

**Аннотация магистерской диссертации  
Полежаевой Екатерины Сергеевны  
«МОДЕЛЬ ЖУРНАЛА ДЛЯ ИНОСТРАННОГО ТУРИСТА»  
(**«MODEL ISSUE FOR FOREIGN TOURIST»**)  
Н. рук. – Георгиева Елена Савова, канд. полит. наук, ст. преподаватель  
Направление подготовки – Журналистика  
Профиль – Международная журналистика**

**Ключевые слова:** модель журнала, досуговая журналистика, социология досуга, журналистика «стиля жизни», сервис-журналистика.

**Key words:** model issue, leisure journalism, sociology of leisure, lifestyle journalism, service journalism.

**Актуальность исследования.** Издания, ориентированные на иностранных читателей, в частности на туристов, всегда были востребованы, особенно в крупных мегаполисах. Санкт-Петербург является одним из наиболее часто посещаемых туристами городов не только в России, но и в Европе, что, в свою очередь, способствует развитию специализированных масс-медиа и в частности, досуговой журналистики. Широкий круг интересов аудитории, а также ее неоднородный состав сыграл ключевую роль в развитии сегмента досуговой журналистики, благодаря чему, сегодня мы можем наблюдать множество подвидов в рамках данного сегмента. Однако, на сегодняшний день, в городе нет специального досугового издания, которое было бы предназначено именно иностранному туриstu. Данная ниша заполнена исключительно рекламной периодикой, на страницах которой практически отсутствуют журналистские тексты. Вместе с тем, мы наблюдаем, еще одну особенность. Рынок журналов, предназначенных, в том числе и туристам, в основном заполнен российскими версиями популярных зарубежных изданий. Таким образом, популярность и узнаваемость того или иного бренда зачастую оказывают решающее влияние на выбор аудитории.

Сегодня мы можем наблюдать достаточно высокий уровень сегментации в сфере досуговой журналистики, данный процесс особенно характерен для крупных городов с развитой индустрией развлечений. Свообразным ориентиром в культурной жизни, сферах развлечения и потребления выступают так называемые журналы-гиды. Интерес вызывает тот факт, что зачастую данные издания по типологическим характеристикам можно отнести не только к нише досуговых СМИ, но также к сегменту бортовых корпоративных изданий. На наш взгляд, важно изучить рынок городских досуговых журналов Санкт-Петербурга, чтобы понять причины их недостаточной представленности и специфического контента.

**Научная новизна** исследования заключается в детальном изучении современного рынка досуговых журналов Санкт-Петербурга, составлении типологии городских журналов, предназначенных иностранным туристам, а также, в выявлении основных особенностей модели журнала, сочетающего в себе черты гида по городу, развлекательного издания и рекламного проспекта. Данная тема на сегодняшний день недостаточно изучена. Несмотря на процесс сегментации не только специализированной, но и досуговой журналистики, ниша изданий, направленных на удовлетворение потребностей иностранных гостей города, в целом остается незаполненной.

В качестве **объекта** исследования нами были выбраны городские досуговые журналы (на примере досуговых журналов Санкт-Петербурга).

**Предметом** исследования стали типологические, формообразующие и языковые особенности досуговых журналов Санкт-Петербурга.

**Цель** магистерской диссертации – выявить особенности модели журнала, предназначенного для иностранного туриста.

Поставленная цель обусловила круг необходимых к выполнению **задач**:

- определить понятия «досуговая журналистика», «журналистика стиля жизни», «сервис-журналистика»;
- представить типологию досуговых изданий в российской и зарубежной медиа-практике;
- рассмотреть процесс развития досуговой журналистики в России;
- изучить рынок досуговых изданий Санкт-Петербурга;
- проанализировать журналы Санкт-Петербурга, ориентированные на иностранного туриста;
- выявить особенности городского издания, направленного на иностранного туриста.

**Теоретическую базу** диссертации составили научные труды российских учёных и медиа-исследователей, посвященные изучению досуговой журналистики в России и за рубежом, в том числе работы Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветаевой, В. В. Васильевой, В. И. Шароградского, П. Н. Базанова, О. Н. Косогор, А. А. Слепцовой, О. В. Ромах, В. Гута, Л. Н. Федотовой, В. А. Буряковской, Р. А. Стеббинса, Б. Ламберта, Ж. Р. Дюмаздье. В процессе определения основных терминов и понятий, мы опирались на этимологические и толковые словари М. Фасмера, Г. П. Цыганенко, Н. М. Шанского, С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведова, В. Даля. Исследуя функциональные особенности массмедиа, мы изучили труды С. И. Сметаниной, С. Г. Корконосенко, Е. П. Прохорова. Также, мы проанализировали характеристики современного общества, опираясь на труды таких философов и социологов, как Ж. Бодрийяр и Г. Лебон.

В основу **методологической базы** был положен комплексный подход, обусловленный целями и задачами работы. В рамках исследования теоретических аспектов работы мы опирались на общенаучные методы, в том числе на исторический метод, теоретический анализ, метод типологизации. В процессе работы с эмпирическим материалом исследования мы использовали сравнительно-типологический анализ, дискурс-анализ и экспертное интервью.

**Эмпирическую базу** работы составили выпуски и материалы журналов «TIME OUT Петербург», «Where St. Petersburg» «ТаксовичкоФ». В рамках исследования автором был рассмотрен также британский журнал «TIMEOUT London», что позволило сравнить оригинальную и русскоязычную версии журналов, выявить сходства и различия двух моделей. Хронологические рамки исследования охватили 2014-2016 гг.

**Структура работы** обусловлена ее целью и задачами и состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Первая глава посвящена рассмотрению теоретических аспектов развития досуговой журналистики, журналистики стиля жизни и сервис-журналистики, определении типологии досуговых изданий, а также изучению российского и петербургского рынков досуговых журналов и изданий, предназначенных иностранному туриstu.

Вторая глава носит эмпирический характер и посвящена детальному анализу контента городских журналов, предназначенных иностранному туриstu. Также, во второй главе была предпринята попытка выделить основные характеристики модели журнала, который способен удовлетворить потребности аудитории гостей города, прибывших из других стран.