

МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ ЖУРНАЛИ НА РИНКУ ЗМІ

Практичне вивчення журналів з метою визначення їх місця в системі ЗМК передбачає виявлення типологічних ознак і характеристик, а також моделювання і прогнозування нових видань. Такий аналіз включає такі складові: класифікацію за тематичною спрямованістю, визначення типологічних ознак журналів, їх типів, видів, складення логічної класифікаційної моделі та типологічного моделювання.

Аналізуючи міру дослідженості такого специфічного сегмента ринку, як мистецтвознавчі журнали, необхідно констатувати той факт, що як теоретичні, так і практичні розвідки в цій царині майже відсутні. Такий стан речей можна пояснити чи то специфічністю тематики, чи то нерозвинутістю цього сегмента ринку.

Загалом проблема типології журналів уже давно цікавила вчених та видавців-практиків. Типологічні ознаки журнальних видань розглядаються Г. Дзюбенко [1], О. Івановою [2], М. Недопитанським [3], В. Шевченко [4] та іншими науковцями, вони розглядають деякі окремі питання, пов'язані з структурою та типологією журнальних видань. Останнім часом розгляд типологічних особливостей сучасної мистецтвознавчої преси в Україні помітно активізувався, однак подібні розвідки мають поодинокий характер і враховують лише окремі аспекти функціонування журналів згаданої тематики. Цим і визначається актуальність нашого дослідження. Його мета: окреслити типологічні особливості мистецтвознавчих журналів, сукупність різноманітних чинників та критеріїв, що впливають на оформлення журнальної продукції цього типу.

Періодика про культуру та мистецтво в Україні існує, є окремим сегментом інформаційного ринку, але розвинута вона дуже слабо і характеризується неструктурованістю. Як теоретичні, так і практичні розвідки, спрямовані на вивчення цих видань, майже відсутні.

За характером викладу і характером аудиторії мистецтвознавчі видання поділяються на: спеціалізовані масові: «Тор Film», «Кіно Дайджест», «Сінема», «Контрамарка», «Великие Художники», «Галерея Искусств», «Художники України»; спеціалізовані немасові (вузькоспеціалізовані, фахові): «Кіно-театр», «Кіно-коло», «Сучасність», «Ренессанс», «Мистецтво і освіта», «Образотворче мистецтво», «Культура і життя», «Українська культура»; елітні: «Аристократ».

За цільовим призначенням мистецтвознавчі видання поділяються на: освітні: «Великие Художники», «Галерея Искусств», «Художники України»; культурно-освітні й літературно-художні: «Українська культура», «Сучасність», «Ренессанс», «Кіно-театр», «Культура і життя»; наукові, науково-методичні й науково-популярні видання: «Образотворче мистецтво», «Мистецтво і освіта», «Кіно-коло»; life style: «Кино Дайджест», «Top Films», «Сінема», «Контрамарка»; елітні: «Аристократ».

На інформаційному ринку України існує чимало журналів, які працюють на державній чи комерційній основі та цілком чи частково присвячені темі мистецтва. Основні види мистецтв, що розглядаються в них: музика (категорія представлена журналами «Nota», «Афіша», «Поза» тощо); кінематограф («Кіноколо»); живопис («Галерея», «Афіша», «Український художник», «Великие художники»); галерейне життя («Галерея», «Афіша»); інтер'єр, архітектура, дизайн («Салон», «Орхідея», «Domus Design», «А.С.С.»); література («Книжник Ревю», «Критика», «Четвер», «Бібліотечна планета» та ін.); фотографія («Digital Foto», «Фото магазин», «Foto&Video»).

Сучасний журнал з мистецтва, як правило, кольоровий, має глянцеве зовнішнє оформлення, 70% зображального матеріалу. Тематика структурується рубрикацією, що обумовлена певними напрямками культурної діяльності чи видами мистецтв (характеристика напрямку; огляд творчості найцікавіших ключових постатей і їх творчості). Такі журнали можуть бути призначені фахівцям і пересічним громадянам, що цікавляться мистецькою тематикою.

Окремим різновидом журнальної продукції є глянцевиі елітарний журнал – це видання з мінімальним текстовим контентом і високоякісною добіркою ілюстрацій, розраховане на покупця з рівнем доходів вище середнього з мрією про красиве життя. Головні ознаки журналів такого типу це: висока поліграфічна якість, гарні ілюстрації, що здебільше перетворюють процес читання на процес проглядання продукту, що притягує погляд читачів та спонукає придбати його. Серед головних функцій глянцевоі дослідники виокремлюють розважальну та рекреативну, що спрямовані зняти моральне перенавантаження та створити ілюзію глянцевого світу навколо читача.

Більшість мистецтвознавчих журналів орієнтовані на смаки сучасного читача, вони є науково-популярними або глянцевиими елітарними журналами, мають сучасне поліграфічне оформлення. Можна говорити про поліфункціональність таких видань. Репродукції полотен вітчизняних та зарубіжних художників містяться не тільки у часописах, орієнтованих на живопис, а й у літературно-мистецьких, літературно-художніх журналах. У таких часописах приділяється увага і проблемам сучасного кіно, драматургії.

У сучасному суспільстві простежується інформаційна потреба читача у підвищенні обізнаності у галузі культури в цілому та мистецтва зокрема.

Хоча таких видань виходить чимало, але повністю задовольнити потреби сучасного суспільства вони не можуть. Бракує висвітлення окремих тем, напрямків, тенденцій у мистецтві, які цікавлять громадян України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи / Г. Дзюбенко // Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. – 2005. – № 3. – С. 24-31.

2. Іванова О. А. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності : Медіакомунікації з, для і про літературу / Олена Іванова. – Одеса : Астропринт, 2009. – 368 с.

3. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект / М. І. Недопитанський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1553>

4. Шевченко В. Е. Місце журналів з мистецтва на ринку України / В. Е. Шевченко // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского – Серия «Филология». – 2006. – Т. 19 (58). – №5. – С. 104-106.