НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 070

Роль функций журналистики в трансляции контента глянцевыми изданиями

Ксения Сергеевна СУТОРМИНА ✉
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
✉ ksusha.sutormina@mail.ru

Аннотация. Развитие глянца и возрастание его влияния на аудиторию обострили вопрос о роли функций журналистики в процессе трансляции контента изданиями подобного типа. Новизна работы заключается в анализе функционала глянцевых изданий с целью изучения значения данных функций в культурном развитии аудитории. Эмпирический материал исследования – рубрики и разделы сайта и печатной версии журналов Vogue Italia и Voice, разделы сайта издания The Blueprint.
Ключевые слова: глянцевые издания, функции, журналистика, культура, аудитория

Для цитирования: *Сутормина К.С.* Роль функций журналистики в трансляции контента глянцевыми изданиями // Державинский форум. 2025. Т. 9. № 1. С. 90-96.

ORIGINAL ARTICLE
UDC 070

The role of journalism functions in content broadcasting by glossy publications

Kseniya S. SUTORMINA ✉
Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation
✉ ksusha.sutormina@mail.ru

Abstract. The glossy magazines' development and their increasing influence on audiences has led to a heightened discussion about the journalistic functions role in the content production for this kind publications. The novel contribution of this work lies in the functional aspects analysis' of glossy magazines with the aim of exploring the significance of these functions for the cultural development of audiences. Empirical research material for this study includes the headings, sections, and content of the websites and printed editions of Vogue Italia and Voice magazines, as well as sections of The Blueprint's website.
Keywords: glossy publications, function, journalism, culture, audience

For citation: Sutormina, K.S. (2025). The role of journalism functions in content broadcasting by glossy publications. *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, vol. 9, no. 1, pp. 90-96.

© Сутормина К.С., 2025

ВВЕДЕНИЕ

Глянцевые журналы являются основными трансляторами модных тенденций, показывают читателям реалии современного мира, освещают особенности эпохи и ее тренды. Однако утверждение, что глянцевые издания уделяют внимание только моде, ошибочно. Сегодня глянец является неотъемлемой частью такого феномена, как фэшн-журналистика, «который не просто задает вектор моды, но и определяет материальные и духовные ценности, нормы поведения, правила, стереотипы, традиции» [1, с. 48]. Современный глянец формирует не только понимание индустрии красоты, но и содержит информацию о культуре, здоровье, спорте и многом другом, что способствует разностороннему развитию читателей и удовлетворению актуальной в современном мире потребности в постоянном самообразовании. Важно отметить, что формирование культуры происходит функционально, так как «функциональная сторона существования социальной системы облегчает само описание данной системы, усиливает ее прочность и надежность, во многом определяет ее динамико-эволюционные (аутопойетические) характеристики» [2, с. 47]. Именно поэтому тематические разделы изданий выполняют различные функции журналистики, что делает журналы универсальными, позволяет им не только развлекать, но и обучать аудиторию.

Проблема влияния глянца на аудиторию стабильно привлекает внимание исследователей. Так, А.О. Слепцова и О.В. Ромах в своей работе «Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры» утверждают, что в изданиях подобного формата подается много актуальной мотивирующей информации. Авторы уверены, что «кажущаяся «легкость» получения этого ставит читателя в ситуацию достижимости любой цели и формирует стремления и целеполагания. <…>. В «глянцевых» журналах, как и в любой другой литературе, содержится определенного рода информация и актуальная информация (правила собеседования, здоровый образ жизни и т. п.), показаны желаемые иллюстрированные образцы, то есть визуализация устремлений» [3]. Авторы говорят и о том, что восприятие материалов зависит от личностных особенностей читателей, их ценностей и установок. Подобное утверждает исследователь Т.Р. Омарова (Умарова) в работе «Глянцевые журналы и их социальные и культурные ресурсы влияния на читателя». Несмотря на то, что автор постоянно подчеркивает тот факт, что глянцевые издания направлены на определенные слои населения, упоминается и то, что «дискурс ГЖ понимается нами как репрезентация особой ментальности, результатом которой является формирование ценностной ориентации общества, что постигается способом подачи материала, конструирующим образ и стиль современного человека, особенно женщины» [4, с. 144].

Ряд авторов рассматривают влияние глянцевой рекламы на молодежь, технологию создания различных образов в журналах подобного формата и особенности лексики глянца. Но в данном исследовании мы фокусируем внимание на влиянии глянца на читателей и его место в системе массовых коммуникаций.

Важно отметить, что вся информация в глянце подается структурировано, дифференцируется на разделы и подразделы, каждый из которых выполняет свою функцию. В данной работе мы будем опираться на те функции, которые описывает Е.В. Прохоров в фундаментальной работе «Введение в теорию журналистики»[1]. Ав-

[1] *Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. Москва: Аспект Пресс, 2011. 351 с.

тор выделяет такие основные функции журналистики, как коммуникативная, ориентирующая или идеологическая, культуроформирующая, рекламно-справочная и рекреативная.

Развитие глянца и возрастание его влияния на аудиторию обострили вопрос о роли функций журналистики в процессе подачи контента изданиями подобного типа и формирование культуры читателей.

Новизна работы заключается в рассмотрении того, какие функции выполняют рубрики, предлагаемые глянцевыми изданиями, и выявление того, как реализация этих функций помогает в формировании культуры читателей.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Эмпирический материал исследования – рубрики и разделы на сайте и в печатной версии журналов Vogue Italia и Voice, разделы на сайте издания The Blueprint за период 2022–2024 гг.

Методы исследования – аналитический (сбор, анализ, систематизация информации) и функциональный.

Цель исследования – выяснить, какие функции журналистики выполняют рубрики в рассматриваемых глянцевых изданиях.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Vogue Italia. На сайте Vogue Italia[2] раздел «Мода» выполняет такие функции, как культуроформирующая и рекреативная. Авторы статей стремятся дать читателям понимание о моде как одной из направлений культуры. В разделе представлена информация из мира моды, которая включает в себя новости, модные тенденции, руководство по стилю, обзоры с модных показов, интервью и многое другое, что так или иначе связано с данной сферой. Рекреативная функция раздела реализуется путем снятия напряжения и получения удовольствия и эстетического наслаждения.

Эту же функцию выполняет и раздел «Красота», который содержит советы по макияжу и прическам, уходу за лицом и телом, достижению хорошего самочувствия и спорту, а также все, что может быть интересно невестам: свадебные образы, подборки фильмов и книг про свадьбы, свадебный справочник и многое другое. Отметим, что данный раздел также выполняет культуроформирующую функцию, так как его материалы направлены на эстетическое воспитание читателей. Раздел реализует и ориентирующую, и идеологическую функцию, ведь одна из рубрик раздела направлена на повышение интереса к здоровому образу жизни.

Предварительным и обязательным условием информационного взаимодействия в сфере журналистики является установление контакта с читателями. За это отвечает коммуникативная функция. Ее реализацию можно найти в разделе «Текущие события», где размещены последние новости из разных сфер жизни.

Эту же функцию выполняет и раздел “Lifestyle”, который содержит материалы про свадьбы, медовые месяцы, праздники, гороскоп, шоппинг, новости из мира моды и жизни знаменитостей. Помимо коммуникативной функции, можно выделить рекламно-формирующую, так как раздел направлен на информационное обеспечение мира увлечений разных слоев аудитории и культуроформирующую, так как происходит погружение в различные темы, влияющие на духовное развитие людей.

Раздел «Парады» (имеются в виду модные показы) содержит архив изображений, фото с последних показов, информацию о дизайнерах, что говорит о

[2] Vogue Italia. URL: https://www.vogue.it/ (accessed: 08.10.2024)

том, что он выполняет культуроформирующую и рекреативную функции.

Раздел “Vogue 60” является тематическим и посвящен шестидесятилетию итальянского Vogue. Содержит историю данного журнала, фото знаковых обложек, снимки с мероприятий, посвященных этой дате. Все это позволяет сказать, что раздел выполняет культуроформирующую функцию.

Раздел “PhotoVogue” исполняет культуроформирующую и идеологическую функции, выкладывая фотографии, продвигающие равенство полов, рас и культур, затрагивающие важные для общества темы. Это способствует повышению визуальной грамотности и созданию более справедливого, этичного и инклюзивного мира.

Раздел “Vogue Shop” представляет собой каталог товаров Vogue и выполняет рекламно-справочную функцию, так как удовлетворяет потребность в покупках нового.

В разделе «Видео» публикуются развлекательные видео, в которых знаменитости показывают содержимое своих сумок, собираются на различные мероприятия, рассказывают о своем модном пути и составляют образы на каждый день. Все это говорит об осуществлении в данном разделе рекреативной функции.

Рубрики в журнале частично повторяют разделы сайта. Традиционно номер начинается с письма редактора, в котором главный редактор делится впечатлениями о тех темах, которые поднялись в данном номере. Далее идут такие рубрики, как новости, выполняющие коммуникативную функцию, мода и украшения, материалы которых исполняют культуроформирующую, рекреативную и рекламно-справочную функции. Затем раздел, посвященный красоте и здоровью, который выполняет ориентирующую, или идеологическую, культуроформирующую и рекреативную функции.

Vogue Italia содержит большое количество информации из мира моды и красоты, что, на первый взгляд, является типичным для глянцевых изданий. Однако в журнале присутствуют материалы, направленные на продвижение здорового образа жизни, этичности и толерантности, повышение визуальной грамотности. Разделы данного издания выполняют все функции, которые можно найти в классификации, взятой нами за основу.

The Voice. На сайте издания в разделе «Новости» представлена информация о событиях, происходящих в мире отечественного и зарубежного шоу-бизнеса, что говорит о том, что он выполняет коммуникативную функцию. Она же, наравне с рекреативной, проявляется и в разделе «Звезды», где размещены материалы, содержащие последние новости о знаменитостях, интервью со звездами, статьи об их личной жизни и карьере.

Раздел «Здоровье» выполняет ориентирующую, или идеологическую и культуроформирующую функции. В нем содержатся статьи о правильном питании, медикаментах, косметологии, спорте, функционировании организма, выборе врача и многом другом, что так или иначе связано со здоровьем человека. Материалы, представленные в разделе, направлены на пропаганду здорового образа жизни и формирование культуры здоровья.

Данную функцию выполняет и раздел «Мода», где представлены статьи, содержащие последние модные тенденции, советы по стилю, подборки одежды, обуви и аксессуаров. Авторы стремятся сформировать у читателей понимание индустрии моды, делая материалы полезными, интересными и расслабляющими, что говорит о проявлении рекреативной функции журналистики.

Рекреативную функцию выполняет и раздел «Красота», посвященный уходу за лицом и телом, советам по макияжу и прическам, последним трендам в мани-

кюре и педикюре и многому другому. Здесь же проявляется и культуроформирующая функция, так как материалы направлены на эстетическое воспитание читателей. Такие же функции выполняет и раздел «Красота и здоровье» печатной версии журнала, в котором собраны материалы о бьюти-средствах, косметических процедурах, уходу за здоровьем.

Раздел «Секс» знакомит читателей с тонкостями интимной гигиены, предлагает подборки фильмов, книг и статьей по теме раздела. Все это говорит о проявлении культуроформирующей функции.

Рубрика «Везде как дома», являющаяся составляющим раздела «Видео», представляет собой серию видеороликов с шоппингом в разных городах страны. Видеоролики имеют развлекательный характер, а сам раздел выполняет рекреативную функцию.

Рубрики в журнале отчасти похожи на разделы сайта. В номере есть письмо редактора, Voice на связи, кино, музыка и книги, гороскоп. В разделе «Здесь и сейчас» представлены интервью со знаменитостями, бьюти-хиты, образ месяца. Все это указывает на проявление коммуникативной и рекреативной функций.

Материалы раздела «Карьера и деньги» посвящены финансам и всему, что с ними связано, выполняют культуроформирующую и ориентирующую функции, так как направлены на формирование финансовой грамотности.

Раздел «Психология» базируется на статьях, посвященных ментальному здоровью людей, и советах по обретению внутреннего покоя. В разделе в большей степени проявляется ориентирующая, или идеологическая функция, так как статьи оказывают влияние на мировоззрение и ценностные ориентиры читателей.

Раздел «Образ жизни» выполняет такие функции, как рекламно-справочная, так как обеспечивает информационное обеспеченье увлечений, и рекреативная. Здесь представлена такая рубрика, как «24 часа с…», в которой какая-либо знаменитость рассказывает про свой распорядок дня, статьи с рецептами, обзорами книг и картин.

Журнал старается дать читателям практические советы по уходу за физическим и ментальным здоровьем, спорту, гигиене, что является важной составляющий жизни людей. Разделы издания направлены не только на развлечение, но и на формирование культуры, ценностных ориентиров, налаживание контакта с читателями.

The Blueprint. Глянцевое издание The Blueprint представлено только в сетевой версии, однако это не делает его контент менее разнообразным.

Раздел «Мода» является многофункциональным, выполняя коммуникативную, культуроформирующую и рекреативную функции. В разделе содержатся статьи о работе в индустрии моды, развитии глянцевых журналов и модных домов, новости из жизни знаменитостей, обзоры последних трендов, подборки одежды, обуви и аксессуаров для того или иного мероприятия, материалы по истории моды.

Раздел «Красота» посвящен новинкам в индустрии красоты, уходу за здоровьем, медицинским процедурам, уходу за лицом и телом, макияжу, маникюру, волосам, подборкам ароматов и разбору рекламы духов и фэшн-съемкам. Все это позволяет сделать вывод о том, что раздел направлен на формирование понимания красоты у читателей и выполняет культуроформирующую функцию.

Она же выполняется в разделе «Культура»: собраны новости культуры, подборки книг, фильмов, музыки, культурных мероприятий, рецензии на различные произведения и театральные постановки, статьи по истории литературы, материалы об исполнителях и музыкальных группах, стихах, живописи, литературных направ-

лениях, танцах, различные интервью с культурными деятелями и многое другое. Раздел полностью направлен на разностороннее культурное развитие читателей.

Статьи об архитектуре, жизни дизайнеров и оформителей, составление интерьеров и дизайне в кино можно найти в разделе «Образ жизни». Там же находятся подборки достопримечательностей, гиды по городам, рецепты, статьи о спорте и интерактивы от редакции. Различные подборки позволяют сказать, что в разделе основной является рекламно-справочная функция, так как материалы информационно обеспечивают мир увлечений людей. Интерактивная же составляющая говорит о выполнение рекреативной функции.

Основой раздела «Новости» является реализация коммуникативной функции. Здесь содержатся последние новости из жизни знаменитостей, модной индустрии, сфер искусства, спорта, здоровья, красоты.

Она же выполняется и в разделе «Карьера», где публикуются предложения работы в различных компаниях и интервью, в которых успешные люди делятся своим опытом работы, дают различные советы.

Раздел «Коллаборации» представляет собой магазин с продукцией Blueprint и удовлетворяет утилитарные потребности людей, что позволяет нам говорить о рекламно-справочной функции раздела.

Издание является нетипичным глянцевым журналом. Оно не только дает знания в сфере моды и красоты, но и обучает своих читателей, мотивирует их на всестороннее развитие, помогает в достижении карьерных высот. Об этом говорит выполнение всех функций журналистики. Много материалов издания направлено на коммуникацию с аудиторией, что подтверждает популярность коммуникативной функции разделов.

ВЫВОД

На основе проведенного анализа можем сделать вывод, что рассматриваемые глянцевые издания предлагают своей аудитории разнообразный материал, включающий в себя статьи не только про стиль и моду. На сайтах и в печатных версиях издания много материалов про культуру, спорт, путешествия, психологию, здоровье, что помогает читателям следить за трендами в самых разнообразных сферах жизни и удовлетворяет потребность в постоянном самосовершенствовании. Издания стремятся воспитать в читателях культуру потребления, этичность и толерантность, насмотренность, дать практические советы по уходу за здоровьем, замотивировать на свершение нового и полезного для общества. Все это делает их уникальными, непохожими на стереотипное представление о глянце. На нетипичность указывает и то, что разделы и рубрики рассматриваемых изданий выполняют различные функции журналистики, избегая доминирования исключительно рекреативной функции. Это делает глянец важной составляющей жизни, позволяет ему быть амбассадором большей части медийных продуктов, создавая позитивный настрой и влияние на отношение людей к самим себе, к своим знаниям, формирует оптимистические настроения среди населения.

Практическое значение данного исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы глянцевыми изданиями для создания уникального контента и увеличения числа читателей.

В дальнейшем влияние реализации функций журналистики на качество контента может изучаться на примере других глянцевых изданий с опорой на иную классификацию.

Список источников

1. *Зверева Е.А., Титова Т.Ю.* Взаимодействие современных fashion-изданий с читательской аудиторией: социокультурный аспект // Челябинский гуманитарий. 2022. № 1 (58). С. 46-55. https://doi.org/10.47475/1999-5407-2022-10105, https://elibrary.ru/keivyp
2. *Латышева Ж.В.* Функции журналистики как социальные константы // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 6-3 (69). С. 47-50. https://doi.org/10.24412/2500-1000-2022-6-3-47-50, https://elibrary.ru/srtifo
3. *Слепцова А., Ромах О.В.* Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры // Аналитика культурологии. 2008. № 3 (12). С. 247-250. https://elibrary.ru/qytklj
4. *Омарова (Умарова) Т.Р.* Глянцевые журналы и их социальные и культурные ресурсы влияния на читателя // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. № 11 (750). С. 143-148. https://elibrary.ru/ymecmh

References

1. Zvereva E.A., Titova T.Yu. (2022). Interaction of modern fashion publications with the readership: socio-cultural aspect. *Chelyabinskii Gumanitarii*, no. 1 (58), pp. 46-55. (In Russ.) https://doi.org/10.47475/1999-5407-2022-10105, https://elibrary.ru/keivyp
2. Latysheva Zh.V. (2022). Functions of journalism as social constants. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, no. 6-3 (69), pp. 47-50. (In Russ.) https://doi.org/10.24412/2500-1000-2022-6-3-47-50, https://elibrary.ru/srtifo
3. Sleptsova A., Romakh O.V. (2008). Glossy magazine as a genre of modern mass culture. *Analitika Kul'turologii*, no. 3 (12), pp. 247-250. (In Russ.) https://elibrary.ru/qytklj
4. Omarova (Umarova) T.R. (2016). Glossy Magazines and their social and cultural resources that exert influence upon the reader. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki = Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, no. 11 (750), pp. 143-148. (In Russ.) https://elibrary.ru/ymecmh

Информация об авторе

Сутормина Ксения Сергеевна, студентка института образования и общественных наук, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, ksusha.sutormina@mail.ru

Information about the author

Kseniya S. Sutormina, Student of Institute of Education and Social Sciences, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, ksusha.sutormina@mail.ru

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 12.11.2024
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 20.01.2025
Принята к публикации / Accepted for publication 03.03.2025