

3. Ишимбаева Г. Г. Интертекст русской литературы в новелле Т. Манна «Тонио Крегер» // Российский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8, № 1. С. 68–76.
4. Кочеткова А. П. Образ художника в новелле Томаса Манна «Тонио Крегер» // Филологические чтения: материалы междунар. науч.-практ. конф. Оренбург: ИПК Университет, 2019. С. 351–356.
5. Манн Т. Счастье // Манн Т. Собрание сочинений в десяти томах. Т. 7. Рассказы. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1960. С. 271–283.
6. Мельникова Л. А. Тема искусства в новелле Т. Манна “Gladius Dei” // Lingua-Universum. 2022. № 5. С. 8–10.
7. Рзаева С. Т. Г. Новелла Т. Манна «Смерть в Венеции» в интертексте культуры // Научный диалог. 2018. № 5. С. 152–163.

УДК 070

*А. В. Муха, А. В. Андреева (Ростов-на-Дону, Россия)
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)*

Проблемы функционирования и перспективы развития журнала «Дон»

В статье рассматриваются проблемы и перспективы развития журнала «Дон». Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что на современном этапе у издания имеются проблемы, которые связаны с отсутствием коммуникации с аудиторией, оформлением и контентом. Для того чтобы журнал пользовался популярностью у аудитории, изданию необходимо не только выпускать печатную версию, но и транслировать свой контент в Интернете. Авторы полагают, что перспективы развития журнала «Дон» состоят в создании собственного сайта и Telegram-канала, в добавлении иллюстраций и QR-кодов в печатные номера издания, а также в налаживании коммуникации с читателями журнала.

Ключевые слова: «толстый» журнал, Telegram, сайт, издание, интерактивность, журнал, литературно-художественный журнал

Значимость «толстых» журналов очень велика, так как эти издания собирают людей со схожими интересами. В них публикуются молодые писатели и поэты, которые всей душой любят искусство и литературу.

«Толстые» журналы – это форма, позволяющая совместить в одной книге научную энциклопедию, литературно-художественный сборник и политическую газету [1, с. 231]. Они имеют уникальную возможность сближать своих читателей с культурными ценностями определенного региона, знакомить с местными авторами и их произведениями. Однако в настоящее время спрос на такого типа журналы упал.

«Толстые» журналы – это достояние России, которое нужно всемерно поддерживать, так как они являются наследием нашей страны. Так, в конце

2009 года В. В. Путин выделил 50 миллионов рублей, чтобы библиотеки могли приобрести «толстые» журналы. Эта материальная помощь была направлена на увеличение тиража, а также на улучшение качества печати изданий.

На сегодняшний день у «толстых» журналов существуют проблемы, заключающиеся в уменьшении их объема, снижении тиража, а также в периодичности, которая составляет три раза в месяц [2]. Указанные проблемы необходимо решать, так как эти издания распространяются в том числе в регионах с целью прививания любви к литературе и приобщения читателей к духовной жизни своей родины. Таким изданием в Ростове-на-Дону является журнал «Дон».

На первом этапе исследования необходимо определить трактовки термина «толстый журнал». Для этого обратимся к работам современных ученых в области журналистики, которые занимались изучением этого вопроса.

Так, О. Г. Шильникова под «толстым» изданием предлагает понимать журнал, содержащий публикации литературного и политического характера, объемом от 200 до 300 страниц [3].

С. Я. Махонина в пособии «История русской журналистики начала 20 века» пишет, что «толстый» журнал – это тип периодики, вызванный к жизни своеобразными условиями России, и он играет особую роль именно в русской журналистике [4].

Т. А. Снигирева и А. В. Подчиненов в работе «“Толстый” журнал в России как текст и сверхтекст» указывали, что «толстому» журналу в России было всегда важно, чтобы читалась не только первая, беллетристическая часть, но и вторая, посвященная проблемам общественной и литературной жизни страны [5].

Таким образом, к основным характеристикам «толстого» журнала можно отнести следующие:

- 1) объем от 200 до 300 страниц;
- 2) материалы литературного и публицистического характера;
- 3) поднимаются темы общественной и литературной жизни страны.

Рассмотрим журнал «Дон» с учетом перечисленных выше характеристик:

1) объем – от 200 до 500 страниц, при этом отметим, что с 2000-х годов объем журнала составляет 256 страниц и выходит он один раз в три месяца;

2) тематика – литература, искусство, политика и народное хозяйство, а неизменными рубриками с 1945 года остаются «Проза» и «Поэзия» (остальные формируются по мере накопления материала, например, рубрика «Наш Шолохов»);

3) структура – совмещены литературные произведения с журналистскими публикациями, посвященными искусству, политике, литературе.

Современное состояние журнала «Дон» требует трансформации, так как тираж издания упал до 500 экземпляров, уменьшился его объем. Кроме того, сотрудники редакции не имеют четкого представления о том, на какую аудиторию они работают.

Проанализируем проблемы, которые существуют у журнала «Дон» на современном этапе:

- издание выпускается только в печатном виде, у него нет своего сайта или сообщества в социальных сетях;
- в издании практически нет иллюстраций; их отсутствие делает журнал похожим на обычный сборник произведений;
- у журнала нет четко обозначенных миссии, цели и задач;
- не налажены внутренние и внешние коммуникации.

В связи с перечисленными проблемами в издании сформулируем перспективные направления для журнала «Дон».

1. Для того чтобы журнал развивался, редакции необходимо создать свой сайт, где можно разместить информацию об истории издания, его сотрудниках, перечислить рубрики, обозначить целевую аудиторию, а также сформулировать миссию издания, его цели и задачи.

На материалы, опубликованные на официальном сайте, можно будет ссылаться на других платформах, так как здесь сотрудники редакции смогут публиковать полные материалы.

2. В структуру журнала необходимо добавить рубрику, в которой смогут публиковать свои произведения молодые писатели и поэты.

3. Содержание журнала могут разнообразить интервью с представителями культуры, а также с государственными чиновниками в области культуры, с общественными деятелями региона.

4. Дополнительное внимание к изданию могут привлечь иллюстрации. Можно порекомендовать, чтобы редакция журнала вернула на его страницы фотографии. Можно использовать фото, видео, инфографику, карточки. Если сотрудники издания будут выставлять в Telegram только текст, скорее всего, количество подписчиков не будет расти или вовсе пойдет по убывающей.

5. На сайте существует возможность привлечения рекламодателей, а также установление платной подписки. За счет этого редакция сможет не только повысить узнаваемость своего бренда, но и получить дополнительную финансовую поддержку.

6. Кроме официального сайта нужно задействовать и другие площадки для вовлечения аудитории, например, Telegram. Именно здесь можно вести непрерывный диалог с аудиторией.

7. Можно добавить QR-коды: например, прочтение стихотворения или более крупного произведения будет появляться в аудиоформате; фото- или видеоотсылки могут дополнить текст, также QR-код можно использовать в конце издания для перехода на сайт.

8. Успешному продвижению литературно-художественного журнала «Дон» будут способствовать встречи с читателями в тематических кафе города,

в рамках которых можно рассказать о работе над очередным выпуском и обсудить проблемы, связанные с современной литературой.

На основании изложенного сформулируем предложения по развитию журнала «Дон»:

- создать официальный сайт, для того чтобы предоставить широкой аудитории информацию об издании и разместить электронный архив;
- разработать Telegram-канал, эта платформа необходима для привлечения аудитории, где будет размещаться контент с мультимедийными и интерактивными элементами;
- добавить в печатные выпуски иллюстрации и QR-коды, что также может способствовать увеличению числа подписчиков и привлечению внимания к другим площадкам издания;
- проводить встречи с читателями;
- четко обозначить цели, задачи издания и его целевую аудиторию.

Литература

1. Максимов Д. Е. Новый путь. Из прошлого русской журналистики. Л., 1930. С. 129–264.
2. Муха А. В. Региональный литературно-художественный журнал «Дон» в исторической перспективе // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2021. № 1. Т. 1. С. 29–36.
3. Шильникова О. Г. Типологический алгоритм «толстого» журнала в России рубежа XIX–XX веков // Вестник ВолГУ. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2008. Вып. 4. С. 65–77.
4. Махонина С. Я. История русской журналистики. Журналы обычного русского типа. Эволюция толстого журнала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text1/93.htm> (дата обращения: 17.02.2023).
5. «Толстый» журнал в России как текст и сверхтекст [Электронный ресурс]. URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/23477/1/iurg-1999-13-01.pdf> (дата обращения: 20.02.2023).

УДК 130.2

*A. A. Seletskaya, A. G. Mikhaylova (Sevastopol, Russia)
Sevastopol State University*

The influence of popular culture on social behavior

В статье рассматривается массовая культура как одно из наиболее ярких и характерных явлений современного мира. Анализируются специфика массовой культуры, а также ее инструменты, влияющие на социальное поведение. Отмечается, что люди сталкиваются с многочисленными культурными влияниями, которые в значительной степени определяют их