Е. В. Горлова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛОВ ОБ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ В РОССИИ

Медиа как один из основных источников информации в современном мире стремятся к детализации и расширению своего тематического спектра, к удовлетворению потребностей аудитории. Социальная роль искусства, являющегося важнейшим средоточием всех биологических и социальных процессов, связанных с существованием личности, способом уравновешивания человека с миром в самые критические и ответственные минуты жизни, обусловливает возникновение множества периодических изданий, посвященных этой теме. Потребности аудитории и стремление издателей дать всестороннее освещение искусствоведческой проблематики вызвало к жизни функционирование широкого диапазона журналов об искусстве в России. Их типологизация – насущная задача исследователей. Представленная классификация опирается на четыре критерия, составляющие основу типологического анализа: аудитория, целевая функция, источник финансирования, периодичность (см. труды М. В. Шкондина, М. И. Шостак, И. М. Дзялошинского).

Основные типы журналов об изобразительном искусстве в России – это журналы для широкой аудитории, а также для профессиональной, детской и зарубежной аудиторий; образовательно-просветительские и интегративные журналы («Введенская сторона» и «Meow-mag»); журналы, продвигающие русское искусство, научно-теоретические журналы, афиши и методические («Декоративное искусство», «Русская галерея XXI век», «Артгид» и «Искусство в школе»); бюджетные, частные и корпоративные издания («Юный художник», «Искусство» и "Garage Russia"); еженедельные, ежемесячные, ежеквартальные журналы; журналы, выпускаемые раз в два месяца и два раза в год, альманахи и не имеющие периодичности издания.

Наиболее значимый критерий – целевая функция. Именно от этой характеристики зависят содержательные концепции журнала, его уникальный контент. При этом журналы, заявляя об оригинальности своей концепции, зачастую дублируют друг друга. Данная типологическая группа нуждается в более осознанной профилизации, что приведет к повышению ее эффективности.