

Коммуникативные ресурсы колонки редактора глянцевого журналов (на примере Esquire и GQ)

Научный руководитель – Иванова Людмила Викторовна

Марчукова Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Журналистика», Тольятти, Россия
E-mail: svetik.th@mail.ru

В XXI в. активным потребителем массовой информации становится поколение «миллениалов» или «Y». Особенности мышления и восприятия информации «миллениалами» побуждают СМИ менять подходы к созданию контента, в частности, учитывать особенности потребления информации людьми с клиповым мышлением. В современном медиадискурсе увеличивается доля текстов с интересной формой подачи информации, но простым содержанием. При этом уменьшается доля контента, ориентированного на развитие гносеологических потребностей аудитории и формирование ее художественного вкуса. Сегментом медиадискурса, где все еще сохраняются возможности стимулирования познавательных усилий и эстетических представлений аудитории, являются колонки редакторов глянцевого журналов.

В начале XXI в. профессор МГУ А.А. Тертый отмечал, что «выступление редактора обладает особой значимостью для аудитории, поскольку он как бы олицетворяет собой то издание, которым руководит. Его выступление воспринимается аудиторией не только как личное мнение, но и как позиция всей редакции, ее отношение к тем ли иным явлениям» [1, с. 78]. В условиях, когда элитарный медиадискурс уменьшается, на редакторов глянцевого журналов возлагается обязанность по расширению картины мира читателей, по формированию их мнения о фактах и явлениях из различных сфер общественной жизни, по развитию эстетического вкуса.

С помощью методики идейно-тематического и стилистического анализа были выявлены характеристики колонок редактора глянцевого журналов. Эмпирической базой исследования послужили 24 материала, опубликованные в Esquire и GQ за период с января по декабрь 2019 года.

В колонках редакторов отражаются их жизненный и профессиональный опыт, политические взгляды и ценностные установки. Так, главный редактор Esquire Сергей Минаев рассуждает на политические и экономические темы, пишет о бюрократии, взяточниках и коррупционерах, а главный редактор GQ Игорь Гаранин - об искусстве, современных музыкантах и актерах. Каждый из них демонстрирует свой тематический интерес, при этом не забывая о политике издания и запросах аудитории. Колонка редактора - это индивидуальная картина мира, адаптированная под запросы читателя конкретного издания.

В специфике идейно-тематической составляющей, в выборе авторской стратегии и стилистике колонок проявляется творческий метод редактора.

Стремясь сформировать у аудитории негативный образ нарушителей закона, коррупционеров и взяточников, Сергей Минаев как постмодернист активно использует интертекстуальность, делая ее основным структурообразующим и выразительным средством. Например, у него регулярно появляется образ Зазеркалья из произведений Льюиса Керролла: волшебная страна из сказок об Алисе является миром, где «короли финансовых пирамид, герцоги нелегальных бирж, владельцы казино и наркобароны» (Esquire. - 2019. -

№ 2) занимаются своими делами в обход закона. С помощью этого образа редактор формирует негативный образ криминальных элементов. Именно на цитаты и аллюзии ложится основная идейная нагрузка колонок.

Редактор Esquire в колонках художественно реконструирует проблемы, вызвавшие общественный резонанс. Например, в октябрьском номере Esquire на месте колонки редактора размещается пьеса в одном действии «Грешноватые», в которой обыгрывался скандал с Харви Вайнштейном. Жанр пьесы позволяет редактору выразить оценки не прямо, а через художественные образы. В пьесе нивелируется авторское начало редактора, оно прячется за личностью драматурга.

Игорь Гаранин как человек, принадлежащий к миру моды, знающий изнутри его особенности и привычки, в колонках делает акцент на историях из жизни. Ведь истории - это основной инструмент коммуникации в фэшн-индустрии. Именно сторителлинг становится главным средством формирования образа современного мужчины: умного, сильного, уверенного в себе. Например, в сентябрьском номере GQ Игорь Гаранин рассказывает о своем друге, «настоящем лорде, с родовым поместьем и гербом». Редактор размышляет о том, как мужчине важно иметь хороший вкус в одежде: «И тогда я впервые задумался об умении мальчиков из хороших семей идеально соответствовать месту и времени. На завтрак к подруге надеть любимую, самую комфортную футболку, а на свадьбу - шикарный костюм со всеми подобающими случаю аксессуарами. И, что характерно, оба комплекта носить с одинаковым достоинством» (GQ. - 2019. - № 9).

Выбор конкретных стилистических средств становится «мостиком» между колонкой и целевой аудиторией. Так, Сергей Минаев использует молодежный сленг и жаргонную лексику для того, чтобы быть интересным и понятным, прежде всего, молодежи. Игорь Гаранин в своих колонках применяет парцелляцию - прием создания эффекта разговорной речи с иллюзией присутствия автора в непосредственной близости к читателю.

Таким образом, характерной чертой дискурса колонок редактора является индивидуально-кастомизированная траектория развития. Привлечение и удержание внимания аудитории происходит за счет нестандартных подходов и решений, которые стимулируют познавательные запросы аудитории и отвечают на ее эстетические потребности. При этом индивидуально-творческий метод редакторов глянцевого журналов встраивается в информационную политику издания. Редакторы не отходят от тем, которые интересны аудитории издания, но подают их в необычной и экспериментальной форме, тем самым решая одновременно познавательные, коммуникативные и маркетинговые задачи.

Анализ колонок редакторов глянцевого журналов может быть хорошим эмпирическим материалом в учебном процессе подготовки журналистов, кладезем идей, смыслов, экспериментов с форматами и стилями. Регулярное чтение и анализ колонок могут помочь студентам-журналистам сформировать собственный авторский стиль и развить нестандартное мышление.

Источники и литература

- 1) 1. Тertychnyy A.A. Колонка редактора. Слово о главном // Журналист. 2003, № 4.