

ФГБОУ ВО «ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА»

Гордеева Мария Михайловна

**ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ  
ЖУРНАЛОВ: ПРОБЛЕМАТИКА И ТИПОЛОГИЯ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

Диссертация

на соискание учёной степени

кандидата филологических наук

Научный руководитель –  
доктор филологических наук, доцент  
Зверева Екатерина Анатольевна

Тамбов 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННЫЕ ЖУРНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ: ТИПОЛОГИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ</b>	
1.1. Типологические признаки современных журнальных изданий.....	15
1.2. Место интеллектуальных журналов в современной типологии.....	24
1.3. Характеристика и функциональное назначение современного интеллектуального журнала.....	33
<b>Выводы к главе 1</b> .....	41
<b>ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ</b>	
2.1. Критерии дифференциации современных интеллектуальных изданий.....	46
2.2. Виды интеллектуальных журналов в современной России.....	58
<b>Выводы к главе 2</b> .....	71
<b>ГЛАВА 3. НОВЫЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ПРОБЛЕМАТИКА, СПЕЦИФИКА (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ESQUIRE»)</b>	
3.1. Понятие и характеристика нового интеллектуального журнала «Esquire».....	76
3.2. Проблемно-тематическое поле нового интеллектуального журнала «Esquire».....	83
3.3. Особенности контента нового интеллектуального журнала «Esquire» в социальных сетях.....	101
3.4. Характеристика современного интеллектуала как основной аудитории нового интеллектуального журнала – глазами издателей и современников.....	108
<b>Выводы к главе 3</b> .....	121
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	127
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	130
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1</b> .....	142

## ВВЕДЕНИЕ

Русский интеллектуальный журнал – одно из наиболее знаковых явлений отечественной журналистики. С течением времени и увеличением их количества издания стали дифференцироваться по характеру излагаемых материалов на общественно-политические, литературные, энциклопедические, публицистические и т.д.; собственные органы печати были у различных литературных и художественных кружков, объединений. В 1917 г. рухнула Российская империя, вместе с ней исчезла и основная масса читателей интеллектуальных изданий. Отвергнув «старых» интеллектуалов, молодое государство стало формировать собственное интеллектуальное поколение – с иным образом мышления, системой ценностей, восприятием мира. Превосходным инструментом для этого стала печать, в том числе и журнальные издания. В 1991 г. исчез и Советский Союз. Политические и экономические изменения повлекли за собой стремительное разрушение устоявшихся порядков и стереотипов, привычной системы, в том числе и в СМИ. На рынке появляется огромное количество изданий качественно нового образца, среди них – толстый журнал как символ уцелевших в эпоху перемен интеллектуалов. С течением времени эти издания укрепляют позиции, обретают собственную читательскую аудиторию – интеллектуалов нового поколения, чья гражданская позиция, система ценностей, образ мышления, способы восприятия информации существенно отличаются от представителей старой формации. На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что интеллектуальные журналы на российском медиапространстве существуют, более того, они активно развиваются, приобретают новые формы и качественные характеристики, превращаясь из статичного и мало интересного молодому читателю явления в принципиально новый синтетический продукт, формирующийся на стыке нескольких типов журнальных изданий.

**Актуальность диссертационного исследования.** Сегодня определение «интеллектуал» получает качественно новое звучание,

отличающееся от советского и постперестроечного. Это произошло под влиянием общественно-политических, социальных, культурных процессов, технического прогресса. Стремительное развитие цифровых технологий, популяризация и доступность сети Интернет открыли новые перспективы для СМИ. Совокупность этих процессов привела к трансформации интеллектуального журнала как типа издания, обусловила появление медиапродуктов нового типа – синтетического<sup>1</sup>. Под этим определением мы понимаем издания, сформировавшиеся на стыке нескольких типов. Такой журнал обладает расширенным функционалом и характеристикой, сочетая в себе черты нескольких классических направлений. По данной причине он не укладывается в традиционную типологическую модель. Ситуация усугубляется тем, что современная наука не дает четкого представления об интеллектуальном журнале как типе издания, соотнося его с другими категориями. В связи с этим представляется актуальным рассмотреть интеллектуальные издания с точки зрения современной типологии, определить их место в данной системе и выявить классификационные признаки.

Поскольку аудитория является одним из основных типоформирующих признаков, необходимо дать характеристику новому поколению интеллектуалов и выявить механизм взаимосвязи тематики контента в интеллектуальных изданиях нового типа с образом этой читательской группы.

Журналы нового типа мало изучены современной наукой, в связи с чем достаточно актуальным представляется изучить их проблемно-тематическое поле, особенности контента, специфику подачи материалов. Такие издания демонстрируют синтез нескольких традиционных направлений, следовательно, необходимо проанализировать, каким образом в них

---

1

Зверева Е.А. Современные российские журналы : теория и практика функционирования : дис. ... докт. филол. наук. Тамбов, 2017. С. 356.

используются типичные для того или иного класса изданий способы подачи информации.

Современное поколение читателей представляет собой людей с качественно новым мышлением, образом мыслей и восприятием, сформировавшимся под влиянием новых цифровых технологий. Интернет дает возможность для развития новых форм существования журналов различного типа. В рамках данного исследования представляется особенно важным рассмотреть специфику и особенности контента интеллектуальных изданий в социальных сетях.

### **Степень разработанности проблемы и теоретическая база исследования.**

Анализ научной литературы позволил нам прийти к выводу, что на сегодняшний день интеллектуальные журналы изучены в малой степени и, безусловно, заслуживают большего внимания со стороны исследователей.

Рассматривая вопрос типологии современных журнальных изданий, их функционального назначения, мы изучали работы А.И. Аكوпова, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской, Л.Г. Свитич, М.И. Шостак, Т.Ф. Дедковой, Е.А. Зверевой, Л.В. Васильевой, М.А. Стариковой, А.А. Тертычного<sup>2</sup> и др. В частности, при составлении предложенной нами классификации современных интеллектуальных изданий были задействованы типологические концепции А.И. Аكوпова, М.В. Шкондина, В.В. Тулупова; при описании функционала современных интеллектуальных

---

<sup>2</sup> Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). – Иркутск, 1985; Тулупов В. В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. – Воронеж, 1996.; Шкондин, М. В. Периодическая печать: системные основы типологии / Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007; Реснянская Л.Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2000. № 4; Свитич Л.Г. Феномен журнализма. М., 2000; Журнал как тип издания [Электронный ресурс] / под ред. Е.А. Зверевой. – Тамбов, 2008.; Васильева Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 50; Старикова М.А. Историко-типологическое исследование провинциального городского журнала : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. – Воронеж, 2009; Тертычный А.А. Форматы и жанры в современных СМИ // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6.

изданий использовалась модель, предложенная Л.В. Васильевой, А.И. Акоповым.

В рамках изучения особенностей современных интеллектуальных журналов, специфики и проблематики контента данного типа изданий нами были проанализированы труды Ф.Б. Бешуковой, А.С. Акулиничева, Е.А. Зверевой<sup>3</sup>. В частности, данное в перечисленных работах определение и характеристики современных интеллектуальных журналов, обозначение некоторых конкретных изданий как представителей данного класса дали возможность апеллировать в текущем диссертационном исследовании понятиями «современный русский интеллектуальный журнал», «новый интеллектуальный журнал».

В исследовании особенностей визуального контента в новых интеллектуальных журналах нам помогли работы С.И. Симаковой, В.Э. Шевченко<sup>4</sup>. Затрагивая вопрос медийной реконструкции на страницах данного типа изданий, мы изучили работы Е.А. Богдан, Т.Н. Галинской<sup>5</sup>.

Однако изученная нами научная база не содержит полного изложения особенностей современных интеллектуальных изданий, специфики их типологии и проблематики, поэтому данный вопрос требует тщательного и глубокого рассмотрения.

**Научная новизна** диссертации заключается в следующем:

---

<sup>3</sup> Бешукова Ф.Б. Медиадискурс постмодернистского литературного пространства: монография. Майкоп, 2008; Акулиничев А.С. Подача информации в современных русских интеллектуальных журналах: фрагментарность и культивирование медиавирусом // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2013. Вып. №12; Зверева Е.А. Современные российские журналы : теория и практика функционирования : дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10. - Тамбов, 2017.

<sup>4</sup> Симакова С.И. Развитие визуальной журналистики / С. И. Симакова // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. Екатеринбург, 2016; Шевченко В.Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики [Электронный ресурс] // Медиаскоп: электрон. журн. 2014. Вып. 4. 02.12.2014. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1654>.

<sup>5</sup> Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики.//Вестник МГУ. Сер. 10 Журналистика. 2007. №3; Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике.//Вестник ОГУ №11 (160). 2013.

- обосновываются типформирующие признаки современного интеллектуального журнала и его дифференциация на подгруппы;
- выявляется специфика современного классического интеллектуального журнала и нового интеллектуального журнала в ракурсе их сравнительного анализа;
- вводится в научный оборот понятие «новый интеллектуальный журнал», обосновываются его особенности, проблемно-тематическое поле, специфика подачи материалов;
- изучаются особенности контента нового интеллектуального журнала в социальных сетях;
- проводится анализ целевой аудитории современных интеллектуальных изданий в контексте понятия «интеллектуал нового типа», даны характеристики этой читательской группы.

**Объектом исследования** являются современные интеллектуальные журналы новой России (с 1991 г.), **предметом исследования** – особенности современных интеллектуальных журналов, их проблематика и типология.

**Цель исследования** – выявить типформирующие признаки и функциональное назначение современного интеллектуального журнала, дифференцировать его подгруппы, дать характеристику, определить проблематику и специфику нового интеллектуального журнала.

**Задачи:**

1. рассмотреть типологические признаки журнальных изданий и определить место интеллектуальных журналов в современной типологии;
2. дать характеристику и обозначить функциональное назначение современного интеллектуального издания;

3. определить критерии дифференциации современных интеллектуальных журналов и на их основании классифицировать издания данной группы;

4. описать в качестве основного типоформирующего признака целевую аудиторию современного интеллектуального журнала;

5. сформировать понятие и дать характеристику нового интеллектуального журнала, исследовать его проблемно-тематическое поле;

6. проанализировать особенности контента нового интеллектуального журнала в социальных сетях.

**Эмпирическую базу исследования** составили электронные версии журналов «Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре», «Новое литературное обозрение» (выпуски за период 2016-2018 гг.); печатные и сетевые версии журналов «Синий диван» (выпуски за 2017 г.), «Сноб» (выпуски за 2013 г., 2017-2018 гг.), «Русский пионер» (выпуски за период 2017-2018 гг.), а также русскоязычная печатная и сетевая версии журнала «Esquire» (выпуски за период 2013-2018 гг.) и его аккаунты в социальных сетях.

**Теоретико-методологические основы диссертационного исследования.** Методологическая база данной работы определена ее темой и спецификой и основывается на системном подходе, а также сравнительно-типологическом методе. В частности, системный подход использовался для выявления типоформирующих признаков интеллектуального журнала, его функционального назначения. Сравнительно-типологический метод применялся для определения дифференцирующих критериев подгрупп интеллектуального журнала, определения особенностей проблематики и способов подачи материала в классических интеллектуальных журналах и изданиях нового типа. Кроме того, в работе задействованы методы анализа, синтеза, контент-анализа.



**Теоретическая значимость** работы состоит в определении современного интеллектуального журнала как самостоятельного типа издания, описании его типоформирующих признаков и функционального назначения; выявлении понятия «новый интеллектуальный журнал», определении его характеристик, составлении портрета целевой аудитории (интеллектуал нового типа), проблемно-тематического поля, особенностей контентного наполнения сетевых аккаунтов.

**Практическую значимость** диссертационного исследования мы видим в том, что полученные в ходе его проведения результаты помогут в разработке новой типологической схемы журнальных изданий, определении их функционального назначения. Кроме того, составленный в ходе проведенного анализа целевой аудитории нового интеллектуального журнала портрет читателя будет полезен издателям при разработке концепции изданий подобного типа.

**На защиту** выносятся следующие положения:

1. Изучение современных типологических схем не дает ответа на вопрос о положении в них интеллектуальных изданий. Между тем, на сегодняшний день следует рассматривать интеллектуальные журналы как отдельный тип издания, поскольку их анализ доказывает наличие необходимой совокупности типоформирующих признаков. Изучение функционального поля данной категорий изданий позволяет не только обозначить их функциональное поле и обнаружить наличие специфических свойств, но и заявить о тенденции к дифференцированию внутри обозначенной системы двух подгрупп: классический интеллектуальный журнал и новый интеллектуальный журнал.
2. Новый интеллектуальный журнал стал результатом трансформации русского интеллектуального журнала, появившегося в новой России в середине 1990-х гг. Он обладает отличительным набором типоформирующих признаков: универсальной тематической моделью,

«человекоцентричностью», собственной целевой аудиторией, интерактивностью. Ключевым движущим механизмом возникновения нового интеллектуального журнала послужило формирование молодого поколения интеллектуалов. Данная целевая аудитория обладает дискретным, интерактивным мышлением, иной системой взглядов, ценностей, идеалов, что обуславливает особенности изданий нового типа.

3. Новый интеллектуальный журнал обладает рядом специфических свойств, отличающих его от классического интеллектуального журнала. Издание характеризуется широким проблемно-тематическим полем, отсутствием табуированных тем, нелинейностью. Новый интеллектуальный журнал соединяет в себе признаки популярного и интеллектуального издания. За счет этого он получает возможность использования характерных для обоих типов изданий приемов подачи информации, что позволяет ему расширять функциональное поле и собственную читательскую аудиторию.
4. Использование интернет-площадок, формирование качественной сетевой версии, позиционирование аккаунтов в социальных сетях как самостоятельной формы издания дает возможность новому интеллектуальному журналу не только поддерживать популярность и расширять читательскую аудиторию, но и выдерживать мощную конкуренцию на современном медийном рынке. Интерактивность нового интеллектуального журнала увеличивает коммуникативный функционал, подчеркивает открытость и позволяет определить его как перспективную форму существования интеллектуального журнала в России.
5. Новый интеллектуальный журнал имеет свою собственную целевую аудиторию, которую можно назвать интеллектуалом нового типа. Данный собирательный образ появился в результате трансформации под воздействием социальных и общественно-политических событий

последних десятилетий. Современный интеллектual не вписывается в традиционный шаблон, предполагающий обязательную принадлежность к научной области и наличие высшего образования. Главный критерий интеллектуальности — широта интересов, острый ум, твердая социальная позиция. Обладание интеллектуальным богатством не отрицает финансового достатка. Современный интеллектual многолик, и эта характеристика находит свое отражение в новых интеллектуальных журналах.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения диссертационного исследования были представлены автором на выступлениях в ходе ряда международных научно-практических конференциях «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации» (Ростов-на-Дону, 2018); «Россия в 1917 году в восприятии современной российской молодежи: медиадискурс» (Москва, 2017); «Тенденции развития языка СМИ: актуальные проблемы» (Тамбов, 2017); «Журналистика в современном медиaprостранстве: глобализация, конвергенция, мультимедийность» (Тамбов, 2017), на Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, 2017) и зафиксированы в следующих публикациях:

статья в журнале из списка, рекомендованных ВАК РФ –

«Образы культовых фигур революции 1917 года в современных интеллектуальных изданиях (на примере рубрики «Правила жизни» журнала Esquire)» // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8;

«Современные интеллектуальные журналы как явление культуры и цивилизации» // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер. История, филология. Вып. Журналистика. 2019. Т. 16. №6;

«Характеристика и функциональное назначение современного интеллектуального журнала» // Вестник Воронежского университета. Филология. Журналистика. 2019. №3;

«Особенности контента нового интеллектуального журнала «Esquire» в социальных сетях» // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 5;

статьи в сборниках международных и всероссийских конференций:

– Образ Николая II в современных интеллектуальных изданиях (на примере рубрики «Правила жизни» журнала Esquire) // Россия в 1917 году в восприятии современной российской молодежи: медиадискурс: материалы Третьей Международной научно-практической конференции. Москва, 2017;

– Особенности контента (фото- и информационного) группы издания для интеллектуалов в социальных сетях (на примере группы журнала Esquire) // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов. Воронеж, 2017;

– Образ Николая II в современных интеллектуальных изданиях (на примере рубрики «Правила жизни» журнала Esquire) // Журналистика в современном медиaprостранстве: глобализация, конвергенция, мультимедийность: материалы международной научно-практической конференции. Тамбов, 2017;

– Литературный номер как способ трансляции современных художественных произведений в новых интеллектуальных журналах (на примере проектов «Сноб» и Esquire) // Журналистика в современном медиaprостранстве: глобализация, конвергенция, мультимедийность: VI Международная научно-практическая интернет-конференция. Тамбов, 2018;

– Роль фотопроекта в интеллектуальных изданиях (на примере материалов журнала Esquire) // Коммуникация в современном мире: материалы всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», Воронеж, 10-12 мая 2018 г.;

– Современные интеллектуальные журналы как явления культуры и цивилизации // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – Москва, 6-8 февраля 2019 г.

– Обложки современных интеллектуальных журналов: сочетание смысла и стиля (на примере журнала Esquire) // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Международной научно-практической конференции. Ростов, 2018.

**Структура диссертации.** Работа состоит из Введения, трех глав, Заключения, Списка использованной литературы.

**Введение** включает общую характеристику работы, обоснование актуальности, степень изученности темы, практическую и теоретическую значимость, новизну, сформулированные цели и задачи исследования, объект и предмет исследования, теоретико-методологическую и эмпирическую базу, положения, выносимые на защиту, характер апробации результатов исследования.

В первой главе **«Современные журнальные издания: типология, функциональное назначение»** рассматриваются типологические признаки современных журнальных изданий, место интеллектуальных журналов в современной типологии, а также дается характеристика современного интеллектуального журнала, анализируется его функциональное назначение.

Во второй главе **«Классификация современных интеллектуальных изданий»** проводится классификация современных интеллектуальных журналов, выявляются критерии дифференциации изданий в данной типологической группе. Проанализирована целевая аудитория современного интеллектуального издания с точки зрения основного дифференцирующего фактора, выявляющего новый интеллектуальный журнал как отдельную подгруппу; выявлен меняющийся характер аудиторных признаков и отличительные черты читателя новой формации как основного адресата новых интеллектуальных изданий.

В третьей главе **«Новый интеллектуальный журнал: характеристика, проблематика, специфика (на примере журнала «Esquire»)»** дается понятие и характеристика нового интеллектуального журнала, исследуется его проблемно-тематическое поле, особенности подачи

информации, специфика приемов размещения материалов. Исследуются новые платформы трансляции контента для аудитории современных интеллектуалов, проблемы сохранения интеллектуальной составляющей материалов в новом формате. На примере практического материала рассматривается, анализируется и формируется образ современного интеллектуала как основной целевой аудитории нового интеллектуального журнала.

**Заключение** содержит итоги проведенного исследования, выводы о дальнейшем развитии и перспективах современного интеллектуального журнала как типа издания и его подгрупп.

**Список использованной литературы** включает библиографический список по теме исследования.

# ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННЫЕ ЖУРНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ: ТИПОЛОГИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ

## 1.1. Типологические признаки современных журнальных изданий

Одной из важнейших проблем журналистской науки была и остается типологии изданий. Она необходима «для сравнительного изучения существенных признаков СМИ (характер аудитории СМИ, его предметно-тематическая направленность, целевое назначение, время выхода, периодичность и др.)»<sup>6</sup>. Вопросы типологии, определение типоформирующих признаков для различных групп изданий, проблемы создания классификационных схем журнальной периодики рассматриваются в работах А.И. Акопова, Б.И. Есина, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской, Л.Г. Свитич, М.И. Шостак, Т.Ф. Дедковой, Е.А. Зверевой. Для начала определим, что есть типология. Согласно словарю С.И. Ожегова, типология – «это классификация, представляющая соотношение между разными типами предметов, явлений внутри их системы в целом». М.А. Старикова предлагает понимать типологию как «расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа, синтезированное представление о целом»<sup>7</sup>. По ее мнению, «типология используется в целях сравнительного изучения существенных признаков, связей, функций, отношении, уровней организации объектов как сосуществующих, так и разделённых во времени»<sup>8</sup>, «помогает понять место изданий в системе СМИ, способствует их взаимодействию, развитию здоровой конкуренции, высвечивает место СМИ в рамках информационного, географического, экономического, социального пространства, будь то пределы России, региона или города. Типология определяет особенности деятельности, взаимоотношений с политическими институтами, с

---

<sup>6</sup> Старикова М.А. Историко-типологическое исследование провинциального городского журнала : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. – Воронеж, 2009. С. 92.

<sup>7</sup> Там же. – С. 94.

<sup>8</sup> Там же. – С. 94.

потребителями информации»<sup>9</sup>. Для того, чтобы выявить типологические признаки, необходимые для анализа русского интеллектуального журнала, необходимо проанализировать основные аспекты типологии в целом, актуальной, в частности, для такой отрасли медиарынка, как журнальная периодика.

Современная наука предлагает несколько способов классификации типов прессы. По мнению А.И. Аكوпова, «тип – это исторически сложившаяся совокупность изданий, объединенная единым по характеру издателем, целевым назначением и аудиторной группой»<sup>10</sup>. Исследователь замечает: «тип издания представляет собой строгую определенность, детерминированную издательской, функциональной, и аудиторной спецификой». Таким образом, А.И. Акопов выделяет три базовых характеристики классификации:

- издатель;
- целевое назначение;
- читательская аудитория.

При этом исследователь формулирует достаточно жесткие критерии соотношения характеристик, предполагающих ситуацию, в которой, даже если издания одного сегмента имеют хотя бы один разнящийся признак, они уже принадлежат к разным типовым группам. Однако современные тенденции интеграции и интерактивности, захватившие сферу медиа, размыли устоявшиеся типологические рамки, что, с одной стороны, открыло возможности для создания многопрофильных изданий, отвечающих потребностям широкой читательской аудитории, содержащих более интересный и качественный контент; с другой – затруднило возможность вычленить и сформировать единую и четкую иерархию современных печатных изданий.

---

<sup>9</sup> Старикова М.А. Указ. соч. С. 95.

<sup>10</sup> Типология периодических изданий / под ред. Е. А. Корнилова. – Ростов н/Д.: Издательство Ростовского государственного университета, 1984. С. 16.



В.В. Тулупов предлагает считать типом издания «некий обобщенный образ («отпечаток» – в переводе с греческого), повторяющийся в той или иной степени в группе реально существующих органов массовой информации информации<sup>11</sup>. По мнению, М.В. Шкодина, «тип издания – это прежде всего модель группы органов печати, включающая в себя характерные их особенности, качества и свойства»<sup>12</sup>. Обобщая все выдвинутые гипотезы, можно сказать, что тип издания – это совокупность изданий, объединенных специфическими особенностями, характеристиками, качествами, которыми обладает в той или иной степени каждое из них.

Существует также такое важное для характеристики издания любого типа определение, как формат издания. В последние пять лет вопрос приобрел особую актуальность, и эта тенденция обусловлена ростом и активным развитием электронных форм СМИ, в том числе и в формате аналога печатных изданий. С.К. Степанян определяет формат издания как формата СМИ «стандарты организации информационного потока, которые оптимизируют процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя»<sup>13</sup>. Исследователь не ставит знак равенства между этими понятиями, а предлагает считать формат одной из характеристик типа, как «те самые те самые формализованные требования к СМИ, которые определяют содержательный и оформительский его облик»<sup>14</sup>.

А.А. Тертычный позиционирует формат как «стандарт СМИ, обусловленный их типом, каналом распространения, объемом и полиграфическим форматом или хронометражем, особенностями аудитории, периодичностью, редакционной политикой»<sup>15</sup>.

---

<sup>11</sup> Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж, 2000. С. 47–48.

<sup>12</sup> Шкодин М.В. Организация средств массовой информации и пропаганды. М., 1985. С. 112.

<sup>13</sup> Степанян С.К. Формат печатного СМИ в современной российской медиаиндустрии. М., 2013. С. 46.

<sup>14</sup> Степанян С.К. Указ. соч. – С.91.

<sup>15</sup> Тертычный А.А. Форматы и жанры в современных СМИ // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 27.

Так или иначе, очевидно, что формат – это одна из качественных характеристик типа издания, при этом одно и то же издание может иметь разный формат, однако сохранит за собой типовые признаки. Вариативность формата современной прессы дает ей гибкость, необходимую для выживания в современных условиях информационной среды. Именно такой позиции мы и будем придерживаться при формировании определения современного интеллектуального издания.

Для того, чтобы определить, являются ли интеллектуальные издания самостоятельным типом печатных изданий, необходимо выявить характерные черты предмета изучения. А.И. Акопов, типобразующая схема которого признается современными исследователями классической, выделяет типоформирующие (уже перечисленные нами), вторичные типологические и формальные<sup>16</sup>. Безусловно, что основными являются именно типоформирующие признаки (таково мнение и автора данной концепции), однако для того, чтобы дать максимально полное определение современному русскому интеллектуальному периодическому изданию, обратим внимание и на другие характеристики. К вторичным типологическим признакам Акопов относит:

- авторский состав;
- внутреннюю структуру;
- оформление;
- жанровое разнообразие<sup>17</sup>.

Отдельно А.И. Акопов выносит формальные признаки – периодичность, объем, тираж. Акопов подчеркивает, что «совокупность десяти признаков дает полное представление о типе журнала, структуре этого типа, всех компонентах, характеризующих тип издания»<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория и практика (публикации разных лет). Ростов н/Д.: Тура, 2002. С. 78.

<sup>17</sup> Там же.

<sup>18</sup> Акопов А.И. Указ. соч. – С. 37.

Еще один исследователь, уже упоминавшейся в данной работе – М.В. Шкондин – к типологическим признакам относит:

- технологические (способ коммуникации, формат, тираж, периодичность, время выхода);
- экономические (форма собственности, характер преобладающих в
  - редакционном бюджете инвестиций, доходность или убыточность);
  - аудиторные (по характеру осуществляемых функций);
  - редакционные;
  - тип информации;
  - целевое назначение СМИ (по характеру осуществляемых функций);
- организационные (учредитель – государство, частные организации; форма организации – ОАО, ЗАО и др.)<sup>19</sup>.

Кроме того, М.В. Шкондин классифицирует периодические издания и по целевому назначению, выделяя следующие типы изданий:

- литературные;
- художественные;
- художественно-публицистические;
- литературно-художественные;
- культурно-просветительские;
- для развлечения, игр, проведения досуга;
- учебно-методические;
- научно-популярные;
- религиозные;
- рекламные;

---

<sup>19</sup> Тулупов В.В. Теоретический и практический аспекты типологии печатных периодических изданий // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Воронеж. № 3/4. 2007. С. 42–43.

- официально-документальные;
- информационно-справочные и т.д.<sup>20</sup>

Обращаясь к типологической модели, предложенной М.И. Шостак, подчеркнем, что во многом ее точка зрения схожа с уже рассмотренными концепциями. В частности, она предлагает дифференцировать контент по характеру и содержанию информации, выделив аналитическую, познавательную, новостную, справочно-рекомендательную и новостную информацию. Для характеристики журналов М.И. Шостак выделяет следующие параметры:

- предметная среда (политика, искусство, культура, наука, производство, коммерция, досуг и приватная жизнь);
- цель (назначение) – научные, публицистические, литературно-художественные, общественно-политические, популярные, познавательные, досуговые, научно-практические, справочно-рекомендательные;
- аудитория – массовая, профессионально ориентированная, особая. Эту «группу специального интереса» М.И. Шостак предлагает определять по политическим и религиозным пристрастиям, социальному слою, возрасту, полу, хобби и некоторым другим признакам.<sup>21</sup>

На наш взгляд, именно последний критерий характеристики представляется основополагающим в типологизации журнальной периодики. Для этого обратимся к еще одной типологизационной схеме, предложенной М.И. Шостак. Среди ведущих типов журнальной периодики она вычленяет:

- массовые журналы с широким диапазоном информации (для всех и обо всем) – это досуговые, общеполитические, научно-популярные издания;

<sup>20</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С.45.

<sup>21</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С. 81

- массовые журнал с узким диапазоном информации («для всех – о конкретном»). В данную группу входят предметно-специализированные издания (например, о спорте, здоровье, автомобилях, цветоводстве и т.д.);
- специализированные (не «для всех», рассчитанные на особые читательские группы) – это издания с узким диапазоном информации (например, клубные, профессиональные, для хобби) и широким (национальные, культурологические, молодежные)<sup>22</sup>.

М.И. Шостак справедливо отмечает связь модели издания с интересами и потребностями аудитории. Говоря о читателях с большим кругом интересов, она выделяет общественно-политические и культурологические издания с уточненным адресом, часть из которых ориентирована на аудиторию с высоким интеллектуальным уровнем. Сюда исследователь относит журналы политики и экономики, информационно-аналитические еженедельники, культурологические и научно-публицистические издания, включающие социально-общественную тематику<sup>23</sup>. Как мы можем убедиться, М.И. Шостак не выделяет интеллектуальные издания в отдельную группу. Однако она говорит о наличии на рынке четко позиционированных журналов «для интеллектуалов», которые представляют собой отдельный тип изданий.

Рассматривая проблему типологизации журнальной периодики нового времени и места в ней интеллектуальных изданий, обратимся к работам Т.Ф. Дедковой<sup>24</sup>. Для этого исследователя основным типоформирующим признаком является тематическая концепция изданий. Т.Ф. Дедкова предлагает выделить среди культурологических изданий (отметим, что это достаточно часто встречающийся термин и группа у других исследователей) «журналы для интеллектуалов». Это «издания нового поколения, которые

<sup>22</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С.80-81.

<sup>23</sup> Там же.

<sup>24</sup> Там же. С.93.

наряду с общественно-политическими, политологическими, социологическими темами отводят большое место социокультуре, политической культуре, моральному дискурсу в политике, истории русской гуманитарной мысли и проблемам интеллектуальной свободы»<sup>25</sup>. Отмечая тесную связь российских изданий для интеллектуалов и их американских и европейских вдохновителей, Т.Ф. Дедкова называет одним из самых удачных проектов подобного типа журнал «Синий диван». Говоря в общем о журналах для интеллектуалов, исследователь относит к ним политологические и социологические периодические издания нового поколения. Она отмечает, что на их страницах, наряду с общественно-политическими, политологическими, социологическими темами, есть место социальной культуре, политической культуре, моральному дискурсу в политике, истории русской гуманитарной мысли и проблемам интеллектуальной свободы<sup>26</sup>. В качестве примера такого типа журналов для интеллектуалов (то есть очевидна градация внутри собственно класса журнальных изданий для интеллектуалов) Т.Ф. Дедкова приводит «Новое литературное обозрение», «Неприкосновенный запас».

При рассмотрении проблемы типологизации периодических изданий, в частности, журналов, нельзя обойти вниманием модель, созданную Е.А. Зверевой. Она предлагает объединить все типологические характеристики журналов на несколько групп:

- организационно-экономическая (учредитель, издатель, особенности размещения рекламы, способ инвестирования);
- формально-технологическая (тираж, периодичность выхода, объем, вид и формат журнала);

---

<sup>25</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С.93.

<sup>26</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С. 97.

- аудиторная (пол, возраст, характер производственных, профессиональных, социальных групп, области информационного влияния).

Также существует типологическая модель, представленная в Едином отраслевом классификаторе печатных СМИ, опубликованном на сайте Гильдии издателей периодической печати. Отметим, что этот документ является инструментом систематизации и стандартизации рынка прессы, придания ему большей прозрачности. Описываемый принцип един и для газет, и для журналов.

Единый отраслевой классификатор предполагает делить печатные издания по:

- основным параметрам - это территория распространения (общенациональные, межрегиональные), метод распространения и доставки потребителям (розница, подписка, бесплатно), язык издания (русский, языки малых народов России), периодичность (ежедневные, еженедельные, ежемесячные);
- задачам и характеру информации - потребительские издания; корпоративные издания для потребителей; отраслевые и узкопрофессиональные издания; научные, научно-технические издания; медицинские издания; издания органов государственной власти;
- тематике и характеру аудитории – потребительские (это, например, спортивные, молодежные, для садоводов, общего назначения), корпоративные, специализированные, узкопрофильные.<sup>27</sup>

Таким образом, ни в одной из рассмотренных типологических моделей нет звена «интеллектуальный журнал» (исключение составляет предложенная Т.Ф. Дедковой классификация, основанная на идее тематической концепции изданий). Однако и этот исследователь не выделяет

---

<sup>27</sup> Единый отраслевой классификатор печатных СМИ [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=2327> (дата обращения 16.03.2018).

интеллектуальные издания как тип, включая их в группу культурологических. На основе проведенного анализа хочется отметить, что все авторы представленных работ тяготеют к следующей усредненной типологической модели, включающей такие типоформирующие признаки, как:

- целевое назначение;
- читательская аудитория;
- тематика и характер информации (проблематика контента, его специфика);
- формат издания.

На основе этой классификационной схемы попробуем определить место интеллектуальных изданий в современной типологии журнальной прессы и выявить их типоформирующие признаки.

## **1.2. Интеллектуальные журналы в современной типологической системе**

Прежде чем приступить к изучению современных русских интеллектуальных изданий, необходимо сформулировать собственно определение и выявить, что же такое интеллектуальное издание, и какое место оно занимает в общей классификации печатных изданий.

Толковый словарь С.И. Ожегова дает слову «интеллектуальный» следующее определение - умственный, духовный, с высоко развитым интеллектом<sup>28</sup>. В.И. Даль определяет «интеллектуальный» как «духовный, умственный, разумный»<sup>29</sup>. Большой энциклопедический словарь трактуют интеллект как «(от лат. *intellectus* – познание, понимание, рассудок),

---

<sup>28</sup> Толковый словарь Ожегова С.И. [Электронный ресурс] // URL: <http://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 15.05.2018).

<sup>29</sup> Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля [Электронный ресурс] // URL : <http://slovardalja.net> (дата обращения: 15.05.2018).



способность мышления, рационального познания»<sup>30</sup>. Учитывая тот факт, что речь пойдет о неодушевленном предмете, можно несколько переиначить данную характеристику: интеллектуальный – то есть предназначенный для людей с высоким интеллектом, занимающихся умственным трудом, духовных. Иными словами, подобные издания в наименовании своей видовой группы несут прямую характеристику читательской аудитории, для которой они предназначены. Однако здесь возникает вопрос: какое место в иерархии современных печатных изданий занимают интеллектуальные журналы? Имеют ли они право на существование как отдельный тип издания? Какова аудитория современного интеллектуального журнала, и может ли она выступать ключевым дифференцирующим признаком?

Если исходить из классификации, предложенной М.В. Шкондиным, по целевому назначению, интеллектуальные издания представляют собой симбиоз литературного (публикуются рассказы, очерки, стихотворения), общественно-политического (злободневные эссе на актуальные темы, интервью экспертов, открытые обсуждения серьезных общественно важных проблем), культурно-просветительского (материалы о фильмах, книжных новинках, выставках), научно-популярного (статьи, посвященные новинкам техники, инновационным технологиям в повседневной жизни, промышленным выставкам) издания<sup>31</sup>.

В современных интеллектуальных журналах присутствуют черты и рекламных изданий (многополосная глянцева́я полноцветная реклама элитных и популярных марок, которую можно смело считать важнейшей составляющей номера), развлекательной прессы (интервью с известными публичными личностями, новости светской жизни), исторических узкопрофильных журналов (журналистские расследования, исторические очерки, публикация писем, дневников, мемуаров известных персон прошлого). Подобная многозадачность и уникальный симбиоз всех

---

<sup>30</sup> Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс] // URL :<https://gufo.me> (дата обращения 15.05.2018).

<sup>31</sup> Шкондин М.В. Указ. соч. – С.45.

перечисленных характеристик дает право выделять интеллектуальный журнал в отдельный тип современных печатных изданий. Такого мнения придерживается Ф.Б. Бешукова<sup>32</sup>. Необходимо отметить, что она – один из немногих исследователей, свободно и аргументировано оперирующих понятием «интеллектуальный журнал». При изучении современных «толстых» литературных журналов она задается вопросом: «при наличии в журнале текстов литературоведческой, философской, семиотической, социологической тематики – к какому типу журнала можно их отнести?»<sup>33</sup>. Отмечает Ф.Б. Бешукова и ярко выраженную тенденцию тяготения современных гуманитарных журналов к междисциплинарности. Она отмечает, что «граница между филологическими, искусствоведческими, культурно-просветительскими журналами стала крайне проницаемой, а без апелляции к общественно-политическим проблемам не обходится почти ни одно из современных изданий, причем эти статьи носят не просто обзорный характер, а аналитический, с выходом в культурное пространство»<sup>34</sup>. В своей монографии Ф.Б. Бешукова анализирует предложенные критиками определения современного интеллектуального журнала. В частности, она приводит слова литературного критика Н. Самутиной, называющей интеллектуальным журнал, предлагающий «обсуждение актуальных проблем мысли вне рамок какого-либо одного дисциплинарного пространства и делают это на определенном языковом и понятийном уровне, не лишенном претензии на «научность»<sup>35</sup>. При этом Ф.Б. Бешукова особое внимание уделяет характеристике предполагаемого читателя данного рода изданий: по словам Н. Самутиной, это «информированный дилетант», интересующийся, где в большей, где в меньшей степени, различными проблемными полями

---

<sup>32</sup> Бешукова Ф.Б. Медиадискурс постмодернистского литературного пространства: монография. Майкоп, 2008.

<sup>33</sup> Бешукова Ф.Б. Указ. соч. – С. 182.

<sup>34</sup> Бешукова Ф.Б. Указ. соч. – С. 182.

<sup>35</sup> Там же.

современной культуры. Особый интерес для нас представляют обозначенные Ф.М. Бешуковой на основе изучения статей Н. Самутиной признаки современного интеллектуального журнала, а именно:

- актуальность проблематики;
- междисциплинарность;
- близкий к научному понятийный и языковой уровень;
- определенная читательская аудитория;
- задача формирования культурного уровня читателя<sup>36</sup>.

Ф.М. Бешукова выделяет и другие отличительные признаки интеллектуального журнала:

- широта охвата проблематики;
- опора на научное мышление;
- привлечение исследований в области различных областей современного гуманитарного знания;
- ориентир на интеллектуальную читательскую аудиторию;
- научно-публицистический язык изложения;
- обязательное наличие аналитических и критических разделов, рубрик;
- наличие собственной индивидуальной журнальной стилистики, узнаваемое «лицо»<sup>37</sup>.

Основание, базис статуса журнала, претендующего на определение интеллектуального, по мнению Ф.Б. Бешуковой – «необходимость определенного интеллектуального напряжения при потреблении конечного продукта»<sup>38</sup>. Подчеркивает исследователь и наличие у каждого издания подобного рода и наличие собственной специфической аудитории, обусловленное этой характеристикой. Образу читателя современного русского интеллектуального журнала в работе Ф.Т. Бешуковой уделяется

---

<sup>36</sup> Бешукова Ф.Б. Указ. соч. – С. 183.

<sup>37</sup> Бешукова Ф.Б. Указ. соч. – С. 183.

<sup>38</sup> Там же. С. 184.

особая роль. Существование интеллектуального журнала предполагает «наличие не только заинтересованной, но и подготовленной в интеллектуальном плане аудитории. Интеллектуальный журнал предполагает в лице читателя собеседника, равноправного участника коммуникативного процесса, то есть отношения издание/читатель строятся в форме диалога»<sup>39</sup>. Ф.Б. Бешукова отмечает устарелость классических типобразующих классификаторов, так как «широта охвата проблематики, язык, стиль, структура новых гуманитарных журналов позволяют принять за основу достаточно общее определение, предусматривающее деление на подтипы»<sup>40</sup>. Исследователь выносит в качестве основных типобразующих признаков междисциплинарный подход и опору на научный стиль мышления и изложения материала и подчеркивает, что «любой журнал позиционирует себя в информационном пространстве, обозначая свою тематическую направленность, проблемную зону и задачи». В качестве примера интеллектуальных журналов Ф.Б. Бешукова называет «Синий диван», «Новое литературное обозрение», «Отечественные записки», «Альманах наблюдений», «Новая русская книга». В целом исследователь подчеркивает, что с начала XXI века резко возросло количество подобных изданий, которые она называет зеркалом, отражающим «запросы и предпочтения целевой аудитории – интеллектуального читателя»<sup>41</sup>.

Мы полностью согласны с характеристикой, определением и концепцией современных интеллектуальных журналов, данных Ф.Б. Бешуковой. Однако хотелось бы отметить, что исследователь рассматривает интеллектуальный журнал как подвид гуманитарного, причем в некоторых частях работы определение «гуманитарный» служит синонимом понятию «интеллектуальный», что нам кажется не совсем справедливым. Ф.Б. Бешукова отмечает разнообразие и широту спектра интеллектуальных изданий при сохранении их узкопрофильности, специфичности,

---

<sup>39</sup> Там же. С. 186.

<sup>40</sup> Там же. С. 187.

<sup>41</sup> Бешукова Ф.Б. Указ. соч. – С. 190.

стилистических особенностей и собственного, хорошо узнаваемого публикой образа. Особый интерес представляет рассмотрение исследователем данного типа изданий в концепции постмодернистской культуры, в частности, их позиционирование как неотъемлемую часть и яркий пример, отражающий ее основные черты. Ф.Б. Бешукова формирует пять отличительных качеств интеллектуальных (гуманитарных) журналов. Это:

1. Концептуальность как одна из определяющих характеристик изданий данной группы.

2. Интеллектуальный журнал как авторский проект, где имя редактора/издателя/автора имеет первостепенное значение.

3. Специализированная направленность - структура журнала соответствует его концепции и осмыслению задач; интеллектуальный журнал становится проводником различных научных и художественных практик, объединенных в единое проблемное поле.

4. Особая структура гуманитарных интеллектуальных журналов, для которой характерно нелинейное построение, многомерность, открытость границ, активная роль читателя.

5. Новый язык изложения и подачи материала. Можно выделить ряд составляющих нового журнального языка: научность, применение деконструктивистской и постструктуралистской практики.<sup>42</sup>

Ф.Б. Бешукова убедительно доказывает, что гуманитарные интеллектуальные журналы сегодня составляют отдельную полноценную группу периодических журнальных изданий. При этом она называет читательскую аудиторию в числе типообразующих характеристик, однако не придает ей решающего значения. Между тем, мы считаем, что именно особый характер читательской аудитории является определяющим для типологии интеллектуальных журналов. В связи с этим представляется

---

<sup>42</sup> Бешукова Ф.Б. Указ. соч. – С. 190-191.

интересным рассмотреть позицию еще одного исследователя периодической печати этого сегмента – А. С. Акулиничева<sup>43</sup>.

А.С. Акулиничев называет основным типобразующим признаком русских интеллектуальных журналов обращение к определенной аудитории. Отмечая ее неоднородность, тем не менее, исследователь констатирует, что ее основу составляют так называемые «модульные люди» (термин, предложенный Э. Тоффлером)<sup>44</sup>. А.С. Акулиничев, как и Ф.Б. Бешукова, акцентирует внимание на интеллектуальном журнале как характерном явлении постмодернистской культуры. Однако он в своей характеристике потенциального читателя данного рода изданий выводит новое понятие – фрагментарность мышления. «Модульный человек», которому присуще «фрагментарное мышление», также отличается быстрым откликом и повышенной способностью воспринимать информацию дискретно»<sup>45</sup> – отмечает автор. При этом дискретность в данной трактовке понимается как высокая скорость обработки информации различного типа без обязательного линейного упорядочивания. Дискретность восприятия текста Акулиничев называет разновидностью клипового сознания – еще одна очевидная черта обобщенного образ читателя современных русских интеллектуальных журналов. Дискретная информация в журналистском аспекте – это «небольшие по объему тексты, представленные в рамках одной рубрики, между которыми не возникает причинно-следственной или иных связей (либо эти связи минимальны), но общность обнаруживается за счет восстановления контекста как результат читательской интерпретации и концептуализации»<sup>46</sup>. При этом в качестве контекста называются социально-культурные условия создания произведения. Конечным результатом применения подобного способа передачи информации является ситуация,

---

<sup>43</sup> Акулиничев А.С. Подача информации в современных русских интеллектуальных журналах: фрагментарность и культивирование медиавирусом // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2013. Вып. №12.

<sup>44</sup> Акулиничев А.С. Указ. соч. – С.120.

<sup>45</sup> Там же. С. 121.

<sup>46</sup> Акулиничев А.С. Указ. соч. - С. 122.

когда «после соединения элементов и восстановления контекста у воспринимающего начинала складываться картина мира или, в более узком смысле, представление о том или ином срезе современной действительности». В качестве примера А.С. Акулиничев приводит рубрику журнала «Сноб» «Глоссарий месяца». Исследователь определяет ее основную задачу – «зафиксировать все наиболее значительные с социокультурной точки зрения лексические единицы, фразы и неологизмы, имевшие хождение в течение календарного года». А.С. Акулиничев выдвигает вполне обоснованное и справедливое положение относительно стилистики языка интеллектуальных изданий – явление реальной жизни в лингвистической форме является следствием влияния, оказанного на массовую психологию блогами и социальными сетями, бурно развивавшимися на рубеже 2000–2010-х годов. «Живой журнал», Facebook, ВКонтакте, Твиттер, войдя в жизнь многих россиян – и прежде всего в жизнь интеллектуалов, лидеров общественного мнения, трендсеттеров, актуализировали письменную речь, сделали ценным умение адекватно выражать языковыми средствами то, что происходит в общественной жизни»<sup>47</sup>. Подобные тенденции отмечает и Е.А. Зверева: «Мультимедийная среда порождает всё больше технологий, меняющих принципы потребления информации и способы взаимодействия аудитории с медиаконтентом. Массмедиа предлагают новые форматы, отличительная черта которых – стремление к максимальной адаптации информации под конкретного потребителя. Современная аудитория выстраивает свои взаимоотношения с новыми медиа совершенно иначе по сравнению с традиционными СМИ»<sup>48</sup>. Е.А. Зверева, как и А.С. Акулиничев, представляет в качестве одного из основных типологизирующих признаков современных изданий (в том числе интеллектуальных) целевую аудиторию, читателя. Оба исследователя сходятся во мнении, что «информационная культура активизирует процессы

---

<sup>47</sup> Акулиничев А.С. Указ. соч. – С.123.

<sup>48</sup> Зверева Е.А. Особенности медиапотребления «поколения Y» и «поколения Z» // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8

социокультурной глобализации и виртуализации реальности, формирует особый тип сознания, основанный на клиповом восприятии информации», «аудитория «переключилась» на другой формат получения информации»<sup>49</sup>. В условиях стремительного роста информационных и цифровых технологий появляется поколение с новой моделью познания мира, кардинально отличающейся от классической схемы, типичной для их родителей. Эти люди обладают собственной системой ценностей, которая не может вписаться в уже устоявшиеся принципы классических типовых изданий. Новому поколению нужны свои медиа, которые в полной мере будут соответствовать их вкусам и предпочтениям, но самое главное – иметь подходящий для восприятия современного человека формат. Этим объясняется и еще одна типологическая особенность современного российского интеллектуального журнала – интерактивность. Е.А. Зверева подчеркивает: «интерактивность как двустороннее взаимодействие между массмедиа и потребителем информации становится не только инструментом информирования и получения реакции от аудитории, но и инструментом привлечения пользователей к самому медиаресурсу»<sup>50</sup>. Интерактивность выполняет и еще одну очень важную функцию: она позволяет читателю самому принимать непосредственное участие в создании контента издания, выбирая для себя наиболее подходящий формат его существования, выражая свое мнение о количестве и качестве информации. Действительно, за последние 10 лет плотная связь и взаимопроникновение печатной прессы, ее электронной формы и социальных сетей стала очевидной. Однако для интеллектуальных журналов данная характеристика приобретает особое значение, так как специфика материала и собственно аудитории такого рода изданий ощущается даже на интернет-площадках и действительно выступает лакмусовой бумажкой, демонстрирующей многие социальные процессы в обществе. Здесь справедливо возникает вопрос о том, что, благодаря такой

---

<sup>49</sup> Там же.

<sup>50</sup> Зверева Е.А. Указ. соч.



типологической особенности, интеллектуальные издания обладают более широким функционалом, чем, например, схожие с ними литературно-художественные или культурологические. Кроме того, совершенно справедливо вычленение из класса интеллектуальных журналов двух сегментированных единиц – собственно интеллектуального журнала и нового интеллектуального журнала.

Таким образом, на сегодняшний день мы можем наблюдать очевидную необходимость в определении интеллектуального журнала как типа издания. Согласно обозначенной нами в части 1.1. классификационной схеме и на основе проанализированных работ современных исследователей, к основным признакам интеллектуального журнала мы относим *целевое назначение, междисциплинарность, многозадачность проблематики (широта охвата), ориентир на особую читательскую аудиторию (как ключевой фактор)*. Данное нами в начале пункта 1.2. определение понятия «интеллектуальный» с течением времени, под влиянием социальных, политических, технологических процессов претерпело существенные изменения, утратило четкость и категоричность. Поэтому расширилось понятие интеллектуальной аудитории, следовательно, появились издания нового образца, отвечающие запросам таких читателей; именно они составляют число потребителей нового интеллектуального журнала. Однако для того, чтобы субъективировать и раскрыть данное понятие, необходимо разобраться в функциональном назначении интеллектуальных изданий и их особенностях.

### **1.3. Характеристика и функциональное назначение современного интеллектуального журнала**

Для того, чтобы понять, уточнить и структурировать такое понятие, как современный интеллектуальный журнал, необходимо не только обозначить его место в типологии журнальных изданий, но и определить функциональное назначение такого рода прессы. Как отмечает Е.А. Зверева, «среди основных функций СМИ традиционно выделяют коммуникативные,

идеологические, культуроформирующие, рекламно-справочные, рекреативные и непосредственно организаторские»<sup>51</sup>. Современные интеллектуальные издания обладают всем перечисленными свойствами, которые, будучи достаточно тесно связанными между собой, образуют единый образ печатного издания. Вопрос о функциональном назначении средств массовой информации и о том, какая из функций является важнейшей, живо интересует исследователей: в частности, достаточно основательно и подробно рассмотрен в статье Л.В. Васильевой<sup>52</sup>. Автор, как и Е.А. Зверева, выделяет информативную, идеологическую, когнитивную, развлекательную, образовательную, рекламную функцию СМИ. Исследователь называет основной информативную функцию, так как она «оперативное информирование в условиях глобализации, в сложных процессах взаимодействия разных культур способно во многом обеспечить устойчивость и динамику мирового порядка». Однако это свойство имеет более важное значение для новостных программ и печатных источников. Рассмотрим каждую из перечисленных функций подробнее, в контексте существования на медиaprостранстве интеллектуального журнала<sup>53</sup>.

**Идеологическая** – важнейшая функция любого печатного издания. Заключается в том, что «видение происходящих событий представляется массовой аудитории через призму определенных культурных ценностей и политических ориентиров»<sup>54</sup>. Л.В. Васильева подчеркивает, что пресса не преследует цели навязывания конкретного мнения читателям; основная задача материала в данном случае – оказать «имплицитное влияние на строй мышления человека, стиль его мировосприятия»<sup>55</sup>. Е.А. Зверева, говоря о важности идеологической функции, отмечает: «СМИ транслируют медиакартину мира, оценивают и анализируют события политической,

---

<sup>51</sup> Зверева Е.А. Современные российские журналы : теория и практика функционирования : дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10. - Тамбов, 2017. С. 27.

<sup>52</sup> Васильева Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 50. С. 109-112.

<sup>53</sup> Васильева Л.В. Указ. соч. - С.109.

<sup>54</sup> Там же. С.110.

<sup>55</sup> Там же.

экономической, культурной, спортивной и других сфер жизни, формируя таким образом ценностные ориентиры общественного сознания»<sup>56</sup>.

**Когнитивная** функция выражается в создании в публикациях средств массовой информации публицистической картины мира. Л.В. Васильева указывает на очевидную пограничность этого свойства журналов с коммуникативной функцией и представляет правомерным существование определения «когнитивно-коммуникативная функция СМИ»<sup>57</sup>. Действительно, на сегодняшний день тенденции развития общества, культуры и прессы как ее части тяготеют к открытым формам и пространствам, при этом человек становится деталью медийного пространства и испытывает его существенное влияние.

**Культуроформирующая** функция «направлена на обогащение внутреннего мира самоценной личности и социума в целом»<sup>58</sup>. По мнению Е.А. Зверевой, данная функция сопряжена с распространением ценностей культуры и способствует полноценному развитию личности. Л.В. Васильева выделяет сходную по предназначению функцию – **образовательную**. Необходимо отметить, что именно эти две функции можно назвать основными для интеллектуального журнала, однако с важным уточнением: интеллектуальный журнал, в силу специфики подачи материала, предполагает синтез этих качеств с еще одной, весьма важной функцией печатного издания – **развлекательной**. Именно так можно понять точку зрения А.А. Сидякиной, которая, освещая журналистику сферы досуга, на примере материалов интеллектуального журнала «Сноб» рассматривает явление арт-журналистики, в частности, критических статей. Арт-журналистика является частью культурной журналистики, сам автор определяет ее как «регулярную и систематическую информационно-аналитическую деятельность по освещению в СМИ событий и явлений искусства и художественной жизни (в том числе театральной, литературной,

<sup>56</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 28.

<sup>57</sup> Васильева Л.В. Указ. соч. – С.111.

<sup>58</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 28.

музыкальной, кинематографической и т. д.) с использованием всех жанров и форм подачи материала, при наличии оценочности и компетентного критического суждения». Сидякина называет площадку интернет-портала журнала «Сноб» местом размещения блогов «влиятельных фигурантов современного арт-процесса».

**Рекламно-справочная** функция «связана с воздействием на массовую аудиторию с целью убеждения в необходимости приобрести те или иные товары или воспользоваться определенными услугами»<sup>59</sup>. Е.А. Зверева отмечает плотную связь данного явления с **организаторской** функцией, объясняя это ее основной целью – «побуждение людей к конкретным действиям»<sup>60</sup>. С точки зрения маркетинга, именно эти две функции являются важнейшими для любого журнала, в том числе интеллектуального.

Л.В. Васильева в своей работе также выносит **функцию манипуляции** и **функцию воздействия**<sup>61</sup>. И та, и другая, могут быть в равной степени применены к интеллектуальным изданиям. Функция воздействия выражается в «формировании моделей поведения, привычек, сознания в целом на основе тех ценностей и политических идеалов, которые задаются особенностями государственного устройства и демонстрируются в СМИ». Регулирование политических процессом посредством СМИ лежит в основе функции манипуляции. Безусловно, интеллектуальные журналы не ставят основной целью именно эти действия, однако их тематика напрямую связана с желаемым конечным результатом реализации данных свойств СМИ, поэтому справедливо будет включить их в функциональное поле интеллектуальных журналов. Кроме того, нельзя не согласиться с Е.А. Зверевой, включившей туда так называемую контактную функцию. Она заключается в «привлечении внимания аудитории с помощью современного визуального ряда, грамотно сконструированного заголовочного комплекса, продуманного макета

---

<sup>59</sup> Васильева Л.В. Указ. соч. – С.111

<sup>60</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 29.

<sup>61</sup> Васильева Л.В. Указ. соч. – С.112.

издания»<sup>62</sup>. Для интеллектуальных журналов данная функция приобретает особую важность, так как издания данного типа занимают особую нишу, следовательно, предлагая эксклюзивный информационный продукт, претендуют на оригинальность и неординарность не только содержания, но и формы.

Для того, чтобы в полной мере представлять функциональное поле интеллектуальных изданий, рассмотрим их с точки зрения модели, предложенной А.И. Акоповым<sup>63</sup>. Он полагал, что журнал приобретает те функции, которые являются наиболее актуальными на момент его создания и издания. А.И. Акопов причислял к функциональному полю журналов свойственные газете информационную, организаторскую, рекреативную, рекламную функцию, формирования общественного мнения. Однако выделяет он и специфичные, присущие только журналам свойства, а именно *обозренческую, реферативную, аналитическую, идейно-лидирующую, собирательную и функцию закрепления авторского приоритета*. Рассмотрим, как перечисленные свойства реализует интеллектуальный журнал.

**Обозренческую** функцию А.И. Акопов позиционирует как обязанность журнала «давать широкую картину всестороннего рассмотрения информации, касающейся тематики и проблематики, которым он посвящен»<sup>64</sup>. На наш взгляд, интеллектуальные журналы в полной мере выполняют данную функцию, которую можно назвать одной из разновидностей когнитивной функции. Широта проблематики, объективность, стремление представить тему с разных точек зрения и дать читателю максимально полную картину описываемого события,

---

<sup>62</sup> Васильева Л.В. Указ. соч. - С. 112.

<sup>63</sup> Акопов А.И. К вопросу о формировании функций журнала как типа периодического издания // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: мат-лы 52-й международ. научно-практ. конф. 17-19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 9–12.

<sup>64</sup> Акопов А.И. К вопросу о формировании функций журнала как типа периодического издания // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: мат-лы 52-й международ. научно-практ. конф. 17-19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 9–12.

использование новых форматов и способов передачи информации, не типичных для данного типа изданий, синтетичность позволяет современным интеллектуальным изданиям качественно выполнять данную функцию. Так, обратимся к журналу «Esquire», который мы позиционируем как новый интеллектуальный журнал. Одной из специфических черт контента этого издания является широта проблематики: читатель найдет на страницах данного издания актуальные новости науки и культуры, репортажи на острые социальные и политические проблемы, новинки книжной индустрии, обзор модных тенденций и т.д. Разноплановость материалов и качественно новое использование традиционных жанров журналистики – именно так можно охарактеризовать обозренческую функцию современных интеллектуальных журналов.

**Реферативная функция** обозначается А.И. Акоповым как одна из древнейших, свойственная еще изданиям времен XVII-XVIII вв. С этой точки зрения журнал понимается как своего рода справочник реферативного характера, где можно найти список работ, выпущенных в последнее время на заданную тему. Это в большей степени характерно для классических интеллектуальных и культурологических изданий, в которых публикуется подобная информация, однако данное свойство трудно назвать ключевым. Реферативную функцию достаточно качественно выполняет, например, журнал «Новое литературное обозрение» – традиционный интеллектуальный, или, как позиционируют его издатели, «российский филологический журнал»<sup>65</sup>, содержащий, в частности «эссе по проблемам ретроспективной библиографии»<sup>66</sup>.

**Аналитическую функцию** исследователь называет «коренной»<sup>67</sup>: она определяет специфику информации, которую А.И. Акопов определяет как «анализ и комментарии» фундаментальных знаний. Данное свойство в

---

<sup>65</sup> Новое литературное обозрение [Электронный ресурс] // URL:<http://magazines.russ.ru/nlo/> (дата обращения 25.05.2018).

<sup>66</sup> Там же.

<sup>67</sup> Акопов А.И. Указ. соч. – С.10.

контексте функционала интеллектуальных изданий можно отнести к когнитивному блоку, как и обозренческую. Фактически обе они, в той или иной степени, в своей основе имеют один и тот же механизм – *способ подачи информации*. В свою очередь, нюансы данного процесса определяются уже характерными признаками конкретного издания.

**Собирательная функция** реализуется журнальным изданием как его способность выступать «энциклопедией знаний по своему тематическому или целевому направлению»<sup>68</sup>. Такое свойство в полной мере можно наблюдать у научных, научно-популярных, узкоспециализированных изданий, для которых оно является одним из основных. Интеллектуальный журнал имеет несколько другую специфику, и собирательная функция не является для него основной – интеллектуальное издание не имеет целью стать исключительно источником информации; фактически эта функция роднит толстые журналы с книжными изданиями. Однако интеллектуальный журнал в данном контексте можно рассмотреть как энциклопедию жизни современного интеллектуала, коллекцию его интересов. Собирательная функция в данном случае позволяет проследить трансформацию образа мыслей интеллектуала, метаморфозы в системе ценностей этого социального класса. Интеллектуальный журнал с этой точки зрения можно рассматривать как зеркало социальных, ментальных, общественных, культурных процессов. Хочется отметить уникальность и ценность современных изданий подобного типа с этой точки зрения. В частности, в подобном ракурсе интересно рассмотреть проекты «Сноб» и «Синий диван». Несмотря на очевидную разницу контента, оба издания являются международными, оставаясь русскоязычными. На их страницах публикуются авторы нескольких стран, высказывая свое мнение на конкретную тему. Такое явление позволяет рассмотреть проблему комплексно, при этом в статьях отражаются особенности менталитета не только русского, но и зарубежного интеллектуала. Все это позволяет претендовать материалам на

---

<sup>68</sup>

Там же.

объективность, что является крайне важным свойством и для издания в целом, и для реализации его собирательной функции в ее классическом понимании.

**Идейно-лидирующая функция** отчасти связана с другим свойством журнала, выделяемым А.И. Акоповым – **функцией закрепления авторского приоритета**<sup>69</sup>. Фактически журнал должен выполнять роль флагмана в своей тематической области, стать авторитетным для других изданий данного направления. Это выборочная, необязательная функция. В свою очередь, функция закрепления авторского приоритета на сегодняшний день довольно актуальна, так как вопрос авторского права, в связи с возникновением новых цифровых версий изданий, стал особенно актуальным. Интеллектуальные издания реализуют эту функцию не только в контексте сохранения интеллектуальной собственности. Автор для некоторых интеллектуальных изданий – это знаковая величина, научное светило, широко известная медийная личность, публикация материалов которых помогает журналу выполнять идейно-лидирующую функцию, при этом используя ее как возможность издания *сформировать собственное лицо*. То есть задача многих интеллектуальных изданий – не стать авторитетом, но быть индивидуальностью. Ярким примером такого типа интеллектуальных изданий является проект «Синий диван» (публикации на нескольких языках, привлечение к работе европейских и российских ученых, специфичность тем, периодичность (раз в год) выходов номера, позиционирование себя как журнала особого типа для избранных персон). Таким образом, издание решает одну из основных задач – создание неповторимого облика посредством реализации оригинальной редакторской концепции; при этом оно, в силу специфики контента, может претендовать на звание авторитета, культурной величины. По схожему принципу действует и интеллектуальный журнал «Русский пионер», фактически ставший органом печати элиты

---

<sup>69</sup> Акопов А.И. Указ. соч. – С.11.



российского общества. Его авторы не нуждаются в защите авторского права, так как их имя является лучшей гарантией сохранения интеллектуальной собственности. Громкие фамилии колумнистов «Русского пионера», среди которых и Президент России, сделали ему не только громкое имя, но и сформировали определенный авторитет, позволивший занять собственную нишу, в которой журнал не имеет конкурентов (реализация идейно-лидирующей функции). Тем не менее, мы считаем возможным рассмотреть данное свойство интеллектуального журнала в контексте контактной функции (открытая форма существования, вариативность форматов, взаимодействие с читателем, авторы, специфика взаимодействия с аудиторией) и когнитивной (способы подачи материала, проблематика, специфика контента и его формы).

Только общее понимание функционала любого издания, в том числе интеллектуального журнала, дает полную картину и позволяет вычлениить и обозначить данное явление современной медиасферы из общего числа. Таким образом, проанализировав функциональное поле современных СМИ и рассмотрев основные свойства изданий с точки зрения их реализации интеллектуальными журналами, выделим среди них основополагающие для данного типа изданий. С нашей точки зрения, определяющими для функционального поля современного русского интеллектуального журнала являются *когнитивная* (содержание), *контактная* (форма) и *культуроформирующая* функции.

## **Выводы к главе 1**

Первая глава данного исследования посвящена вопросу типологии современных печатных изданий и их функциональному назначению. На сегодняшний день это достаточно популярная и актуальная для многих исследователей тема, так как число новых изданий постоянно растет, привычная классическая схема, предложенная еще в 1980-е гг. и хорошо

подходящая для советской прессы, не способна вместить все издания, выходящие в новой России. Тип издания – это совокупность изданий, объединенных специфическими особенностями, характеристиками, качествами, которыми обладает в той или иной степени каждое из них. Важное значение для дифференциации и характеристики журналов также приобретает формат издания: это обусловлено ростом числа электронных СМИ и образованием качественно новых форм журналов. Между типом и форматом не стоит ставить знак равенства, его можно считать одной из качественных характеристики типа издания. Задавшись вопросом о том, являются ли интеллектуальные издания самостоятельным типом печатных изданий, стала понятна необходимость выявления характеристики предмета изучения и его важных качеств. Различные исследователи предлагают свои решения данного вопроса. Так, согласно классической схеме А.И. Аكوпова, выделяются первичные и вторичные типоформирующие признаки (авторский состав, внутренняя структура, оформление). М.В. Шкондин выделяет технологические, экономические, редакционные, организационные, аудиторные и прочие типологические признаки, предлагая при этом также классифицировать издания по целевому назначению (литературно-художественные, художественно-публицистические, рекламные и т.д.). М.И. Шостак выносит в качестве основополагающих для определения типа издания параметров предметную среду, цель, аудиторию. Альтернативой она считает возможную классификацию по диапазону информации (узкий, широкий, специализированный журнал). Для типологизации интеллектуальных изданий ее концепция особенно интересна, так как она особенно акцентирует внимание на связи модели издания и потребностей аудитории (то есть читательская масса как основной типологический признак изданий). Отметим, что ни один из перечисленных исследователей не выделяет в отдельный тип интеллектуальные журналы. У Т.Ф. Дедковой они являются разновидностью культурологических изданий. Не определяет их и Единый отраслевой классификатор печатных СМИ. Проанализировав

некоторые из традиционных типологических концепций, мы вывели следующие основные типоформирующие признаки журнала – целевое назначение, читательская аудитория, тематика и характер информации, специфика контента.

В части 1.2 исследуются интеллектуальные журналы в современной типологической системе. Классическое понятие слова «интеллектуальный» на сегодняшний день претерпело существенные изменения, следовательно, тот печатный продукт, который мы называем сегодня интеллектуальным журналом, также претерпел существенную трансформацию. Среди исследователей, признающих интеллектуальные издания как отдельный тип – Ф.Б. Бешукова. Однако она использует термин «интеллектуальный» как синоним «гуманитарный», что, на наш взгляд, не в полной степени правомерно. Несмотря на это, именно у Ф.Б. Бешуковой приведена подробная характеристика современных интеллектуальных изданий и их отличительные признаки (широта охвата проблематики, определенная читательская аудитория, наличие собственной стилистики, узнаваемость). В качестве одного из типоформирующих признаков она определяет междисциплинарный подход, что мы хотели бы особенно отметить. Ф.Б. Бешукова убедительно доказывает, что гуманитарные интеллектуальные журналы сегодня составляют отдельную полноценную группу периодических журнальных изданий. Однако она, называя читательскую аудиторию в числе типообразующих характеристик, не придает ей решающего значения. Нам ближе позиция А.С. Акулиничева, который называет основным типообразующим признаком русских интеллектуальных журналов обращение к определенной аудитории. Он отмечает интерактивность интеллектуальных журналов, а также выводит понятие «человекоцентричности» таких медиа. Того же мнения придерживается Е.А. Зверева, называющая среди основных характеристик аудитории нового типа клиповое восприятие информации, интерактивность восприятия,

существенную разницу культурных ценностей нового поколения, образа мышления.

Рассмотрев в третьем параграфе первой главы функциональное поле современных журнальных изданий, отметим, что полноценная жизнь журнала возможна лишь в том случае, если заложенные в него механизмы работают слаженно. В частности, для анализа были взяты функциональная схема, предложенная Е.А. Зверевой, вариант Л.В. Васильевой и традиционная концепция А.И. Аكوпова. Интересна была и позиция А.А. Сидякиной, которая, освещая тему арт-журналистики, коснулась вопроса реализации развлекательной функции в интеллектуальном журнале «Сноб». Хотя изначально функциональное поле интеллектуального издания, в силу специфики его материалов и общего предназначения, не предполагает выполнение данной функции, такой факт служит подтверждением существования на российском печатном рынке интеллектуального журнала нового поколения, который, помимо когнитивной, контактной и культууроформирующей функции, реализовывает и развлекательную, досуговую. Классическая функциональная схема А.И. Аكوпова в ее устоявшемся понимании не совсем вписывается в функциональное поле современных интеллектуальных изданий. Однако при изучении каждого из свойств удалось обнаружить, что в той или иной степени каждая из перечисленных им функций выполняется современными журналами, но несколько иным образом. Обнаруженная взаимосвязь некоторых функций позволяет понять специфику современного интеллектуального издания и утверждать, что оно журнал обладает широким функциональным назначением.

Таким образом, мы приходим к выводу, что необходимо рассмотреть интеллектуальные журналы как отдельный тип издания, обладающий всеми необходимыми типоформирующими признаками. Более того, анализ функционального назначения современных толстых журналов позволил не только обозначить их функциональное поле, но и отметить наличие

несвойственных для такого рода изданий функций. Все это дает возможность обнаружить предпосылки формирования в классе интеллектуальных журналов нескольких подгрупп, вывести и обозначить новый интеллектуальный журнал как тип издания.

## ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ

### 2.1. Критерии дифференциации современных интеллектуальных изданий

Интеллектуальные журналы на сегодняшний день представляют отдельный тип печатных изданий, имеющий свои видовые признаки и внутреннюю градацию. Как уже было сказано в первой главе работы, точное и единое определение интеллектуального журнала в журналистской науке находится в стадии формирования. Исследователи признают его существование, однако по-своему понимают цели и задачи такого рода изданий. Тем не менее, несмотря на отличия в видении и понимании данного явления, как русский интеллектуальный журнал, все исследователи сходятся во мнении, что он имеет несколько подтипов. То есть можно говорить о том, что журнал для интеллектуалов – многокомпонентное явление, имеющее синтетическую природу. Как отмечает Е.А. Зверева, базой для формирования интеллектуального журнала стал классический литературно-художественный толстый журнал. «Тенденция к открытости, к междисциплинарности, к синтезу культуры, литературы, творчества и науки в одном издании позволяет констатировать формирование современного интеллектуального журнала»<sup>70</sup> – говорит она. Н.В. Самутина предлагает считать интеллектуальными журналы, которые «предлагают обсуждение актуальных проблем мысли вне рамок какого-либо одного дисциплинарного пространства и делают это на определенном языковом и понятийном уровне, не лишенном претензии на “научность”»<sup>71</sup>. При этом она, как и А.С. Акулиничев, делает акцент на определении облика читателя интеллектуального журнала, представляя его «информированным дилетантом», интересующимся, где в большей, где в меньшей степени,

<sup>70</sup> Зверева Е.А. Указ. соч.– С. 354.

<sup>71</sup> Самутина Н. Русские интеллектуальные журналы // Неприкосновенный запас. – 2002. – № 5 (25) [Электронный ресурс]. // URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2002/5/obzory.html> (дата обращения 20.05.2018).

различными проблемными полями современной культуры»<sup>72</sup>. Е.А. Зверева дает еще одну важную характеристику интеллектуального журнала – он «создает ценности культуры, транслируя информацию на качественном уровне и ориентируясь на высокий уровень подготовки аудитории»<sup>73</sup>.

Опираясь на вышеизложенные и проанализированные в первой главе научные гипотезы, выведем основные типоформирующие признаки видов русских интеллектуальных журналов. Их можно выделить три: **целевая аудитория; проблематика и специфика контента (характер информации); формат издания (способ подачи информации).**

**Целевая аудитория** является ключевым фактором, определяющим интеллектуальный журнал как интеллектуальный. Отметим, что все исследователи, анализирующие проблему формирования русского интеллектуального журнала, акцентировали внимание именно на целевой аудитории интеллектуального журнала как главном базисе собственно существования данного рода изданий. Современный интеллектуал – это человек, способный «наращивать и реализовывать собственный потенциал». Однако общественные, политические, социальные процессы оказали существенное влияние и трансформировали образ интеллектуала, на что оперативно отреагировал и печатный рынок. Рискнем предположить, что именно трансформация образа современного интеллектуала и стала той движущей силой, запустившей механизм появления новых форм интеллектуальных изданий. Прежде чем подробнее рассмотреть российского интеллектуала как целевую аудиторию журнала нового типа, оценим, как оценивают приоритетность целевой аудитории для определения журнала как типа издания современные концепции теории журналистики.

Исследователи, среди которых А.И. Акопов, М.В. Шкондин, М.И. Шостак, признают существенную роль аудитории в формировании средств массовой информации. Существует несколько схем классификации изданий

---

<sup>72</sup> Самутина Н.В. Указ. соч.

<sup>73</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 356.

по характеру аудитории: *по возрасту* (для детей, подростков, молодежи, людей среднего и пожилого возраста); *половой принадлежности* (мужские и женские); *области информационного влияния* (межрегиональные, общероссийские, международные); *характеру профессиональных, производственных групп* (армия, промышленность, медицина); *характеру социальных групп и групп населения* (например, издания для родителей, людей с ограниченными возможностями, представителей различных конфессий). Е.А. Зверева в своей работе приводит схему дифференциации интересов аудитории по вертикальной и горизонтальной оси. Вертикальная ось содержит следующие уровни<sup>74</sup>:

- 1) профессиональный (теоретико-научные и технико-производственные журналы);
- 2) специализированный (для специалистов-практиков и любителей о проблемах и новинках в той или иной сфере);
- 3) уровень массовой аудитории (общие и занимательные сведения в той или иной сфере).

На горизонтальной оси расположены сферы читательского интереса: политика, спорт, искусство и т.д. Таким образом, в точках пересечения оси «уровень» и оси «сфера» возникает журнал.

В современных исследованиях приводится схема классификации изданий по стилю и уровню жизни читательской аудитории. Так, выделяют три уровня:

- high-class (высокий уровень жизни);
- middle-класс (полноценные издания стиля жизни, которые продвигают ценности high-class, но в более широком и массовом формате);
- popular-класс (предоставляемая информация ценностно ориентирована на массовую аудиторию).

---

<sup>74</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 216-217.



Приведенные классификационные модели вполне обоснованы, что подтверждается их успешным использованием на практике. Однако целевая аудитория интеллектуальных журналов не вписывается ни в одну из приведенных концепций: интеллектуал может быть любого возраста, пола, профессии, социального положения и уровня жизни. С течением времени менялся и образ самого интеллектуала, и образ русского интеллектуального журнала.

Первые издания «нового поколения», которые впоследствии стали называть журналами для интеллектуалов, появились в 1990-е годы, сразу после развала Советского Союза. Прообразами и своеобразной «калькой» для таких русскоязычных изданий стали американские и западноевропейские издания для интеллектуалов, ориентированные на запросы современного человека и культуру в ее целостности. Переход от советской системы печати на новые российские рельсы и рыночную экономику на какое-то время дезориентировал издателей: устоявшаяся структура рухнула, потребовалось время, чтобы ее восстановить. Временной отрезок с 1991 г. до 2000-2002 гг. стал периодом формирования нового типа русского интеллектуала, запросы которого существенно отличались от интересов советского интеллектуала. В общественном сознании отчетливо закрепились определения, что интеллектуал – представитель элитарного общества, особой узкой касты, умный, высокообразованный человек с широким кругом интересов, не всегда понятных и приемлемых для рядового гражданина. Рассматривая вопрос формирования читательской аудитории первых интеллектуальных изданий, конечно, необходимо особое внимание уделить социальным процессам, происходящим в российском обществе впервые десятилетия существования Новой России. Устоявшийся социальный строй рухнул, изменилась система ценностей, классовый строй. В результате резкой смены приоритетов на первый план в общественном сознании выходит финансовая составляющая, материальное благосостояние – основное мерило успешности человека. Падает престиж и важность

образования, так как оно перестает быть гарантией получения хорошего места работы, способом качественной социальной реализации. Если раньше культурный, воспитанный, образованный человек был признанным в обществе авторитетом, образцом для подражания, то в 1990-е годы он стал предметом насмешек, своеобразным атавизмом, символом неприспособленности к жизни и невозможности заработать. На фоне политических и социальных перемен, отсутствия помощи и поддержки со стороны государства, в сильный упадок приходит культура. В результате интеллигент оказывается в своеобразном информационном вакууме и становится перед серьезным вопросом – как трансформироваться и приспособиться к текущим реалиям, не потеряв при этом себя как личность. Первые издания для интеллигентов в России появились именно как ответ гнетущей реальности, и они действительно были элитарными – в силу узкой специфики тем, небольшого тиража. В данном контексте показательным является интервью порталу Gefter.ru редактора журнала «Неприкосновенный запас» Ильи Калинина и сотрудника редакции Кирилла Коврина<sup>75</sup>. Данное издание является одним из первых в России журналов нового типа, ориентированных именно на интеллектуальную публику. Рассматривая феномен постсоветского интеллектуального журнала, они акцентируют внимание на основополагающих для этой категории понятиях. К. Кобрин подчеркивает, что практически никогда слово «интеллектуал» не использовалось по своему прямому назначению: «интеллектуал — просто умный человек, который говорит об умном»<sup>76</sup>. Интеллектуалы всегда воспринимались обществом как противовес безликой серой массе, как люди, обладающие редкими свойствами и знаниями: «предполагается, что большинство людей и книг не умные, а есть умные – такие специальные, которые говорят об умном и которые являются интеллектуальными, а люди,

---

<sup>75</sup> Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL: <http://gefter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

<sup>76</sup> Там же.

соответственно, интеллектуалами»<sup>77</sup>. При этом все, что носит характеристику «интеллектуальный», имеет весьма малое отношение к реальной жизни. Илья Калинин определяет интеллектуалов как «как фигуры независимой, независимой от какой-либо институции (в этом смысле интеллектуал может быть сотрудником Академии наук или университета, или быть членом какой-либо партии, но в качестве интеллектуала говорить исключительно от своего лица, – то, что Кант, отвечая на вопрос «Что такое Просвещение», обозначал как «публичное использование разума»)<sup>78</sup>. Отмечает он и тот факт, что за «советской интеллигенцией, всегда стояла какая-то определенная институция» – государство. Советский Союз канул в небытие, а вместе с ним и привычная модель социального устройства, и в 90-е появляются «интеллектуалы нового типа»<sup>79</sup>. И. Калинин определяет их так: «публичные и влиятельные фигуры, производящие не чистое знание, но знание инструментальное, изначально настроенное на тот или иной общественный, политический, культурный эффект, обладающее определенным политическим, общественным, общекультурным звучанием»<sup>80</sup>. При этом они «институционально независимы, потому что говорили от своего собственного лица»<sup>81</sup>. С течением времени в понятие «интеллектуал» вносится еще одна важная характеристика: обладание определенным набором способностей, которые можно продать на рынке интеллектуальных услуг. Нетрудно заметить явное противоречие в облике современного интеллектуала, возникающее как «разрыв, силовое поле, в котором теперь вынуждена располагаться фигура интеллектуала, может быть, отчасти и интеллектуального журнала: «институциональная независимость», вызывающая в воображении образ одинокой и романтической фигуры, берущей на себя смелость говорить от своего собственного лица, и

---

<sup>77</sup> Там же.

<sup>78</sup> Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL: <http://gefter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

<sup>79</sup> Там же.

<sup>80</sup> Там же.

<sup>81</sup> Там же.

«профессиональная продажность», которая является оборотной стороной независимости, превращающей интеллектуала в агента, действующего на рынке интеллектуальных товаров, на котором он продает то, что умеет делать». На наш взгляд, такое противоречие стало следствием попытки интеллектуалов подстроиться и адаптироваться к реалиям нового времени и рыночной экономики. Интеллектуал одинок, он всегда остается отдельной от масс фигурой, и это выражается прежде всего в наличии ярко обозначенного собственного мнения, твердой позиции; он не знает, к кому обращаться, это его «экзистенциальная, тревожная позиция»<sup>82</sup>. И. Коврин вносит еще одну яркую характеристику в образ интеллектуала: у него «естественно, есть какая-то собственная политическая идентичность, какие-то собственные политические, идеологические и культурные предпочтения и склонности, хотя эти склонности, как у любого человека, тоже со временем могут меняться и трансформироваться (в том числе и на противоположные)»<sup>83</sup>. Таким образом, выделяют два типа интеллектуалов – классическая «романтическая фигура» и служивый, рыночный интеллектуал, контактирующий не только с узкой прослойкой себе подобных, но стремящийся найти отклик в массовой аудитории. За прошедшие 20 лет произошли существенные изменения в политическом и социальном строе, общественном сознании, культуре и искусстве. Можно с уверенностью сказать, что за это время в пространстве появился новый тип современного интеллектуала, иная каста читательской аудитории интеллектуальных журналов. Они не поставлены в жесткие рамки выживания в суровой среде, где умственный труд сведен к низменной ступени общей системы ценностей, имеют определенную свободу в словах и поступках, доступ к образованию и массу средств для получения необходимой информации, что стало возможным прежде всего благодаря сети Интернет. Современный

---

<sup>82</sup> Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL: <http://gefter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

<sup>83</sup> Там же.

интеллектуал не стесняется быть умным, открыто позиционировать свое отношение к тем или иным событиям, вступать в полемику, демонстрировать собственное мнение, не боясь при этом дистанцироваться от общей массы. Однако важно отметить и другую черту облика современного интеллектуала: в силу того, что в какой-то момент общество оказалось на грани умственной деградации, усилился отток «мозгов» за границу, и страна потеряла большую часть так называемой «интеллектуальной прослойки», в какой-то момент требования к интеллектуалу сократились. Именно для таких читателей на рынке появляется издание нового типа – современный новый интеллектуальный журнал, который и является основным предметом нашего исследования. Можно сказать, что данная подгруппа изданий возник в ответ на возникший на рынке информационный голод: современные интеллектуалы получили свои издания, полностью отвечающие их потребностям, которым классический толстый интеллектуальный журнал нового поколения не соответствовал.

Вторым типформирующим признаком, определяющим вид современного интеллектуального журнала, является **проблематика и специфика контента**. Как уже было сказано, интеллектуальные издания исследователи относят к так называемым журналам нового типа, или культурологическим. Собственно, именно содержание и позволило назвать интеллектуальным журнал интеллектуальным. Как говорит Илья Калинин, импульсом к созданию интеллектуального журнала было «ощущение, что ставшее привычным сообщество позднесоветской интеллигенции как «класс» или как «прослойка», если говорить советским языком, просто исчезает»<sup>84</sup>. Журнал «Неприкосновенный запас» является одним из первых журналов для интеллектуалов новой России. Его редактор называет издание «памятником-самоописанием», а содержание и статьи – «интеллектуальной

---

<sup>84</sup> Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL: <http://gefeter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

самоэтнографией»<sup>85</sup>. При этом первоначальной задачей было «описать то, как живет и прежнее академическое сообщество, и нарождающееся интеллектуальное сообщество», «стремление продемонстрировать некую не иссякающую важность этого сообщества и таким образом продолжить собственное существование»<sup>86</sup>. В условиях «падения социального престижа», «изменения институциональных подпорок»<sup>87</sup> очень важно было не только предоставить качественным печатный контент, но и ответить на вопрос, что такое русская интеллигенция нового поколения. С течением времени острота вопроса и состояния интеллигенции в России отпала, и проблематик изданий расширилась. Характерная черта ранних интеллектуальных российских журналов – тесное переплетение политики и культуры, что отражено собственно и в заголовках изданий ( у того же «Неприкосновенного запаса» есть рубрики «Политика культуры» и «Культура политики»). По словам Ильи Калинина, «интеллектуальный журнал представляет собой «результат искусства композиции текстов, некое искусство констелляции различных смыслов, авторов и позиций». Е.А. Зверева указывает, что «интеллектуальный журнал формирует культурный уровень аудитории, привлекая исследователей различных областей гуманитарного знания»<sup>88</sup>. Ориентацию на междисциплинарный подход к анализу общественных явлений и культуры постмодерна отмечает и Ф.Б. Бешукова. Т.Ф. Дедкова, относящая интеллектуальный журнал к культурологическим изданиям, обозначает проблематику материалов так: «социокультура, политическая культура, моральный дискурс в политике, история русской гуманитарной мысли, проблемы интеллектуальной свободы»<sup>89</sup>. И. Калинин, говоря о материалах в интеллектуальном журнале, отмечает: «интеллектуальный журнал – это конечно, еще и о том, как произвести какой-то кумулятивный

---

<sup>85</sup> Там же.

<sup>86</sup> Там же.

<sup>87</sup> Там же.

<sup>88</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С.355.

<sup>89</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С. 96.

эффект, какой-то кумулятивный смысл, который бы рождался из того воображаемого и одновременно реального диалога, который возникает между текстами внутри каждого номера в отдельности и внутри журнала в целом. Поскольку журнал тем и отличается от альманаха или тем более от сборника статей, что это издание периодическое, и мы сами регулярно спорим и полемизируем с самими собой, то есть с теми номерами, которые выпустили раньше»<sup>90</sup>. Классические интеллектуальные издания, к которым исследователи относят уже упомянутый «Неприкосновенный запас», «Синий диван», «Отечественные записки», «Литературное обозрение», сосредотачивают свое внимание на вопросах культуры, литературы, философии, политики, экономики, общественных явлениях и процессах. При этом каждый журнал, обладая неповторимым колоритом, с точки зрения утвержденной редакторской политики, собственного почерка и стиля, подает информацию в свойственной ему манере; «у каждого из новых проектов – свое лицо»<sup>91</sup>, по выражению Т.Ф. Дедковой. Однако с течением времени такая форма, свойственная по сути классическому русскому толстому журналу, стала слишком статичной. Появились новые формы изданий, где указанная проблематика сохранилась, однако она получила новое звучание и расширила свои границы. В результате в классе интеллектуальных журналов появляется новый тип изданий, который представляет собой синтетический феномен, сочетающий в себе черты и проблематику нескольких классических типов изданий. Это определение выдвигает Е.А. Зверева, говоря о том, что «интеллектуальный журнал создает ценности культуры, транслируя информацию на качественном уровне и ориентируясь на высокий уровень подготовки аудитории»<sup>92</sup>, а стилевой глянецовый журнал «создает ценности цивилизации и формирует на уровне аудитории определенный

---

<sup>90</sup> Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL: <http://gefter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

<sup>91</sup> Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М., 2007. С. 95.

<sup>92</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. –С.355.

стиль жизни, в котором массовая литература занимает одно из мест, наряду с общественно-политическими темами, популярной культурой, здоровым образом жизни, модой и развлечениями»<sup>93</sup>. На страницах изданий, которые мы считаем новыми интеллектуальными журналами, очевидна именно такая общая проблематика, где актуальные вопросы культуры, искусства, критические статьи и арт-журналистика соседствуют со статьями на тему популярной психологии, научно-публицистическими материалами, обсуждениями модных тенденций и т.д. Это проект «Сноб», журнал «Esquire». Таким образом, проблематику современного интеллектуального издания характеризует *широта и всеохватность*, демонстрирующая не только характерный для анализируемого типа изданий синтез нескольких типов прессы, но и особенность мышления читательской аудитории, на которую ориентирован тот или иной интеллектуальный журнал.

Третьим типформирующим признаком, дифференцирующим интеллектуальные журналы, является **формат издания**. Традиционно толстый журнал в России представляет собой ежемесячное печатное издание на бумажном носителе, оформленное в корпоративном стиле. Русский интеллектуальный журнал нового типа перенял облик предшественников, и первые издания выходили исключительно в печатном виде. Именно так выглядят уже упомянутые «Отечественные записки», «Литературное обозрение», «Апология», прекративший свой выход в 1998 г. журнал «Русское самосознание», который является одним из первых изданий для интеллектуалов в новой России. Развитие цифровых технологий позволило изданиям выйти на новый уровень распространения – появляются интернет-версии и журналы-проекты (например, «Синий диван»). С течением времени Интернет становится не просто одним из источников информации, а превращается в полноценную открытую медиаплощадку, где можно не только прочесть интересующую статью или узнать о ее существовании, но и

---

<sup>93</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. –С.355.



подискутировать с автором, фактически самому стать соавтором. Появляется новая, необычайно популярная среда – социальные сети. Это не только мощная рекламная площадка, но и, по сути, превосходное место для существования если не абсолютно самостоятельной новой формы интеллектуального издания, то хотя бы его отдельной части. Этот барьер преодолели далеко не все интеллектуальные журналы нового поколения, в чем тоже по-своему выразилась их самобытность. Так, группа в популярной сети «ВКонтакте» есть только у журналов издательства «Новое литературное обозрение», которое, кстати, дает возможность прокомментировать материалы и своем сайте. Это объясняется, прежде всего, тем, что концепция материалов социальных сетей и условия существования в этом пространстве противоречат многим принципам классического интеллектуального журнала. При этом обратим внимание на контент групп интеллектуальных журналов в социальных сетях. Понимая, что читатель хотел бы видеть качественный и разнообразный материал, редакторы групп часто используют для наполнения ресурса не только свои материалы, но и подходящие на их взгляд статьи из других ресурсов. Хочется заметить, что такая тенденция стала весьма распространенной в последние несколько лет, и это обусловлено, на наш взгляд, двумя причинами. Во-первых, современные условия рынка диктуют жесткие условия конкуренции, обилие информации позволяет читателю не прикладывать особых усилий для поисков искомых материалов, поэтому для популяризации печатных материалов приходится использовать все силы. Во-вторых, такая ситуация достаточно ясно иллюстрирует уже затронутую нами проблему – проблематика материалов классических интеллектуальных изданий не настолько широка, как хотелось бы читателю. Подбор качественных (это важно) материалов и дополнение ими собственных статей в группах социальных сетей делает контент интересней, разнообразней, актуальней. Но, вместе с тем, такой формат интеллектуального журнала трансформирует его в несколько другую форму, есть опасность потери того самого «лица», по которому читатели узнают журнал. В этом вопросе есть

еще один важный нюанс – целевая аудитория. Читатели подобных изданий принадлежат к средней и старшей возрастной группе, которая пользуется ограниченным числом интернет-площадок и привыкла получать информацию другим путем. Однако молодое поколение интеллектуалов, безусловно, нуждается в собственных журналах. Рынок откликнулся на эту потребность, при этом учтя, что современный молодой человек (в данном случае мы имеем в виду представителей возраста до 35 лет) достаточно активно пользуется именно интернет- или цифровыми ресурсами, предпочитая их печатным носителям. Приобретают широкую популярность так называемые *городские порталы* (The Village, Look At Me), содержание которых может претендовать на право называться интеллектуальным. Новые интеллектуальные издания имеют качественные, регулярно обновляющиеся, практически работающие автономно (то есть без опоры на печатный аналог) интернет-версии. Еще одной относительно новой и весьма перспективной площадкой функционирования изданий для интеллектуалов является уже упомянутая сеть «ВКонтакте», а также «Твиттер» и «Facebook». Благодаря тому, что обратная связь с читателем в таком случае налажена лучше и работает оперативней, данная форма интеллектуального издания порой более функциональна, чем печатные аналоги. Кроме того, под влиянием читателей, она трансформируется в качественно новый и более жизнеспособный продукт, формирующийся в актуальной интеллектуальной среде и формирующий ее.

## **2.2. Виды интеллектуальных журналов в современной России**

Представленная в предыдущей части типоформирующая схема позволяет дифференцировать две подгруппы современных интеллектуальных журналов:

- классический интеллектуальный журнал;
- новый интеллектуальный журнал.

**Классический интеллектуальный журнал** в данном исследовании рассмотрен достаточно подробно, так как по сути именно он служит тем базисом, на котором образовался новый интеллектуальный журнал. К подгруппе классических интеллектуальных журналов относятся издания «Неприкосновенный запас», «Новое литературное обозрение», «Интеллектуальный форум», «Отечественные записки». По мнению Ф.Б. Бешуковой, данные издания трансформировались из русского гуманитарного журнала. Е.А. Зверева характеризует их содержание как синтезированный «контент литературоведческой, историко-культурной, философской, социологической тематики», подчеркивая, что «это, несомненно, расширяет традиционную классификацию журналов»<sup>94</sup>.

Журнал «Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре» выходит в издательстве «Новое литературное обозрение» с 1998 г. Периодичность выпусков составляет шесть раз в год. На его страницах обсуждаются следующие проблемы (то есть, согласно вынесенной в первой главе исследования типологической модели, определение характера и тематики контента): «интеллигенция и власть»; «институты гуманитарной мысли, интеллигенция и другие сословия»; «культовые фигуры, властители дум»; «новые исторические мифологемы»; «метрополия и диаспора, парадоксы национального сознания за границей»; «циркуляция сходных идеологем в правой и левой прессе»; «религиозные и этнические проблемы»; «проблемы образования»; «столица провинция»<sup>95</sup> и др. Сама редакция обозначает журнал «Неприкосновенный запас» как «журнал споров, информации и наблюдений о политике, культуре, экономике и обществе. Задача журнала – обеспечить доступность интеллектуальных дебатов нашему читателю – образованному неспециалисту, не снижая при этом уровня дискуссии»<sup>96</sup>. Таким образом, позиционируется его целевое назначение – еще

---

<sup>94</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 354.

<sup>95</sup> Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре [Электронный ресурс] // URL: <http://magazines.russ.ru/nz/> (дата обращения 10.05.2018).

<sup>96</sup> Там же.

один типоформирующий признак. Озвученные издателями принципы тщательно соблюдаются при составлении каждого номера. Так, вышедший в 2016 г. выпуск №109<sup>97</sup>, разбитый на несколько тематических блоков, посвящен «бытованию марксизма как мировоззрения, экзистенциальной основы повседневного человеческого существования, а также идеологической основы существования государства». Фактически же главной темой номера стало 25-летие «августовского путча», положившего конец истории СССР. Журнал оформлен достаточно сдержанно и просто, не проиллюстрирован – то есть соблюдены все принципы составления традиционного гуманитарного толстого издания, где основная роль отводится именно содержанию; язык и стиль изложения материалов – научный. Приобрести данное издание можно исключительно по подписке, в электронном виде читателю доступны лишь архивные номера. «Неприкосновенный запас» существует уже 20 лет, оставаясь достаточно популярным, что позволяет говорить о нем как о примере классического русского интеллектуального журнала новой России (после 1991 г.). Такая же характеристика применима к еще одному интеллектуальному продукту издательства «Новое литературное обозрение»<sup>98</sup> – одноименному журналу. Выходит данное издание с 1992 г. и на сегодняшний день является крупнейшим профильным печатным журналом о современной критике, литературе, литературоведении. Выходящие с периодичностью 6 раз в год номера доступны в архивах на сайте издательства. По содержанию и стилистике «НЛО» представляет собой классический толстый журнал: например, первый в 2018 г. номер посвящен рубежам веков, которые «рассмотрены в нем как переходные моменты в истории европейской культуры, как сломы эпох, выражающиеся в трансформации картин мира, укладов жизни, систем ценностей»<sup>99</sup>. Вошедшие в него статьи отличаются

---

<sup>97</sup> Там же.

<sup>98</sup> Новое литературное обозрение [Электронный ресурс] // URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/> (дата обращения 25.05.2018).

<sup>99</sup> Там же.

заявленной оригинальностью и необычностью тем: так, в разделе «Трансформация социального пространства» представлены статья о парижских гингеттах (прибрежных ресторанах) и материал о столичных ресторанах как культурных феноменах русской жизни. Номер открывает вступительное слово редакции, в котором обосновывается выбор темы выпуска, обозначается взаимосвязь представленных публикаций российских и зарубежных авторов. Ознакомиться с материалами, публикуемыми на его страницах и в других журналах издательства «Новое литературное обозрение» можно и в социальных сетях, зайдя, например, в одноименную группу «ВКонтакте». Академичный сдержанный стиль оформления материалов, фирменные лигатуры, присутствующие и на обложке, и в оформлении сайта, фирменная цветовая палитра объединяют все версии перечисленных интеллектуальных журналов. Необходимо отметить, что в данном случае площадка соцсетей используется исключительно в рекламных целях и относительно слабо выполняет коммуникативную функцию, хотя участник группы (=читатель) может поделиться понравившейся публикацией на своей странице или в своем аккаунте. Попыткой оживить группу можно считать размещение материалов с партнерских порталов. Например, в группе «НЛО» в сети в «ВКонтакте» можно часто встретить материалы ресурса «Мел», «Горький», «Собака». Необходимо отметить, что самобытность и «особость» интеллектуальных журналов, и так ясно читающаяся, особенно заметна именно в социальных сетях. Сдержанность, некоторая сухость и академичность, четкая выверенность форм и букв, свойственная интеллектуальным изданиям, не изменяет им и здесь, превращая такие аккаунты в островки подлинной мысли в море агрессивного массового контента.

Говоря о классических интеллектуальных журналах, нельзя не упомянуть об очень важном и крупном сетевом проекте – «Журнальный

зал»<sup>100</sup>. Это электронное хранилище гуманитарных, общественно-политических, литературных, интеллектуальных периодических изданий, существующее с 1996 г. Здесь можно было найти уникальную подборку журналов "Вопросы литературы", "Дружба народов", "Звезда", "Знамя", "Иностранная литература", "Неприкосновенный запас", "Новое литературное обозрение", "Новый мир", "Октябрь" и других, что было особенно ценно для читателей на фоне актуальных проблем с доступностью такого рода изданий. По словам куратора «Журнального зала» С. Костырко, основными посетителями платформы являются женщины зрелого возраста (от 40 лет), примерная посещаемость – от 6 000 до 9 000 человек в сутки<sup>101</sup>. Как отмечают сами организаторы, это достаточно весомая цифра для гуманитарного сайта. Тем не менее, очевидно, что традиционный интеллектуальный журнал по-прежнему испытывает проблемы доступности и коммуникации с читателем, оставаясь привилегией заинтересованной аудитории. Основное отличие традиционного интеллектуального журнала от нового можно сформулировать так: если традиционный интеллектуальный журнал читатель вынужден искать сам, то новый интеллектуальный журнал ищет читателя. Это выражается не только в существенной разнице широты проблемно-тематического поля, но и в поиске средств коммуникации с читателем. Если издания нового типа активно осваивают сетевое поле, адаптируя контент не только под целевую аудиторию конкретного ресурса, но и создавая концептуально новый идентичный продукт, то традиционные интеллектуальные журналы слишком «тяжеловесны» для таких экспериментов, хотя и предпринимают попытки решить данную проблему. Заинтересованный читатель должен не просто знать, в каком именно номере вышла статья или обзор, но и самостоятельно найти журнал, что порой бывает очень непросто. Основное предназначение портала «Журнальный

---

<sup>100</sup> Журнальный зал [Электронный ресурс] // URL: <https://magazines.gorky.media> (дата обращения 03.10.2018).

<sup>101</sup> Портал «Журнальный зал» приостановил свою работу [Электронный ресурс] // URL: <http://the-village.ru/> (дата обращения 03.10.2018).

зал» и заключалось в сокращении дистанции между изданием и читателем. Для того чтобы облегчить поиск необходимого номера, на сайте размещались не только обращения от редакции, но и подробные анонсы. К сожалению, в 2018 г. площадка столкнулась с серьезными административными и финансовыми проблемами и перестала пополняться свежими номерами с середины года. Многие издатели, в частности, соредактор журнала «Звезда» Я. Гордин, назвали произошедшее «культурной катастрофой»<sup>102</sup>. С ним солидарен и редактор еще одного знакового толстого журнала – «Иностранная литература» – А. Ливенгарт, который предполагает, что скоро данный вид издания будет существовать лишь в очень небольших тиражах<sup>103</sup>. Скорее всего, данная проблема будет решена, однако такая ситуация должна подтолкнуть издательские группы к модернизации существующей модели традиционного интеллектуального журнала. Представляется очевидной необходимость видоизменения его формы и способов связи с читателем; при этом важно сохранить качество и стиль содержания. Именно это, на наш взгляд, является основной задачей, стоящей перед классическим русским интеллектуальным журналом сегодня.

**Новый интеллектуальный журнал** – особый медиапродукт. К данной подгруппе мы относим проекты «Синий диван» и «Сноб», журналы «Русский пионер» и «Esquire».

Проект «Синий диван» появился на свет в 2002 г. По мнению редакции, «Синий диван» – издание для тех, кто любит современность, но не привык спешить. Современность может быть и немодной. Ее критерий – сама работа, которая ведется без оглядки на происходящее вокруг, но питаема неповторимо настоящим временем. На страницах журнала затрагиваются темы современного искусства и философии, кинематографа и массмедиа, проблемы визуальности и др.<sup>104</sup>. Издание «заметок и размышлений» выходит

---

<sup>102</sup> Портал «Журнальный зал» приостановил свою работу [Электронный ресурс] // URL: <http://the-village.ru/> (дата обращения 03.10.2018).

<sup>103</sup> Там же.

<sup>104</sup> Синий диван [Электронный ресурс] // URL: <http://sinjdivan.narod.ru> (дата обращения 23.04.2018).

с периодичностью два раза в год (до 2010 г.), сейчас – один раз в год. Характерная черта «Синего дивана» – формирование номера из материалов на конкретно заявленную тему. Например, выпуск 2016 г. был посвящен проблематике современного искусства. Уникальность «Синего дивана» еще и в том, что это журнал, «создающий условия для диалога между отечественными и западными интеллектуалами по широкому кругу актуальных проблем». Читатель может ознакомиться со статьями американских, чешских, французских, итальянских, немецких авторов на языке оригинала и в переводе. Интеллектуальность журнала «Синий диван» не подлежит сомнению: это издание для узкого круга заинтересованных лиц, причем от читателя его материалов требуется существенная подготовка, вовлеченность в тему, уровень образования и социальное положение. Обратим внимание: это один из наиболее ярких примеров изданий, обладающих ярко выраженными типологическими характеристиками. Его назначение, целевая аудитория, специфика материалов и формат четко определены редакцией, за время существования издания ни одна из перечисленных характеристик не менялась (за исключением периодичности выхода в свет номеров). От классических интеллектуальных изданий «Синий диван» отличает нетипичный для них форма и специфичность тем. Например, выпуск 2010 г. был посвящен образу вампира как ключевому мифу современной массовой культуры. Предположим, что такой выбор обусловлен огромной популярностью темы «вампиризма» на фоне ажиотажа вокруг киносаги «Сумерки» по романам С. Майер, следствием которого стал резкий рост числа литературных и кинопроизведений со схожим сюжетом. Такой выбор темы отводит «Синий диван» от классических интеллектуальных журналов, подтверждая их принадлежность к другой подгруппе.



Еще одно издание, которое мы считаем возможным обозначить как новый интеллектуальный журнал – «Русский пионер»<sup>105</sup>. Этот литературный иллюстрированный ежемесячник начал выходить в 2008 г. и стал известен благодаря авторскому составу; редактор журнала – представитель кремлевского пула, специальный корреспондент газеты «Коммерсант» А. Колесников. Проблематика его публикаций охватывает спорт, культуру, общество, бизнес, политику и другие актуальные темы. Концепция «Русского пионера» заключается в создании образа «первопроходца»: современный мир рассматривается глазами представителя нынешней российской интеллектуальной элиты, какой ее понимает редакция. Определение «элитарность» «Русский пионер» получил прежде всего благодаря своим авторам, в числе которых В. Путин, А. Дворкович, М. Прохоров и другие видные общественные, политические деятели, крупные бизнесмены. Такая элита «получает в данном издании право выносить суждения морального характера, расставляя акценты на том, что является правильным или неправильным в сегодняшней России». Как отмечает А.С. Акулиничев, «единый вектор всех публикаций в «Русском пионере» – поиск идеи, объединяющей современную российскую элиту в понимании самой этой элиты». Однако в колонках «Русского пионера» обсуждаются и актуальные для всего населения страны вопросы: например, в статье вице-премьера Т. Голиковой «На чем стоим»<sup>106</sup>, помещенной в рубрике «Классный журнал», рассматривается наболевшая проблема пенсионной реформы с точки зрения бабушки автора. Журнал распространяется через специальные точки, где его можно приобрести, либо посредством подписки. Издание ведет активную сетевую жизнь, имеет свои аккаунты в Instagram, Facebook, Twitter, «ВКонтакте», блог на канале Youtube. В «Русском пионере», несмотря на его очевидную интеллектуальность, прослеживаются черты глянцевого издания: сам журнал определяется как «иллюстрированный», принцип отбора авторов

---

<sup>105</sup> Русский пионер [Электронный ресурс] // URL: <http://ruspioneer.ru> (дата обращения 23.04.2018).

<sup>106</sup> Там же.

строится не только на их авторитете в той или иной сфере – это прежде всего достаточно медийные фигуры, составляющие не только интеллектуальную, но и светскую, политическую, культурную элиту. Таким образом, можно утверждать, что «Русский пионер» обладает чертами классического и нового интеллектуального издания, однако, в силу своей специфики, тяготеет более к определению «новый», поэтому мы относим его именно к этой подгруппе.

Еще одним изданием, определяемым как новый интеллектуальный журнал, мы считаем «Сноб»<sup>107</sup>. Он любопытен еще и тем, что выходит в качестве печатного издания и существует как интернет-проект (имеет два разных формата). Первый номер журнала увидел свет в октябре 2008 г., интернет-проект стартовал чуть позже – в мае 2009 г. Печатная версия выходит 6 раз в год, в том числе два особых, литературных номера, содержащих неизданные произведения авторов, объединенные какой-либо общей темой. Так, в 2013 г. вышел сдвоенный номер «Все о моем доме». Это сборник новейшей прозы на одну тему – дом. Среди его авторов – внучка Б.Л. Пастернака Елена Пастернак, Маша Слоним, Т. Толстая, Л. Петрушевская, Т. Щербина, А. Рубанов, А. Кабаков, А. Генис. Постоянным колумнистом «Сноба» является К. Собчак. Журнал имеет четкую рубрикацию, в его содержание входят разделы «Интервью», «Аналитика», «Дискуссии», «Эссе», «Фотоистории», «Арт и дизайн», «Герои», «Города», «Наука» (то есть обладает широкой проблематикой). Читательская аудитория и целевое назначение «Сноба» определены редакцией в разделе «О проекте»: «Международный проект «Сноб» – это единственное в своем роде дискуссионное, информационное и общественное пространство для людей, которые живут в разных странах, говорят на разных языках, но думают по-русски. Здесь могут спорить друг с другом знаменитый московский писатель, влюбленный в кинематограф студент, выдающийся британский дизайнер моды и интересующийся политикой программист из Бостона. Участников

---

<sup>107</sup> Интеллектуальный журнал «Сноб» [Электронный ресурс] // URL: <https://snob.ru> (дата обращения 23.04.2018).

проекта «Сноб» не разделяют ни география, ни степень известности, ни возраст, ни разница в убеждениях. Чем бы они ни занимались и где бы ни жили, их объединяет интерес к миру вокруг и готовность действовать, чтобы сделать этот мир лучше. И главное, «Сноб» – это уникальный круг собеседников, одним из которых можете стать вы»<sup>108</sup>.

Действительно, дискуссионная направленность издания очевидна: например, к материалам раздела «Интервью» обязательно прилагается мнение эксперта по описанному в материале явлению или событию; сетевая версия располагает возможностью комментировать практически весь контент. Широкую популярность «Сноб» обрел благодаря рубрике интернет-версии «Колонки», где авторитетные с точки зрения редакции персоны высказываются на ту или иную тему – актуальные общественные или социальные проблемы, вопросы литературы и культуры, психологии и воспитания, искусства и стиля жизни. Бумажная версия «Сноба» (название проект получил от цитаты из произведения «Книга снобов, написанная одним из них» английского писателя У. Теккерея: «Никто не может быть уверен в том, что он не сноб, поскольку такая высокомерная уверенность – сама по себе уже снобизм») во многом похожа на классический интеллектуальный журнал: линейная рубрикация, периодичность издания, формат, распространение через подписку (один из способов, возможно также приобретение в розницу) соотносят его с толстым журналом. Однако очевидно, что это интеллектуальное издание нового типа: качественная интернет-версия, выстраивание диалога с читателем, широта проблематики, ориентация на большую неоднородную читательскую аудиторию характерны для «Сноба». Более того, приглашая каждого читателя стать «одним из нас», то есть буквально снобом – «человеком, поведение и вкусы которого определяются стремлением не отстать от моды и постоянно придерживаться манер буржуазно-аристократического круга, «высшего света», журнал

---

<sup>108</sup> Интеллектуальный журнал «Сноб» [Электронный ресурс] // URL: <https://snob.ru> (дата обращения 23.04.2018).

подтверждает очевидную размытость современного понятия «интеллектуал», определяя его прежде всего как умного, думающего человека с широким кругозором, активного и равнодушного к разного рода проблемам и темам – как к вопросам культуры, литературы, искусства, так и политическим, социальным, общественным событиям, явлениям и процессам, получившим широкий резонанс. Необходимо отметить, что проект «Сноб» и журнал «Сноб» имеют существенные различия: например, в печатном издании некоторые полосы занимает реклама часов, автомобилей, парфюмерии, в то время как на портале это практически отсутствует. На главной странице сетевой версии размещены актуальная новостная лента и наиболее обсуждаемые материалы; обложку журнала украшают хорошо узнаваемые медийные персоны (например, в ноябре 2014 г. вышел номер с портретом известного британского актера Колина Ферта)<sup>109</sup>. Несмотря на «глянцевые» черты, журнал «Сноб» сохраняет интеллектуальную составляющую: явное преобладание текстового контента над иллюстративным, качественные серьезные материалы, охватывающие широкое проблемно-тематическое поле. Так, в том же №11 (2014 г.) размещены материалы о проекте «Последний адрес» журналиста С. Пархоменко, статья о писателе Р. Бахе, большое и очень интересное интервью о современном спортивном бизнесе в России с вице-президентом КХЛ И. Кочевриным, статьи о новом проекте известного японского архитектора С. Бана в Сколково и работах его шведского коллеги К. Лундвала; серьезный аналитический материал о России и Евразийском экономическом союзе соседствует с обзорным репортажем с открытия выставки в флагманском бутике Gucci и обзором 3 книжных новинок, объединенных тюремно-героической тематикой. В каждом номере «Сноба» есть рубрика «Глоссарий», презентующая читателю подборку новых интересных словосочетаний и фразеологизмов, «вошедших в нашу жизнь в прошедшем месяце»<sup>110</sup>.

---

<sup>109</sup> Сноб.2014.№11 (76).

<sup>110</sup> Сноб.2014.№11 (76).

Итак, можно проследить интересную логическую цепочку в становлении интеллектуального журнала в постсоветской России. Интеллектуальные издания первого поколения (к которым мы применяем термин «классический интеллектуальный журнал») представляют собой трансформированный традиционный литературно-художественный журнал, к которому вполне справедлива характеристика «культурологический», «гуманитарный» (как в работах Т. Дедковой, Ф.Б. Бешуковой). Однако журнал – это полнокровное явление, которое живо реагирует на любые изменения в социуме, общественном сознании, рыночном спросе. С течением времени на медийном поле в 2000-х гг. появляется новый интеллектуальный журнал. Он обладает всеми признаками классического интеллектуального журнала первой волны, однако уже имеет несколько другой внешний вид и наполнение. Интеллектуальный журнал приобретает иную форму – он становится иллюстрированным и уже претендует на популярность исключительно в узких кругах. Издание такого толка демонстрирует новую редакционную политику, привлекая в качестве колумнистов весьма заметных персон, известных не только узкому кругу, но и широкой массовой аудитории. Публикации под громкими фамилиями не могли пройти незамеченными, их обсуждение выходит за рамки узкого мира интеллектуального журнала. Новый интеллектуальный журнал сочетает в себе стилевое глянцево издание и черты классического интеллектуального журнала, он рассчитан на более широкую аудиторию интеллектуалов, обладающих несколько иным мышлением, чем предыдущее поколение, уцелевшее после распада СССР и создания новой страны в 1991 г. Это относительно молодой вид изданий, сформировавшийся в 2000-е гг. и получивший свою окончательную форму и содержание в последние 5-8 лет. Об образовании качественно нового типа изданий, представляющего собой синтез журналов нескольких типов, гуманитарное научное сообщество стало говорить в течение последних нескольких лет, когда стала их очевидная

непохожесть на традиционные типологические схемы. Популярный интеллектуальный журнал обладает:

- **универсальной тематической моделью**, соединяющей в себе проблематику, характерную для серьезных изданий (темы культуры, искусства, политики, экономики, бизнеса, научно-популярные материалы), и темы досугового, развлекательного характера (интервью крупных медийных персон, звезд кинематографа, моды, фотосессии с участием эпатажных личностей, деятелей шоу-бизнеса, обзоры косметических новинок, крупная глянцева́я реклама и т.д.);

- **«человекоцентричностью»** – термин, предложенный А.С. Акулиничевым, как нельзя более точно отражает концепцию современных средств массовой информации. В популярных интеллектуальных изданиях это явление получает новое звучание: через призму личности, конкретного индивида современная пресса нового типа пытается осознать ключевые вопросы современности, при чем героями таких материалов становятся не только известные публичные личности, но и обычные люди. Популярный интеллектуальный журнал всегда в поиске своего героя, не имеющем временных ограничений;

- **собственной целевой аудиторией** – в своем исследовании мы уже касались непростого вопроса судьбы интеллигенции в новой России. На сегодняшний день мы совершенно четко имеем сложившуюся прослойку качественно новой интеллигенции – читателей, не похожих на представителей этого класса конца 1990-х гг., когда интеллектуальные журналы в России получили вторую жизнь и только обрести свою аудиторию. Молодое поколение интеллектуалов имеет другие запросы, обладает большими техническими возможностями, но самое главное – оно более демократично и эгоцентрично. Система ценностей представителей этого класса и определяет проблематику, специфику тем, освещаемых на бумажных и цифровых страницах интеллектуальных изданий;

- **интерактивностью** – важнейшая черта для идентификации популярного интеллектуального журнала. Социальные сети весьма популярны и давно перестали быть исключительно рекламной площадкой. На сегодняшний день различные сетевые аккаунты превратились в полноценный формат печатной или сетевой версии журнала, видоизмененный с учетом особенностей функционирования конкретной социальной сети. Интерактивность позволяет популярному интеллектуальному изданию расширить функциональность, увеличить читательскую аудиторию, реализовать новые формы размещения материала, стать одним из факторов формирования социокультурной реальности.

## **Выводы к главе 2**

Вторая глава данного исследования посвящена вопросу типологии современных интеллектуальных изданий. Несмотря на отсутствие конкретного места в современной типологической журнальной схеме (исследователи относят их то к гуманитарным, то к культурологическим, то к толстым литературно-художественным журналам), научное сообщество едино во мнении, что такие журналы существуют (так называемые издания нового типа). В данную категорию входит достаточное количество разноплановых изданий, в том числе и узкоспециализированных, научно-популярных, религиозных и т.д. Однако среди них нам интересны именно собственно интеллектуальные журналы, которые обладают собственными типоформирующими признаками. В их числе мы выделяем целевое назначение; целевую аудиторию; проблематику и специфику контента; форму существования издания. Выделенные признаки позволяют не только идентифицировать издание как интеллектуальное, но и выявить его подгруппы. Ключевым фактором в данном вопросе является целевая аудитория – новый российский интеллигент. Рассмотренные нами схемы классификации изданий по характеру аудитории не позволяют отнести издание для интеллигентов к конкретной группе. Вместе с тем, становится

очевидным проблема размытости понятия «интеллектуал», «интеллектуальный», обозначенная нами в первой главе. Для определения образа современного представителя интеллектуальной среды в первом параграфе второй главы проанализировано интервью представителей редакции одного из наиболее крупных и видных интеллектуальных изданий – редактора журнала «Неприкосновенный запас» И. Калинина и сотрудника редакции К. Коврина. Они дают конкретное определение целевой аудитории, говоря о том, что главной задачей при создании интеллектуального журнала на постсоветском пространстве в России было формирование дискуссионной площадки для вымирающего социального класса. Интеллектуальный журнал в 1990-х гг. фактически стал памятником этому поколению. И. Калинин и К. Коврин определяют два типа современного читателя интеллектуального журнала – интеллектуал в традиционном советском понимании этого слова, умный человек; рыночный интеллектуал – человек поколения новой России, стремящийся влиться в капиталистическую реальность. Пограничность этих двух видов читателей заложила фундамент для появления нового вида – современного городского интеллектуала, формирующего и новый тип интеллектуальных изданий. Говоря о втором типформирующем признаке интеллектуального журнала – специфике проблематики, отметим, что основные направления публикаций в таких изданиях посвящены вопросам культуры, литературы, философии, политики, экономики, общественным явлениям и процессам. Однако каждое издание обладает собственной манерой преподносить материал, сосредотачивает внимание на различных аспектах одной и той же проблемы. У каждого издания – свое «лицо», что позволяет говорить о существовании разных типов интеллектуальных изданий. Форму существования издания мы называем третьим типформирующим признаком. Традиционно толстый журнал в России представляет собой ежемесячное печатное издание на бумажном носителе, оформленное в едином для всех номеров стиле. Однако сегодня Интернет создал все условия для существования информационных площадок



качественно нового типа, где можно не только прочесть интересующую статью или узнать о ее существовании, но и по diskutieren с автором, фактически самому стать соавтором. Не все интеллектуальные издания классического образца освоили это новое информационное поле и его возможности: из проанализированных нами журналов лишь один имеет свои аккаунты в социальных сетях. Это объясняется, прежде всего, тем, что концепция материалов социальных сетей и условия существования в этом пространстве противоречат многим принципам классического интеллектуального журнала. Контент групп интеллектуальных изданий в социальных сетях состоит не только из их собственных материалов, но и статей из других ресурсов. Это обусловлено тем, что читателям на такой медиaplощадке нужен более разнообразный контент, и редакция старается вносить разнообразие в материалы подобным способом, сохраняя при этом собственную оригинальность.

Во втором параграфе второй главы мы выводим две подгруппы интеллектуальных журналов – классический и новый интеллектуальный журнал. К первой подгруппе относятся, в частности, журналы «Неприкосновенный запас» и «Новое литературное обозрение». Их анализ по тиформирующим признакам, обозначенным нами в первой главе, позволил выявить следующие характеристики классических интеллектуальных изданий:

- **четко обозначенное целевое назначение** (сами журналы позиционируют себя как интеллектуальные);
- **узкая целевая аудитория** – журналы предназначены для людей, занимающихся научной и академической деятельностью гуманитарной направленности, то есть для тех, кто обладает достаточным уровнем специальной профессиональной подготовки, необходимой для восприятия помещаемой в таких изданиях информации;
- **специфичный характер публикуемых материалов** – не наблюдается широты проблематики: в данном случае продемонстрирована

четкая связь этой характеристики с узкой целевой аудиторией – журнал изначально ориентирован на удовлетворение запросов небольшой группы, обладающей специальными профессиональными знаниями (литературоведы, литературные критики, научные работники, преподаватели высшей школы). Конечно, ничто не мешает не принадлежащему к данным категориям читателю ознакомиться со статьями, однако такое явление чаще всего обусловлено специальным интересом;

- **формат издания** – печатный традиционный вариант, с четкой рубрикационной структурой, оформленный в едином стиле, выходящий с заявленной периодичностью.

Таким образом, классический интеллектуальный журнал фактически сохранил образ традиционного толстого интеллектуального журнала.

Вторая подгруппа, которую мы выделяем в среде интеллектуальных изданий – новый интеллектуальный журнал («Синий диван», «Сноб», «Русский пионер», «Esquire»). Нами были перечислены специфические признаки данной подгруппы. С точки зрения обозначенной типформирующей модели новый интеллектуальный журнал обладает:

- **целевым назначением** – в данном случае не всегда присутствует определение «интеллектуальный», однако презентация проекта издателями подразумевает именно это значение. Для данной категории важнее не просто обозначить целевое назначение, а посвятить читателя в свою философию, обозначить концепцию журнала (то есть концепция как целевое назначение);

- **собственной целевой аудиторией** – данная характеристика уже была приведена нами как специальная так как для определения нового интеллектуального журнала она имеет особое значение. Отметим, что в такие издания направлены на более широкую аудиторию (по сравнению с представителями классической подгруппы) – интеллектуала нового типа;

- **широкой тематикой** – то есть универсальной тематической моделью, ориентированной на потребности интеллектуала нового типа, не

принадлежащего к конкретной профессиональной среде, не обладающего необходимым набором личностных характеристик (образование, социальное положение, возраст);

- **формат издания** – журнал нового типа интерактивен; печатный формат существует наравне с сетевыми версиями, аккаунтами в социальных сетях.

Таким образом, проведенный анализ позволяет нам классифицировать современные интеллектуальные журналы на две подгруппы. Последний вид интеллектуальных изданий является закономерным результатом трансформации русского интеллектуального журнала. Новый интеллектуальный журнал представляет собой соединение популярного массового издания и интеллектуального журнала. Он отличается от классического интеллектуального журнала по обозначенным типоформирующим признакам и характеризуется универсальной тематической моделью, «человекоцентричностью», собственной целевой аудиторией, интерактивностью. Классический интеллектуальный журнал изучен в достаточной степени, между тем как подгруппа новых интеллектуальных изданий нуждается в анализе.

### ГЛАВА 3. НОВЫЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ: ХАРАКТЕРИСТИКА, ПРОБЛЕМАТИКА, СПЕЦИФИКА (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ESQUIRE»)

#### 3.1. Понятие и характеристика нового интеллектуального журнала «Esquire»

О формировании журнала нового типа, выходящего за рамки традиционной типологии периодической журнальной печати, говорят многие исследователи. Этот вопрос стал особенно актуальным в последние 5-8 лет, так как за это время на рынке вполне обозначились конкретные примеры подобного рода изданий, которые обрели не только собственные индивидуальные характеристики, но и вполне очевидную читательскую аудиторию. В предыдущих главах мы подробно рассмотрели современные интеллектуальные журналы, обозначили их признаки, специфику, проблематику, предложили классовую градацию в данной видовой группе. Однако на сегодняшний день на рынке присутствуют журналы, которые обладают признаками интеллектуального издания, однако не в полной мере соответствуют этому определению. Е.А. Зверева определяет их как «издания синтетического типа»<sup>111</sup>, основой для которых стал «толстый литературно-художественный журнал как тип издания, представляющий собой синтез литературно-художественных и общественно-политических тем»<sup>112</sup>. Таким образом журнал решает одну из основных задач функционирования современных СМИ – создание культурных ценностей. Однако современные исследователи выделяют еще одну важную миссию медиа – создание ценностей цивилизации. Данная функция в полной мере реализуется стилизованными глянцевыми изданиями, выступающими транслятором массовой культуры, ценностей общества потребления, популярной субъективной идеологии. Таким образом, издания нового типа стоят на стыке нескольких

---

<sup>111</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. –С. 397.

<sup>112</sup> Там же.

типологических классов, соединяя в себе их черты, признаки, функции. Вместе с тем, совершенно естественно, что такой синтез рождает качественно новый продукт, не попадающий под традиционную типологическую схему.

Таким образом, современный популярный интеллектуальный журнал – это издание, сочетающее в себе признаки и характеристики классического толстого журнала, и черты популярного массового издания. Для того, чтобы разобраться, какие именно признаки присущи популярному интеллектуальному журналу, дать ему подробную характеристику, исследовать проблематику материалов и установить читательскую аудиторию, в качестве предмета исследования мы выбрали журнал «Esquire»<sup>113</sup> – весьма популярное глянцево издание, «транслятор современного стиля жизни и ценностей цивилизации» (как мужской популярный журнал), в то же время обладающий «широким содержательным полем» – очевидный признак интеллектуального издания. Прежде чем приступить к его анализу, необходимо отметить одну важную характеристику, во многом определяющую внешний облик, контент и концепцию журнала, а также косвенно указывающую на его принадлежность к классу русских интеллектуальных изданий. Дело в том, что «Esquire» является русскоязычной версией одноименного американского журнала, поэтому справедливо возникает вопрос – имеет ли он право называться русским новым интеллектуальным журналом при своем очевидном заграничном происхождении? Мы считаем, что имеет, так как за время своего существования в России (а фактически со дня выхода первого номера) журнал показал себя не только как *транслятор общекультурных ценностей* (а это еще один безусловный признак интеллектуального издания, делающего акцент прежде всего на масштабные вопросы и незыблемые культурные константы), но и как *носитель специфической национальной ментальности*. Именно русский колорит, особенности мышления русского интеллектуала,

---

<sup>113</sup> Esquire [Электронный ресурс] // URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 16.05.2018).

социальные явления и процессы, актуальные для русского общества, политическая обстановка в стране, современное состояние русской культуры и искусства, моды, театра, литературы, круг специфических интересов русского читателя определяют проблемно-тематическое поле и специфику контента русскоязычной версии журнала «Esquire». В силу этих причин издание, на наш взгляд, получило заслуженное право на автономность и представляет собой полноценный самостоятельный русский печатный продукт, оставивший за собой бренд, стиль, слоган и лишь некоторые концептуальные особенности американской версии (в частности, в рубрикации номеров). Необходимо отметить, что это достаточно типичная история для относительно молодого рынка российской прессы, начавшего расти и формироваться фактически с 1991 г. Как мы уже говорили в главе 2, многие русские гуманитарные и интеллектуальные журналы, появившиеся в период новой России, возникали на основе европейских изданий. В частности, именно так появился интеллектуальный журнал «Апология».

Журнал «Esquire» большинством исследователей рассматривается как образец качественного глянцевого издания для мужчин, достаточно нетипичный для данного класса: «вместо молодых девушек на обложках «возрастные» мужчины, рядом с рекламой дорогих часов – журналистские расследования о работе российской бюрократии»<sup>114</sup>. В России издание выходит с 2005 года. «Esquire» был основан в 1933 г. в США и изначально позиционировался издателями Д. Смартон и А. Гинргичем как журнал «для успешных джентельменов». В России слоган трансформировался – издание стало «умным журналом для разборчивых мужчин»<sup>115</sup>. Однако на сегодняшний день его ярко выраженная гендерная принадлежность поставлена под сомнение. Е.А. Зверева, анализируя читательскую аудиторию сетевой версии «Esquire» в группе «ВКонтакте» указывает на явный численный перевес в пользу женщин (который сохранился и на сегодняшний

---

<sup>114</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 357.

<sup>115</sup> Esquire [Электронный ресурс] // URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 16.05.2018).

день)<sup>116</sup>; более того, определенный период, пусть и короткий, редактором журнала была известный публицист К. Соколова, известная также как вице-президент медиа-группы «Живи!», выпускающий интеллектуальный журнал «Русский пионер», и обозреватель, заместитель главного редактора проекта «Сноб» (до 2016 г.), который исследователи также относят к группе русских интеллектуальных журналов. Такая причастность, конечно, не может служить очевидным подтверждением интеллектуальности «Esquire», однако намекает на это косвенно, ведь именно руководство определяет редакционную политику издания.

Журнал со стабильным тиражом в 70 000 экземпляров (данные на 2018 г.) имеет, кроме печатной, сетевую версию и активные профили в социальных сетях, причем наполнение каждого формата имеет свои отличия. Итак, рассмотрим «Esquire» с точки зрения типоформирующих факторов вида интеллектуального издания, а также обозначенных нами ранее характеристик популярного интеллектуального журнала: целевая аудитория, проблематика и специфика контента, способ подачи информации (формат), и выявим в его облике характеристики, присущие популярным изданиям. Отметим, что мы не выводим отдельно такой типоформирующий признак, как **целевое назначение**, поскольку каждая из трех других прямо или косвенно будет подтверждать, что это издание – новый интеллектуальный журнал.

**Целевая аудитория** журнала «Esquire» фактически определена в его слогане – «умный журнал для разборчивых мужчин». Сам издатель дает характеристику своего продукта – «умный», то есть изначально концепция предполагает достаточную смысловую нагрузку публикуемых материалов и их ориентированность на *подготовленного* читателя. Присутствует в девизе и характеристика этого самого читателя – «разборчивый». Толковый словарь определяет смысл этого слова как «строгий в выборе, требовательный»<sup>117</sup>.

---

<sup>116</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 361.

<sup>117</sup> Толковый словарь Ожегова С.И. [Электронный ресурс] // URL: <http://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 15.05.2018).

Такая черта, безусловно, присуща интеллектуалу, который тщательно выбирает информацию, проверяет ее достоверность и качество. Обозначив таким образом свою позицию, «Esquire» фактически выделяет себя из класса популярных изданий, так как массовый читатель не слишком разборчив и, тем более, не требователен.

Адаптируя американский журнал в России, авторы сохранили его «мужскую» природу: например, добавившаяся в русскоязычной версии рубрика «Красивая женщина рассказывает анекдот» или «Женщина, которую мы любим», предполагает мужскую аудиторию, номера пестрят рекламой преимущественно мужских предметов гардероба (дорогие автомобили, марки часов, мужская одежда и парфюмерия). Если на его полосах фигурируют женские предметы гардероба, то как подсказка читателю, чем порадовать свою даму. Однако очевиден тот факт, что женщинам этот журнал очень интересен. Кроме того, если отбросить очевидные «мужские» рубрики, в общем и целом разделы «Истории», «Правила жизни», «Фотографии», «Новости», «Герои» интересны в равной степени и мужчинам (62% читателей), и женщинам (38%)<sup>118</sup>. Здесь необходимо отметить, что в русской интеллигенции (как аудитории интеллектуальных изданий) никогда не было явного гендерного разделения: безусловно, та или иная тема могла вызвать большой отклик в мужской или женской среде, но в большинстве интеллигент воспринимался или как бесполое существо, или это был мужчина. Согласно статистическим данным, около 70% читателей «Esquire» живут в Центральном регионе России. Основная доля аудитории – люди в возрасте 20-44 лет («новое» поколение интеллектуалов)<sup>119</sup>. Число посетителей сайта почти в три раза превышает количество покупателей печатной версии. Среди аккаунтов в социальных сетях наибольшей популярностью пользуются Twitter и «ВКонтакте»; меньше всего подписчиков у «Esquire» в Instagram. Такие статистические данные

---

<sup>118</sup> Esquire [Электронный ресурс] // URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 16.05.2018).

<sup>119</sup> Там же.



подтверждают нашу гипотезу о том, что основная масса читателей «Esquire» – это городские интеллектуалы нового поколения, молодого и среднего возраста, свободно пользующиеся Интернетом (то есть им доступней сетевая версия изданий и аккаунты в социальных сетях). Поскольку интеллектуальный журнал предполагает *чтение*, очевидна популярность групп «Esquire» в тех мессенджерах, где есть возможность ознакомиться с текстом. Такое явление выступает и косвенной характеристикой аудитории как интеллектуальной (стремление к чтению, как следствие – анализу прочитанных материалов).

**Проблематика и специфика контента** тесно связана с целевой аудиторией. Как уже было отмечено в предыдущих главах, для интеллектуальных изданий аудитория является ключевым формирующим фактором. Е.А. Зверева называет этот журнал «синтетическим типом издания», объединяющим в себе «общественно-политический, литературно-публицистический, мужской и культурно-развлекательный типы»<sup>120</sup>. Первые две характеристики можно отнести к интеллектуальным изданиям; в журнале они воплощены в рубриках «Чтение», «Музыка», «Шедевр», «Портрет», «Диалоги», в сетевой версии – «Правила жизни», «10 фактов», «Истории», «Новости». Чисто мужской контент читатель может найти в разделе «Стиль», в уже упомянутых «Красивая женщина рассказывает анекдот», «Женщина, которую мы любим». Развлекательный – «Музыка», «Вещи», «Туризм». Любопытно, в частности, что иногда в «Новостях» проскальзывает чисто женская информация (например, о новых материалах в журнале «Cosmopolitan»). Такое разнообразие тем, их многополярность и разноплановость (диаметрально противоположные фактически литературная публицистика и гид по стилю) в одном издании и выражает синтетичность данного издания, позволяя называть его популярным интеллектуальным журналом. «Esquire» видит своего читателя не только умной, образованной,

<sup>120</sup>

Зверева Е.А. Указ. соч. – С. 359.

всесторонне развитой личностью (интеллектуалом), но и светским человеком, интересующимся модой, музыкой, развлечениями.

**Форм выпуска** у «Esquire» несколько – он выходит в бумажном виде, имеет сетевую версию, группу «ВКонтакте», Instagram, Facebook, Twitter, причем они пользуются достаточной популярностью. Для сравнения: группа издательства «Новое литературное обозрение» «ВКонтакте» составляет 7 741 человек, у «Esquire» – около 506 000 человек<sup>121</sup>; он обошел даже популярный гляцевый «Vogue» (около 480 000 человек)<sup>122</sup>. Таким образом, очевидно, что большей популярностью (хотя бы в пределах одной площадки) пользуется именно синтетический продукт, как у мужчин, так и у женщин. «Esquire» в этом смысле показателен еще и очень грамотной редакционной политикой: сетевые версии издания не выступают лишь площадкой для размещения материалов, а фактически являются полноценными самостоятельными экземплярами одного и того же издания, демонстрируя в каждой ипостаси наиболее выгодный и востребованный материал. Это не только позволяет увеличивать читательскую аудиторию, но и дает возможность отслеживать новые публикации в журнале без регулярного мониторинга обновлений сайта. Оформление группы «ВКонтакте» «Esquire» выполнено в фирменном стиле и по формату похоже на группу «НЛО». Таким образом, с точки зрения общего оформления журнал не проявляет каких-либо характерных для интеллектуального или популярного издания, однако его содержание заслуживает более пристального внимания.

Подводя итоги характеристики журнала «Esquire», можно отметить, что он действительно сочетает в себе черты интеллектуального издания и популярного гляцевого журнала. Мы согласны с Е.А. Зверевой, которая утверждает, что «большинство материалов рубрик заставляют задуматься

---

<sup>121</sup> Esquire. Официальная группа Вконтакте [Электронный ресурс] // URL: <https://vk.com/esquire> (дата обращения 29.06.2018).

<sup>122</sup> VOGUE. Официальная группа ВКонтате [Электронный ресурс] || URL: <https://vk.com/voguerussia> (дата обращения 29.06.2018).

читателя об актуальных и вечных проблемах нашего общества»<sup>123</sup>, и «сферы жизни, которые охватывает «Esquire», могут быть интересны различной аудитории без деления по гендерному признаку»<sup>124</sup>. Более того, характерные для гляцевых популярных изданий приемы (например, фотопроект), в популярном интеллектуальном издании выполняют несколько иную функцию.

### **3.2. Проблемно-тематическое поле нового интеллектуального журнала «Esquire»**

Для того, чтобы проанализировать проблематику материалов на страницах нового интеллектуального журнала и выявить ее специфику, обозначим наиболее интересные с точки зрения содержания рубрики «Esquire». Отметим, что у журнала нет статичного плана номера – периодически и печатную версию, и в сетевое издание добавляются те или иные, интересные, по мнению редакции, статьи. Тем не менее, есть рубрики, которые закрепились в «Esquire». Среди них – «Правила жизни», «Герои», «Женщина, которую мы любим», «Фотографии», «Чтение».

Рубрика «Чтение», в которой публикуются рассказы или отрывки из произведений как малоизвестных, так и достаточно популярных авторов, продолжает традиции классического толстого журнала. Это может служить еще одним очевидным признаком интеллектуальности журнала. Как правило, «Esquire» останавливает свой выбор на зарубежных авторах и проявляет жанровое разнообразие – это может быть и роман, и детектив, и приключения. При этом редакция выбирает достаточно нетривиальные произведения – например, в 2017 г. в журнале были опубликованы отрывки из романа норвежского писателя Ю Несбё «Жажда», ставший одиннадцатой книгой в цикле романов о Харри Холле (в России этот герой известен также по экранизации романа Несбё «Снеговик»). Таким образом, журнал выполняет *культуроформирующую функцию*, присущую интеллектуальным

---

<sup>123</sup> Зверева Е.А. Указ. соч. – 365.

<sup>124</sup> Там же.

изданиям. При этом издание не позиционирует себя как авторитетный литературный журнал – отсутствуют критические комментарии, обсуждение. Однако и чисто рекламной функцией данный факт не назовешь – безусловно, подобная публикация в преддверии выхода книги в России повысила интерес к ней, но очевидно, что у материала другая задача – познакомить читателя с интересным произведением, которое может ему понравиться. При этом книга очевидно вписывается в концепт «умного журнала»: автор известен, но его имя не набила оскомину у обывателя, его талант признан европейскими литературными премиями и взыскательной публикой. Таким образом, функционал интеллектуального издания предполагает не просто рекламу, но *рекламу умного продукта*, заслуживающего внимания читателя интеллектуального журнала, и это можно назвать одной из специфичных черт размещения материалов. Очевидно и то, что современная литература является частью проблематики современного интеллектуального издания. Это характерно не только для «Esquire», но и, например, для проекта «Сноб», в частности, его печатной версии. «Сноб», в отличие от «Esquire», открыто позиционирует себя как интеллектуальное издание. Одной из «визитных карточек» печатной версии являются не только традиционные литературные номера, но и публикации отрывков из книг, чаще всего сопровождаемые интервью с их авторами. Например, в ноябрьском номере 2014 г. размещено большое интервью с внебрачной дочерью французского президента Франсуа Миттерана – Мазарин Пинжо и фрагмент из ее автобиографичной книги «Никому ни слова». 75-летний юбилей И. Бродского отмечен изданием публикацией отрывка из книги Эллендеи Проффер Тисли «Бродский среди нас» (причем данный материал явился своеобразной презентацией, так как собственно произведение вышло на российский рынок в 2015 г.).

Говоря об «Esquire» как примере нового интеллектуального издания, хотелось бы отметить, как в нем реализуются фотопроекты. Фотография как основной элемент журнала присущ популярным, досуговым, глянцевым журналам. Однако мы определяем Esquire как *популярный* журнал, и,

безусловно, иллюстрации занимают в нем важное место. Любопытно рассмотреть, как интерпретируется в таком издании устоявшийся элемент глянцевого издания – фотопроект. Так называют тематическую съемку, реализующую творческий замысел фотографа, его идею. Это могут быть и постановочные кадры, и серия карточек, объединенных общей темой. В глянцевого изданиях фотопроект – это всегда рекламная, коммерческая съемка, с привлечением медийного лица из мира моды, шоу-бизнеса, политики. Главная цель – фотография ради фотографии, красота и эстетика в сочетании с рекламой собственно всего, что попадает в кадр: героя, локации, вещей, фотографа. Безусловно, в таких изданиях есть и социальные фотопроекты, поднимающие вопросы бездомных, детей-инвалидов, ВИЧ-инфицированных. Однако глянцевые декорации, обязательное присутствие в кадре вещей, которые фактически покрывают расходы на съемочные дни, не позволяют назвать такие кадры глубоким смысловым материалом. Можно сказать, что рубрика «Фотоистории» имеет в своей основе именно классический фотопроект. Однако «Esquire» ставит перед собой другую задачу – он рассказывает в фотографиях очень непростые жизненные истории, освещает больные социальные проблемы. Герои этих кадров – простые люди разных возрастов и пола, животные, природа, исторические памятники, представители различных профессий, в том числе и нелегальных, люди, оказавшиеся на обочине жизни и покорившие ее вершины. Оформление рубрики выглядит так: имя фотографа, тематика съемки, небольшая предыстория кадров, текст состоит буквально из 5-6 предложений. Сами фотографии сопровождаются фактическим пояснением. Отличительная особенность данной рубрики – *широчайшая проблематика* и практически *отсутствие табуированных тем*. Форма фотопроекта позволяет избежать столь опасных в данном вопросе нравоучений, осуждения, ханжества и других субъективных оценок автора, неизбежных в статьях на подобные темы. При этом очевидно, что неподготовленный читатель не оценит, не поймет и не захочет понимать подобные материалы –

они изначально рассчитаны на думающего человека со средними и высокими интеллектуальными способностями.

К примеру, в 2014 г. «Esquire» публикует серию фотографий нигерийских проституток, нелегально работающих в Италии, фотографа П. Патрици. На фотографиях девушки чередуются со снимками «лож любви», на которых они, видимо, спят сами и принимают клиентов. Женщины сняты со спины, из информации о них – только имена. Фоном кадров служит яркий солнечный летний день. Фотограф не делает ничего, чтобы искусственно вызвать в зрителе чувство брезгливости, ужаса и мерзости происходящего. Между тем, за каждой из таких фотографий стоит подлинная трагедия, которую умный читатель не может не ощутить. В этих работах можно проследить достаточно часто использующийся в «Esquire» прием визуализации

Еще одной шокирующей фотоисторией от «Esquire» стала серия датского фотографа Мари Халд. Ее героиня – проститутка Боня, и в этих кадрах вся ее жизнь: татуировки, дети, клиенты, дом, школа, церковь, куда она приводит своих младших сыновей. Путана с 20-летним стажем не прячется от камеры, она перед ней честна. Кадры Мари Халд, живущей в стране с легализованной проституцией, на российского читателя производят неизгладимое впечатление. Надо отметить, что эта рубрика тесно переплетена с другими – «Герои» и «Истории», в которой тексту отдается уже первостепенная роль. Фотопроекты «Esquire» – это возможность увидеть и услышать визуальную историю Лос-Анджелеса, Фарерских островов и их обитателей, пляжей Бразилии, Национальной зоны радиомолчания в США, посетить Париж в Китае, умилиться на самых толстых и веселых котиков и полюбоваться портретами профессиональных футболисток.

При безусловном высоком качестве фотографий на первом месте, тем не менее, их смысловое наполнение. В новом интеллектуальном журнале фотопроект выступает в качестве *формы трансляции идеи*, главное в нем – смысловое содержание. При этом посредством фотографий можно

максимально объективно передать ситуацию, предоставив читателю самому право сделать выводы и дать оценку (чего, например, очень сложно добиться в аналитических статьях). Фотография позволяет это сделать.

Продолжая говорить о фотографиях в новом интеллектуальном журнале, обратим внимание на его обложку. Технический прогресс и бурное развитие цифрового рынка обусловили существенный прогресс уровня качества полиграфической продукции. Современные периодические печатные издания приобрели не только внешнюю привлекательность, но и полное право называться предметом искусства – прежде всего потому, что к их созданию привлекаются именитые мастера нашего времени, в частности, иллюстраторы, фотографы. Особое звучание получает понятие визуализации контента. Данное явление является предметом изучения многих специалистов области, в частности, В.Э. Шевченко, С.И. Симаковой. Совершенно справедливо, что «визуализация информации стала медиатрендом современности, она проявляет себя практически во всех видах СМИ – новостных, культурно-просветительских, спортивных и т.д.». «Визуализация углубляет процесс усвоения транслированных образов и контента, объясняет сложные данные быстро и наглядно. Правильно выполненная визуализация освещает информацию там, где ее проблематично изложить традиционными журналистскими формами. Любой графический символ является элементом визуального языка». Как справедливо отмечает В.Э. Шевченко, «фотография – важная составляющая периодического печатного издания, можно сказать – обязательная. Фотография является средством познания и интерпретации реальности, она передает настроение и атмосферу события, привлекает внимание к материалу, дает возможность рассмотреть мельчайшие детали, ощутить себя участником события и составить собственное впечатление о нем»<sup>125</sup>.

---

<sup>125</sup> Шевченко В.Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики [Электронный ресурс] // Медиаскоп: электрон. журн. 2014. Вып. 4. 02.12.2014. // URL: <http://www.mediascope.ru/node/1654> (дата обращения: 10.06.2018).

Это обусловлено многими факторами, прежде всего победой изображения над содержанием. Ни для кого не секрет, что восприятие современного человека ориентировано, прежде всего, на картинку, а потом уже – на сопровождающий ее текст. Ярче всего это видно, конечно, в массовом глянце – как для среднего класса (например, «Cosmopolitan»), так и более элитарные «VOGUE» и «Tatler». Обилие сочной рекламы на несколько полос, большое количество иллюстраций в печатных материалах – безусловно, для данного вида журналов все это скорее норма, чем исключение из правил. Однако в последнее десятилетие такая структура издания стала нормой и для более серьезных печатных изданий, в том числе новых интеллектуальных журналов. С.И. Симакова утверждает: «В современных условиях возможности фотожурналистики значительно расширились и трансформировались. Технологические новшества внесли свои коррективы в развитие этого вида визуализации – изменилась скорость подачи фотоинформации, появились фотогалереи»<sup>126</sup>.

Для фотографии на обложке «Esquire» характерны:

- крупный план;
- четкий фокус, контрастность;
- отсутствие броских деталей;
- преобладание темных спокойных оттенков.

Все это преследует одну цель – подчеркнуть уникальность личности главного героя номера, отразить ключевые черты его образа. Кроме того, посредством подобного оформления обложки журнал реализует и свою концепцию интеллектуального издания, рассчитанного на подготовленного читателя, который не просто бездумно созерцает яркую картинку, сфокусировав внимание на модной одежде, дорогих часах, следах пластической хирургии – нет, он смотрит как бы вглубь, в душу человека,

---

<sup>126</sup> Симакова С. И. Развитие визуальной журналистики / С. И. Симакова // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. Екатеринбург, 2016. С. 125-129.



пытаясь найти в четах лица отражение жизненного пути личности. Более того, для обложек выбираются снимки такого плана, что у читателя создается ощущение разговора тет-а-тет с героем номера, что конечно создает особый эффект восприятия.

Отсутствие яркого фона также помогает сконцентрировать внимание на фигуре героя, не отвлекаясь на другие детали. Излюбленный прием «Esquire» – портрет крупным планом, черно-белый, при этом название журнала, выполненное в особой фирменной скорописи, яркого цвета. Примером может служить июньский номер 2018 года (№6)<sup>127</sup>, главным героем которого стал Владимир Познер – легенда отечественной журналистики. Взгляд героя устремлен не на читателя, а как бы вдаль, в перспективу – и собственной жизни, личной и профессиональной, и будущего страны и мира в целом. Фоном для кадра стала часть главного здания МГУ, что также является весьма символичным.

В ноябре 2015 года в России вышел номер «Esquire», посвященный фильмам о Джеймсе Бонде – в рамках премьеры последней на данный момент части бондианы. В номер вошли материалы об исполнителях культовых ролей саги, заглавной статьей стали «Правила жизни» Дэниэла Крейга, который и украсил обложку<sup>128</sup>. Черно-белый крупный портрет в полной мере отражает черты знаменитого разведчика: прямой взгляд, резкие черты лица, сдержанность и строгость, через которые чуть просачивается фирменное обаяние и харизма исполнителя Бонда, который наделил этими качествами и своего героя.

Таким образом, обложки журнала «Esquire» являются примером оптимального и весьма удачного сочетания смысла и стиля, а также служат отражением фирменной концепции нового интеллектуального издания. В тоже время на примере обложек этого издания можно наблюдать, как работает прием визуализации в современных СМИ, когда фотография

---

<sup>127</sup> Esquire. №6. (2018).

<sup>128</sup> Esquire. №11. (2015).

обретает качественно новый смысл, реализуя не только иллюстративную, сопровождающую функцию, но и несет большую смысловую нагрузку, соединяет субъективный взгляд автора и объективный образ героя.

Рубрики «Герои» и «Истории» являются характерным примером широты проблематики материалов на страницах интеллектуальных журналов. «Истории» включают в себя материалы по весьма острым общественным и социальным вопросам. Так, там можно найти статьи о легализации абортов в Аргентине (на фоне возможного исключения его из полиса ОМС в России эта тема как никогда актуальна), материалы о проблеме чайлдфри, факты о казненном в Японии Секо Асахаре (главе секты «Аум Синрике», последователи которой есть и в нашей стране) и т.д.

Особого внимания заслуживают проект Олега Климова «Острова подсознания»<sup>129</sup>, который соединяет путевые записки Антона Чехова и собственные фотографии современного Сахалина, и цикл Игоря Клепнева о современных жителях Северной Осетии, ведущих традиционный образ жизни. Характерные черты таких материалов – их легкая подача: авторы не ставят серьезных вопросов, не затевают дискуссии, не транслируют высокопарные рассуждения о пути России и нелегкой жизни ее народа – они просто рассказывают и показывают, создавая перед читателем картину, окрас которой (положительный, отрицательный, нейтральный) он придает сам.

Одной из центральных тем журналов для интеллектуалов всегда была и остается личность человека, он сам в моменте и истории. Мы уже приводили термин «человекоцентричность», предложенный А.С. Акулиничевым и как нельзя более точно, на наш взгляд, отражающий ключевое зерно проблематики новых изданий для интеллектуалов: все актуальные вопросы рассматриваются *через призму личности человека*. Ярким примером является материал «Бабкина надежда»<sup>130</sup>, героями которого стали обычные люди, женщины, прожившие более ста лет. За свой долгий путь они прошли

---

<sup>129</sup> Esquire [Электронный ресурс] // URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 16.05.2018).

<sup>130</sup> Esquire [Электронный ресурс] // URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 16.05.2018)..

многое, видели многое, застали коммунизм и новую Россию, сидели в тюрьмах, поднимали целину, хоронили мужей и вождей, работали на себя и на благо Родины. В этом материале – попытка увидеть историю страны через увеличительное стекло ее рядового гражданина, выявить философию уходящих ровесников века.

Фотографии героинь – жесткие, черно-белые, обнажающие раны времени на лице – служат доказательством прожитого, символом мудрости. Необходимо отметить, что «Esquire» часто использует прием деэстетизации – на фото отчетливо можно разглядеть морщины, дефекты лица, родимые пятна и другие недостатки, на которых не принято акцентировать внимание. Между тем, контрастные черно-белые фотографии лишь подчеркивают их наличие. Однако журнал делает это не для того, чтобы вызвать у читателя ненависть или отвращение к героям. В данном случае, на наш взгляд, этот прием используется с целью подчеркнуть документальность материалов, правдивость историй. Еще один архивный сегодня уже материал, вышедший в русском «Esquire» в сентябре 2006 г.<sup>131</sup> и получивший огромный общественный резонанс – «Школа» Кристофера Чиверса. Статья посвящена трагедии в Беслане, где 1 сентября 2004 года школу № 1 захватили террористы. Жертвами стали 333 человека, большинство из которых – дети. Случившийся в России террористический акт всколыхнул мировую общественность. У Чиверса возникла идея написать статью о произошедшем и понять, что же там произошло на самом деле. По его собственному признанию, он не верил российским СМИ, поэтому решил обратиться лично к участникам трагедии. Получившийся текст, написанный по словам выживших заложников, поражает своим реализмом; в каждом слове – ужас прожитого. По словам автора, «ничего печальнее я в жизни не видел, и очень надеюсь, что не увижу». Личная трагедия, как и подвиг, воспринимаются читателем гораздо острее, чем общие фразы или оценочные суждения. На примере этой публикации хотелось бы еще раз отметить автономность

---

<sup>131</sup> Там же.

российского и американского «Esquire». При всей очевидности большей заинтересованности в таком материале русских читателей, эта публикация первой вышла в США, причем, по признанию самого автора, статья получилась рекордно большого объема. Более того, К. Чиверс отмечает, что изначально он не предполагал широкого резонанса статьи в России (который она получила). Русскоязычный «Esquire» изменил объем материала, дополнил его фотографиями и комментарием автора, адаптировав тем самым статью под российского читателя, ментальные особенности его восприятия.

Таким образом раскрывается ключевое звено в проблематике популярного интеллектуального журнала – проблема личности, человека, тайна его бытия, опыт и *поиск героя*. Это одна из самых главных проблем русской современности, лишенной идеала действительности. По мнению «Esquire», героем может быть каждый из его читателей, наравне с теми, кто оставил свой след в истории. С этой точки зрения нам представляется интересным рассмотреть материалы из еще одной очень популярной рубрики «Правила жизни» и на примере медийной реконструкции культовых для нашей страны личностей выявить особенности создания медиаобраза в популярных интеллектуальных изданиях.

2017 год стал юбилейным – Россия отмечала 100-летие Октябрьской революции. К этому событию были приурочены многие общественно значимые события, культурные мероприятия, публикации и статьи, в том числе и в «Esquire», рубрика «Правила жизни». Определение понятия медиаобраза является одной из актуальных проблем современных гуманитарных наук. В частности, этому посвящены работы Т.Н. Галинской, Е.А. Богдан. В широком смысле Т.Н. Галинская определяет медиаобраз как «образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве (профессиональными журналистами, блоггерами, интернет пользователями и т. д.)»<sup>132</sup>.

---

<sup>132</sup> Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике.//Вестник ОГУ №11 (160). 2013.

Ставшая традиционной рубрика журнала «Esquire» «Правила жизни» по-своему уникальна и, безусловно, очень привлекательна для читательской аудитории. Основная цель в данном случае – попытаться выстроить образ человека через призму его высказываний, отрывков из книг, дневников, интервью. Ее участники – обычные люди различных профессий, исторические персоналии, известные спортсмены, адвокаты, ученые, актеры, певцы, звезды шоу-бизнеса, моды, писатели и ученые, умершие и ныне живущие. Емкое название – «Правила жизни» – говорит само за себя. Материал строится следующим образом:

- портрет героя;
- краткая биографическая справка (1-2 предложения);
- собственно сам материал, составленный из коротких фаз, предложений, абзацев: это слова самого героя публикации, выдержки из воспоминаний современников, газет, официальных документов и других источников.

Непосредственно в самом тексте выделены основные с точки зрения составителя фрагменты, где сосредоточен основной смысл правил жизни героя. При этом в текстах минимальное количество сторонних характеристик, хотя они тоже присутствуют. Это сделано с целью формирования у читателя объективного медиаобраза – насколько это возможно в предлагаемых условиях. Журнал не ставит своей задачей показать политический или общественный вклад героя: в материалах воссоздается собственно личность, причем с разных ракурсов и сторон. В качестве примера проведем анализ материалов рубрики «Правила жизни», посвященных крупнейшим фигурам указанного периода – последнему русскому императору Николаю II и первому главе молодой советской России, революционному вождю В.И. Ленину. Кроме этих персон, в рубрике

---

«Правила жизни 1917 года» представлены публикации об А. Деникине, А. Керенском, Б. Савинкове, Н. Крупской, М. Бакунине.

Одной из самых противоречивых и привлекательных для исследователей, историков, журналистов фигур революционных событий 1917 г., безусловно, является Николай II – последний русский император. После развала СССР интерпретация образа царя и его семьи, расстрелянных в 1918 г., претерпела существенные изменения. Если в советской России Николай II воспринимался исключительно как яркая иллюстрация прогнившего монархического строя, политик-неудачник, неспособный управлять страной, носитель всех возможных пороков (моральных и физических), то после 1991 г. оценки личности самодержца изменились коренным образом. Жизнь и судьба Николая представляют огромный интерес и для современного читателя, слушателя, зрителя. Это наглядно демонстрируют большое количество книг, посвященных жизни последнего русского царя (работы Э. Радзинского, С.А. Лимановой, сборники воспоминаний свиты) и его окружения. Самый яркий пример последнего времени – полемика, вспыхнувшая вокруг фильма А. Учителя «Матильда», главной героиней которого стала балерина М.Ф. Кшесинская. Сюжетная линия о ее отношениях с будущим императором Николаем II вызвала немало споров. Пресса немедленно откликнулась множеством публикаций на эту тему, личность царя вновь оказалась в центре внимания. Материал в журнале «Esquire» был опубликован гораздо раньше этого периода, однако нам представляется интересным рассмотреть реконструкцию образа Николая II именно в издании для интеллектуалов<sup>133</sup>.

В качестве материала статьи использованы отрывки его дневниковых записей (общеизвестно, что император на протяжении всей жизни вел дневник, где подробно описывал каждый день), личных писем, а также

---

<sup>133</sup> Правила жизни Николая II.// Esquire. №5. 2017.

крылатые выражения, зафиксированные современниками и приближенными. После открытия для исследователей и прессы (то есть широкой публики) многих важнейших исторических документов образ и личность Николая II обрели полноту, жизненность и многогранность. Для журнала «Esquire», позиционирующего себя как интеллектуальное издание, выбор этого персонажа вполне оправдан: противоречивая фигура последнего русского императора притягивает к себе внимание читателей. Однако в данном случае особого внимания заслуживает оформление статьи и выбор источников для ее составления.

При рассмотрении особенностей медийной реконструкции образа Николая II еще раз обратим внимание на то, что журнал позиционирует себя как интеллектуальный – то есть подразумевается, что статью прочтет подготовленный читатель, знакомый и с биографией царя, и с историческими событиями, происходившими в годы его правления, а также знаковыми персонажами данного периода. В частности, в тексте упомянут легендарный Григорий Распутин – человек, имя которого неотделимо от императорской фамилии. Кроме того, в статье приведены высказывания царя о давке на Ходынском поле, Кровавом Воскресении, Восстании в Кронштадте, его рассуждения о роли самодержца, своем долге как императора. В публикации нашла отражение и общеизвестная мистическая вера Николая в особое собственное предназначение и мученическую кончину. Такой выбор материалов неслучаен: фактически авторами охвачены главные события в жизни царя и его народа, те самые правила жизни, руководствуясь которыми император и принимал решения.

Перед читателями «Esquire» он предстает зрелой многогранной личностью, осознающей тяжкое бремя царского венца, полной сомнений и раздумий, сострадающим, сопереживающим правителем и в тоже время обычным человеком, неспособным решить собственные внутренние проблемы. Примечательно: журнал не претендует на серьезный исторический анализ, поэтому в материале нет выдержек из официальных

документов того времени. Однако, таким образом, создается привлекательность материала для читателя, у которого складывается ощущение личной беседы с царем со страниц издания. Именно поэтому в тексте используются только личные местоимения, подчеркивающие правдивость, откровенность сказанного. Николай рассматривается не как монарх, полководец, правитель, но, прежде всего, как интересный человек, неординарная личность. Такой образ, безусловно, близок и приятен читателю интеллектуального журнала.

Необходимо заметить, что публикация в принципе носит нейтральный характер: здесь нет очевидной отрицательной или положительной оценки личности императора. Читателю «Esquire» демократично предоставляет право на собственное суждение и определение, чьи правила жизни ближе именно ему.

Рассмотрим также материал, посвященный другой ключевой фигуре революционных событий 1917 года – Владимиру Ленину<sup>134</sup>. При всей неоднозначности и противоречивости этого политического деятеля важность его роли в эволюции российского государства отрицать невозможно. Споры вокруг Мавзолея и вопроса о захоронении тела вождя мирового пролетариата возникают с завидной частотой, при этом сторонники и того, и другого решения проблемы неравнодушно отстаивают свою позицию. Так или иначе, но правила жизни этого человека представляют реальный интерес для россиян и сегодня.

Следует отметить, что данная публикация построена исключительно на собственных высказываниях и цитатах Владимира Ленина (в отличие, например, от уже рассмотренного выше материала о Николае II, где присутствуют и воспоминания современников, цитаты из печатных изданий, дневников, официальных документов). Статья о Ленине построена таким образом, что у читателя не остается сомнений в очевидности победы харизмы красного революционера над прогнившими принципами

---

<sup>134</sup> Правила жизни Владимира Ленина// Esquire. №4. 2017.



аристократии. В каждом слове чувствуется волевая решительность, бескомпромиссность, сила и жажда жизни, присущая подлинным борцам. Одним из самых ярких правил жизни можно назвать следующее: «Поменьше политической трескотни. Поменьше интеллигентских рассуждений. Поближе к жизни»<sup>135</sup>.

Общеизвестно, насколько тепло и участливо Владимир Ленин относился к простым рабочим людям, считая их нужды и проблемы главными. Бескомпромиссность и четкость политической и гражданской позиции вождя отражены в материале очень ясно. Однако «Esquire» не сосредотачивает внимание исключительно на революционных и политических заявлениях своего героя, стремясь отвести таким образом читателя от штампов и стереотипов, сложившихся в постсоветский период. Журнал предлагает увидеть за ширмой образа борца революции многогранную и яркую, живую личность, кипучую натуру, равнодушного человека и гражданина. Например, в «Правилах» приведена цитата Ленина о русском языке, в частности, об отношении к заимствованиям: «Русский язык мы портим. Иностранные слова употребляем без надобности. Употребляем их неправильно. К чему говорить «дефекты», когда можно сказать недочёты, или недостатки, или пробелы?»<sup>136</sup>. Следует заметить, что эта цитата и сегодня актуальна.

Таким образом, Владимир Ленин в «Правилах жизни» предстает в несколько непривычном читателю свете – без сильных политических акцентов, громких изобличений. «Esquire» и в этом случае прекрасно справляется со сложной задачей воссоздания культовой исторической фигуры с максимальной объективностью. Более того, основная задача издания в данном случае – продемонстрировать глубинную философию бытия великих, в тоже время сохранив их живое, «человеческое» лицо.

---

<sup>135</sup>

Правила жизни Владимира Ленина// Esquire. №4. 2017.

<sup>136</sup>

Там же.

Необходимо отметить, что и в других русских интеллектуальных журналах юбилей революции 1917 года не остался незамеченным. В частности, журнал «Сноб»<sup>137</sup> к годовщине ноябрьских событий 1917 года опубликовал большой материал «Плохая хорошая революция», посвященный анализу роли культовых политических фигур в истории России. Данный материал представлен как высказывания на эту тему доктора исторических наук, профессора РГГУ, главного научного сотрудника ИВИ РАН А. Шубина, доктора исторических наук, ведущего сотрудника Института всеобщей истории РАН В. Дамье, кандидата исторических наук, старшего преподавателя департамента истории Высшей школы экономики в Петербурге А. Резника, историка, главного редактора журнала «Демократия и социализм», члена совета Конфедерации труда России П. Кудюкина. «Эхо Великой российской революции в нашей стране мы слышим до сих пор: демократия и республиканизм – это последствия февральского импульса революции, а стремление к социальной справедливости – октябрьского», – говорит Шубин. В. Дамье считает, что «главным инструментом большевиков стало насилие. Голод, карательные рейды в деревни, когда отбирали хлеб не только произведенный, но и зерно под засев. Поэтому террор был не только в виде расстрелов» – это можно считать косвенной оценкой политического образа первых русских большевиков. А. Резник рассматривает события в нашей стране как часть мировой истории: «Россия — лишь один из случаев социалистической мировой революции», «Победа большевиков в России оказала влияние на развитие антиколониального, левонационалистического движения в странах третьего мира». П. Кудюкин также говорит о колоссальном влиянии русской революции на страны Запада: «Русская революция сильно напугала правящие круги Запада, и они стали более податливы, потому что думали, что лучше поступиться немногим, чем потерять все. Отсюда появление реформизма в политике». Говоря о СССР, он

---

<sup>137</sup> Плохая хорошая революция.// Сноб [Электронный ресурс]. URL:<https://snob.ru/entry/154263> (дата обращения 15.05.2018).

отмечает, что еще до его создания, в «1918 году, в Кодексе законов о труде было очень много прогрессивных моментов», но окончательно они утвердились только в годы советской власти.

Итак, если «Esquire» интересней увидеть фигуру человека, личности, посредством медиаобраза и медийной реконструкции осмыслить исторические события, то «Сноб» оперирует конкретными фактами и видит картину в целом, не сосредотачивая внимание на персоналиях. Необходимо заметить, что «Сноб» принял попытку сохранить объективность и дать возможность читателю ознакомиться с различными точками зрения на вопрос, для чего привлек к подготовке материала нескольких авторов. Такая разница подачи в материале может быть объяснена не только концепцией изданий, но и отличием нового интеллектуального журнала от чисто интеллектуального. И в одном, и в другом случае статьи ориентированы на образованную, подготовленную аудиторию, однако издатели, на наш взгляд преследуют разные задачи. «Esquire» создает *ощущение исповеди*, откровения, транслируя таким образом свойственные поколению молодых интеллектуалов более демократичные взгляды. «Сноб» выступает как относительно классический (пусть и в новом формате) журнал, предлагающий читателю сформировавшуюся точку зрения авторитетных людей, с которой остается или согласиться, или нет, оставив при этом комментарий.

Интересно подан материал в номере 2017 года «Синего дивана»<sup>138</sup>. Обозначенный нами как элитарный интеллектуальный журнал, посвятил выходящий один раз в год номер В.И. Ленину, собрав под одной обложкой статьи на заданную тему. Признавая противоречивость и привлекательность фигуры вождя мирового пролетариата, «Синий диван» пытается с разных точек зрения рассмотреть явление Ленина и ленинизма. В номер вошли 15 материалов российских и зарубежных авторов. Этот выпуск интересен, безусловно, соотношением взглядов российских и зарубежных авторов на

---

<sup>138</sup> Синий диван [Электронный ресурс] // URL: <http://sinijdivan.narod.ru> (дата обращения 23.04.2018).

фигуру отечественного политика. «Фигура Ленина требует для себя преодоления привычных нам способов размышления и диктует такие, которые либо были утрачены вместе с античностью, либо возникли в эпоху новых коммуникативных технологий», – полагает О. Аронсон. А вот как оценивает фигуру вождя революции Дж. Флэтли: «Мало кто лучше, чем Ленин, понимал возможности настроения или имел больший, чем у него, дар считывать ритмы, улавливать пульсации определенных настроений и подстраиваться под ситуативный характер своей аудитории». Можно ли назвать этот выпуск «Синего дивана» попыткой масштабной медийной реконструкции личности Ленина? Думаем, да. Однако издание предлагает сложить его образ из оценочных суждений потомков, оценивающих героя не только в условиях современных ему исторических событий, но и в контексте нашей эпохи.

Очевидны различия подачи материала в трех изданиях для интеллектуалов. «Сноб» и «Синий диван» тяготеют к статичности, главной опорой которой служит авторитет авторов (неслучайно так подробно указывается регалии и должность). При этом они акцентируют внимание не только на личности, персоне, но и на созданных их обстоятельствах и их последствиях, пытаясь оценить фигуру через их призму. «Esquire» предлагает рассмотреть личность через личность, создавая образ посредством собственной оценки персоналии, его слов, рассуждений, мыслей. Однако все три издания объединяет поиск героя современности, идеала, авторитета.

Одна из рубрик «Esquire» носит именно такое название – «Герой». Это одна из самых интересных и масштабных частей, так как в ней есть подразделы «От первого лица», «Единомышленники», «Интервью», «9 с половиной вопросов», «Портреты», «Диалоги», «Секс-работники» и т.д. Такое разнообразие тематики объясняется, во-первых, широтой проблематики, которой касается журнал, во-вторых – его открытой формой, без относительно четкой рубрикации. Уже по названию рубрик очевидно, что их герои – разные по своему социальному статусу, профессии, образу жизни

люди. Среди размещенных материалов – откровения звезд отечественной и зарубежной эстрады, владельцев секс-шопов и завсегдатаев порно-чатов, врачей и художников, политиков и крупных медийных персон. Чаще всего в журналах на обложку помещают портрет героя центрального материала – интервью. «Esquire» придерживается этого правила не всегда. Однако человек на его обложке – всегда герой, и журнал это убедительно доказывает.

Таким образом, контент популярного интеллектуального журнала обладает широкой проблематикой. При этом используются различные способы подачи материала (статья, фотопроект, фотоистория); основное внимание сосредотачивает на себе не событие, а *человек*.

### **3.3. Особенности контента нового интеллектуального журнала «Esquire» в социальных сетях**

На сегодняшний день связь с читателем посредством социальных сетей стала для большинства изданий одним из приоритетных направлений деятельности. Еще на заре появления сети Интернет в России и ее массового распространения (конец 1990-х гг.) данный вопрос привлек внимание исследователей, в частности А.И. Аكوпова. В дальнейшем многие работы этого ученого, а также других специалистов в данной области (М.М. Колесниковой, А.А. Гарматина, А.А. Колмыкова, Л.А. Кохановой)<sup>139</sup> были посвящены этой теме. Вопрос интерактивности социальных сетей и современных медиа затронут в работах А. Амзина, Н.А. Павлушкиной, М.А. Улановой<sup>140</sup>.

---

<sup>139</sup> Колесникова М. М. К вопросу об интерактивности, гипертексте и мультимедиа в сетевых коммуникациях / М. М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. 2002. №2. С. 61-68; Колесникова М. М. Некоторые особенности аппарата сетевого издания / М. М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2001. – №3. – С. 56-63; Гарматин, А. А. Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования / А. А. Гарматин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2004. №2. С. 121-133; Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

<sup>140</sup> Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Капель, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред.

С течением времени социальные сети стали авторитетной информационной площадкой, снискали неслыханную популярность, и стало очевидно, что активизируется процесс интерактивности информационных интернет-площадок и традиционных печатных медиа. Благодаря этому издания получают реальную возможность не только привлекать дополнительное (и немалое) число потенциальных читателей, но и трансформируются в иную, качественно новую, оболочку, сохраняя при этом индивидуальные черты. Однако основной сложностью становится проблема адаптации печатного (или электронного) материала с учетом особенностей конкретной социальной сети. Особенно интересно в подобном контексте рассмотреть популярные интеллектуальные журналы, так как соцсети в большинстве своем не предполагают так называемый «умный», содержательный контент, делая основной упор на материалы и фото развлекательного либо рекламного характера. В качестве примера рассмотрим аккаунты журнала «Esquire», определяемого нами как популярное издание для интеллектуалов, в сети «ВКонтакте» и Instagram с точки зрения их наполнения и выявим тематические особенности размещаемого контента.

Журнал «Esquire», напомним, позиционирует себя как издание «для умных и разборчивых мужчин». В соответствии с озвученным принципом формируется и контент печатной и электронной версий: мы разделяем эти понятия, так как материалы по вполне понятным причинам имеют ряд отличий. Издание имеет две группы в социальной сети «ВКонтакте»: одна из них официально подтверждена (то есть имеет ссылку на официальном сайте), вторая, проповедуя принципы редакционной политики «Esquire» и используя его материалы, фактического статуса не имеет. Количество подписчиков

официальной группы – 506 408 человек<sup>141</sup>. Среди людей, предпочитающих знакомиться с материалами «Esquire» через публикации в группе, женщины встречаются также часто, как и мужчины, читатели имеют разный возраст, социальное положение и образование. В этом еще одна особенность социальных сетей – там потребитель информации оценивает ее более демократично, стимулом стать подписчиком может послужить случайно попавшаяся на глаза публикация – в отличие от электронного или печатного варианта, которые нужно как минимум найти, как максимум – купить. Чтобы использовать это преимущество в полной мере, необходимо тщательно подбирать материалы для публикаций, ориентируясь уже не столько на узкую прослойку целевой аудитории (а именно интеллектуалов), но в принципе на читающего и думающего индивида, которого бы потенциально тема могла заинтересовать. Надо отметить, что команда группы данного издания с этим успешно справляется – контент достаточно разнообразен. Однако при анализе материалов можно отметить общие черты с другими аккаунтами подобного типа, хотя очевидно и отличие содержания социальных групп интеллектуальных изданий от прочих развлекательных площадок VK.

### **Общие характеристики и отличительные черты контента социальных групп издания для интеллектуалов «Esquire» в социальных сетях**

1. *Обилие фотоконтента* – при этом изображения достаточно качественные, журнал использует работы крупных европейских и американских фотографов. Необходимо отметить и еще одну особенность журнала «Esquire»: использование изображений культовых фигур прошлого, обработанных с применением современных фильтров. Так выглядит, например, обложка одного из номеров, на которой изображен Владимир Высоцкий (январь 2015). Фото было опубликовано и в группе «ВКонтакте»,

---

<sup>141</sup> Esquire. Официальная группа Вконтакте [Электронный ресурс] // URL: <https://vk.com/esquire> (дата обращения 29.06.2018).

что неудивительно: в современной интерпретации легендарный поэт и актер приобрел совершенно иное, актуальное звучание, его образ, понятный молодому поколению, буквально приковал взгляды читателей и, естественно, спровоцировал воню интереса и к журналу, и к конкретному номеру, и материалу о Высоцком, посвященному дню рождения актера. Таким образом, мы возвращаемся к поднятому ранее вопросу: новый интеллектуальный журнал в поисках героя обращается не только к современникам, но и культовым фигурам прошлого, масштаб личности которых вне времени. Использование современных технологий для «Esquire» – это не попытка исказить внешний вид человека, а способ приблизить его к читателю, воссоздать диалог сквозь время.

2. *Минимум текста* – «Esquire» придерживается золотого правила лаконичности и глубины смысла, позволяя себе разместить небольшую выдержку из анонсируемого материала.

3. *Преобладание тематики развлекательного характера* – в группе преимущественно размещены ссылки на материалы со спокойным или нейтральным подтекстом, хотя острые темы и общественные явления журнал освещает даже в соцсетях. При этом контент в группе актуален, он регулярно обновляется, и периодически используются архивные материалы из ранее опубликованных в «Esquire»: например, по случаю дня рождения Элвиса Пресли 8 января 2017 года в группе был опубликован посвященный ему материал из рубрики «Правила жизни», размещенный в сетевой версии в 2013 году.

Вместе с тем, «Esquire» удалось почти невозможное – сохранить «лицо» и верность собственным правилам. Паблик отличается:

- *тщательный подбор иллюстраций и их тематическое разнообразие* – читатель найдет осенние фото дворцов Петербурга, раритетные съемки Моника Беллучи, фоторепортаж из Ирака и т.д. При этом журнал остается верен собственным принципам, не использует



дополнительные «кричащие» заголовки, не дает собственной оценки увиденному, оставляя за читателем право на собственную позицию;

- *широта проблематики* – администрация группы тщательно составляет ленту таким образом, чтобы гармонично расположить в ней ссылки на материалы различной направленности;

- *реклама* – неотъемлемый атрибут социальных сетей. Следует отметить, что в Esquire ее немного, и она гармонично вписывается по тематике и стилю в общую волну публикаций, не пугая и не отталкивая гостей группы. При этом в ленте регулярно публикуются ссылки на свежие материалы, что очень удобно для постоянных читателей журнала: достаточно, просмотрев новости, зайти на сайт и прочесть новую статью, не заходя на него регулярно;

- *отсутствие орфографических ошибок* – это говорит о том, что журнал тщательно следит за качеством информации, уделяя особое внимание чистоте текста. Ошибки в текстах крайне негативно отражаются на репутации издания в глазах читателя.

Есть еще одно правило, которое редакторы «Esquire» соблюдают независимо от формы журнала – это вовлеченность читателя в материал. Так, рубрика «Правила жизни», снискавшая завидную популярность в основной форме издания, в формате группы в соцсети получила новое звучание. Одна из тем раздела «Заметки» предлагает читателям написать свои собственные правила жизни, и, надо отметить, активно пополняется пользователями свежей информацией. Таким образом, журнал в очередной раз применяет характерный для него принцип осознания текущих событий через призму личного восприятия текущего человека. Предполагая, что его читатель – интеллектualan, «Esquire» уверен, что его опыт, мнение, идеи ценны, будут адекватно и уважительно восприняты другими людьми со схожими интересами. Таким образом, группа «Esquire» в социальной сети «ВКонтакте» выполняет коммуникативную функцию в двух направлениях:

- **внешнем** – общение журнала с читателем, установление открытого диалога, для которого социальные сети подходят оптимальным образом (создание обсуждений, открытые комментарии к постам, возможность оценить материал (кнопка «лайк»), сделать репост на своей странице. Для сравнения: в группе издательства «Новое литературное обозрение», выпускающего классические интеллектуальные журналы «Неприкосновенный запас», «Новое литературное обозрение», «Теория моды», раздел «Обсуждения» содержит только одну тему, не обновляющуюся с 2017 г.; у «Esquire» 18 обсуждений, активность некоторых из них датирована августом 2018 г.;

- **внутреннем** – взаимодействие подписчиком между собой. Вступая в то или иное сообщество, человек выбирает его сообразно своим интересам, которым должен отвечать контент выбранной группы. То есть фактически предполагается, что сообщество объединяет людей со схожими позициями, идеями, жизненной философией (худеющие девушки, спортсмены), совпадающими и по социальному, общественному статусу (молодые мамы, студенты, домохозяйки), профессии (программисты, мастера индустрии красоты, врачи) и т.д. Группа «Esquire» стала своеобразной площадкой для общения людей, которых можно отнести к новому поколению интеллектуалов. То есть таким образом, она реализует предназначение первых интеллектуальных журналов в новой России, созданных в том числе и для выполнения этой функции. Безусловно, в социальных сетях отбор читателей более демократичен – человек может просто пропустить материал, к восприятию которого он не готов, и сосредоточить свое внимание на более интересных темах, восприятие которых не требует определенного уровня образования и широты кругозора; при этом номинально он остается читателем интеллектуального журнала. Такая ситуация возможна только в

социальной сети, потому что чтение сетевой версии, тем более печатного экземпляра – это уже осознанный выбор, говорящий о человеке как об интеллектуале. Тем не менее, группу «Esquire» «ВКонтакте» можно назвать местом коммуникации интеллектуалов.

В Instagram аккаунт «Esquire»<sup>142</sup> появился относительно недавно, весной 2016 г. За это время его подписчиками стали 31,3 тысячи человек. Поскольку ядром данного вида социальных сетей выступает визуальный контент, текст занимает второстепенную роль. «Esquire» ведет аккаунт достаточно типично для журналов в целом (не только интеллектуальных): здесь публикуются фото обложек с анонсами выходов в свет очередного номера, интервью, проектов издания; видео с презентаций; архивные тематические кадры с героями номеров прежних лет, иллюстрирующие какой-либо информационный повод, и т.д. «Esquire» продолжает тему фотоисторий, причем не только дублирует материалы, которые можно найти в печатной или электронной версии, но и составляет посты только для Instagram (например, подборка фотографий политиков на трибунах во время Чемпионата мира по футболу-2018). Все материалы сопровождается небольшой текстовый блок, хэштеги (средства поисковой системы Instagram); возможность комментирования подписчиками постов активна, и многие из них вызывают достаточно оживленные дискуссии. Обратим внимание на ощутимую количественную разницу аудитории аккаунтов «Esquire» в Instagram и «ВКонтакте». Предположим, что это связано с тем, что «Esquire» воспринимают именно как интеллектуальный журнал, который прежде всего можно почитать, то есть для читателя ценней и интересней именно текстовая составляющая контента. Это может служить косвенным подтверждением, что «Esquire» принадлежит к числу интеллектуальных изданий. Кроме того, в данном контексте хотелось бы вернуться к вопросу о

---

<sup>142</sup> Esquire. Официальный аккаунт в Instagram [Электронный ресурс] //URL :<https://www.instagram.com/esquireeru/> (дата обращения 12.07.2018).

самостоятельности русскоязычной и американской версии «Esquire». Аккаунт в сети Instagram служит убедительным доказательством автономности журнала – контент двух ресурсов отличается кардинальным образом, хотя нельзя отрицать схожесть характера публикаций, манеры письма. Данный факт говорит скорее о принадлежности обоих журналов к одному классу изданий, чем об их идентичности или калькировании. Отметим, что американский «Esquire» в сети Instagram гораздо популярнее русского «Esquire» – на него подписаны 207 000 человек. Подобная статистика может послужить косвенной характеристикой не только редакционной политики, но и собственно самой аудитории, для которой очевидно интересней такой способ подачи информации.

### **3.4. Характеристика современного интеллектуала как основной аудитории нового интеллектуального журнала – глазами издателей и современников**

Мы уже говорили об образе современного интеллектуала в параграфе 2.1, при построении классификационной модели, на основании которой был выведен тип нового интеллектуального журнала. Говоря о типифицирующих признаках, одним из основных мы назвали *целевую аудиторию*. Вполне логично, что главным читателем интеллектуального журнала является интеллектуал. Анализируя интервью редактора журнала «Неприкосновенный запас» Ильи Калинина и сотрудника редакции Кирилла Коврина<sup>143</sup>, мы проследили трансформацию образа интеллектуала (от вымирающего социального класса до преуспевающего российского буржуа), спровоцировавшие этот процесс механизмы, выяснили его основные черты с точки зрения издателей, авторов. Итак, глазами создателей интеллектуального журнала его аудитория выглядит следующим образом:

---

<sup>143</sup> Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL: <http://gefter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

- читатели делятся на два класса – интеллектуал в традиционном советском понимании этого слова, умный человек; рыночный интеллектуал – человек поколения новой России, стремящийся влиться в капиталистическую реальность;
- интеллектуалы нового типа определяются как публичные и влиятельные фигуры, производящие не чистое знание, но знание инструментальное, изначально настроенное на тот или иной общественный, политический, культурный эффект, обладающие определенным общественным, политическим, общекультурным звучанием, институционально независимы, потому что говорят от своего собственного лица;
- интеллектуал обладает определенным набором способностей, которые можно продать на рынке интеллектуальных услуг;
- интеллектуал противоречив: в нем сочетается «институциональная независимость», смелость и право на собственное мнение и суждение, но в то же время он вынужден существовать в жестких условиях современного рынка, где главным критерием успеха служит умение грамотно и выгодно себя продать – возникает характеристика «профессиональная продажность»;
- интеллектуал всегда остается отдельной от масс фигурой;
- интеллектуал имеет собственную политическую идентичность, политические идеологические и культурные предпочтения и склонности;
- мировоззрение интеллектуала не является незыблемой и абсолютной константой: со временем его убеждения и взгляды могут меняться и трансформироваться.

Таким образом, очевидно, что главная характеристика интеллектуала – это его противоречивость. Она достаточно закономерна, так как с момента начала формирования образа нового интеллектуала (как и новой интеллектуальной элиты) прошло неполных три десятилетия. Такая ситуация уже наблюдалась в России в 1920-1930-е гг., когда в результате Революции

1917 г. и гражданской войны интеллектуальный пласт русского общества был расколот, разбросан, переживал гонения и репрессии. Многие из них покинули страну, но были и те, кто остался, и советская интеллектуальная элита была сформирована именно на этом фундаменте. Примерно такой же механизм сработал и сейчас: на осколках советского интеллектуала вырос и развился качественно новый класс – целевая аудитория новых интеллектуальных журналов.

В рамках данного диссертационного исследования мы решили выяснить, каким видят люди современного интеллектуала. Участвующим в исследовании респондентам было предложено ответить на несколько вопросов (см. Приложение 1):

- Какое определение, на ваш взгляд, наиболее полно отражает современное понятие «интеллектуал»? Необходимо выбрать 1 или 2 варианта ответов либо предложить свой.

- Какие утверждения, на ваш взгляд, верны?

- Какими характеристиками, по вашему мнению, должен обязательно обладать человек, претендующий на звание интеллектуала? Выберите из предложенного списка наиболее подходящие.

- Перечислите, кого из этих личностей вы считаете интеллектуалом. Кроме того, в свободной строке вы можете указать тех, кого считаете интеллектуалами, но они в наш перечень не вошли. Какие утверждения, на ваш взгляд, верны?

В опросе приняли участие 27 человек в возрасте от 18 до 48 лет, мужского и женского пола, имеющие неполное высшее или высшее образование, проживающие на территории г. Тамбова. Все вопросы подразумевали возможность выбора одного или нескольких вариантов из предложенных, но респонденты имели возможность предложить свой ответ,

если их не удовлетворял ни один из перечисленных (что некоторые и сделали). Проанализировав их ответы, мы получили следующие результаты.

1. Какое определение, на ваш взгляд, наиболее полно отражает современное понятие «интеллектуал»? Необходимо выбрать 1 или 2 варианта ответов либо предложить свой.

1. Человек, занимающийся научной работой — ученый, педагог, преподаватель.

2. Умный, начитанный, воспитанный человек, который может не иметь высшего образования, но при этом умеет поддержать беседу, имеет собственное аргументированное мнение по различным вопросам.

3. Человек, который имеет высшее образование (в любой сфере), добился положения в обществе и достаточного уровня материального благосостояния, является авторитетом в определенной области.

На этот вопрос абсолютное большинство выбрали ответ № 2. По их мнению, интеллектуал – это умный, начитанный, воспитанный человек, который может не иметь высшего образования, но при этом умеет поддержать беседу, имеет собственное аргументированное мнение по различным вопросам.

2. Какими характеристиками, по вашему мнению, должен обязательно обладать человек, претендующий на звание интеллектуала? Выберите из предложенного списка наиболее подходящие (можно выделить цветом либо перечислить в конце в графе «Ответ»).

- высшее образование;
- средний или высокий материальный доход;
- низкий доход, полное отсутствие интереса к материальным благам;

- занятость в сфере науки, образования, искусства, культуры;
- известность (медийные личности);
- интерес к общественной, политической жизни страны;
- интерес к событиям в социальной сфере;
- внимание к книжным новинкам, фильмам;
- интерес к моде;
- читает книги;
- покупает журналы либо имеет электронную подписку на издание;
- посещает художественные выставки;
- бывает в театре, опере;
- бывает на концертах классической музыки;
- бывает на презентациях в книжных магазинах;
- зарегистрирован в социальных сетях и регулярно там бывает;
- демонстрирует полное отсутствие интереса к жизни, кроме науки, погружен в себя, немного «не от мира сего»;
- некоммуникабелен, нелюдим;
- известен только в очень узких научных кругах;
- невнимателен и даже равнодушен к своему внешнему виду;
- полностью дезориентирован в современной массовой культуре;
- проявляет живой интерес как к новинкам массовой культуры (сериалам, блокбастерам, новому альбому Светланы Лободы), так и к классическим произведениям (литературе, искусству), истории своей страны, социальным проблемам России и мира, и при этом умение вычленить для самое важное и сделать собственный вывод;
- занятие творчеством (художники, поэты, композиторы, певцы).

В данном случае респондентам было предложено не только выбрать несколько вариантов ответов, но и написать – при желании – свой, однако этим шансом никто не воспользовался. По их мнению, современный



интеллектуал должен обладать следующими чертами (градация выстроена по убыванию – от важного к второстепенному):

- читает книги;
- интерес к общественной, политической жизни страны;
- интерес к событиям в социальной сфере;
- занятость в сфере науки, образования, искусства, культуры;
- внимание к книжным новинкам, фильмам;
- бывает в театре, опере;
- проявляет живой интерес как к новинкам массовой культуры (сериалам, блокбастерам, новому альбому Светланы Лободы), так и к классическим произведениям (литературе, искусству), истории своей страны, социальным проблемам России и мира, и при этом умение вычленить для самое важное и сделать собственный вывод;
- посещает художественные выставки;
- покупает журналы либо имеет электронную подписку на издание;
- бывает на концертах классической музыки;
- занятие творчеством (художники, поэты, композиторы, певцы);
- высшее образование;
- бывает на презентациях в книжных магазинах;
- интерес к моде;
- низкий доход, полное отсутствие интереса к материальным благам;
- некоммуникабелен, нелюдим;
- известность (медийные личности);
- зарегистрирован в социальных сетях и регулярно там бывает;
- демонстрирует полное отсутствие интереса к жизни, кроме науки, погружен в себя, немного «не от мира сего».

Ответы «низкий доход, полное отсутствие интереса к материальным

благам», «известен только в очень узких научных кругах», «невнимателен и даже равнодушен к своему внешнему виду», «полностью дезориентирован в современной массовой культуре» не отметил ни один из опрошенных.

### 3. Какие утверждения, на ваш взгляд, верны?

1. Интеллектуал — это человек 30-45 лет, принадлежащий к так называемому «среднему классу», имеет высшее образование, стабильный материальный доход, занимается умственным трудом, имеет разносторонние интересы, читает, активно пользуется социальными сетями, в курсе мировых новостей и событий, происходящих внутри страны, имеет свою точку зрения по различным вопросам, не боится запретных тем и готов их обсудить, интересуется модой, политикой, современным и классическим искусством, посещает музеи, концерты, выставки (хотя бы 2-3 раза в месяц).

2. Интеллектуалом можно назвать только человека, который занимается исключительно научным трудом, имеет ученую степень, посвятил свою жизнь науке и только науке. Остальные люди интеллектуалами быть не могут.

3. Интеллектуал не может интересоваться модой, новинками техники, автомобилями, материальным благосостоянием — он сосредоточен исключительно на духовных ценностях.

4. Если человек богат, он не может быть интеллектуалом.

5. Интеллектуальность не зависит от возраста, пола, национальности, образования и сферы занятий — это черта личности, которая живо интересуется всем происходящим, открыта для новых тем и идей и при этом имеет достаточно умственного ресурса, чтобы адекватно оценивать информацию.

6. Интеллектуал — это человек, который живет в противостоянии с обществом, говорит очень заумно и вычурно, другие люди его не понимают, он не имеет социальной привлекательности.

Большинство респондентов отметили ответы № 1 и № 5, при этом (поскольку разрешалось выделить несколько вариантов) многие выделили оба этих ответа как равнозначные. Существенного противоречия в их формулировках нет: скорее, они созвучны, но характеризуют интеллектуала как личность с разных точек зрения. Кроме того, такая ситуация явно говорит об *отсутствии шаблона*: интеллектуалом может стать любой человек, для этого не надо проходить какой-то конкретный алгоритм действий.

Двое из опрошенных (абсолютное меньшинство) отметили ответ № 2. Таким образом, мы можем говорить, что интеллектуалы – это не каста избранных, проходящих жесткое ранжирование по принципу принадлежности/непринадлежности к науке. Понятие интеллектуальности намного шире, объемней, многогранней. Здесь присутствует безусловная переключка и подтверждение ответов, данных на второй вопрос, где в качестве одной из характеристик была предложена гипотеза, что интеллектуал занимается научным трудом, имеет отношение к науке. Эту характеристику включили в портрет интеллектуала достаточное число опрошенных, но они не превратили ее в жесткое условие.

Ответы № 3 и № 4 не выбрал никто, но этот факт мы тоже можем расценивать как мнение о характеристиках современного интеллектуала. Финансовое благосостояние и успешность не являются препятствием для духовного развития. Это утверждение очень четко говорит о трансформации образа интеллектуала: в советском обществе желание материальных благ осуждалось, духовно богатый человек априори не мог иметь достатка, так как был сосредоточен исключительно на высоких материях. В то же время классический интеллектуал, в отличие от нового, был в своеобразном противостоянии с обществом, выступал романтической фигурой (о чем говорит И. Коврин в своем интервью) – непонятой и непонятной. Интеллектуал новой формации социально активен – вспомним ответы на вопрос № 2, где среди важнейших обязательных характеристик упоминаются

аспекты, говорящие о большой степени социальной вовлеченности такого человека.

4. Перечислите, кого из этих личностей вы считаете интеллектуалом. Кроме того, в свободной строке вы можете указать тех, кого считаете интеллектуалами, но они в наш перечень не вошли.

- Ксения Собчак
- Владимир Путин
- Гарик Мартиросян
- Владимир Мединский (министр культуры)
- Никита Михалков
- Владимир Ленин
- Юрий Дудь
- Михаил Прохоров
- Александр Петров (актер)
- Ксения Бородина (телеведущая)
- рэпер Гнойный
- Сергей Шнуров (группа «Ленинград»)
- Олег Тиньков
- Захар Прилепин
- Константин Хабенский
- Кирилл Серебренников
- Артемий Лебедев
- Роман Абрамович
- Владимир Познер
- Михаил Ходорковский
- экскурсовод Эрмитажа
- продавец в книжном магазине
- все преподаватели университета, где вы учитесь

- некоторые преподаватели университета, где вы учитесь
- все учителя школы, где вы учились
- некоторые учителя школы, где вы учились
- ваши родители
- ваши бабушки и дедушки.

Ответы на этот вопрос, пожалуй, были самыми неожиданными и интересными. Отметим, что возможностью дополнить данный список своей кандидатурой здесь воспользовалось несколько респондентов. Рейтинг выстроился следующим образом:

- Владимир Познер – безоговорочный лидер голосования;
- Владимир Ленин – уступил предыдущему кандидату буквально один голос;
- Владимир Путин.

Обращаем ваше внимание: портреты всех троих в разное время украшали обложку журнала «Esquire», который мы рассматриваем как новый интеллектуальный журнал. Ко всем трем кандидатам полностью применимы актуальные, по мнению опрошенных, характеристики.

Далее рейтинг выглядит следующим образом:

- некоторые преподаватели университета, где вы учитесь;
- Константин Хабенский;
- Сергей Шнуров;
- некоторые учителя в школе, где вы учились;
- Никита Михалков;
- Ксения Собчак;
- Юрий Дудь;
- Платон Лебедев.

Интересно отметить, что Дудь, Собчак и Михалков набрали практически одинаковое количество баллов.

Затем места в рейтинге распределились так:

- Гарик Мартиросян;
- Александр Петров;
- Кирилл Серебрянников;
- все преподаватели университета, где вы учитесь;
- Ваши родители;
- Владимир Мединский;
- Олег Тиньков;
- Захар Прилепин;
- Экскурсовод Эрмитажа;
- Михаил Прохоров;
- Ксения Бородина;
- Рэпер Гнойный;
- Михаил Ходорковский;
- Ваши бабушки и дедушки.

Роман Абрамович, продавец в книжном магазине, все учителя в школе, где вы учились, не набрали ни одного голоса. Кроме того, список был дополнен респондентами именами телеведущего Александра Невзорова, ученых Альберта Эйнштейна, Николы Тесла, Анатолия Вассермана, Илона Маска, Альфреда Нобеля, Йозефа Менгеле, американского автомагната Генри Форда, конструктора ракетно-космической техники Вернена фон Брауна, космонавта Юрия Гагарина, телеведущего и шоумена Ивана Урганта, музыканта Андрея Лысикова (более известен под псевдонимом Дельфин), телеведущего Леонида Парфенова, актера Сергея Безрукова, политического деятеля Алексея Навального, экономиста Сергея Гуриева, главного редактора газеты «Культурный Петербург» Сергея Ильиченко, музыканта Мирона Федорова (рэпер Oxxxumiron). Отметим, что Невзоров и Федоров встретились в двух опросниках. В одной из анкет указано «могу назвать интеллектуалом моего соседа».

Таким образом, мы имеем следующий портрет нового интеллектуала

глазами его современников:

- интеллеktуал — это человек 30-45 лет, принадлежащий к так называемому «среднему классу», имеет высшее образование, стабильный материальный доход, занимается умственным трудом, имеет разносторонние интересы, читает, активно пользуется социальными сетями, в курсе мировых новостей и событий, происходящих внутри страны, имеет свою точку зрения по различным вопросам, не боится запретных тем и готов их обсудить, интересуется модой, политикой, современным и классическим искусством, посещает музеи, концерты, выставки (хотя бы 2-3 раза в месяц). При этом такая черта, как интеллектуальность, не зависит от возраста, пола, национальности, образования и сферы занятий — это свойство личности, которая живо интересуется всем происходящим, открыта для новых тем и идей и при этом имеет достаточно умственного ресурса, чтобы адекватно оценивать информацию;

- настоящий интеллеktуал постоянно повышает свой образовательный уровень, расширяет кругозор, имеет гибкое многогранное мышление — его интересы не ограничиваются исключительно научными изысканиями или творчеством;

- интеллеktуал имеет достаточно четкую гражданскую позицию, социально активен, по-настоящему интересуется жизнью других людей, общества, страны. Он перестал быть пассивным, пребывать в оппозиции, противостоянии с остальными, более того — именно интеллеktуал выступает движущей силой положительных социальных перемен;

- образу современного интеллеktуала обязательно предполагает знакомство и интерес к массовой культуре — да, она может ему не нравиться, но он признает ее существование и определенную ценность, стремиться понять и узнать, почерпнуть из себя что-то новое;

- интеллеktуал может быть состоятельным человеком, не иметь высшего образования, это свойство не зависит от пола, возраста,

национальной принадлежности и рода занятий — очень показательны в данном случае ответы на вопрос №4. Например, действующий на момент заполнения анкет министр культуры В. Мединский оказался позади С. Шнурова, который является достаточно яркой, но очень противоречивой и скандальной личностью, известной в том числе и специфическим репертуаром с преобладанием ненормативной лексики;

- для того, чтобы быть интеллектуалом, не обязательно заниматься исключительно научной деятельностью — безусловные лидеры нашего импровизированного рейтинга никак не связаны с данной областью человеческой деятельности. Это политики, журналисты, актеры. Тем не менее, посвятившие свою жизнь науке люди — безусловные интеллектуалы, заслуживающие уважения. Об этом говорит и тот факт, что респонденты САМОСТОЯТЕЛЬНО указали имена крупнейших мировых ученых — отечественных и зарубежных. Более того, мы намеренно не стали включать при составлении опросника в список кандидатуры людей из научной сферы, чтобы прикладным способом еще раз подтвердить этот неоспоримый факт — люди науки по-прежнему остаются значимым пластом современной интеллектуальной элиты. В то же время далеко не каждый работник сферы образования (и общего, и высшей ступени) заслуживает звания интеллектуала, хотя многие из них имеют ученые степени и награды;

- интеллектуал — это и простой человек, лишенный общего признания и громких титулов. Многие респонденты считают интеллектуалами своих родителей и даже соседей.

Можно сказать, что итоги опроса однозначно совпали с профессиональным мнением издателей, в один голос утверждающих — образ интеллектуала трансформировался, однозначно стал более современным, гибким, многогранным. Интеллектуальность перестала быть шаблонным набором определенных качеств — она приобрела *индивидуальность*. Если раньше интеллектуал стоял вполоборота или практически спиной к



остальным, вращался в своем тесном мирке, то сегодня он повернут лицом к обществу, открыто с ним коммуницирует, благодаря чему понятие интеллектуальности утратило негативный оттенок. Контент журнала «Esquire» — интеллектуального издания нового типа — очень точно отражает произошедшие с современным интеллектуалом метаморфозы и вполне способен утолить его информационный голод, в отличие от традиционных интеллектуальных журналов.

### **Выводы к главе 3**

В третьей главе исследования рассмотрен новый интеллектуальный журнал как издание синтетического типа, сочетающее в себе признаки и характеристики классического толстого журнала, и черты популярного массового издания. В качестве субъекта исследования выбран журнал «Esquire» — весьма популярное глянцево-интеллектуальное издание, «транслятор современного стиля жизни и ценностей цивилизации» (как мужской популярный журнал), в то же время обладающий «широким содержательным полем» — очевидный признак интеллектуального издания. Спорным остается гендерное предназначение «Esquire»: изначально создаваемый для мужской аудитории, в России журнал стал популярным и у женщин. Характерный слоган — «Умный журнал для успешных мужчин» — во многом определяет редакционную политику издания, принцип выбора публикуемых в нем материалов: статьи рассчитаны на подготовленного разборчивого (требовательного) читателя, что служит косвенным признаком непринадлежности издания к общему блоку интеллектуальных изданий. Русскоязычная версия «Esquire» сохранила ориентированность на мужскую аудиторию, что видно по названиям некоторых рубрик. Однако их содержание, как и остальной контент издания, в большей степени носит нейтральный характер и будет одинаково интересно представителям обоих полов.

Проблематика и специфика контента журнала «Esquire» определяется запросами целевой аудитории, которую мы позиционируем как современного городского интеллектуала. Поскольку журнал соединяет в себе общественно-политический, литературно-публицистический, мужской и культурно-развлекательный типы, его рубрики вмещают контент различного характера. Такое разнообразие тем, их многополярность и разноплановость (диаметрально противоположные фактически литературная публицистика и гид по стилю) в одном издании и выражает синтетичность данного издания, позволяя называть «Esquire» новым интеллектуальным журналом, читатель которого является не только всесторонне развитой личностью, но и светским человеком. Синтетичность издания выражается еще и в том, что оно выходит в печатной и сетевой версиях, а также имеет активные группы в социальных сетях. При этом у каждого из форматов нет четкой линейной модели, рубрики могут чередоваться, меняться.

Материалы журнала «Esquire» характеризуются *широкой проблематикой, отсутствием табуированных тем*. Журнал реализует как культууроформирующую, так и коммуникативную, рекламную функции, не теряя при этом своей специфики. Соединяя в себе интеллектуальное и популярное, издание по-новому воплощает характерные для разного типа изданий способы передачи информации. В частности, фотопроjekt в «Esquire» превратился в жанр *фотоисторий*, представляющих собой реальную альтернативу привычной публицистической статье на актуальную тему. Фотоистории в новом интеллектуальном журнале демонстрируют как социальные проблемы (нищета, проституция, урбанизированность, старость, одиночество), так и носят развлекательный характер. Изображение в изданиях такого типа выступает прежде всего как носитель идеи и способ ее выражения, и лишь затем выполняет эстетическую функцию. Тому же принципу подчиняется и оформление обложек нового интеллектуального журнала. Обложки журнала «Esquire» являются примером оптимального и весьма удачного сочетания смысла и стиля, а также служат отражением

фирменной концепции современного популярного интеллектуального издания.

Характерный для материалов «Esquire» прием – изучение актуальных вопросов современности через призму личности человека. В этом выражается идея «человекоцентричности» новых интеллектуальных изданий. Журнал все время находится в поиске истинного героя современности, обращаясь и прошлому, и к настоящему, и к будущему. При этом «Esquire» не отказывает в признании уникальности и праве стать объектом для подражания, носителем жизненной философии никому – ни простым людям различных профессий и социального положения, ни крупным историческим персонажам и медийным лицам. Сравнив различные подходы к изучению исторических событий 1917 г. «Esquire», «Сноб» и «Синий диван», которые мы относим к типу интеллектуальных изданий, можно прийти к выводу, что:

- материал в новом интеллектуальном издании носит нейтральный характер, лишен оценочных суждений;
- содержание максимально объективно, так как ее фактическим автором является сам герой;
- основное внимание сосредоточено не на событии, а на человеке в событии.

Еще одной чертой, присущей новому интеллектуальному изданию «Esquire», является интерактивность. Анализируя содержание группы журнала «Вконтакте» и его аккаунт в Instagram, мы приходим к следующим выводам:

- читателю важнее получать от подобного рода изданий текстовый контент, содержание; фотоматериалы приобретают второстепенное значение;
- широта проблематики сохраняется независимо от формы существования издания;

- посредством социальных сетей журнал для интеллектуалов выполняет внешнюю (читатель-издание) и внутреннюю (читатель-читатель) коммуникативную функцию.

Таким образом, можно прийти к выводу, что журнал «Esquire» обладает полным объемом типоформирующих признаков нового интеллектуального издания, обозначенными нами во второй и третьей главе, а именно:

- **универсальной тематической моделью** – материалы содержат широкую проблематику, журнал имеет рубрики различного плана («Правила жизни», «Герои», «Женщина, которую мы любим», «Фотографии», «Чтение», «Истории» и т.д.);

- **«человекоцентричностью»** – актуальные вопросы современности рассматриваются через призму личности, в центре сюжета – человек, а не событие, поиск героя, признание уникальности и ценности жизненного опыта индивида независимо от его возраста, профессии, социального положения;

- **собственной целевой аудиторией** – материалы «Esquire» ориентированы на современного интеллектуала молодого и среднего возраста, мужского и женского пола, любого рода занятий; в читателе важна его подготовленность, широкий кругозор, интерес к происходящему в мире, стране, обществе. Журнал расположен к диалогу с читателем, объективности излагаемых материалов, стремясь таким образом способствовать формированию личной оценки фактов, ситуаций, событий;

- **интерактивностью** – журнал представлен в печатном виде, имеет сетевую версию, аккаунты в социальных сетях. Каждый из перечисленных форматов издания взаимодействует между собой (прямые ссылки из социальных групп на материалы сайта, анонс выходящих в печатном «Esquire» статей). При этом интернет-площадки не являются облегченной, упрощенной версией бумажного формата, а выступают

полноценными медиа, реализуя не только рекламную, но и коммуникативную функцию.

Особого внимания заслуживает целевая аудитория нового интеллектуального журнала — современный интеллигент. Изучение его образа интересно не только с точки зрения основного типифицирующего признака для данного класса изданий, но и с точки зрения его взаимосвязи с контентом журнала. Говоря о том, что содержание интеллектуального журнала претерпело существенные изменения, мы предполагаем, что это произошло именно под влиянием трансформации образа современного интеллигента. В рамках проведенного прикладного исследования было выведено 2 точки зрения на данный объект — издателей и современников. Эти характеристики не противоречат между собой, они во многом идентичны, более того — органично дополняют друг друга. При их соединении возникает целостная картина образа современного интеллигента, который выглядит следующим образом:

- интеллигент имеет собственную политическую идентичность, политические идеологические и культурные предпочтения и склонности;
- мировоззрение интеллигента не является незыблемой и абсолютной константой: со временем его убеждения и взгляды могут меняться и трансформироваться;
- интеллигент — это человек, который имеет высшее образование (но этот фактор не является определяющим), стабильный материальный доход, занимается умственным трудом, имеет разносторонние интересы, читает, активно пользуется социальными сетями, в курсе мировых новостей и событий, происходящих внутри страны, имеет свою точку зрения по различным вопросам, не боится запретных тем и готов их обсудить, интересуется модой, политикой, современным и классическим искусством, посещает музеи, концерты, выставки;
- интеллектуальность как черта личности не зависит от возраста,

пола, национальности, образования и сферы занятий;

- настоящий интеллеktуал постоянно повышает свой образовательный уровень, расширяет кругозор, имеет гибкое многогранное мышление — его интересы не ограничиваются исключительно научными изысканиями или творчеством;

- интеллеktуал имеет достаточно четкую гражданскую позицию, социально активен, интересуется жизнью других людей, общества, страны;

- образу современного интеллеktуала не претит знакомство и даже увлечение массовой культурой;

- интеллеktуал может быть состоятельным человеком;

- интеллеktуалу не обязательно заниматься исключительно научной деятельностью;

- интеллеktуалом может быть и простой человек, лишенный общего признания и громких титулов, научных званий и признания.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные в ходе исследование результаты позволяют сделать определенные выводы относительно особенностей современных российских интеллектуальных журналов, их проблематики и типологии, а также наметить перспективы развития изданий этой категории.

Можно с удовлетворением констатировать, что, несмотря на общее положение современного российского рынка печати и наличие весьма актуальных проблем, связанных с падением интереса к периодическим журнальным изданиям, интеллектуальный журнал существует. Более того, этот медиапродукт демонстрирует достаточно высокую частоту восприятия актуальных социальных и общественных процессов, технологических и цифровых изменений.

Интеллектуальный журнал, фактически начавший свое возрождение в 1990-е гг. как издание, транслирующее синтез принципов классического «толстого» литературного, общественно-политического, научного, гуманитарного, культурологического журнала, сумел не просто сохранить принципиальную позицию просветительского издания, но и трансформироваться в несколько подгрупп, каждая из которых обладает собственным набором специфичных характеристик. Его существование убедительно доказывает наличие интеллектуалов как класса в российском обществе, причем состоящего не только из представителей среднего и старшего поколения.

Читатели нового интеллектуального журнала, сформировавшегося на границе популярных гляцевых изданий и интеллектуальных – это молодые люди, интеллектуалы новой формации, пережившие цифровую и технологическую интернет-революцию. Вместе с ними трансформировалось и само понятие «интеллектуал»: утратило приобретенный в 1990-е гг. оскорбительно-ироничный смысл и вновь обрело ценность, стало определением умного, думающего человека, способного не только

воспринимать информацию, но и обладающего необходимым знаниями и навыками для ее анализа. Новое поколение интеллектуалов использует отличные от предыдущих каналы получения информации, главным из которых является Интернет, применительно к журнальным изданиям – это сетевые версии и аккаунты в социальных сетях. Совокупность перечисленных факторов и условий формирования интеллектуальных журналов нового типа обусловила их специфику и характеристики.

На примере одного из самых ярких представителей новых интеллектуальных изданий – журнала «Esquire» – мы выявили особенности типологии и проблематики данной группы изданий. Отсутствие жесткого рубрикационного каркаса, широта проблематики, свободная форма изложения четко говорит о том, что новый интеллектуальный журнал – подвижное явление, способное постоянно адаптироваться к интенсивно меняющимся интересам нового поколения. Журнал стремится дать своему читателю максимально полную картину мира, не определяя для себя запретных тем. При этом он, реализуя таким образом культууроформирующую функцию, одновременно выступает и транслятором современных ценностей цивилизации, гармонично совмещая в себе принципы общества потребления и духовные ценности. Издание таким образом отражает главный феномен современного интеллектуала, заключающийся в одновременном стремлении к духовному и материальному обогащению – принцип, неприемлемый для предыдущих поколений интеллектуалов, отстаивающих превосходство культурных ценностей. Вместе с тем, интеллектуальный журнал нового типа использует характерные для глянцевого издания способы трансляции информации в новом качестве, что особенно хорошо видно на примере фотопроектов и других приемов визуализации. Сохраняя широту проблемно-тематического поля, издание освещает как острые социальные, общественные, политические вопросы, так и дает читателю возможность получить эстетическое удовольствие, выполняя таким образом развлекательную



функцию. Обозначенная нами как «человекоцентричность» характеристика нового интеллектуального журнала позволяет ему завоевать у аудитории доверие и авторитет. Восприятие событий и явлений через призму личности (известных персон и обычных людей) – прием, позволяющий журналу, с одной стороны, добиться объективности (за счет отсутствия экспертных оценок), с другой – максимальной концентрации напряжения, усиления эмоционального эффекта. Кроме того, этот прием дает возможность подчеркнуть, что каждый читатель (=интеллектуал) – достойная внимания личность, чей жизненный опыт, как и роль в истории, очень важна.

Новый интеллектуальный журнал существует практически в трех полноценных форматах – печатном, сетевом и в социальных сетях; при этом его содержание адаптируется под особенности восприятия и запросы читателей в каждом случае. Статистические данные фиксируют очевидный интерес именно к цифровым формам существования, поэтому можно с уверенностью говорить о том, что для существования данного типа изданий имеются весьма благоприятные перспективы. Более того, новый журнал для интеллектуалов служит своеобразной летописью, фиксирующей важнейшие социальные и ментальные метаморфозы современного человека, а значит, он может служить источником материалов для исследования трансформации российского общества.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Диссертации и авторефераты

1. Акопов, А.И. Специальные журналы. Методология. История. Типология : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / А.И. Акопов // Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет). – Ростов н/Д. : ООО «Терра», НПК «Гефест», 2002. – С. 103–133.
2. Акопов, А.И. Типология советских научно-технических журналов: автореф. дис. ... канд. филол. наук по специальности «журналистика» / А.И. Акопов // Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет). – Ростов н/Д. : ООО «Терра», НПК «Гефест», 2002. – С. 66–75.
3. Алексеева, А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.О. Алексеева. – М., 2006. – 195 с.
4. Бакулев, Г.П. Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Г.П. Бакулев. – М., 2003. – 274 с.
5. Бешукова, Ф.Б. Медиадискурс постмодернистского литературного пространства : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Ф.Б. Бешукова. – Краснодар, 2009. – 397 с.
6. Головин, Ю.А. Российские литературно-художественные журналы в системе культурной политики: содействие, компромисс, противостояние : дис. ... докт. культурологии : 24.00.01 / Ю.А. Головин. – М., 2010. – 327 с.
7. Дедюхина, А.Д. Развитие и функционирование структуры медиасистемы и ее влияние на содержание печатных СМИ : на примере

Великобритании, Германии и Италии : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.Д. Дедюхина. – М., 2009. – 208 с.

8. Джазоян, А.Е. Трансформации журналистской деятельности в современном медиапространстве : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.Е. Джазоян. – М., 2014. – 32 с.

9. Долгова, Ю.А. Социальный феномен глянцевого журнала в культуре потребления молодежи : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Ю.А. Долгова. – Саратов, 2011. – 175 с.

10. Зверева, Е.А. Современные российские журналы : теория и практика функционирования : дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10 / Е.А. Зверева. - Воронеж, 2017. – 502 с.

11. Карякина, К.А. Особенности журналистского и пользовательского контента в Интернете : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / К.А. Карякина. – М., 2011. – 157 с.

12. Колесникова М. М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ (типологический аспект): дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2002.

13. Кузнецова, Е.А. Информационные технологии в эпоху постмодерна : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.08 / Е.А. Кузнецова. – СПб., 2005. – 165 с.

14. Подкорытов, Д.А. Новые медиа в контексте глобальных информационных процессов : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Д.А. Подкорытов. – СПб., 2002. – 179 с.

15. Ракитных, М.Б. Социокультурная природа феномена потребления в обществе постмодерна : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / М.Б. Ракитных. – Томск, 2004. – 150 с.

16. Савицкий, В.А. Игра как феномен журналистского творчества : тип текста, жанры публикаций : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / В.А. Савицкий. – М., 2010. – 186 с.

17. Смеюха, В.В. Феномен гендерной идентификации в медийном пространстве (на материале отечественных женских журналов) : дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / В.В. Смеюха. – Краснодар, 2012. – 389 с.

18. Смирнов, С.С. Концентрация средств массовой информации России в условиях трансформации национальной медиасистемы (1991–2006 гг.) : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / С.С. Смирнов. – М., 2006. – 216 с.

19. Старикова, М.А. Историко-типологическое исследование провинциального городского журнала : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / М.А. Старикова. – Воронеж, 2009. – 262 с.

20. Сундуков, А.С. Дизайн российских журналов: история, теория, практика : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.С. Сундуков. – Воронеж, 2011. – 24 с.

### **Учебные пособия, монографии и статьи по теории журналистики**

21. Акопов, А.И. К вопросу о формировании функций журнала как типа периодического издания / А.И. Акопов // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : мат-лы 52-й международ. научно-практ. конф. 17-19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 9–12.

22. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) / А.И. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – 187 с.

23. Акопов, А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет) / А.И. Акопов. – Ростов н/Д. : ООО «Терра», НПК «Гефест», 2002. – 368 с.

24. Акопов, А.И. Общий курс издательского дела / под ред. проф. В.В. Тулупова. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2004. – 218 с.

Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория и практика (публикации разных лет). Ростов н/Д.: Тура, 2002.

25. Акопов А.И. К вопросу о формировании функций журнала как типа периодического издания // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: мат-лы 52-й междунар. научно-практ. конф. 17-19 апреля 2013 г. / отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 9–12

26. Акулиничев, А.С. Журналы «Русская жизнь», «Русский пионер» и «Сноб»: предпосылки к выделению нового типа периодических изданий / А.С. Акулиничев // Вестник ВолГУ. – 2012. – Сер. 8. – Вып. 11. – С.106–110.

27. Акулиничев А.С. Подача информации в современных русских интеллектуальных журналах: фрагментарность и культивирование медиавирусом // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2013. Вып. №12.

28. Ахмадулин, Е.В., Чуков, П.И. К вопросу о типологии специализированных газет / Е.В. Ахмадулин, П.И. Чуков // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2003. – №5–6. – С.16–19.

29. Ахмадулин, Е.В. История российской журналистики начала XX века / Е.В. Ахмадулин. – Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.

30. Ахмадулин, Е.В. Основы теории журналистики / Е.В. Ахмадулин. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д : издательский центр «МарТ», 2008. – 320 с.

31. Бешукова, Ф.Б. Интеллектуальные журналы в системе современного литературного пространства / Ф.Б. Бешукова // Медийные стратегии современного мира : материалы Второй междунар. науч.-практ. конф. – Сочи, 1–3 ноября 2008 г. – Краснодар, 2008. – С. 176–179.

32. Бешукова, Ф.Б. Типологические изменения гуманитарных журналов после 1995 года / Ф.Б. Бешукова // Вестник Адыгейского государственного университета. – Сер. Филология. – Майкоп, 2008. – № 6 (34). – С. 98–103.

33. Бочаров, А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов / А.Г. Бочаров // Вестник МГУ. – Сер. 10. Журналистика. – 1973. – №3. – С. 25–35.

34. Васильева, Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе / Л.В. Васильева // Вестник Амурского государственного университета. – Сер. «Гуманитарные науки». – 2010. – № 50. – С. 109–112.

35. Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике. // Вестник ОГУ №11 (160). 2013.

36. Гарматин, А. А. Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования / А. А. Гарматин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2004. №2. С. 121-133;

37. Головин, Ю.А. Российские литературно-художественные журналы как форма реализации культурной политики : монография / Ю.А. Головин. – М. : МГУКИ, 2010. – 287 с.

38. Головин, Ю.А. Российский толстый литературно-художественный журнал как социокультурный феномен / Ю.А. Головин // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 2. – С. 47–52.

39. Горохов, В.М. Парадигмы развития теории медиа в XXI веке: концептуальная эволюция или?... / В.М. Горохов // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2009. – № 3. – С. 17–23.

40. Грабельников, А.А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя: Монография / А.А. Грабельников. – М.: РУДН, 2008. – 341 с.

41. Дизайн периодических изданий / Под ред. проф. Э.А. Лазаревич. – М. : МГУ имени М.В. Ломоносова, 2001. – 120 с.

42. Дзялошинский, И.М. Медиа и социальная активность молодежи / И.М. Дзялошинский // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2009. – № 9. – С. 59-65.

43. Дзялошинский, И.М., Дзялошинская, М.И. Концепция современного периодического издания / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М.: Медиамир, 2012. – 344 с.
44. Журнал как тип издания [Электронный ресурс] / под ред. Е.А. Зверевой. – Тамбов: ИД ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008.
45. Западов, А.В., Соколова, Е.П. Тип издания как научная проблема и практическое понятие/ А.В. Западов, Е.П. Соколова // Вестник Московского университета. –Серия 11. Журналистика. – 1976. – № 2. –С. 49-59.
46. Зверева Е.А. Современные российские журналы : теория и практика функционирования : дис. ... докт. филол. наук. Тамбов, 2017.
47. Зверева Е.А. Особенности медиапотребления «поколения Y» и «поколения Z» // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8.
48. Землянова, Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура / Л.М. Землянова // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. –1999. –№ 2. –С. 58-69.
49. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
50. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
51. Колесникова М. М. К вопросу об интерактивности, гипертексте и мультимедиа в сетевых коммуникациях / М. М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. 2002. №2. С. 61-68; Колесникова М. М. Некоторые особенности аппарата сетевого

издания / М. М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2001. – №3.

52. Корнилов, Е.А., Акопов, А.И. Классификация в теории и практике журналистики / Е.А. Корнилов, А.И. Акопов // Филологические этюды. – Серия «Журналистика». – Ростов н/Д, 1975. – №4.

53. Корнилов, Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий: Научное издание / Е.А. Корнилов. – Ростов-на-Дону : Донской издательский дом, 1999. – 224 с.

54. Кройчик, Л.Е. Ценностные ресурсы публицистического произведения / Л.Е. Кройчик // Современные проблемы журналистской науки: ежегодный сборник научных статей. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2012. – С. 46-63.

55. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс ИГУ, 2002. – 239 с.

56. Маккей, Д. Все о журналах / науч. ред. пер. М.С. Кострюкова, Д.П. Абрикосов / Д. Маккей. – М. : Издательский дом «Университетская книга», 2008. – 338 с.

57. Махонина, С.Я. История русской журналистики начала XX века / С.Я. Махонина. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 368 с.

58. Мироненко, Н.Н. Трансформация журнального мира: новые модели развития медиабизнеса / Н.Н. Мироненко // Современная пресса: теория и опыт исследования. – М. : Издательство «ВК», 2007. – С.152-161.

59. Овсепян, Р.П. История новейшей отечественной журналистики / Р.П. Овсепян. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 208 с.

60. Олешко, В.Ф. Аудитория СМИ как система / В.Ф. Олешко. – М. : РИП–холдинг, 2003. – 222 с.

61. Основы журналистской деятельности / С.Г. Корконосенко, Л.Е. Кройчик, В.Д. Мансурова, В.А. Сидоров, В.В. Тулупов. – М. : Юрайт, 2014. – 332 с.



62. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
63. Реснянская Л.Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2000. № 4.
64. Самутина Н. Русские интеллектуальные журналы // Неприкосновенный запас. – 2002. – № 5 (25) [Электронный ресурс] // URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2002/5/obzory.html> (дата обращения 20.05.2018).
65. Сапунов, В.И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследователей / В.И. Сапунов. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012. – 110 с.
66. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. – М. : Факультет журналистики МГУ, 2000. – 252 с.
67. Симакова С. И. Развитие визуальной журналистики / С. И. Симакова // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. Екатеринбург, 2016. С. 125-129.
68. Система средств массовой информации России / Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.; Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект пресс, 2003. – 259 с.
69. Средства массовой информации России / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект пресс, 2011. – 391 с.
70. Степанян С.К. Формат печатного СМИ в современной российской медиаиндустрии. М, 2013.
71. Страшнов, С.Л. Направления и характер исследований массмедиа / С.Л. Страшнов. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2014. – 112 с.
72. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

73. Тертычный, А.А. Познание и характер знания в журналистике / А.А. Тертычный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 1. – С. 80-87.
74. Тертычный, А.А. Эмпирическое познание в журналистике: методы, методология, методика / А.А. Тертычный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 18 (215). – Вып. 27. – С. 51-56.
75. Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.
76. Типология периодических изданий / под ред. Е. А. Корнилова. – Ростов н/Д.: Издательство Ростовского государственного университета, 1984.
77. Тулупов, В.В. Дизайн периодических изданий / В.В. Тулупов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 224 с.
78. Тулупов, В.В. Моделирование в журналистике / В.В. Тулупов. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – 144 с.
79. Фатиев, Н.И. Научная журналистика как уходящая натура / Н.И. Фатиев // Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, 12 апреля 2010 г. – СПб. : СПбГУП, 2010. – С. 11-15.
80. Хорольский, В.В. Современные теории массовой коммуникации на Западе / В.В. Хорольский. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. – 104 с.
81. Хорольский, В.В. Теория массовой коммуникации и теория журналистики: нераздельное и неслиянное / В.В. Хорольский // Вестник Воронежского государственного университета. – Сер. Филология. Журналистика. – Воронеж, 2007. – № 2. – С. 244-247.
82. Чевозерова, Г.В. Динамический подход к анализу явлений в журналистском тексте / Г.В. Чевозерова // Современные проблемы

журналистской науки. Ежегодный сборник научных статей. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2015. – С. 140-152.

83. Чемякин, Ю.В. Проблемы типологического анализа современной корпоративной прессы / Ю.В. Чемякин // Современные проблемы журналистской науки. Ежегодный сборник научных статей. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013. – С. 97-106.

84. Чудосветова, О.В. Проблемы СМИ как отражение кризиса систем духовного производства современного общества / О.В. Чудосветова // Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, 12 апреля 2010 г. –СПб.: СПбГУП, 2010. –С. 19-21.

85. Шилина, М.Г. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМК / М.Г. Шилина // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2010. – № 1. – С. 6-22.

86. Шкондин, М.В. Периодическая печать: системные основы типологии / М.В. Шкондин // Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 10-46.

87. Шкондин, М.В. Печать в условиях трансформации медиасистемы / М.В. Шкондин // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 38-53.

88. Шкондин, М.В. Пресса: системные аспекты / М.В. Шкондин // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2009. – № 5. – С. 9-19.

89. Шостак, М.И. Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий / М.И. Шостак // Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 79-92.

90. Шостак, М.И. Журналы России / М.И. Шостак // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2003. – № 2. – С. 53-64.

91. Уланова М.А. Интернет - журналистика: практическое руководство: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Журналистика". М. : Аспект Пресс, 2014.

92. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 464 с.

### **Словари и справочники**

93. Словарь русского языка С.И. Ожегова [Электронный ресурс] // URL: <http://slovarozhegova.ru> (дата обращения 15.05.2018).

94. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс] // URL :<https://gufo.me> (дата обращения 15.05.2018).

95. Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля [Электронный ресурс] // URL :<http://slovardalja.net> (дата обращения 15.05.2018).

96. Единый отраслевой классификатор печатных СМИ [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=2327> (дата обращения 16.03.2018).

### **Периодические издания, журналы**

97. Сноб. №11(76). 2014.

98. Правила жизни Владимира Ленина // Esquire. №4. 2017.

99. Правила жизни Николая II.// Esquire. №5. 2017.

100. Esquire. №6. (2018).

101. Esquire. №11. (2015).

### **Сетевые площадки изданий и медиакомпаний**

102. Журнальный зал [Электронный ресурс] // URL: <https://magazines.gorky.media> (дата обращения 03.10.2018)

103. Интеллектуальный журнал «Сноб» [Электронный ресурс] // URL: <https://snob.ru> (дата обращения 23.04.2018).

104. Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? [Электронный ресурс] //Гефтер. URL:

<http://gefter.ru/archive/17775>. (дата публикации 09.03.2016; дата обращения 21.05.2018).

105. Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре [Электронный ресурс] // URL: <http://magazines.russ.ru/nz/> (дата обращения 10.05.2018).

106. Новое литературное обозрение [Электронный ресурс] // URL:<http://magazines.russ.ru/nlo/> (дата обращения 25.05.2018).

107. Портал «Журнальный зал» приостановил свою работу [Электронный ресурс] // URL: <http://the-village.ru/> (дата обращения 03.10.2018).

108. Русский пионер [Электронный ресурс] // URL: <http://ruspioneer.ru> (дата обращения 23.04.2018).

109. Синий диван [Электронный ресурс] // URL: <http://sinijdivan.narod.ru> (дата обращения 23.04.2018).

110. Esquire [Электронный ресурс] // URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 16.05.2018).

111. Esquire. Официальная группа Вконтакте [Электронный ресурс] // URL: <https://vk.com/esquire> (дата обращения 29.06.2018).

112. Esquire. Официальный аккаунт в Instagram [Электронный ресурс] //URL :<https://www.instagram.com/esquireru/> (дата обращения 12.07.2018).

113. VOGUE. Официальная группа ВКонтакте [Электронный ресурс] || URL: <https://vk.com/voguerussia> (дата обращения 29.06.2018).

## *Приложение 1*

### **Приветствую вас, уважаемый участник опроса!**

Задумались ли вы когда-нибудь, кто такой современный российский интеллекуал? Предлагаем ответить на этот вопрос вместе! Перед тем, как вы приступите к заполнению бланка опросника, убедительная просьба:

**Назовите свой возраст:**

**Укажите свой пол:**

**1.**

**Какое определение, на ваш взгляд, наиболее полно отражает современное понятие «интеллекуал»? Необходимо выбрать 1 или 2 варианта ответов либо предложить свой.**

1. Человек, занимающийся научной работой — ученый, педагог, преподаватель.
2. Умный, начитанный, воспитанный человек, который может не иметь высшего образования, но при этом умеет поддержать беседу, имеет собственное аргументированное мнение по различным вопросам.
3. Человек, который имеет высшее образование (в любой сфере), добился положения в обществе и достаточного уровня материального благосостояния, является авторитетом в определенной области.

**Ответ:**

**2.**

**Какими характеристиками, по вашему мнению, должен обязательно обладать человек, претендующий на звание интеллекуала?**

**Выберите из предложенного списка наиболее подходящие (можно выделить цветом либо перечислить в конце в графе «Ответ»).**

1. высшее образование;
2. средний или высокий материальный доход;
3. низкий доход, полное отсутствие интереса к материальным благам;
4. занятость в сфере науки, образования, искусства, культуры;
5. известность (медийные личности);
6. интерес к общественной, политической жизни страны;
7. интерес к событиям в социальной сфере;
8. внимание к книжным новинкам, фильмам;
9. интерес к моде;
10. читает книги;
11. покупает журналы либо имеет электронную подписку на издание;
12. посещает художественные выставки;
13. бывает в театре, опере;
14. бывает на концертах классической музыки;
15. бывает на презентациях в книжных магазинах;
16. зарегистрирован в социальных сетях и регулярно там бывает;
17. демонстрирует полное отсутствие интереса к жизни, кроме науки, погружен в себя, немного «не от мира сего»;
18. некоммуникабелен, нелюдим;
19. известен только в очень узких научных кругах;
20. невнимателен и даже равнодушен к своему внешнему виду;

21. полностью дезориентирован в современной массовой культуре;
22. проявляет живой интерес как к новинкам массовой культуры (сериалам, блокбастерам, новому альбому Светланы Лободы), так и к классическим произведениям (литературе, искусству), истории своей страны, социальным проблемам России и мира, и при этом умение вычленивать для себя самое важное и сделать собственный вывод;
23. занятие творчеством (художники, поэты, композиторы, певцы).

Если, по вашему мнению, мы не включили в список важное качество, вы можете его дополнить:

---

**Ответ:**

**3.**

**Какие утверждения, на ваш взгляд, верны?**

1. Интеллектуал — это человек 30-45 лет, принадлежащий к так называемому «среднему классу», имеет высшее образование, стабильный материальный доход, занимается умственным трудом, имеет разносторонние интересы, читает, активно пользуется социальными сетями, в курсе мировых новостей и событий, происходящих внутри страны, имеет свою точку зрения по различным вопросам, не боится запретных тем и готов их обсудить, интересуется модой, политикой, современным и классическим искусством, посещает музеи, концерты, выставки (хотя бы 2-3 раза в месяц).
2. Интеллектуалом можно назвать только человека, который занимается исключительно научным трудом, имеет ученую степень, посвятил свою жизнь науке и только науке. Остальные люди интеллектуалами быть не могут.



3. Интеллектуал не может интересоваться модой, новинками техники, автомобилями, материальным благосостоянием — он сосредоточен исключительно на духовных ценностях.
4. Если человек богат, он не может быть интеллектуалом.
5. Интеллектуальность не зависит от возраста, пола, национальности, образования и сферы занятий — это черта личности, которая живо интересуется всем происходящим, открыта для новых тем и идей и при этом имеет достаточно умственного ресурса, чтобы адекватно оценивать информацию.
6. Интеллектуал — это человек, который живет в противостоянии с обществом, говорит очень заумно и вычурно, другие люди его не понимают, он не имеет социальной привлекательности.

**Ответ: (напишите цифры верных утверждений либо выделите их цветом).**

4.

**Перечислите, кого из этих личностей вы считаете интеллектуалом (выделите их любым ЦВЕТОМ в списке). Кроме того, в свободной строке вы можете указать тех, кого считаете интеллектуалами, но они в наш перечень не вошли.**

- Ксения Собчак
- Владимир Путин
- Гарик Мартиросян
- Владимир Мединский (министр культуры)
- Никита Михалков

- Владимир Ленин
- Юрий Дудь
- Михаил Прохоров
- Александр Петров (актер)
- Ксения Бородина (телеведущая)
- рэпер Гнойный
- Сергей Шнуров (группа «Ленинград»)
- Олег Тиньков
- Захар Прилепин
- Константин Хабенский
- Кирилл Серебренников
- Артемий Лебедев
- Роман Абрамович
- Владимир Познер
- Михаил Ходорковский
- экскурсовод Эрмитажа
- продавец в книжном магазине
- все преподаватели университета, где вы учитесь
- некоторые преподаватели университета, где вы учитесь
- все учителя школы, где вы учились
- некоторые учителя школы, где вы учились

- ваши родители
- ваши бабушки и дедушки.

**Тот самый человек, которого вы считаете интеллектуалом, но его нет в этом списке -**

---

**Спасибо за потраченное время и участие!**