

## ГЛОКАЛИЗАЦИЯ НА РЫНКЕ ГЛЯНЦЕВЫХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «TATLER»)

В.В. Бирюкова

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

vic-tory94@yandex.ru

На российском журнальном рынке сегодня отчетливо прослеживается тенденция к глобализации печатной индустрии, что ведет к трансформации журнальной периодики, глобальный продукт адаптируется под локальные предпочтения аудитории, что называется глокализацией. Термин «глокализация» впервые использовал президент японской компании «Sony» Акио Морита в 1980-е годы для обозначения конкретной стратегии продвижения на национальные рынки товаров, которые производили в глобальном масштабе в других регионах мира [цит. по: 3]. В основе глокализации – удовлетворение потребностей аудитории с учетом их интересов, а также традиций и культуры определенной страны в современных условиях. Различные издательские дома выпускают аналоги журналов в соответствии с потребностями читателей на локальных рынках. Так, журнальное издательство «CondeNast», подразделение компании Advance Publications, выпускает журнал «Tatler», имеющий несколько аналогов: британский, российский азиатский.

Первый номер журнала «Tatler» вышел в 1709 году в Великобритании [2]. Основатель – ирландский писатель и журналист Ричард Стил, который в дальнейшем сотрудничал с Джозефом Аддисоном. Основной контент журнала составляли нравоучительные эссе, написанные при помощи метода «маски».

«Современный» «Tatler» появился в 1901 году, когда главным редактором был британский журналист и литературный критик Климент Шортер. Издание «Tatler» выходило раз в неделю. На обложке размещался подзаголовок: «Иллюстрированный журнал об обществе и драме», на страницах – репортажи с балов, важных встреч и благотворительных мероприятий, которые посещали первые лица Лондона и корреспонденты авторитетного «Tatler». Концепция журнала и его основная идея остались неизменной.

Сегодня главный редактор британского премиумного журнала – Кейт Риардон, которая возглавляет издание с декабря 2010 года и является 17-м редактором в истории журнала «Tatler» [2]. В британском аналоге не публикуется традиционное письмо редактора, в отличие от российской и азиатской версий. Тираж насчитывает 80 035 экземпляров. Как показывает статистика, читают журнал в основном женщины – 73% [6].

В Великобритании 51% читателей журнала «Tatler» превышают 40-летний возраст [6], в то время как в России возраст читательниц журнала – от 20 до 35 лет [4], а в Азии – больше половины читателей старше 30 лет (74%) [7].

Рубрикация аналогична российской версии, меняется только последовательность. Британский «Tatler» начинается с рубрики «Мода», русский же модой заканчивается. Тематика рубрик традиционна для глянцевого издания: «Красота», «Путешествия», «Tatler Дом» (редакция издания заходит в гости к знаменитым людям Лондона), «Что в городе» (о самых значимых людях столицы Англии, а также о последних событиях, произошедших в Лондоне), «Tatler Очевидец» (репортажи со светских мероприятий).

В последние несколько лет в издании встречаются рисунки, иногда черно-белые. Тексты, как и несколько сотен лет назад, посвящены первым лицам Англии. В профиле журнала в социальной сети Instagram регулярно публикуются обложки выпусков «Tatler» прошлого века. В основном эти обложки были рисованными. Несмотря на склонность редакции к консерватизму, обложка современной версии журнала – это фотография, на которой изображены актрисы, модели, значимые личности Лондона.

На счету у британской версии журнала – десятки приложений: «Tatler Путешествия», «Tatler Рестораны», «Tatler Школа», «Tatler SPA», «Tatler Красота», «Tatler Волосы», а также «Tatler Royal Baby», приуроченный к рождению королевского наследника Великобритании. Приложение носило исторический характер, напоминая читателям об овсех наследниках королевского трона.

«Tatler» знаком и жителям Азии. Журнал распространяется в Гонконге, Макао, Китае, Индонезии, Тайване, Сингапуре, Малайзии, Филиппинах, Таиланде и на острове Пхукет.

У азиатской версии, в частности у аналога Гонконга, который выходит с 1977 года, присутствуют отличия в дизайне и содержании [5]. Так, обложки азиатских версий носят более сдержанный характер, цвета темнее и спокойнее. Традицией стал и надзаголовок: «The spirit of high society» (дух высшего общества). Редакция азиатского аналога, в отличие от британского, предпочитает публиковать материалы не об отдельных личностях, а освещать общие, нейтральные темы. Исключение — рубрика «Лица», где размещаются фотографии с важных встреч и мероприятий. Но даже в интервью вопросы носят философский характер: о правилах жизни респондента и его отношении к современным веяниям и взаимоотношениям в семье. В журнале также публикуются семейные фотографии. Таким образом, восточный аналог журнала носит преимущественно семейный характер.

Большинство приложений азиатской версии аналогичны британскому «Tatler»: «Красота», «Мода», «Дом». Но есть номера, которые не имеют аналогов: «Рождество», «Свадьбы», «Земельный участок».

Российская версия журнала выходит с 2008 года [2]. Действующий главный редактор – Ксения Соловьева. Лидером по распространению издания является Москва (55%), Санкт-Петербург занимает вторую позицию (11%), далее расположился Центральный регион (8%), следом – Урал (7%) и Сибирь (7%), на Юге число экземпляров достигает 6%, завершает рейтинг Дальний восток (2%) [4]. У ежемесячного журнала цена свободная (в среднем – около 110 рублей). Рекламные полосы носят тематический характер – рекламируются только те вещи, которые могут быть интересны аудитории. Всего реклама занимает 75-80 полос. Отсюда можно сделать вывод, что основным источником дохода является реклама, которая в больших количествах публикуется на страницах российского издания.

Российский аналог журнала также выпускает приложения и спецпроекты: «Tatler Красота», «Tatler Лучшие школы мира», «Tatler Лучшие рестораны». Помимо этого, бренд «Tatler» выходит далеко за пределы печатного мира. Бал дебютанток «Tatler», проводимый в Москве, представляет обществу 12 юных наследниц известных фамилий, которые впервые в своей жизни выходят в свет.

В российском аналоге присутствует традиционное письмо редактора, которого нет в британской версии. Рубрика «Tatler в сети» включает в себя ссылки на все официальные страницы издания в сети Интернет. Рубрика «Наши авторы» – своеобразное поощрение журналистов, которые подготавливали материалы в номер. Рубрика «Party» предполагает освещение определенного мероприятия и большое количество фотографий. «Между нами» – репортаж со встречи с известными людьми, «Дом» – интервью или очерк о жизни известных людей, «Рестораны» – обзор лучших ресторанов мира. В каждом выпуске – отдельное место, которое подробно описывают журналисты, встречаясь с владельцами ресторанного бизнеса. «Tatler Мода» – в данном разделе публикуются новости из мира моды с комментариями экспертов. В журнале «Tatler» есть собственный ювелирный эксперт, который ведет свою колонку, оценивая последние новинки украшений. «Tatler Красота» – рубрика, по своей структуре аналогичная разделу «Мода», в рубрике «Культпросвет» публикуются рецензии на фильмы, книги, музыкальные альбомы. Помимо этого, существует афиша культурных мероприятий, проводимых в Москве. В журнале также существуют рубрики «Путешествия» и «Гороскоп», в каждом выпуске опубликован «Englishsummary», в котором эксклюзивные интервью и материалы переведены на английский язык (краткое содержание). На предпоследней полосе опубликованы адреса

магазинов Москвы, в которых можно найти свежий выпуск журнала «Tatler». Журналу свойственно использование заимствованных слов из английского языка. Помимо этого, журналисты употребляют большое количество специализированных терминов, которые связаны с модой, ресторанным бизнесом.

Таким образом, явление глокализации влияет на контент журнала «Tatler»: видоизменяет его дизайн, концепцию текстовых материалов. В Великобритании редакция журнала уделяет особенное внимание королевской семье. Редакция английского аналога больше привержена к консервативному подходу создания журнала. Азиатская версия носит семейный характер, что объясняется особенностью культурных ценностей аудитории. Российский аналог обзревает современные тенденции общественной жизни, т.к. данная версия имеет самый непродолжительный характер существования – первый номер российского «Tatler» вышел в 2008 году.

#### Список литературы

1. Официальный сайт издательского дома CondeNast.URL:  
<https://www.condenast.co.uk/tatler/>
2. Энциклопедия моды / информационный сайт. URL:  
<https://wiki.wildberries.ru/глянец> (дата обращения: 02.03.2018).
3. Энциклопедия. URL: <http://knowledge.su/g/glokalizatsiya>
4. Tatler Россия. Медиакит. URL:  
<https://www.condenast.ru/portfolio/magazines/tatler/circulation/>(дата обращения: 28.02.2018).
5. Tatler Гонконг. Официальный сайт. URL: <https://hk.asiatatler.com/society/tatler-throwback-8-highlights-from-the-hong-kong-tatler-archives>
6. Tatler Великобритания. Медиакит.  
URL:[https://cnda.condenast.co.uk/static/mediapack/ta\\_media\\_pack\\_latest.pdf](https://cnda.condenast.co.uk/static/mediapack/ta_media_pack_latest.pdf)
7. Tatler Гонконг. Медиакит. URL: [http://edipressemedia.com/wp-content/uploads/2016/11/НКТ-Homes\\_Media\\_Kit\\_2017.pdf](http://edipressemedia.com/wp-content/uploads/2016/11/НКТ-Homes_Media_Kit_2017.pdf)