в интересной форме описывать сам творческий процесс создания подобных материалов внутри коллектива. Ведь читателям необходимо понимать, что по ту сторону журнала находятся не просто журналисты, а такие же обычные люди, которых волнует то же, что и их читательскую аудиторию. Редакторы «Cosmopolitan» гораздо чаще пишут о своих коллегах и сотрудничающих с журналом людей. Так, А. Баданина и П. Сохранова в своих материалах рассказывают об интересных случаях, забавных рабочих моментах, делятся информацией о том, как создавался журнал, как «рождались» идеи написания тех или иных публикаций и как они создавали проекты конкретных номеров журнала.

Анализ публикаций по признаку «форма журналистского произведения» привела к следующему. Этот жанрообразующий признак, как оказалось, является самым «свободным», ибо колонка не ограничена жёсткими формальными рамками и может вбирать в себя элементы разных жанров. Журналисты пользуются возможностью жанрового разнообразия при создании своих текстов, поэтому их материалы, с нашей точки зрения, оригинальны.

В журнале «Cosmopolitan» авторы колонок А. Баданина и П. Сохранова ведут свои колонки, стараясь неизменно следовать изначально заданной ими форме редакторских колонок. Но иногда они отходят от строго заданных канонов жанра, и тогда появляются публикации неканонические, но всё-таки творческие по своему характеру.

Обратим внимание на использование в данных изданиях фотографий. Вжурнале «Cosmopolitan» в редакторской колонке печатаются фотографии автора. В проанализированных выпусках журнала «Cosmopolitan» фотографию автора колонки помещают над текстом колонки.

Акцентирование на публикациях своего журнала авторы колонок делают по-разному. П. Сохранова обращает внимание читателя на те или иные публикации номера непосредственно в тексте колонки, указывая страницы их расположения. А. Баданина делает это на цветной выборке сбоку от материала. Артем Рута не заостряет внимания на конкретных публикациях, обозначая лишь тематику номера.

Сопоставим названия рубрик, в которых публикуются колонки редактора. В журнале «Cosmopolitan» Полина Сохранова всегда публиковалась под рубрикой «Слово редактора», а вот колонки Александры Баданиной иногда, видимо, с целью привлечения читательского внимания, меняли название своей рубрики: «Письмо редактору», «Письмо редактора», «От редактора».

Авторское «Я» играет большую роль в колонке редактора, так как именно благодаря ему читатель представляет себе человека, который воз-

главляет творческую команду, выпускающую этот печатный продукт. Отметим также, что журналисты «Cosmopolitan» всегда прибегают к этому методу интимизации текста.

Итак, анализ жанров публикаций показал, что жанровый состав статей в журнале «Cosmopolitan» весьма разнообразен. Именно благодаря этому весь облик издания становится завершенным, приобретает определенный единый стиль.

### 2.3. Особенности художественно-технического оформления журнала

Качество издания определяется не только содержанием, но и полиграфическим исполнением, которое во многом зависит от используемой бумаги. Особенно это касается глянцевого журнала (glossymagazine, что в переводе с английского означает "журнал, напечатанный на глянцевой бумаге"). Именно такая бумага выбирается для печати в тех случаях, когда характер издания подразумевает наличие на его страницах репродукций, высококачественных иллюстраций, рекламы дорогих товаров, то есть когда точность цветопередачи и качество изображения важны. Причем качество глянцевых журналов в этом отношении приближается к идеальному, количество увеличивается, а конкуренция их только шлифует [22].

Обложка журнала – это лицо издания, поэтому к ее оформлению издатели подходят очень ответственно. Заинтересовать, привлечь, произвести благоприятное впечатление – основная задача обложки. Она частично выполняет такую функцию как знакомство с тематикой номера (тема номера; названия наиболее интересных статей с указанием номеров страниц).

Главная составляющая обложки – иллюстративный и информативный блоки. Информативный блок включает в себя дату выпуска, логотип, порядковый номер, целевое назначение журнала. Основное требование к его исполнению: стилевое и шрифтовое единство, а также целостность.

Титульный лист журнального издания существенно отличается от книжного. На нем располагается название журнала и выходные сведения, а также содержание (рубрики; названия статей; нередко содержание, аннотации к статьям).

Титульный лист журнала снабжен иллюстрациями. Причем текстовые и иллюстрационные блоки находятся в тесной взаимосвязи. Текст и иллюстрации могут накладываться друг на друга.

Титульный лист журнала несмотря на большое количество иногда разнообразных элементов представляет собой единое целое композиционно, графически по цветовому и целевому решению. Он, как иобложка, яркий, выразительный.

Журнал «Cosmopolitan» позиционирует себя как журнал для молодых, успешных девушек-карьеристок, которым, помимо прочего, необходимо уметь ладить с противоположным полом, демонстрирует ориентацию на сегменты «средний плюс».

Героини, попавшие на обложку данного журнала, выглядят сексуально, пытаются создать образ нежных, успешных и пользующихся популярностью девушек. Причем на обложках «Cosmopolitan» всегда изображены знаменитые девушки-актрисы, топ-модели, певицы. Девушки изображены почти в полный рост. Женщины-модели не применяют яркого макияжа – редакции важно подчеркнуть их естественную красоту. Количество вынесенных на обложку тем варьируется от 10 до 15. Цветовое сочетание заголовков всегда различно: желтый, красный, розовый, голубой, белый, черный и др. Используется полигарнитурный стиль оформления текстов и заголовков, в качестве композиционных выделений применяется увеличенный интерлиньяж, в качестве шрифтовых – варьирование кеглей шрифтов. В нижней части обложки располагается главная тема номера, которая акцентирует все внимание на себя.

При этом, всегда меняется цветовая палитра названия журнала – красный, белый, розовый, голубой и др. «Cosmopolitan» демонстрирует

разные оттенки фона – белый, розовый, оранжевый, желтый, сиреневый, фиолетовый и др.

Зачастую иллюстрации и фотографии, используемые в материалах, по размеру небольшие. Это позволяет использовать несколько изображений на одной странице.

Что же касается характера иллюстраций, необходимо отметить, что материалы, чаще всего, сочетают в себе одну фотографию размера «средний плюс» и несколько мини-фотографий, либо сразу несколько крупных фото. Интересен тот факт, что встречаются полуобнаженные модели, внутри издания иногда используются и черно-белые фотографии, которые некоторые фотожурналисты считают более эффектными и более эффективными по воздействию в силу их особой выразительности.

Структура и оформление внутреннего текста журнала «Cosmopolitan» также отличаются разнообразием цветовых и шрифтовых решений.

По итогам проведенного нами анализа журнала «Cosmopolitan» по целому ряду параметров мы видим, что и оформление, и предметно-тематическая направленность, и жанровая специфика издания обусловлены главной функцией – развлекать аудиторию.

Журналу «Cosmopolitan» свойственны пропаганда американского образа жизни (его наглядно демонстрирует иллюстративный материал).

Журнал «Cosmopolitan» – своеобразный психолог и советчик для девушек; это издание о таком образе жизни, к которому, по мнению издателей, должна стремиться каждая девушка или женщина. Тематика, графическое «обрамление» текстов, особенности подачи материала – все это наглядное тому подтверждение. «Cosmopolitan» выстраивает с аудиторией доверительные отношения, тяготеет к публикации большого числа писем читателей, всевозможных признаний и откровений, экспериментов, ответов на вопросы.

Внешнее и внутреннее оформление анализируемого журнала удовлетворяет композиционным и целевым требованиям. Им свойственна свободная композиция, соответствующая общему сценарию, опирающемуся на основные рубрики.

Итак, проанализированные в журнале «Cosmopolitan» выявлены следующие жанры публикаций: интервью, репортаж, обзорная статья, эссе, рекламная статья, очерк, колонка редактора, причем художественно-публицистические жанры преобладают.

На полосах изученных номеров журнала содержится разнообразный материал, который построен и выделен таким образом, чтобы читатели, даже при беглом просмотре, смогли отделить важное и наиболее их интересующее от второстепенного. Основными элементами художественного оформления журналов являются заголовки и иллюстрации. Наиболее важной составляющей журнала являются иллюстрации, которые поясняют и дополняют текст.

По составу основных компонентов, по определенному стилю верстки данный журнал можно отнести к группе иллюстрированных многокрасочных журналов.

**Вывод по главе**

Итак, анализ журнала «Cosmopolitan» показал, что и оформление, и предметно-тематическая направленность, и жанровая специфика издания обусловлены главной функцией – развлекать аудиторию.

В журнале у редактора имеется своя колонка, которая относится к особому жанру статей периодических изданий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью исследования являлось определение специфики редакторской подготовки журнала на конкретном примере. Для достижения цели был решен ряд задач, которые позволили сделать следующие выводы.

Под периодическим изданием следует сериальное издание (газета, журнал, альманах, бюллетень, реферативный журнал, экспресс-информация), выходящее через определенные промежутки времени, имеющее постоянное название и постоянное число номеров (выпусков), однотипно оформленных, пронумерованных и (или) датированных.

Характерными чертами периодических изданий являются их целевое назначение, структура и материальная конструкция, объем, наличие официальной регистрации. Именно они определяют особенности периодического издания и его форму.

Периодические издания имеют длительную историю развития: впервые появились с целью обнародования указов власти и писались от руки. С появлением печатного станка периодика получила развитие во многих странах как оперативное средство оповещения о важнейших событиях.

По целевому назначению бываю общественно-политические, производственно-практические, популярные, научные, научно-популярные, литературно-художественные и реферативные журналы.

По читательскому адресу периодические издания делят на две большие группы: адресованные массовому читателю (массовые периодические издания) и для читателей, являющихся специалистами по профилю издания (специальные периодические издания).

К массовым периодическим изданиям относят научно-популярные, популярные, общественно-политические, литературно-художественные. Читателей массовой периодики объединяет то, что они не являются специалистами по отношению к содержанию журнала.

К специальным относят реферативные, научные, производственно-практические периодические издания.

Публикуются периодические издания на основании перспективного плана. В подготовке периодического издания участвует большое количество специалистов: редакторы, ответственные секретари, корректоры, журналисты, авторы, художники, дизайнеры, фотографы и т.д. При этом большая роль в подготовке периодического издания отводится редакторам.

В практической части работы были исследованы номера русской версии журнала «Cosmopolitan» за последние пять лет.

В русском варианте журнала «Cosmopolitan» наиболее используемыми темами являются: Жизненная ситуация, Одежда, Отношения, Казусная история, Внешность, интерьер, Питание, Карьера, Путешествия, Косметика.

В журнале «Cosmopolitan» почти половину страниц занимает реклама, иногда "подкрепляемая" вложением мини-образцов рекламируемых товаров: духов, кремов, шампуней.

На своих страницах журнал «Cosmopolitan» создает настоящий справочник элитарной жизни, в нем подробно прописана социально-психологическая формула и стандартные сценарии шикарного образа жизни: что надевать, какие подарки делать, что читать и смотреть, где отдыхать, что кушать, как обставлять квартиру и т.д.

Данный журнал активно предлагает читателю символы элитарности – известные бренды, лейбл-культуры и имена преуспевающих знаменитостей, олигархов, шоу-звезд и топ-моделей.

Анализ материалов, публикуемых в журнале «Cosmopolitan» позволяет сделать вывод о том, что в нем находит отражение современная система ценностей – материальных, а не духовно-нравственных.

При анализе публикаций в журнале «Cosmopolitan» выявлены следующие жанры статей: интервью, репортаж, обзорная статья, эссе, ре-

кламная статья, очерк, колонка редактора. Издание стремится апеллировать к эмоциям читателей, а потому в нем преобладают художественно-публицистические жанры. Колонка редактора относится к особому жанру статей и присутствует практически в каждом выпуске журнала.

Кроме большого количества очерков и обилия интервью, в журнале «Cosmopolitan» присутствует множество заметок, анонсов, писем в виде откровений, писем читателей, репортажи и журналистские расследования.

По составу основных компонентов, по определенному стилю верстки журнал можно отнести к группе иллюстрированных многокрасочных журналов.

Проанализированные номера богато иллюстрированы и носят информационно-развлекательный характер.

Журнал «Cosmopolitan» позиционирует себя как журнал для молодых, успешных девушек-карьеристок, которым, помимо прочего, необходимо уметь ладить с противоположным полом, это издание для сегмента «средний плюс».

Журналу «Cosmopolitan» характерна пропаганда американского образа жизни. Это своеобразный психолог и советчик для девушек; это издание о таком образе жизни, к которому, по мнению издателей, должна стремиться каждая девушка или женщина. Тематика, графическое «обрамление» текстов, особенности подачи материала – все это наглядное тому подтверждение. «Cosmopolitan» выстраивает с аудиторией доверительные отношения, тяготеет к публикации большого числа писем читателей, всевозможных признаний и откровений, экспериментов, ответов на вопросы.

По итогам проведенного анализа журнала «Cosmopolitan» по целому ряду параметров выявлено, что и оформление, и предметно-тематическая направленность, и жанровая специфика издания обусловлены главной функцией – развлекать аудиторию.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ


1. Азизбекова, Н. С. Женская пресса: типология, становление, развитие [Текст] / Н. С. Азизбекова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. –2014.– № 3-1 (33).– С. 13-15.
2. Бирюков, Е. В. Типология периодических изданий для планшетных компьютеров [Текст] / В. Е. Бирюков // Вестн. МГХПА.– 2013.– № 2.– С. 204-219.
3. Василькова, А. Д. Особенности подготовки журналов для детей [Текст] / А. Д. Василькова // Вестн. МГУП имени Ивана Федорова. – 2015. – № 2. – С. 173-177.
4. Всероссийский институт научной и технической информации РАН [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://wiki.sc/wikipedia/Всероссийский_институт_научной_и_технической_информации_РАН#Реферативный_журнал (дата обращения: 10.11.2018).
5. Войтик, Е. А. Первые спортивные периодические издания в России XIX в.: к проблеме типологии [Текст] / Е. А. Войтик // Медиаскоп. – 2013.– № 4. – С. 1.
6. ГОСТ 7.60-2003. СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения [Текст]. – Москва : ИПК Изд-во стандартов, 2004.
7. Грищенко, О. А. Электронные периодические издания: проблема типологии [Текст] / О. А. Грищенко // Вестн. Санкт-Петербургского гос. ун-та технологии и дизайна. Сер. 2: Искусствоведение. Филологические науки.– 2010.– № 1.– С. 85-88.
8. Жанры периодических изданий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.ru/4_51564_zhanri-periodicheskih-izdaniy.html (дата обращения: 10.11.2018).
9. Информация о журнале «Cosmopolitan» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://adnotice.net/similarnotice.php?notice=6274.

10. История журнала "Cosmopolitan" [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://vintagestory.ru/fashion_magazines/articles/text11.
11. История модного журнала Cosmopolitan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.moda-veka.ru/magazine/cosmopolitan.
12. Капустина, Г. Л. Детская периодика: исторический, функционально-типологический и содержательный аспекты [Текст] / Г. . Капустина // Вестн. Тамбовского ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. – 2014. – № 1 (129). – С. 99-105.
13. Кардинская, С. В. Дискурсивные модели женской идентичности в потребительских журналах (на примере "Cosmopolitan") [Текст] / С. В. Кардинская // StudiaCulturae.– 2015. –№ 24.– С. 38-43.
14. Комарова, Е. В. Журнал "Вокруг света" (2001–2011 гг.) в свете типологии периодических изданий [Текст] / Е. В. Комарова // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. –2013.– № 6-1.– С. 390-394.
15. Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров [Текст] / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург, 2000. – С. 125-167.
16. Кутьёва, Н. В. Отечественные журналы, имеющие целевую аудиторию: трансформация в контексте нравственности [Текст] / Н. В. Кутьёва //Вестн. Ун-та Рос. акад. образования.– 2011.– № 5.– С. 163.
17. Лобин, А. М. Проектирование и анализ концепции книжного издания[Текст] : учеб. пособие для студентов специальности 030901 «Издательское дело и редактирование» / А. М. Лобин, М. В. Миронова. –Ульяновск :УлГТУ, 2009. – 110 с.
18. Морозова, М. В. Колонка редактора в журналах «Cosmopolitan Россия» и «Выходной день»: сопоставительный анализ [Текст] / М. В. Морозова// Актуальные проблемы изучения языка, литературы и журналистики: история и современность : материалы X Междунар. науч.-практ.конф. / науч. ред. И. В. Пекарская; отв. ред. В. П. Антонов.– 2015. –С. 138–139.

19. Мурзагалиева, Т. Е. Типология научно-популярных журналов в периодических печатных изданиях России [Текст] / Т. Е. Мурзагалиева // Евразийский науч. журн.– 2017.– № 7.– С. 59-60.
20. О средствах массовой информации: Закон РФ от Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. – № 7. – Ст. 300.
21. Пенкина, Е. Издания для женщин как часть элитарного журнального сегмента на российском рынке СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=392.
22. Периодические печатные издания: их виды, разнообразие выпусков, оформление и подписка, история создания, этапы развития, современные технологии и влияние на общество[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fb.ru/article/396232/periodicheskie-pechatnyie-izdaniya-ih-vidyi-raznoobrazie-vyipuskov-oformlenie-i-podpiska-istoriya-sozdaniya-etapyi-razvitiya-sovremennyie-tehnologii-i-vliyanie-na-obschestvo.
23. Петрова, Л. И. Редакторская подготовка газетно-журнальных изданий [Текст] :учеб. пособие для студентов специальности 47.01.01 "Издательское дело" / Л. И. Петрова. – Минск, 2006.
24. Редакторская подготовка изданий [Текст] : учебник / С. Г. Антонова, В. И. Васильев и др. ; под общ.ред. С. Г. Антоновой. –Москва : Изд-во МГУП, 2002.– 468 с.
25. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой док. / Федер. агентство по печати и массовым коммуникациям ; Управление период. печати, книгоиздания и полиграфии. – Москва, 2018. – 173 с.
26. Русина, В. К вопросу о подготовке редакторов периодики [Текст] / В. Русина // Высш. образование в России.– 2008.– № 10.– С. 97–105.
27. Рябинина, Н. З. Технология редакционно-издательского процесса [Электронный ресурс] / Н. З. Рябинина. – Режим доступа:

http://www.xliby.ru/tehnicheskie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelskogo_processa/p10.php (дата обращения: 10.11.2018).

28. Сайты Политических журналов и газет России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://val20101.livejournal.com/396010.html (дата обращения: 10.11.2018).

29. Сергеева, А. Ю. Типология периодических изданий: исторический аспект [Текст] / А. Ю. Сергеева // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики : сб. докл. Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред.: И. Е. Белогорцева, Ю. В. Бовкунова, С. И. Маматова.– 2018.– С. 91–93.

30. Современные литературно-художественные журналы в сети Интернет: обзор [Электронный ресурс] / Ярослав. обл. универс. науч. б-ка им. Н. А. Некрасова. – Режим доступа: http://www.rlib.yar.ru/index.php?id=1404&Itemid=622&option=com_content&task=view (дата обращения: 10.11.2018).

31. Соловьев, В. И. Редакторская подготовка периодических изданий [Текст] :учеб. пособие / В. И. Соловьев, Н. З. Рябинина.–Москва : Изд-во МГАП «Мир книги», 1993.–100 с.

32. Тулупов, В. В. Теоретический и практический аспекты типологии периодических изданий [Текст] / В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. –2007.– № 3-4 (66-67). –С. 36–44.

33. Тулупов, В. В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий [Текст] / В. В. Тулупов // Relga. –2007.– № 8 (153).– С. 12.

34. Ярцева, С. С. Жанровые признаки колонки [Текст] / С. С. Ярцева // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. – Воронеж, 2011. – № 1. – С. 226–228.

35. Ярцева, С. С. Колонка: Генеалогия жанра [Текст] / С. С. Ярцева // Материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации:

новые подходы», 29-31 октября 2008 г. / под ред. проф. В. В. Тулупова. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2008. – 328 с.
36. Ярцева, С. С. Колонка: рождение жанра [Текст] / С. С. Ярцева // Эволюция жанров в истории российской журналистики: тезисы Всерос. науч.- практ. конф. –Самара: Изд-во «Универс групп», 2007. – С. 41–43.