

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2019-18-6-115-128

Современные интеллектуальные журналы как явление культуры и цивилизации

Е. А. Зверева, М. М. Гордеева

*Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина
Тамбов, Россия*

Аннотация

Актуальность исследования связана с изучением трансформации традиционных медиа под влиянием современной цивилизации. Эти процессы отчетливо прослеживаются в журнальных изданиях, что связано с глобальностью данного рынка. Среди основных векторов деятельности современных СМИ – создание ценностей культуры и ценностей цивилизации. Если интеллектуальный журнал создает ценности культуры, ориентируясь на высокий уровень подготовки аудитории, то новый интеллектуальный журнал создает ценности цивилизации и формирует стиль жизни аудитории. Внутри группы интеллектуальных журналов выделены и проанализированы две подгруппы – классический интеллектуальный журнал («Неприкосновенный запас», «Новое литературное обозрение») и новый интеллектуальный журнал («Сноб», «Esquire»). Ключевой фактор возникновения нового интеллектуального журнала – формирование поколения интеллектуалов, обладающих дискретным, интерактивным мышлением, особой системой ценностей.

Ключевые слова

интеллектуальный журнал, цивилизация, культура, междисциплинарность, мультиформатность, интерактивность, интеллектуал

Для цитирования

Зверева Е. А., Гордеева М. М. Современные интеллектуальные журналы как явление культуры и цивилизации // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2019. Т. 18, № 6: Журналистика. С. 115–128. DOI 10.25205/1818-7919-2019-18-6-115-128

Modern Intellectual Magazines as Phenomenon of Culture and Civilization

E. A. Zvereva, M. M. Gordeeva

*Tambov State University named after G. R. Derzhavin
Tambov, Russian Federation*

Abstract

Purpose. The relevance of the research is connected with the leading directions of the development of modern journalistic science, which prioritizes studying the transformation of traditional media under the influence of the realities of the information society and modern civilization. The processes of penetration of the civilization factor into the media sphere are particularly clearly seen in the segment of magazine publications, which is connected with the globalization of the magazine market and the scale of its influence on the audience.

Among the main vectors of modern magazine activities are the creation of cultural values and the creation of civilization values. If an intellectual magazine creates cultural values, broadcasting information at a qualitative level and focusing on a high level of audience training, the «new intellectual magazine» as an interdisciplinary publication creates the values of civilization and forms the lifestyle of the audience.

The study of modern intellectual publications as translators of cultural values and values of civilization requires studying the modern intellectual magazine as a type of publication, identifying its main features, substantiating the differen-

tiation of intellectual magazines into two subgroups – the classic intellectual magazine (for example, «Inviolable Reserve: Politics and Culture Debate», «New Literary Review») and a new intellectual magazine (for example, «Snob» and «Esquire»).

The methodological basis of this work is based on a systems approach and a comparative typological method. In particular, the systems approach was used to identify evidence of an intellectual magazine as a type of publication. The comparative typological method was used to determine the differentiating measure of the subgroups of the intellectual magazine.

The key factor in the emergence of a new intellectual magazine was the formation of a young generation of intellectuals with discrete, interactive thinking, a special value system. The magazines broadcast a model of modern civilization with its ideas and meanings, which proves the inclusion of this media phenomenon in civilizational communication processes.

Keywords

intellectual magazine, civilization, culture, interdisciplinary, multi-format, interactive, intellectual

For citation

Zvereva E. A., Gordeeva M. M. Modern Intellectual Magazines as Phenomenon of Culture and Civilization. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2019, vol. 18, no. 6: Journalism, p. 115–128. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2019-18-6-115-128

Введение

Цивилизация – многофакторный феномен, сформировавшийся на базе определенной социокультурной системы (О. Шпенглер [1993], А. Тойнби [1991], П. А. Сорокин [1992]). Большинство исследователей сходятся на том, что термин «цивилизация» многозначен, отражает плюрализм представлений о соотношении понятий «цивилизация» и «культура» [Кортунов, 2013]. Думается, противопоставление культуры и цивилизации, ограничение понятия «цивилизация» только комфортно-технологической областью, угрожающей культуре «омассовлением», было бы неверным, поскольку достижения науки и техники являются несомненной частью и подсистемой культуры.

СМИ справедливо рассматриваются исследователями в качестве явления «прогресса цивилизации» [Анненкова, 2009. С. 73], поскольку медиа служат именно поступательному и неотвратимому движению цивилизации, однако это «служение цивилизации» происходит с помощью аккумулированного в СМИ культурного опыта. В связи с этим обозначилась необходимость научного анализа форм проникновения цивилизационного фактора в медиасферу. Особенно наглядны эти процессы в сегменте журнальных изданий, что связано с массовостью и глобальностью журнального рынка, масштабностью его влияния на аудиторию. Контент журнального продукта охватывает все сферы жизнедеятельности общества, а сам журнал служит средством коммуникации и продвижения идей и смыслов, необходимых для развития цивилизации. На наш взгляд, исследование трансформации традиционных медиа под влиянием реалий информационного общества и «техногенной цивилизации» [Шаповалов, 2010. С. 5] актуально и имеет научный потенциал.

Среди основных векторов деятельности современных журнальных СМИ можно выделить создание ценностей культуры и создание ценностей цивилизации. Традиционный толстый литературно-художественный журнал послужил основой для формирования особого типа гуманитарного журнала – «интеллектуального», в котором синтезируется пространство культуры, литературы, творчества и науки, – например, журналы «Новое литературное обозрение», «Неприкосновенный запас». Концепция данного типа издания соответствует современной культурной ситуации и нацелена на создание ценностей культуры.

Если интеллектуальный журнал создает ценности культуры, транслируя информацию на качественном уровне и ориентируясь на высокий уровень подготовки аудитории, то «новый интеллектуальный журнал» как междисциплинарное издание создает ценности цивилизации и формирует определенный стиль жизни, в котором литература занимает одно из мест, наряду с общественно-политическими темами, популярной культурой, здоровым образом

жизни, модой и развлечениями [Зверева, 2017. С. 24]. Ярким примером транслятора современных ценностей являются журналы «Esquire» и «Сноб».

Исследование современных интеллектуальных изданий в качестве трансляторов ценностей культуры и ценностей цивилизации, требует изучения современного интеллектуального журнала как типа издания, выявления его основных признаков, обоснования дифференциации интеллектуальных журналов на две подгруппы – классический интеллектуальный журнал и новый интеллектуальный журнал.

Эмпирическую базу исследования составили электронные версии журналов «Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре», «Новое литературное обозрение» (выпуски за 2016–2018 гг.); печатные и сетевые версии журналов «Сноб» (выпуски за 2013, 2017–2018 гг.) и «Esquire» (выпуски за 2013–2018 гг.) и его аккаунты в социальных сетях.

Методологическая база данной работы основывается на системном подходе и сравнительно-типологическом методе. В частности, системный подход использовался для выявления признаков интеллектуального журнала как типа издания. 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.

Интеллектуальный журнал как тип издания

Согласно классификации, предложенной М. В. Шкондиным [2007. С. 45] и М. И. Шостак [2007. С. 80–81], по целевому назначению интеллектуальные издания представляют собой синтез 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) издания.

В современных интеллектуальных журналах присутствуют черты и рекламных изданий (глянцевая полноцветная реклама), развлекательной прессы (интервью с известными личностями, новости светской жизни), исторических журналов (исторические очерки, публикация писем, дневников, мемуаров). Подобная многозадачность и уникальный симбиоз всех перечисленных характеристик дает право выделять интеллектуальный журнал в отдельный тип современных печатных изданий. Такого мнения придерживается Ф. Б. Бешукова – один из немногих исследователей, свободно и аргументировано оперирующих понятием «интеллектуальный журнал», подчеркивая ярко выраженную тенденцию тяготения современных гуманитарных журналов к междисциплинарности: «...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» [Бешукова, 2008. С. 182].

Кроме того, Ф. Б. Бешукова считает признаками современного интеллектуального журнала широту охвата проблематики, опору на научное мышление, привлечение исследований из различных областей современного гуманитарного знания, ориентир на интеллектуальную читательскую аудиторию, научно-публицистический язык изложения, наличие аналитических и критических разделов, индивидуальную стилистику, узнаваемое «лицо».

На наш взгляд, в пласт размышлений о современном интеллектуальном журнале необходимо включить определения, предложенные критиками. В частности, по словам литературного критика Н. Самутиной, интеллектуальные журналы нацелены на «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”» [Самутина, 2002]. Критик характеризует предполагаемого читателя данного рода

изданий как «информированного дилетанта», интересующегося различными проблемными полями современной культуры.

Необходимость «интеллектуального напряжения при потреблении конечного продукта» подчеркивает и Ф. Б. Бешукова, выделяя в качестве критерия существования интеллектуального журнала наличие «не только заинтересованной, но и подготовленной в интеллектуальном плане аудитории» [2008. С. 184, 186]. В связи с этим исследователь позиционирует издания данного типа в качестве неотъемлемой части и яркого примера постмодернистской культуры, формулируя следующие отличительные качества интеллектуальных журналов: концептуальность; интеллектуальный журнал как авторский проект; специализированная направленность; синергетические признаки [Свитич, 2000. С. 199–200] – нелинейная структура, многомерность, открытость границ, активная роль читателя; новый язык изложения и подачи материала [Бешукова, 2008. С. 190–191].

Мы полностью согласны с 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 вполне правомерным. Ф. Б. Бешукова убедительно доказывает, что гуманитарные интеллектуальные журналы сегодня составляют отдельную полноценную группу журнальных изданий. При этом она называет читательскую аудиторию в числе типобразующих характеристик, однако не придает ей решающего значения. Между тем более правомерным представляется утверждение Е. А. Корнилова и А. И. Аكوпова о том, что основой для классификации периодических изданий являются «отношения с читателями» [1975. С. 29]. Отметим и точку зрения В. В. Тулупова, подчеркивающего особую роль читательской аудитории для формирования типа издания [2010. С. 92]. Вслед за исследователями считаем аудиторный признак определяющим для типологии интеллектуальных журналов.

В связи с этим представляется интересным рассмотреть позицию еще одного исследователя этого сегмента – А. С. Акулиничева, который называет основным типобразующим признаком русских интеллектуальных журналов обращение к определенной аудитории. Исследователь констатирует, что, несмотря на неоднородность аудитории, ее основу составляют так называемые «модульные люди» [2013. С. 120]. А. С. Акулиничев акцентирует внимание на интеллектуальном журнале как характерном явлении постмодернистской культуры. Однако в своей характеристике потенциального читателя данного рода изданий вводит понятие «фрагментарность мышления», на наш взгляд, являющееся характеристикой современной цивилизации. Например, авторы учебника «Мультимедийная журналистика» считают, что поколение новых читателей можно назвать многозадачным, «смотрящим», интерактивным, играющим [Мультимедийная журналистика, 2017. С. 18]. «Модульный человек», которому присуще фрагментарное мышление, быстрый отклик и повышенная способность воспринимать информацию дискретно [Акулиничев, 2013. С. 121], – это результат тенденции изменения мышления, присущей цифровой эпохе. При этом дискретность в данной трактовке понимается как высокая скорость обработки информации различного типа без обязательного линейного упорядочивания, как разнovidность клипового сознания – еще одна очевидная черта современных русских интеллектуальных журналов как явления цивилизации. Исследователь выдвигает вполне обоснованное положение относительно стилистики интеллектуальных изданий: лингвистическая форма отражает влияние явлений цивилизации – блогов и социальных сетей – на мышление общества.

Действительно, масс-медиа предлагают новые форматы, отличительная черта которых – стремление к максимальной адаптации информации под конкретного потребителя, обладающего особым типом сознания, основанного на клиповом восприятии информации. В условиях стремительного роста информационных и цифровых технологий появляется поколение с новой моделью познания мира, кардинально отличающейся от классической схемы, типичной для их родителей. Новому поколению нужны свои медиа, которые в полной

мере будут соответствовать их предпочтениям, но самое главное – иметь подходящий для восприятия современного человека формат. В работах исследователей отмечается тот факт, что современные СМИ неизбежно создают информационные потоки, включающие контент как для аудитории, так и от аудитории (см.: [Калмыков, 2009; Карякина, 2010]). Этим объясняется и еще одна типологическая особенность современного интеллектуального журнала – интерактивность как двустороннее взаимодействие между масс-медиа и потребителем информации. А. М. Шестерина отмечает смену парадигм мышления медиааудитории, активную трансформацию «архетипа пользователя в архетип творца» [2018. С. 86]. Интерактивность выполняет важную функцию: она позволяет читателю принимать непосредственное участие в создании контента издания, выбирая для себя наиболее подходящий формат, выражая свое мнение о количестве и качестве информации. Благодаря такой типологической особенности, интеллектуальные издания обладают более широким функционалом, чем схожие с ними литературно-художественные или культурологические.

Таким образом, к основным признакам интеллектуального журнала мы относим ориентир на особую читательскую аудиторию (как ключевой фактор), междисциплинарность проблематики, мультиформатность подачи информации и интерактивность. Определение понятия «интеллектуальный» с течением времени под влиянием социальных, политических, технологических процессов претерпело существенные изменения, утратило четкость и категоричность. Расширилось понятие «интеллектуальная аудитория», а следовательно, появились издания нового образца, отвечающие запросам потребителей нового интеллектуального журнала. На наш взгляд, совершенно справедливо вычленение из класса интеллектуальных журналов двух сегментированных единиц – собственно интеллектуального журнала и нового интеллектуального журнала.

Ориентир на особую читательскую аудиторию: трансформация «интеллектуала»

Целевая аудитория является ключевым фактором, определяющим интеллектуальный журнал как интеллектуальный. Современный интеллектуал – это человек, способный наращивать и реализовывать собственный потенциал. Однако общественные, политические, социальные процессы трансформировали образ интеллектуала, на что оперативно отреагировал и печатный рынок. Рискнем предположить, что именно трансформация образа современного интеллектуала и стала движущей силой, запустившей механизм появления новых форм интеллектуальных изданий.

Существующие классификационные модели вполне обоснованны, 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 интеллектуального журнала.

Первые издания «нового поколения», которые впоследствии стали называть журналами для интеллектуалов, появились в 1990-е гг., сразу после развала Советского Союза. Прототипами для таких русскоязычных изданий стали американские и западноевропейские издания, ориентированные на запросы современного человека и культуру в ее целостности. Временной отрезок с 1991 до 2000–2002 гг. стал периодом формирования нового типа российского интеллектуала, запросы которого существенно отличались от интересов советского интеллектуала. В общественном сознании отчетливо закрепилось определение интеллектуала как представителя элитарного общества, умного, высокообразованного человека. В результате резкой смены приоритетов в «новой России» на первый план в общественном сознании выходит финансовая составляющая, материальное благосостояние как основное мерило успешности человека. Падает престиж образования, так как оно перестает быть гарантией получения хорошего места работы. Если раньше культурный, образованный человек был

признанным в обществе авторитетом, образцом для подражания, то в 1990-е гг. он стал предметом насмешек, символом неприспособленности к жизни. В результате интеллектuala оказывается в своеобразном информационном вакууме и становится перед серьезным вопросом – как приспособиться к текущим реалиям, не потеряв при этом себя как личность.

Первые издания для интеллектuala в России появились именно как ответ реальности, и они действительно были элитарными – в силу узкой специфики тем и небольшого тиража. В данном контексте показательным является интервью порталу Gefter.ru редактора журнала «Неприкосновенный запас» Ильи Калинина и сотрудника редакции Кирилла Кобринa. 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»¹. Интеллектуалы всегда воспринимались обществом как противовес безликой серой массе, как люди, обладающие редкими свойствами и знаниями. И. Калинин отмечает 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 1990-е появляются «интеллектуалы нового типа»: «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»². При этом они независимы и выступают от своего лица.

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: «институциональная независимость» и «профессиональная монетизированность» как обратная сторона независимости, превращающей интеллектуала в «служивого интеллектуала», который на рынке интеллектуальных товаров продает то, что умеет делать.

За последние 20 лет произошли существенные изменения в политическом и социальном строе, общественном сознании, культуре и искусстве. Можно с уверенностью сказать, что за это время появился новый тип современного интеллектуала. Он не поставлен в жесткие рамки выживания в суровой среде, имеет определенную свободу в словах и поступках, доступ к образованию и массу средств для получения необходимой информации. Современный интеллектуал не стесняется быть умным, открыто позиционировать свое отношение к тем или иным событиям, вступать в полемику, не боясь при этом дистанцироваться от общей массы. Однако важно отметить и другую черту облика современного интеллектуала: в какой-то момент требования к интеллектуалу сократились. Именно для таких читателей на рынке появляется издание нового типа – новый интеллектуальный журнал, полностью отвечающий их потребностям, которым классический интеллектуальный журнал не соответствовал.

Междисциплинарность проблематики

Характерная черта классических интеллектуальных журналов – тесное переплетение политики и культуры, формирование культурного уровня аудитории, привлечение исследователей различных областей гуманитарного знания. 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» [2007. С. 96].

¹ Интеллектуальный журнал в России 1990–2010-х годов. «Кодекс» нового интеллектуала? // Гефтер. 2016. 9 марта. URL: <http://gefter.ru/archive/17775> (дата обращения 19.12.2018).

² Там же.

Классические интеллектуальные издания, к которым исследователи относят «Неприкосновенный запас», «Отечественные записки», «Литературное обозрение», фокусируют свое внимание на вопросах культуры, литературы, философии, политики, экономики, на общественных явлениях и процессах. При этом каждый журнал обладает неповторимым колоритом и подает информацию в свойственной ему манере. Однако с течением времени такая форма, более свойственная русскому толстому журналу, стала слишком статичной. Появились новые форматы изданий, где указанная проблематика сохранилась, получив новое звучание. В результате в классе интеллектуальных журналов появляется новый тип изданий, который представляет собой синтетический феномен, сочетающий в себе черты нескольких типов изданий.

Если классический интеллектуальный журнал создает ценности культуры, то новый интеллектуальный журнал создает ценности цивилизации и формирует определенный стиль жизни. В новых интеллектуальных журналах («Сноб», «Esquire», «Русский пионер», «Синий диван») актуальные вопросы культуры, искусства, критические статьи и арт-журналистика соседствуют со статьями на тему популярной психологии, научно-публицистическими материалами, обсуждениями модных тенденций. Таким образом, проблематику современного интеллектуального журнала характеризует междисциплинарность, демонстрирующая не только синтез нескольких типов изданий, но и особенность мышления читательской аудитории, на которую ориентирован интеллектуальный журнал.

Мультиформатность и интерактивность

Признаком, дифференцирующим интеллектуальные журналы, является формат издания. Традиционно толстый журнал в России представляет собой ежемесячное печатное издание на бумажном носителе, оформленное в академическом стиле. Интеллектуальный журнал нового типа перенимает облик предшественников, и первые издания выходят исключительно в печатном виде («Отечественные записки», «Литературное обозрение», «Апология», «Русское самосознание»). Развитие цифровых технологий позволило изданиям выйти на новый уровень распространения – появляются интернет-версии и журналы-проекты («Синий диван»). Появляется новая, необычайно популярная среда – социальные сети. Это не только мощная рекламная площадка, но и превосходное место для существования, которым, однако, воспользовались далеко не все интеллектуальные журналы: так, группа в популярной сети «ВКонтакте» есть только у журналов издательства «Новое литературное обозрение». Это объясняется, прежде всего, тем, что концепция материалов социальных сетей и условия существования в этом пространстве противоречат многим принципам классического интеллектуального журнала. Понимая, что читатель хотел бы видеть качественный и разнообразный материал, редакторы групп часто используют для наполнения ресурса не только свои, но и подходящие статьи из других ресурсов. Это обусловлено, на наш взгляд, двумя причинами: обилие информации позволяет читателю не прикладывать особых усилий для поисков материалов, поэтому для популяризации печатных материалов приходится использовать все силы; проблематика статей классических интеллектуальных изданий не настолько широка, как хотелось бы читателю. Подбор качественных материалов и дополнение ими собственных статей в группах социальных сетей делает контент интереснее, разнообразнее, но вместе с тем формат интеллектуального журнала трансформируется, и есть опасность потери того самого «лица», по которому читатели узнают журнал.

Новые интеллектуальные издания имеют качественные, регулярно обновляющиеся, практически работающие автономно (без опоры на печатный аналог) интернет-версии и площадки социальных сетей. Благодаря тому, что обратная связь с читателем налажена лучше, данная форма интеллектуального издания порой более функциональна, чем печатные аналоги.

Классический интеллектуальный журнал

Содержание классического интеллектуального журнала можно охарактеризовать как синтезированный контент литературоведческой, историко-культурной, философской, социологической тематики.

Журнал «Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре» выходит в издательстве «Новое литературное обозрение» с 1998 г. Периодичность выхода составляет шесть раз в год. На его страницах обсуждаются следующие проблемы: интеллигенция и власть; институции гуманитарной мысли, интеллигенция и другие сословия; культовые фигуры, властители дум; новые исторические мифологемы; метрополия и диаспора, парадоксы национального сознания за границей; циркуляция сходных идеологий в правой и левой прессе; религиозные и этнические проблемы; проблемы образования; столица и провинция 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»³. Журнал оформлен достаточно сдержанно, визуальная часть минимизирована, т. е. соблюдены все принципы составления традиционного гуманитарного 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 интеллектуального журнала.

Аналогичная характеристика применима к еще одному интеллектуальному продукту издательства «Новое литературное обозрение» – одноименному журналу⁴. Издается 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. 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, например в одноименной группе «ВКонтакте». Академичный сдержанный стиль оформления материалов, фирменные лигатуры, присутствующие и на обложке, и в оформлении сайта, единая цветовая палитра объединяют все версии интеллектуальных журналов. В данном случае площадка соцсетей используется исключительно в рекламных целях и относительно слабо выполняет коммуникативную функцию. Необходимо отметить, что «особость» интеллектуальных журналов, и так ясно читающаяся, более всего 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.

Таким образом, можно 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; для тех, кто обладает достаточным уровнем подготовки, необходимой для восприятия информации;

³ Неприкосновенный запас // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/> (дата обращения 02.08.2018).

⁴ Новое литературное обозрение // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/> (дата обращения 22.06.2018).

- специфический характер публикуемых материалов – не наблюдается широты проблематики: журнал изначально ориентирован на удовлетворение запросов небольшой группы, обладающей специальными профессиональными знаниями (литературоведы, литературные критики, научные работники, преподаватели высшей школы);
- формат издания – печатный вариант с четкой рубрикационной структурой, оформленный в едином стиле.

Новый интеллектуальный журнал

К новым интеллектуальным журналам относится проект «Сноб», который 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, содержащие неизданные произведения авторов, объединенные какой-либо общей темой. Журнал имеет четкую рубрикацию, в его содержание входят разделы «Интервью», «Аналитика», «Дискуссии», «Эссе», «Фотоистории», «Арт и дизайн», «Герои», «Города», «Наука». 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. Чем бы они ни занимались и где бы ни жили, их объединяет интерес к миру вокруг и готовность действовать, чтобы сделать этот мир лучше»⁵.

Действительно, дискуссионная направленность издания для «Global Russians» [Акулиничев, 2012. С. 107] очевидна: например, к материалам раздела «Интервью» обязательно прилагается мнение эксперта; 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 по поводу актуальных общественных проблем, вопросов литературы и культуры, психологии и воспитания, искусства и стиля жизни. Бумажная версия «Сноба» во многом похожа на классический интеллектуальный журнал: линейная рубрикация, периодичность издания, формат, распространение через подписку (возможно также приобретение в розницу). Однако очевидно, что это интеллектуальное издание нового типа: качественная интернет-версия, диалог с читателем, широта проблематики, ориентация на неоднородную читательскую аудиторию. Более того, приглашая каждого читателя стать «одним из нас», т. е. буквально «снобом» – человеком, поведение и вкусы которого определяются стремлением не отстать от моды и постоянно придерживаться манер буржуазно-аристократического круга, журнал подтверждает очевидную размытость современного понятия «интеллектуал», определяя его прежде всего как умного, думающего человека с широким кругозором, активного и неравнодушного. 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 она 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)⁶. Несмотря на «глянцевые» черты, журнал «Сноб» сохраняет интеллектуальную составляющую: явное преобладание текстового контента над иллюстративным, качественные серьезные материалы, охватывающие широкое проблемно-тематическое поле. Печатная версия выходит 6 раз в год, в том числе два особых, литературных номера, содержащие неизданные произведения авторов, объединенные какой-либо общей темой. Так, в 2013 г. вышел сдвоен-

⁵ Сноб. URL: <https://snob.ru> (дата обращения 29.06.2018).

⁶ Сноб. 2014. № 11 (76). С. 1.

ный 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. Генис⁷. Постоянным колумнистом «Сноба» является К. Собчак.

На наш взгляд, наиболее ярким примером нового интеллектуального журнала является «Esquire» – транслятор современного стиля жизни, в то же время обладающий широким содержанием, – очевидный признак интеллектуального издания.

Целевая аудитория журнала «Esquire» фактически определена в его слогане – «умный журнал для разборчивых мужчин». 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, рубрика «Красивая женщина рассказывает анекдот» предполагает мужскую аудиторию, номера пестрят рекламой преимущественно мужских предметов гардероба (дорогие автомобили, марки часов, мужская одежда и парфюмерия). Однако, если отбросить очевидные «мужские» рубрики, разделы «Истории», «Правила жизни», «Фотографии», «Новости», «Герои»⁸ интересны в равной степени и мужчинам (55 % читателей), и женщинам (45 %). Основная доля аудитории – люди в возрасте 20–45 лет («новое» поколение интеллектуалов)⁹. 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». Поскольку интеллектуальный журнал предполагает чтение, очевидна популярность групп «Esquire» в тех мессенджерах, где есть возможность ознакомиться с текстом.

Проблематика и специфика контента тесно связана с целевой аудиторией журнала, объединяющего общественно-политический, литературно-публицистический, мужской и развлекательный типы. 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». Например, в 2017 г. в рубрике «Чтение» были опубликованы отрывки из романа норвежского писателя Ю Несбё «Жажда», ставшего одиннадцатой книгой в цикле романов о Харри Холле (в России этот герой известен также по экранизации романа Несбё «Снеговик») ¹⁰. Рубрика «Истории» включает в себя материалы по весьма острым общественным и социальным вопросам. Один из интересных проектов – «Острова подсознания» Олега Климова. Проект соединяет путевые записки Антона Чехова, собственные фотографии современного Сахалина и цикл Игоря Клепнева о современных жителях Северной Осетии, ведущих традиционный образ жизни ¹¹. Чисто мужской контент читатель может найти в разделе «Стиль», «Женщина, которую мы любим». Развлекательный – «Музыка», «Вещи», «Туризм». Иногда в «Новостях» проскальзывает чисто женская информация (например, о новых материалах в журнале «Cosmopolitan»). Такое разнообразие тем, их многополярность и разноплановость (диаметрально противоположные литературная публицистика и гид по стилю) в одном издании и выражает синтетичность данного издания, позволяя называть его новым интеллектуальным журналом. «Esquire» видит своего читателя не только умной, образованной, всесторонне развитой личностью, но и светским человеком, интересующимся модой, музыкой, развлечениями. Соединяя в себе интеллектуальное и популярное, издание по-новому воплощает характерные для разного типа изданий способы передачи информации. Особенно ярко это демонстрируется на примере фотопроекта, более характерного для журналов развлекательного сегмента.

⁷ Сноб. 2013. № 7–8 (60–61).

⁸ Esquire. URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 10.12.2018).

⁹ Журнал Esquire-Россия. Медиакит. М., 2013. С. 7.

¹⁰ Esquire. 2017. № 3.

¹¹ Esquire. URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 10.12.2018).

В интеллектуальном «Esquire» он становится формой трансляции идеи, главное в нем – смысловое содержание. Например, 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 для 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 используемый в «Esquire» прием визуализации¹².

Таким образом, новый интеллектуальный журнал обладает:

- целевым назначением – в данном случае не всегда присутствует определение «интеллектуальный», однако презентация проекта издателями подразумевает именно это значение;
- собственной целевой аудиторией – сложившейся прослойкой нового молодого поколения интеллектуалов, имеющих другие запросы, обладающих большими техническими возможностями, но самое главное – более демократичного и эгоцентричного;
- широкой тематикой – т. е. универсальной тематической моделью, соединяющей проблематику, характерную для серьезных изданий (темы культуры, искусства, политики, экономики, бизнеса), темы досугового, развлекательного характера (интервью звезд кинематографа, моды, фотосессии с участием эпатажных личностей, деятелей шоу-бизнеса, обзоры косметических новинок, крупная глянцева реклама и т. д.);
- формат издания – журнал нового типа интерактивен; печатный формат существует наравне с сетевыми версиями, аккаунтами в социальных сетях. Интерактивность позволяет новому интеллектуальному изданию расширить функциональность, увеличить читательскую аудиторию, реализовать современные формы размещения материала, стать одним из факторов формирования социокультурной реальности.

Таким образом, новый интеллектуальный журнал является закономерным результатом трансформации интеллектуального журнала, отличается от классического интеллектуального журнала по обозначенным признакам и характеризуется универсальной тематической моделью, собственной целевой аудиторией, интерактивностью.

Заключение

Итак, можно проследить логическую цепочку в становлении интеллектуального журнала в постсоветской России. Интеллектуальные издания первого поколения представляют собой трансформированный традиционный литературно-художественный журнал, к которому вполне применима характеристика «культурологический», «гуманитарный». Однако журнал – это «полнокровное» явление, которое живо реагирует на любые изменения в социуме. С течением времени на медийном поле появляется новый интеллектуальный журнал. Он обладает всеми признаками классического интеллектуального журнала первой волны, однако имеет уже несколько другой внешний вид и наполнение: становится иллюстрированным, не претендует на популярность исключительно в узких кругах. Издание такого типа демонстрирует новую редакционную политику, привлекая в качестве колумнистов весьма заметных персон, известных широкой аудитории. Новый интеллектуальный журнал сочетает стилевое издание и черты классического интеллектуального журнала, рассчитан на более широкую аудиторию интеллектуалов, обладающих иным мышлением, чем предыдущее поколение.

Таким образом, внутри типологической группы интеллектуальных журналов выделяются две подгруппы – классический интеллектуальный журнал и новый интеллектуальный журнал. Ключевым фактором возникновения нового интеллектуального журнала послужило

¹² Esquire. URL: <https://esquire.ru> (дата обращения 10.12.2018).

формирование молодого поколения интеллектуалов, обладающих дискретным, интерактивным мышлением, особой системой ценностей. Журнальные СМИ транслируют модель современной цивилизации с ее идеями и смыслами, что доказывает включенность данного медийного феномена в цивилизационные коммуникативные процессы.

Список литературы

- Акулиничев А. С.** Журналы «Русская жизнь», «Русский пионер» и «Сноб»: предпосылки к выделению нового типа периодических изданий // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. 2012. № 11. С. 106–110.
- Акулиничев А. С.** Подача информации в современных русских интеллектуальных журналах: фрагментарность и культивирование медиавирусом // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. 2013. № 12. С. 120–125.
- Анненкова И. В.** Средства массовой информации в координатах Культуры и Цивилизации // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Лингвокультурология. 2009. № 2. С. 72–74.
- Бешукова Ф. Б.** Медиадискурс постмодернистского литературного пространства: Монография. Майкоп: Изд-во АГУ, 2008. 280 с.
- Дедкова Т. Ф.** Культурологические журналы // Типология периодической печати / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 93–103.
- Зверева Е. А.** Современные российские журналы: теория и практика функционирования: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2017. 35 с.
- Калмыков А. А.** Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. М.: Изд-во ИПК работников ТВ и РВ, 2009. 84 с.
- Карякина К. А.** Роль мультимедийных технологий в создании контента новых медиа // Меди@льманах. 2010. № 2. С. 6–14.
- Корнилов Е. А., Акопов А. И.** Классификация в теории и практике журналистики // Филологические этюды. Серия: Журналистика. 1975. № 4. С. 22–29.
- Кортунов В. В.** Ценности культуры и цивилизации не совпадают // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 10 (30). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-kultury-i-tsvivilizatsii-ne-sovpadayut> (дата обращения 12.11.2018).
- Мультимедийная журналистика: Учебник для вузов / Под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: ИД Высшей школы экономики, 2017. 213 с.
- Самутина Н.** Русские интеллектуальные журналы // Неприкосновенный запас. 2002. № 5 (25). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2002/5/obzory.html> (дата обращения 23.04.2018).
- Свитич Л. Г.** Феномен журнализма. М.: Факультет журналистики МГУ, 2000. 252 с.
- Сорокин П. А.** Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. 543 с.
- Тойнби А.** Постижение истории. М.: Прогресс, 1991. 736 с.
- Тулупов В. В.** Моделирование в журналистике. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2010. 144 с.
- Шаповалов Ю. В.** Специфика техногенной цивилизации в условиях глобализации: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Армавир, 2010. 23 с.
- Шестерина А. М.** Трансформация аудиовизуального контента в сетевой среде: возможности контентного подхода // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 2 (28). С. 86–94.
- Шкондин М. В.** Периодическая печать: системные основы типологии // Типология периодической печати / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 10–46.
- Шостак М. И.** Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий // Типология периодической печати / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 79–92.
- Шпенглер О.** Закат Европы. Новосибирск: Наука, 1993. 592 с.

References

- Akulinichev A. S.** Zhurnaly «Russkaya zhizn'», «Russkii pioner» i «Snob»: predposylki k vydeniyu novogo tipa periodicheskikh izdaniy [Magazines “Russian Life”, “Russian pioneer” and “Snob”: prerequisites for the allocation of a new type of periodicals]. *Volgograd State University Bulletin. Series 8: Literary Criticism. Journalism*, 2012, no. 11, p. 106–110. (in Russ.)
- Akulinichev A. S.** Podacha informatsii v sovremennykh russkikh intellektual'nykh zhurnalakh: fragmentarnost' i kul'tivirovanie mediavirusov [Submission of information in modern Russian intellectual magazines: fragmentation and cultivation of media viruses]. *Volgograd State University Bulletin. Series 8: Literary Criticism. Journalism*, 2013, no. 12, p. 120–125. (in Russ.)
- Annenkova I. V.** Sredstva massovoi informatsii v koordinatakh Kul'tury i Tsvivilizatsii [Media in the coordinates of Culture and Civilization]. *Vestnik Tsentra mezhdunarodnogo obrazovaniya Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Lingvokul'turologiya [Bulletin of the Center for International Education of Moscow State University. Series: Linguoculturology]*, 2009, iss. 2, p. 72–74. (in Russ.)
- Beshukova F. B.** Mediadiskurs postmodernistskogo literaturnogo prostranstva: monografiya [Post-modern literary space media discourse: monograph]. Maikop, ASU Publ., 2008, 280 p. (in Russ.)
- Dedkova T. F.** Kul'turologicheskie zhurnaly [Cultural magazines]. In: *Tipologiya periodicheskoi pechati [Typology of periodicals]*. Eds. M. V. Shkondin, L. L. Resnyanskaya. Moscow, Aspect Press, 2007, p. 93–103. (in Russ.)
- Kalmykov A. A.** Interaktivnaya gipertekstovaya zhurnalistika v sisteme otechestvennykh SMI [Interactive hypertext journalism in the system of domestic media]. Moscow, Publishing House of the Institute of Advanced Training of Television and Radio, 2009, 84 p. (in Russ.)
- Karyakina K. A.** Rol' mul'timediinykh tekhnologii v sozdanii kontenta novykh media [The role of multimedia technology in creating new media content]. *Medial'manakh [Mediaalmanah]*, 2010, no. 2, p. 6–14. (in Russ.)
- Kornilov E. A., Akopov A. I.** Klassifikatsiya v teorii i praktike zhurnalistiki [Classification in the theory and practice of journalism]. *Filologicheskie etyudy. Seriya: Zhurnalistika [Philological etudes. Series: Journalism]*, 1975, iss. 4, p. 22–29. (in Russ.)
- Kortunov V. V.** Tsennosti kul'tury i tsivilizatsii ne sovpadayut [Values of culture and civilization do not match]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem [Contemporary Social Studies]*, 2013, iss. 10 (30). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-kul'tury-i-tsvivilizatsii-ne-sovpadayut> (accessed 12.11.2018). (in Russ.)
- Mul'timediinaya zhurnalistika [Multimedia journalism]. Textbook for Universities. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2017, 213 p. (in Russ.)
- Samutina N.** Russkie intellektual'nye zhurnaly [Russian intellectual magazines]. *Neprikosnovennyi zapas [Inviolable Reserve]*, 2002, iss. 5 (25). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2002/5/obzory.html> (accessed 23.04.2018). (in Russ.)
- Shapovalov Yu. V.** Spetsifika tekhnogennoi tsivilizatsii v usloviyakh globalizatsii [The specifics of technological civilization in the context of globalization]. Cand. Philos. Sci. Abs. Diss. Armavir, 2010, 23 p. (in Russ.)
- Shesterina A. M.** Transformatsiya audiovizual'nogo kontenta v setevoi srede: vozmozhnosti kontentnogo podkhoda [Transformation of audiovisual content in a networked environment: the possibilities of the content approach]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya [Sign: a problem field of media education]*, 2018, no. 2 (28), p. 86–94. (in Russ.)
- Shkondin M. V.** Periodicheskaya pechat': sistemnye osnovy tipologii [Periodic printing: system bases of typology]. In: *Tipologiya periodicheskoi pechati [Typology of periodicals]*. Eds. M. V. Shkondin, L. L. Resnyanskaya. Moscow, Aspect Press, 2007, p. 10–46. (in Russ.)
- Shostak M. I.** Zhurnaly v sisteme SMI: tipologiya i «nishi» izdaniy [Magazines in the media system: typology and «niches» of publications]. In: *Tipologiya periodicheskoi pechati [Typology*

- of periodicals]. Eds. M. V. Shkondin, L. L. Resnyanskaya. Moscow, Aspect Press, 2007, p. 79–92. (in Russ.)
- Sorokin P. A.** Chelovek. Tsivilizatsiya. Obshchestvo [Person. Civilization. Society]. Moscow, Politizdat, 1992, 543 p. (in Russ.)
- Spengler O.** Zakat Evropy [The decline of Europe]. Novosibirsk, Nauka, 1993, 592 p. (in Russ.)
- Svitich L. G.** Fenomen zhurnalizma [The phenomenon of journalism]. Moscow, Moscow State University Press, 2000, 252 p. (in Russ.)
- Toynbee A.** Postizhenie istorii [Comprehension of history]. Moscow, Progress Publ., 1991, 736 p. (in Russ.)
- Tulupov V. V.** Modelirovanie v zhurnalistike [Modeling in journalism]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2010, 144 p. (in Russ.)
- Zvereva E. A.** Sovremennye rossiiskie zhurnaly: teoriya i praktika funktsionirovaniya [Modern Russian magazines: theory and practice of functioning]. Dr. Philol. Sci. Abs. Diss. Voronezh, 2017, 35 p. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию
Received
30.01.2019

Сведения об авторах

Зверева Екатерина Анатольевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики, факультет филологии и журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина (ул. Советская, 181К, Тамбов, 392622, Россия)
Katya9_2001@mail.ru

Гордеева Мария Михайловна, аспирант кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина (ул. Советская, 181К, Тамбов, 392622, Россия)
o-o-maria-o-o@mail.ru

Information about the Authors

Ekaterina A. Zvereva, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Russian and Foreign Literature, Journalism, Faculty of Philology and Journalism, Tambov State University named after G. R. Derzhavin (181K Sovetskaya Str., Tambov, 392622, Russian Federation)
Katya9_2001@mail.ru

Maria M. Gordeeva, Graduate Student of the Department of Russian and Foreign Literature, Journalism, Faculty of Philology and Journalism, Tambov State University named after G. R. Derzhavin (181K Sovetskaya Str., Tambov, 392622, Russian Federation)
o-o-maria-o-o@mail.ru