

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Принципы редакционной политики «мужских» и «женских» изданий:  
на материале журналов Forbes и Forbes Woman»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики  
Бондаренко Анны Андреевны

Научный руководитель

к. филол. н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

А. А. Суворов

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

В. В. Прозоров

инициалы, фамилия

Саратов  
2024

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность** темы обуславливается высоким уровнем популярности гендерно-ориентированных журналов. Такие издания занимают значительную долю в сегменте печатных средств массовой информации. Женские и мужские глянцевого издания начали занимать свою нишу на российском рынке с начала 90-х годов. Изучение редакционных политик мужских и женских изданий показывает, что различия в основных принципах их функционирования существуют.

Одним из важнейших типологических признаков, по которым можно классифицировать средства массовой информации, является аудиторный. Издания выбирает направление развития в зависимости от того, кто будет их основным читателем<sup>1</sup>. Феномен глянцевых журналов, как «женских», так и «мужских» появился и стал неотъемлемой частью массовой культуры ещё в 20 веке. Женские глянцевые издания считаются первоисточником «глянца» в журналистике. В статье «Типологическая специфика мужского журнала» Д.О. Бельского автор говорит, «что мужские издания – молодой сегмент, который произошел на основе и по подобию женских журналов»<sup>2</sup>.

**Предметом** исследования стали ключевые принципы редакционных политик русских версий изданий Forbes и Forbes Woman. **Материалом** для нашего исследования послужили выпуски и публикации журналов, выходившие в период с начала 2019 по конец 2021 года для Forbes и с начала 2020 по конец 2021 для Forbes Woman.

Для более полного понимания темы обозначим ряд **ключевых слов**: редакционная политика, «мужское» издание, «женское» издание, Forbes, аудитория печатного издания.

Для того чтобы изучить особенности редакционных политики мужских и женских изданий, мы выбрали русские версии журналов Forbes и Forbes Woman. Это два издания, которые на момент завершения нашего

---

<sup>1</sup> Бельский, Д. О. Типологическая специфика мужского журнала // Вестник ВГУ. Серия: филология, журналистика. – 2014. – С. 100–103

<sup>2</sup> Бельский, Д. О. Типологическая специфика мужского журнала // Вестник ВГУ. Серия: филология, журналистика. – 2014. – С. 100–103

исследования, в России выпускает компания АО «АС РУС МЕДИА». Так как журналы принадлежат одной компании, мы сможем проследить, насколько меняется курс редакционной политики в зависимости от аудиторной направленности.

Особенно важно обосновать выбор временных параметров исследования. Журнал Forbes появился в России в 2004 году. За это время издание претерпело большое количество изменений, в том числе в области управления. До 2019 года журнал переживал трудные времена, так как его работа была под угрозой из-за финансовых проблем и разногласий команды с руководством. Однако именно в этот год издание перешло под управление владельца – АО «АС РУС МЕДИА». Нам интересно проследить тенденцию изменений редакционной политики мужского издания Forbes в период восстановления работы редакции под новым руководством.

Соответственно, все изменения в журнале Forbes отражались и на его дочерний журнал Forbes Woman. Международная женская версия издания в России появилась в 2009 году. Несколько лет печатные выпуски не выходили, и журнал существовал только в онлайн-формате. С 2020 года печать возобновилась.

Временные параметры исследования в связи с вышеперечисленным устанавливаются следующие: с 2019 по конец 2021 года. Выбор именно этого временного промежутка объясняется так: с 2019 года журнал Forbes Russia подвергся смене руководства, благодаря чему будут наглядно видны изменения в редакционной политике издания; версия Forbes Woman будет рассматриваться с 2020 по 2021 год, то есть после возобновления печати, что также позволит выявить особенности редакционной политики. Исследовательский материал включает в себя полное собрание выпусков за выбранные временные параметры. В Forbes это 35 выпусков, с начала 2019 по конец 2021 года. В Forbes Woman - 6 выпусков, с 2020 по конец 2021 года.

**Цель** нашей работы - изучение и сравнение основных параметров редакционной политики «мужского» и «женского» Forbes. Для этого нам потребуется решить ряд задач:

1. Рассмотреть понятие «редакционная политика», как одно из ключевых понятий нашей работы.
2. Изучить особенности «мужских» и «женских» изданий.
3. Сделать обзор истории Forbes в России, учитывая смену владельцев и главных редакторов для формирования редакционной политики.
4. Провести анализ материалов русских версий Forbes и Forbes Woman для выявления основных параметров редакционной политики.
5. Сопоставить декларируемую журналами Forbes и Forbes Woman и реальную редакционную политику.

Для выполнения этих задач выпускная квалификационная работа базируется на положениях теоретической и эмпирической **методологии**. В нашем комплексе исследования будут присутствовать общенаучные методы. К теоретическим методам относится анализ и классификация. В работе будет необходимо рассмотреть понятие «редакционная политика» и конкретные аспекты редакционной политики выбранных изданий, как систему взаимосвязанных отдельных характеристик, и поочередно проанализировать каждую из них. Среди эмпирических методов мы планируем обратиться к сравнению, а именно путем сопоставления двух изданий исследовать принципы их работы.

**Практическая значимость** работы связана с опытом научного студенческого исследования, основанного на сопоставительном анализе мужского и женского издания.

**Структура работы** включает **введение** с обозначением актуальности темы, определением цели, задач, предмета и материала исследования, **две главы** («Теоретическое изучение «мужских» и «женских» изданий» и «Редакционная политика Forbes и Forbes Woman»), **заключение, список используемых источников и двенадцать приложений**.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

### ГЛАВА 1 Теоретическое изучение «мужских» и «женских» изданий

Первый параграф работы **«Понятие «Редакционная политика»: область значений»** посвящен рассмотрению главного термина исследования.

Журналы, как и все остальные средства массовой информации, обладают собственным сводом правил, которое можно назвать редакционной политикой. Однако значение этого термина намного глубже и распространеннее, чем может показаться на первый взгляд. Этот термин не закреплен в словарях или научно-исследовательских работах и в источниках трактуется по-разному. Перейдем к рассмотрению.

Для того чтобы понять, что как определяется этот термин, мы обратились к разным источникам. Согласно книге «Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ» И.М. Дзялошинского, это понятие можно рассматривать с двух сторон: как внешнюю и внутреннюю редакционную политику. Для автора внешняя представляется «деятельностью по выполнению институциональных задач»<sup>3</sup>, а внутренняя как «комплекс предписаний для организации редакционных процессов»<sup>4</sup>. В другом подходе к определению термина М. Медоваров в своей научной статье рассматривает редакционную политику, как совокупность контент-плана издания, анализа интересов аудитории, управления ресурсами и работу с журналистами. Следующий подход объединяет описанные выше. Л.Н. Кислая, кандидат филологических наук, в своей диссертации определяет редакционную политику, как «комплекс коммуникаций редакции с аудиторией, властью, учредителями, конкурентами и т. д., которые проявляются в форме не только информационной, но и организационной, рекламной, финансовой, кадровой работы»<sup>5</sup>. Данная трактовка близка с И.О. Дзялошинским. Однако автор диссертации приводит важное добавление: для

---

<sup>3</sup> Дзялошинский, И. М. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ– М., 2000. – 91 с.

<sup>4</sup> Дзялошинский, И. М. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ– М., 2000. – 91 с.

<sup>5</sup> Кислая, Л. Н. Редакционная политика районной прессы: на примере газет Новосибирской области: дис. ... канд. филол. наук.– Екатеринбург, 2008. – 22 с.

понимания термина «редакционная политика» нужно учитывать, что творческий коллектив должен осознавать собственное отличие от других коллективов других средств массовой информации, а именно понимать «миссию издания»<sup>6</sup>.

В нашей работе понятие «редакционная политика» будет звучать в контексте не административного регулирования СМИ, а в контексте индивидуальной концепции, которой обладают мужское и женское издания Forbes и Forbes Woman.

Во втором параграфе «**Терминологическое понятие «женское» и «мужское» издание**» мы обратились к рассмотрению двух терминов, на основе которых в дальнейшем будет базироваться понимание отличий журналов Forbes и Forbes Woman.

В современности женские журналы занимают один из центральных сегментов на медиа рынке, что подтверждают ежегодные отраслевые доклады о российской периодической печати<sup>7</sup>. Понятие «женское издание» так же, как и понятие «редакционная политика» не находит единственного верного определения среди научных работ.

Обращаясь к научной Голиковой К.В. «Рекреативная функция женских гляцевых журналов», мы обнаружили следующее толкование термина: «женский журнал — это периодическое издание, рассчитанное на женскую или преимущественно женскую аудиторию, которое также может быть специфичным по направленности»<sup>8</sup>. Также мы рассмотрели определение из уже упомянутой во введении научной статьи «Типологическая специфика мужского журнала» Д.О. Бельского. Мужские журналы – «это издания,

---

<sup>6</sup> Кислая, Л. Н. Редакционная политика районной прессы: на примере газет Новосибирской области: дис. ... канд. филол. наук.– Екатеринбург, 2008. – 22 с.

<sup>7</sup> Отраслевой доклад «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития». [Электронный ресурс]. // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации – URL: <https://digital.gov.ru/ru/documents/8048/> (дата обращения: 7.04.2024) – Загл. с экрана.

<sup>8</sup> Голикова, К. В. Рекреативная функция женских гляцевых журналов // Вестник Башкирск. ун-та. – 2017. – №4. – С. 1062–1066.

содержание которых предназначено для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей мужчин»<sup>9</sup>.

При рассмотрении понятий «мужской журнал» и «женский журнал», мы пришли к выводу, что главное различие в аудиторной направленности. Аудиторная направленность определяется материалами, которые интересны той или иной группе читателей. Исходя из читательского круга, формируются другие аспекты редакционной политики, которые устанавливаются в зависимости от курса, взятого руководителями средства массовой информации.

В параграфе «**Путь развития журналов Forbes и Forbes Woman в России**» мы обратились к изучению истории двух журналов. Журнал Forbes был основан в 1917 году. В 2004 году Россия стала пятой страной в мире, где появилась локальная версия журнала. В 2009 также стали выпускать издание Forbes Woman.

Историю журнала Forbes Russia можно условно разделить на 5 важных периодов, которые можно называть целыми «эпохами». Поясним почему: Forbes пережил смену 6 главных редакторов, с приходом которых менялось само издание.

Для нашей работы было важно рассмотреть, какие изменения происходили с журналами на протяжении 20 лет работы в России. Наши наблюдения указывают на то, что взаимосвязь смены курса редакционной политики с управляющими журнала существует. Проверить эту гипотезу нам удалось в практической части работы.

## **ГЛАВА 2 Редакционная политика Forbes и Forbes Woman**

Практический анализ двух изданий состоял из рассмотрения творческого коллектива, оформления и контент-наполнения. По каждому из аспектов были составлены сравнительные таблицы для наглядности

---

<sup>9</sup> Бельский, Д. О. Типологическая специфика мужского журнала // Вестник ВГУ. Серия: филология, журналистика. – 2014. – С. 100–103.

полученных данных, которые являются приложениям исследования. В первом параграфе **«Творческий коллектив изданий Forbes и Forbes Woman»** предметом анализа выступили редакции двух журналов.

Forbes и Forbes Woman принадлежит одной компании принадлежит АО «АС РУС МЕДИА» и находится под руководством одного совета директоров и одного генерального директора Эльмара Муртазаева. В ходе рассмотрения выпусков мы задались вопросом, существуют ли универсальные сотрудники редакции, которые участвуют в создании материалов и в первом, и во втором издании. По итогам рассмотрения, к нашим наблюдениям можно отнести следующее: над созданием материалов работает разный творческий коллектив, что также влияет на создание публикаций для конкретных целевых аудиторий.

Важно отметить различия в гендерной принадлежности. По итогам рассмотрения этого аспекта мы пришли к выводу, что над Forbes практически в равной доле работают и мужчины, и женщины. В Forbes Woman преимущественно женский коллектив. В среднем, количество штатных журналистов, работающих над созданием одного номера – 30 человек в каждом издании. В Forbes 14 журналистов – мужчины, что составляет 46,7% от общего числа. 16 журналистов и соответственно 53,3% – женщины. В Forbes Woman обстоит другая ситуация: количество мужчин-журналистов гораздо меньше, а именно 16,7% (5 человек). Женщин-журналистов подавляющее большинство – 83,3% (25 человек). Мы предполагаем, что такое соотношение способствует укреплению доверия аудитории. Так как в современности женщины выступают за равноправие, о чем мы уже говорили во введении нашей работы, обрести авторитет читательниц возможно за счет материалов, написанных представительницами женского пола.

Во втором параграфе **«Оформление изданий Forbes и Forbes Woman»** мы обратили внимание на аспект дизайна и верстки двух изданий.

Обложка и структура двух журналов схожи, так как Forbes и Forbes Woman обладают единым фирменным стилем. Однако присутствуют незначительные отличия, указывающие на гендерную принадлежность журнала: шрифты, отличия в верстке и выборе главных героев номеров.

Остановимся подробнее на результатах рассмотрения обложек номеров: в журнале Forbes во всех случаях герои выпусков мужчины. Исключением является выпуск №6 от 2021 года – там в журнале двойная обложка. Выпуск посвящен рейтингу «Молодые и перспективные», поэтому на первой обложке герой Алексей Белякин – генеральный директор LegionFarm Group. На второй обложке Ольга Шиханцова – инвестиционный директор в венчурном фонде SpeedInvest. Данный выпуск представлялся с двумя вариантами обложек, однако наполнение журнала было одинаковое (см. Приложение 3). Также стоит отметить про выбор героев. В двух случаях — это иностранные предприниматели (выпуск 2021 / №4, Марко Тронкетти и выпуск 2019 / №9, Майк Калви). Это 5% от общего количества выпусков Forbes Russia. В остальных случаях, а именно в 95%, знаменитости в большей степени связаны своей деятельностью с Россией. Меньше всего на обложках появляются представители шоу-бизнеса (выпуск 2021 / №8, и выпуск 2021 / №11), что также составляет 5%. Также редакция издания прибегает к обложкам, посвященным самой узнаваемой рубрике журнала - рейтингам. Журналы с такой обложкой занимают 8,5% от выпусков журнала с 2019 по 2021 год. Это с периодичностью раз в год повторяется в десятых выпусках («Рейтинг крупнейших частных компаний России»: выпуск 2019 / №10, 2020 / №10, 2021 / №10).

В Forbes Woman Russia обратная ситуация. На обложках появляются исключительно женщины. Среди героинь: успешные предпринимательницы - в 4 из 6 выпусках они задействованы на обложке, в процентном соотношении - 66%. Один раз героиня – спортсменка Мария Шарапова и также один раз модель Наталья Водянова. Стоит отметить, что в журнале они также представляются в роли общественных деятелей и предпринимателей.

Третий параграф «Сравнительный анализ рубрик и жанров Forbes и Forbes Woman» мы посвятили рассмотрению особенностей внутреннего наполнения. Основной жанр, который используется для написания материалов журнала Forbes - аналитическая статья. В среднем этот жанр используется в 38,5% случаев. Второе место по популярности занимает портретный очерк, в котором рассказывается о судьбах и деятельности представителей бизнес-индустрии - 15,4%. Все остальные жанры встречаются в равном количестве среди всех материалов выпуска. Материалы мужского журнала в большей степени написаны в аналитическом стиле, то есть демонстрируют причинно-следственные связи, авторы стараются проникать в суть фактов и явлений.

В женской версии информационный, аналитический и художественно-публицистические жанры уравновешены в процентном содержании: три стиля присутствуют в примерно равных долях, около 30% каждый. Разнообразные жанры способствуют появлению баланса материалов в журнале.

Мы предполагаем, что такая разница между Forbes и Forbes Woman связана с попыткой подобрать наиболее удобные для восприятия форматы подачи информации читателям. Это также является показательным аспектом редакционной политики двух изданий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе мы изучили понятие «редакционная политика», которое относится к средствам массовой информации. В случае нашей работы мы рассматривали печатные издания. В качестве исследуемого материала мы опирались на мужское и женское издания Forbes и Forbes Woman и сопоставляли сходства и различия, которые выявлялись в ходе анализа редакционной политики. Чтобы определить основные аспекты, мы обращались к ключевым критериями редакционной политики. В нашей работе рассматривался творческий коллектив, обложки, рубрики и жанровое своеобразие изданий.

Также для нашей выпускной квалификационной работы было важно обратиться не только к теоретической базе, но и к самим истокам журнала Forbes и Forbes Woman. Для понимания изменений, которые происходили в изданиях, мы рассматривали эпохи, сменявшиеся вместе с руководителями с момента появления журнала Forbes на российском рынке.

В работе мы расширили наше собственное понимание редакционной политики, изучили этот термин с разных сторон и различных пониманий авторитетных деятелей науки. Также предложили методологию изучения, согласно которой можно проанализировать и другие печатные издания.

Исследование редакционной политики журналов Forbes и Forbes Woman позволяет сделать вывод о существенных различиях в подходе к формированию контента и ориентации на целевую аудиторию. Среди наиболее значимых наблюдений нашей работы мы можем выделить следующие.

1. Анализ творческого коллектива показал, что журналы не имеют общих специалистов. Каждая редакция уникальна, из общих точек пересечения - только генеральный директор Эльмар Муртазаев, который руководит компанией, выпускающей журналы Forbes в России. Также выяснили, что в коллективе Forbes Woman численное преимущество у женского пола. Мы связываем это с попыткой выстроить наиболее доверительные отношения с аудиторией.

2. Собранные статистические данные на основе составленных нами таблиц, тоже позволяют сделать некоторые выводы. Обложки журналов имеют схожие черты: обложки включают не только фотографию главного героя, но и различные элементы дизайна, включая шрифты, логотип журнала и другие графические элементы. Отличия в аудиторной направленности видны уже на рассмотрении этого аспекта: в Forbes все герои, за исключением одной обложки, мужчины. Forbes Woman обратная ситуация, в 100% случаев герои женщины. Также отличаются шрифты. По рассмотренной нами классификации, Forbes выделяет заголовочные комплексы «мужским» типом шрифта, Forbes Woman «женским», что также говорит о детальном подходе в выстраивании редакционной политики.
3. Анализ внутреннего наполнения тоже позволил сформировать впечатление об особенностях редакционной политики. Анализ жанров публикаций показал, что большее число материалов – аналитического характера, герои обложек – представители бизнеса и других сфер. В Forbes Woman присутствует баланс: аналитические, информационные и художественно-публицистические материалы уравниваются практически в каждом номере. По нашему мнению, журналы стремятся выбрать наиболее удобные форматы для читателей.

Журнал Forbes, ориентированный на бизнес и экономическую тематику, представляет собой источник информации для профессионалов и предпринимателей. Его обложки, рубрики и жанры отражают актуальные темы в мире бизнеса, финансов и инноваций, а творческий коллектив, работающий над номерами, состоит из экспертов в области экономики и журналистики.

В то же время, журнал Forbes Woman, ориентированный на женскую аудиторию, отличается своей редакционной политикой, призванной отразить интересы и потребности современных женщин в контексте бизнеса и карьеры. Обложки, рубрики и жанры данного издания сконцентрированы на темах, важных для женщин в сфере бизнеса, лидерства и саморазвития.

Творческий коллектив журнала Forbes Woman состоит из специалистов по гендерным вопросам, психологии и журналистики, что обеспечивает качественное освещение тематики с учетом женской перспективы.

На наш взгляд, анализ редакционной политики журналов Forbes и Forbes Woman подчеркивает их различия в направленности на разные аудитории, что отражается в выборе контента, структуре изданий и составе творческих коллективов.

Также наша работа имеет перспективу для дальнейшего исследования. Журнал Forbes имеет приложение Forbes Life, выпускающийся также в печатном виде. Поэтому представляется научный интерес сопоставить мужскую и женскую версию изданий с этим форматом, найти отличия и особенности этого типа средства массовой информации.