

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ О КУЛЬТУРЕ : ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ «ДИАЛОГА ИСКУССТВ» ,
«THE ART MAGAZINE»)**

Выпускная квалификационная работа
студентки по направлению подготовки
42.03.02 «Журналистика»
заочной формы обучения группы 10001450
Костоглодовой Анастасии Николаевны

Научный руководитель:
доцент кафедры журналистики
Е. И. Василенко

БЕЛГОРОД 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
<p style="text-align: center;">ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ПО КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКЕ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОГО СЕГМЕНТА ПЕРИОДИКИ</p>	
1.1. Сущностная характеристика современных отечественных периодических изданий по культурной проблематике.....	7
1.2. Периодические издания по культурной проблематике: типологическое описание.....	13
1.3. Место периодических изданий по культурной проблематике в системе СМИ.....	20
Выводы к главе I.....	24
<p style="text-align: center;">ГЛАВА II. АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ПО КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ДИАЛОГ ИСКУССТВ» И «THE ART MAGAZINE – ИСКУССТВО»</p>	
2.1. Тематическая структура периодических изданий по культурной проблематике.....	26
2.2. Жанровая структура периодических изданий по культурной проблематике.....	34
2.3. Периодические издания по культурной проблематике: визуальная составляющая	40
Выводы к главе II	48
Заключение	51
Список использованных источников	55
Приложения	63

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире средства массовой информации стали важной частью социальной среды, они влияют на мировоззрение и ценностные установки общества как в целом, так и для каждого отдельного индивида в частности [Поликарпова, 2002]. Массмедиа функционируют как основное средство информирования, и такое положение привело их к «сознательной необходимости как можно более полно отвечать потребностям аудитории, детализировать и расширять свой тематический спектр» [Шкондин, 2009: 54]. Российская система СМИ претерпела значительные изменения, вызванные социальными, политическими и экономическими трансформациями в стране, а также глобальными тенденциями в области средств массовой информации. В современной России сформировалась принципиально новая медиасистема, основанная на подходах, радикально отличающих ее от прежней системы [Вартанова, 2015]. В этой системе обосновались новые тематические группы изданий, в основном узкоспециализированные журналы и газеты, которые призваны отражать запросы аудитории в удовлетворении ее специфических потребностей. Ранее такие ниши либо оставались пустыми, либо были представлены незначительным количеством изданий.

В настоящее время можно заметить, что в России все еще продолжается процесс организации и оформления системы СМИ, особенно это касается отдельных сегментов рынка периодических изданий. Наиболее яркой тенденцией стало развитие тематически специализированных ниш – «сказывается спрос аудитории на ранее отсутствующие сегменты прессы» [Шкондин, 2009: 54]. Специализированные типологические ниши расширяют представления общества о состоянии отдельных сегментов общественной жизни, информирует о происходящих в них процессах – часто сложных и неоднозначных.

В России сформировалась особая типологическая группа изданий – периодические издания по культурной проблематике. Это связано как со значительными изменениями в самой сфере культуры и искусства, так и возможностями медиасистемы отразить эти изменения, с необходимостью развивать коммуникации: между деятелями искусства и общественными институтами, между самими деятелями, между многочисленными участниками данного сектора и т. д. Информационные каналы, образующиеся в процессе функционирования сектора, нуждаются в изучении и коррекции для его эффективного развития.

И хотя тема культуры и искусства не получила столь бурного развития, как, например, темы стиля жизни, моды или кулинарии, все же нельзя не констатировать, что периодические издания по культурной проблематике попадают под общие тенденции становления, развития, расширения и оформления типологического статуса.

Таким образом, **актуальность темы данного исследования** определяется большой ролью периодических изданий по культурной проблематике в современной системе СМИ, необходимостью в изучении и систематизации данного кластера изданий.

Объектом исследования выступают периодические издания по культурной проблематике.

Предмет исследования – специфика функционирования журнала «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство».

Цель исследования – выявление особенностей периодических изданий по культурной проблематике реализации PR-сопровождения в процессе продвижения учреждений культуры (на примере журнала «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство»).

Поставленная цель определяется через реализацию следующих **задач**:

- охарактеризовать понятие «периодическое издание по культурной проблематике»;

- дать типологическое описание периодических изданий по культурной проблематике;
- определить Место периодических изданий по культурной проблематике в системе СМИ;
- выявить тематическую структуру журнала «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство»;
- рассмотреть жанровую структуру журнала «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство»;
- проанализировать визуальную составляющую журнала «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство».

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов, прямо или опосредованно посвященных проблеме закономерности развития современных СМИ: Е.Л. Вартанова, И.М. Дзялошинского, М.И. Дзялошинской, Я.Н. Засурского, Г.В. Лазутиной, С.С. Распоповой, А.А.Тертычного и др.

Специфике типологической классификации периодических изданий посвящены труды таких исследователей, как: А.И. Аكوпова, А.А. Грабельникова, И.М. Дзялошинского, Е.В. Горловой, Р.В. Зинина, Л.Л. Реснянской, М.В. Шкондина, М.И. Шостак и пр.

Эмпирическую базу исследования составили периодические издания по культурной проблематике – журналы «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство». Общее количество проанализированных выпусков составило 22 единицы: 12 выпусков – журнал «Диалог искусств», и 10 выпусков – журнал «Theartmagazine – Искусство». Временные границы исследования очерчены 2016 – 2018 гг.

Методы исследования. Для достижения цели и решения поставленных задач были использованы следующие методы: теоретического обобщения; научного описания, реализованный приемами сравнения, обобщения и

интерпретации эмпирического материала; контент-анализ, метод графического представления результатов исследования.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что в работе предпринимается попытка определения современных особенностей функционирования периодических изданий по культурной проблематике. Результаты данного исследования могут быть полезны при проведении новых исследований в области журналистики.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы с целью совершенствования функционирования периодических изданий по культурной проблематике, а также результаты могут быть востребованы в вузовских курсах, предметом изучения которых являются СМИ, их типология и практика

Структура исследования включает введение, две главы, заключение, список использованной литературы (84 наименования). Исследование содержит 3 рисунка и 9 приложений.

Первая глава «Теоретическое обоснование периодических изданий по культурной проблематике как самостоятельного сегмента периодики» посвящена выявлению сущностей характеристики, типологическим особенностям и роли периодических изданий по культурной проблематике в современной системе СМИ.

Во второй главе «Анализ функционирования периодических изданий по культурной проблематике на примере журнала «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство» проанализированы основные характеристики функционирования периодических изданий по культурной проблематике. Приведены данные контент-анализа журналов «Диалог искусств» и «Theartmagazine – Искусство». Определены тематические, жанровые и визуальные структуры журналов.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ПО КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКЕ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОГО СЕГМЕНТА ПЕРИОДИКИ

1.1. Сущностная характеристика современных отечественных периодических изданий по культурной проблематике

Отрасль журналистской практики, специализирующаяся на теме культуры, не вполне освоена в теоретическом плане. В частности, остается нерешенной проблема ее терминологического обозначения. В широкое употребление у медиаспециалистов (как исследователей, так и практиков) вошло выражение «культурная журналистика», которое нельзя назвать удачным из-за присутствия в нем оценочного подтекста, вряд ли уместного в данном случае. Однако и более подходящий эквивалент подобрать сложно: приходящие на ум варианты «культурно-просветительская», «культурологическая», «культуроведческая» и прочие не отражают специфику рассматриваемой области журналистики с необходимой содержательно-смысловой точностью и полнотой.

Стихийно возникнув, выражение «культурная журналистика» все более прочно закрепляется в профессиональном обиходе в качестве общепринятого и, надо полагать, понятного каждому наименования [Корконосенко, 2018: 232]. Анализ медийного дискурса культуры и искусства или досуга показывает, что соответствующие направления представляют собой составные части культурной журналистики, ее более узкие области. Другие ее компоненты при этом не затрагиваются, поскольку их рассмотрение остается за пределами конкретных исследовательских интересов и задач [Сидякина, 2012: 123-125]. В лучшем случае утверждается, что культурной журналистике или арт-журналистике принадлежит «широчайшая объектная сфера» [Сергеева, 2013: 153], но без детализации этого вопроса.

Арт-журналистика последовательно реализует комплекс функций, направленных на актуализацию сферы культуры, а именно: информирует, интерпретирует, выявляет, анализирует и прогнозирует события и тенденции искусства и художественной жизни. Исследователи арт-журналистики выделяют два основных направления данной деятельности, а именно: массовую арт-журналистику (коммуникация с широкой целевой аудиторией), и арт-критику (коммуникация с экспертным сообществом и профессиональной аудиторией).

Деятельность журналиста, освещающего события в сфере культурной проблематики, направлена на взвешенное аналитическое отражение разнообразных фактов и аспектов культуры, с последующей обработкой и интерпретацией, с целью получения целостного журналистского произведения. Профессиональная компетенция журналиста во многом зависит от всестороннего развития и степени познаний в сфере культуры.

Однако, тема культуры, и, в частности, изобразительного искусства всегда занимала важное место в средствах массовой информации. Практически в каждой газете или журнале существует раздел, посвященный культурной жизни общества. Такой глубинный интерес аудитории стал причиной развития множества специализированных изданий, «тематика которых связана с определенной сферой общественных интересов» [Дзялошинский, Дзялошинская, 2012: 15] или отраслей, в данном случае – с культурной проблематикой. Таким образом, периодические издания по культурной проблематике формируют самостоятельный пласт журналистской деятельности – арт-журналистику, под которой принято понимать «регулярную и систематическую информационно-аналитическую деятельность по освещению в СМИ событий и явлений искусства и художественной жизни» [Кара-Мурза, 2012: 127].

В рамках нашего исследования, под *периодическим изданием по культурной проблематике*, мы рассматриваем определение, предложенное

Р.В. Зининым, согласно которому, периодические издания по культурной проблематике— это «самостоятельный сегмент прессы, который ориентирован на особый вид духовного производства, а именно – на формирование у аудитории, определенной системы ценностей путем трансляции идеологических и нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов» [Зинин, 2017: 61]. Необходимо отметить, что способность журналистики к их трансформации посредством отбора, интерпретации, пропаганды культурных фактов превращает ее в ключевой ресурс, используемый в целях моделирования общественного сознания.

Проблемам становления и эволюции, периодические издания по культурной проблематике, посвящены ряд исследований, в которых они рассматриваются в контексте культууроформирующей функции журналистики с присущей ей способностью пропагандировать значимые культурные ценности и расширять совокупность знаний человека, обогащать его духовный мир. Безусловно, «именно журналистика, благодаря широкому развитию системы каналов передачи информации, делает культуру доступной для самых широких кругов» [Прохоров, 2011: 63]. Периодические издания по культурной проблематике востребованы обществом в качестве ключевого ресурса, «ответственного» за отбор культурных фактов, их интерпретацию и пропаганду, за распространение актуальной социально-значимой информации о реальной действительности, за удовлетворение информационных потребностей разных социальных аудиторий, а также за духовное производство, ориентированное на транслирование системы культурных ценностей и моделирование общественного сознания.

Вопросу периодических изданий по культурной проблематике посвящены труды множества отечественных исследователей, активно изучающих данный вопрос, среди них: А. Акопов, А. Грабельников, И. Дзялошинский, Е. Горлова, Р. Зинин, Л. Реснянская, М. Шкондин и многие другие исследователи [Акопов, 1985; Бакшин, 1984; Горлова, 2018; Грабельников, 2001; Груша,

2001;Дзялошинский, 2013б;Зинин, 2017; Прохоров, 2002;Реснянская,2007;Шкондин, 2002]. Отметим, что многие ученые, исследуя, ставили цель выработки и конструирования унифицированной системы «...формальной классификации СМИ, позволяющей создать некое подобие периодической системы Менделеева...» [Дзялошинский, 2013:163].

Анализируя работы, посвящённые периодическим изданиям по культурной проблематике можно выделить ряд показателей, формирующих сущностную характеристику данного сегмента СМИ, а именно: степень подготовленности целевой аудитории, предмет отображения, характер финансирования обнаруживает неоднородность периодических изданий по культурной проблематике. Среди ключевых свойств периодических изданий по культурной проблематике – ориентированность на целевую аудиторию с присущей ей совокупностью информационных потребностей и культурных ценностей, высокая информативность и содержательность контента, а также качество и достоверность передаваемой информации. Бесспорным преимуществом периодических изданий по культурной проблематике является высокий коэффициент социального доверия к ним как коммуникативному каналу, как к источнику информации. Данное суждение согласуется с мнением петербургского исследователя К.Р. Нигматуллиной, определяющей ценность самой информации и соответствие ценностям/ожиданиям аудитории, как критериям, определяющие специфику функционирования ценностей в масс-медиа [Нигматуллина, 2012: 186].

Исходя из этого можно сделать вывод, что периодические издания по культурной проблематике издаются для тех групп потребителей, которые объединены как личными или профессионально-любительскими интересами в сфере культуры (издания для служителей и поклонников кино, театра, музыки, живописи, танца и т.п.) [Чуков, 2004:21], так и общими ценностями, знаниями и культурными практиками.

Периодические издания по культурной проблематике обладают богатой традицией и высокой социальной значимостью, которая определяется их духовно-нравственным потенциалом [Романов, 1997: 108], их непосредственной нацеленностью не только на удовлетворение интеллектуальных и духовных запросов человека, но и на «на выработку значимой для общества формулы социального блага» [Полонский, 2009: 19]. Рассматривая периодические издания по культурной проблематике как коммуникационный канал современного общества необходимо определить масштабы распространения данного сегмента на российском рынке периодических изданий. На данный момент, принято выделять такие виды периодических изданий по культурной проблематике, как специализированная газета и литературно-художественный журнал. Специализированная газета: газета систематически освещающая отдельные проблемы общественной жизни, науки, техники, культуры и других областей деятельности и адресованная определенными категориям читателей. Литературно-художественный журнал: журнал, содержащий произведения художественной литературы, а также публицистические и критические статьи и материалы. Однако, данные виды изданий не могут охватить весь спектр современных периодических изданий по культурной проблематике [ГОСТ 7.60-2003, 2001: 15].

Количественная самодостаточность и содержательная идентичность изданий, составляющих направление «Искусство. Культура. Эстетика», позволяет рассматривать периодические издания по культурной проблематике как самостоятельный сегмент прессы. Учитывая ряд показателей, а именно: степень подготовленности целевой аудитории, предмет отображения, характер финансирования и т.п., можно утверждать о неоднородности периодических изданий по культурной проблематике, что обуславливает поиск новых критериев в подходе к классификации периодической печати.

Таким образом, мы можем заключить, что периодические издания по культурной проблематике, обладая присущими масс-медиа свойствами

принимают активное участие в трансляции ценностно-нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов, проявляя способность их трансформации. Очевидно, что периодические издания по культурной проблематике формируют определенный вкусовой и нравственный контекст, который влияет на культурный облик и социальное поведение различных слоев общества.

От коммуникационной деятельности современных периодических изданий по культурной проблематике зависит состояние культурного уровня и степени цивилизованного развития общества. Формирование современного информационного общества базируется на активной коммуникативной деятельности массмедиа, в этом контексте периодические издания по культурной проблематике выполняют функцию универсального поставщика актуальной культурной информации со всего мира. Благодаря периодическим изданиям по культурной проблематике мировые культурные ценности становятся доступными широкой общественности, предоставляя возможность виртуального приобщения к деятельности ведущих деятелей культуры.

Именно периодические издания по культурной проблематике отражают процессы культурного производства, предоставляя широкой аудитории доступ к ним, формируя тем самым «эмоциональное состояние, информационные интересы и ценности людей» [Беспамятнова, 2008: 5]. Необходимо понимать, что периодические издания по культурной проблематике выполняют не только культурно-просветительскую деятельность, освещая основные события культуры, но и выстраивают рекламную коммуникацию со своей аудиторией, снабжая её информацией, стимулирующей к посещению или иному участию к тому или иному событию культуры или потреблению сопутствующих ему атрибутов и товаров. Обоснованным выглядит мнение С.Г. Корконесенко относительно взаимодействия журналистики и культуры: «Миссия журналистики заключается в том, чтобы развивать аудиторию, помогать ей осмысливать крупномасштабные явления и проблемы, давать необходимый для

этого материал» [Корконосенко, 2009: 214]. Таким образом, журналистика, выраженная через периодические издания по культурной проблематике наряду с распространением культурной информации, формирует определенную картину мира, развивает культурный потенциал общества, выступает гарантом духовной интеграции и межкультурного диалога.

1.2. Периодические издания по культурной проблематике: типологическое описание

Российские периодические издания по культурной проблематике представляют собой отдельную типологическую нишу в современной системе СМИ. Признанный исследователь в области коммуникации и средств массовой информации Я.Н. Засурский отмечает, что типологическое деление СМИ разнообразно, многие авторы, занимавшиеся этой темой, выработали каждый свою систему, имеющую как преимущества, так и недостатки. Кроме того, следует говорить и о том, что тип издания зачастую «предстает перед нами в качестве особого идеального объекта, а не прямого заместителя эмпирически действующих в журналистике множеств различных объектов» [Засурский, 2011: 129].

Так, среди периодических изданий по культурной проблематике А. И. Акопов выделяет (1) культурно-просветительские издания, включающие журналы и газеты, которые посвященные проблемам культуры и которые нацелены на рассмотрение проблем просвещения и образования; (2) искусствоведческие издания, подразделяющиеся на общеискусствоведческие журналы и отраслевые [Акопов, 1995: 156].

Я. Н. Засурский обращает внимание на то, что в рекреативной периодике происходят изменения: она предстает в двух вариантах – образном (такие, например, издания, как «Культпоход», «Афиша») и разукрупнённом, специализированном («Театрал», «Про кино»). По диапазону информации

исследователи выделяют издания с широким диапазоном информации, с узким диапазоном информации и периодические издания, которые предназначаются для особых читательских групп [Типология периодической печати, 2009: 81].

Кроме того, в работе «Типология изданий» предлагается схема классификации изданий по функциональному назначению – по общим задачам и конкретным функциям [Типология периодической печати, 2009: 82]. Исследователи выделяют класс изданий так называемого свободного чтения, в который входят литературно-художественные издания и издания для досуга [Мильчик, Гольцева 1990: 206]. К этой группе можно отнести журналы-приложения к газетам, например, «Театрал», издаваемый газетой «Новые Известия».

По такому признаку, как целевое назначение издания, выделяют литературные, художественные, художественно-публицистические, культурно-просветительские, учебно-методические и развлекательные издания [Средства массовой информации России, 2011: 20].

На основе доминирующего типа публикаций исследователи выделяют научно-популярные и литературно-художественные издания. Научно-популярные издания содержат публикации об исследованиях в области науки, культуры и прикладной деятельности и служат широкому распространению знаний и самообразованию. Периодические издания включают в основном произведения художественной литературы различных жанров и художественную критику [Типология периодической печати, 2009: 196].

В большинстве работ, посвященных типологии и классификации периодических изданий, предлагается классифицировать периодические издания по культурной проблематике в зависимости от следующих признаков (критериев): по функциональному назначению, по целевому назначению изданий, по характеру публикаций, по характеру и содержанию информации, по тематике публикаций, по характеру аудитории, а также ее по интересам и потребностям, по диапазону информации.

Стоит отметить опыт классификации периодических изданий по культурной проблематике, предпринятый Р.В. Зининым, который в своих построениях опирается на документальные источники: государственный стандарт, регламентирующий виды печатных изданий и каталог подписной периодики; при этом вычлняются сведения, касающиеся СМИ именно культурного профиля. Из рассуждений автора можно выделить упоминания целого ряда функционально-тематических блоков, относящихся к этому профилю: культурно-просветительский, искусствоведческий, научно-популярный, научно-публицистический, литературно-художественный, художественно-публицистический, рекреативный, досуговый, развлекательный, связанный с хобби[Зинин, 2017: 62].

Также Р.В. Зинин предлагает комплексную классификацию современных периодических изданий по культурной проблематике, в которой среди прочего отражены актуальные общественные условия, влияющие на состояние сферы массовой коммуникации. Распределение данных осуществляется по следующим критериям: «проблемно-тематическая специализация; целевая аудитория; ориентация на интересы и потребности аудитории; основы финансирования издания; учредитель; мировоззренческая (идеологическая) позиция»[Зинин, 2017: 63-66].

Проблемно-тематическая специализация издания. однако, выполняя широкий спектр социальных функций, данный сегмент изданий ставит перед собой цель формирования приверженности целевой аудитории, определенной системы ценностей. В зависимости от проблемно-тематической специализации издания можно выделить такие группы по культурной проблематике, как: архитектура; издания широкой культурной проблематики; изобразительное искусство; кинематограф; литература; музейное дело; музыка; новейшие изобразительные техники; театр; традиционная народная культура; хореография.

Целевая аудитория. Ориентируясь на разные сегменты целевых аудиторий периодических изданий по культурной проблематике можно разделить на специализированные и массовые, а также на научно-публицистические журналы, отражающие академический интерес, профессиональные и любительские, которые связаны с хобби.

Ориентация на интересы и потребности аудитории. В зависимости от характеристик целевой аудитории ряд исследователей выделяют особенность отношения читателей к предмету издания. Так, в зависимости от ориентации на интересы и потребности читателя, периодические издания по культурной проблематике правомерно разделить на три группы: научно-публицистические журналы; профессиональные; связанные с хобби.

Основа финансирования издания. Ключевую роль в типологизации периодических изданий по культурной проблематике играет основа финансирования, особенно в условиях неустойчивого финансового положения. В зависимости от основы финансирования периодических изданий по культурной проблематике можно выделить: финансируемые и самофинансируемые издания.

Качество издания во многом определяется бюджетом издания (соотношением доходов и расходов) [Лобин, 2010:8]. Зависимость периодического издания от такого фактора, как финансовая составляющая, обусловлена схемой: спрос на издание зависит от популярности и формирует уровень доходов, который во взаимодействии с уровнем финансирования обуславливает технические и содержательные характеристики издания, последние, в свою очередь, стимулируют спрос. Таким образом, схему можно рассматривать как замкнутую систему. Однако, периодические издания по культурной проблематике гораздо меньше склонны в «стремлении сделать издание бульварным, примитивным, максимально массовым», [Павлушкина, 2014: 9] стараясь соответствовать основным характеристикам аудитории и ее информационным ожиданиям.

Учредитель. Современная практика издательского сектора демонстрирует практику тесной взаимосвязи разных учредителей, образуя такие виды учредителей, как: коммерческая компания / частное лицо, группа лиц; государственная / муниципальная структура; некоммерческая организация; а также ряд их симбиозных образований. Рассматривая фактор учредителя издания, необходимо понимать специфику взаимодействия учредителя и издания. Высокую степень зависимости периодики отмечает Б.Н. Лозовский, он выделяет такие субъекты, оказывающие воздействие, как: «учредители, издатели, органы, которые финансируют СМИ в значительных объемах; партнеров по бизнесу; крупных подписчиков (например, информационных агентств); всех остальных, кто намерен, используя СМИ, подавить конкурентов, получить бесплатную рекламу, повлиять на определенный сегмент аудитории» [Лозовский, 2007]. Отдельным и существенным вопросом является степень вовлеченности спонсора не столько в финансовую сторону процесса издания журнала или газеты, сколько в процесс формирования содержания и наполнения контента, на ценностно-смысловую составляющую издания.

Периодические издания по культурной проблематике могут издаваться на средства учредителей и спонсоров полностью или частично, что позволяет пренебречь дополнительными видами дохода, рекламой в том числе. Множество государственных институтов и департаментов, общественных фондов и организаций оказывают поддержку периодическим изданиям по культурной проблематике (например, «Балет»; «Вестник Европы»; «Искусство кино»; «Диалог искусств»; «Театрал»), среди них: «Благотворительный резервный фонд»; «Министерство культуры РФ»; «Партия Единая Россия»; «Союз писателей России»; «Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям»; «Фонд поддержки предпринимательства и защиты среднего класса». Другая часть периодических изданий по культурной проблематике (например, «Культура»; «Свой»; «Старинная музыка»; «Мир музея») издаются

на самостоятельно заработанные деньги, где источниками дохода могут выступать подписка и реклама. Осуществляя свою деятельность полностью самостоятельно, периодические издания по культурной проблематике чаще включают в свой контент рекламные обращения не только культурно-просветительского (информацию о выставках, конференциях, фестивалях и т.д.), но и коммерческого характера.

Идеологическая позиция. Периодические издания по культурной проблематике принимают активное участие в трансляции ценностно-нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов, проявляя способность их трансформации. Информационное пространство современной России обнаруживает множество проблемных точек и нерешенных задач, фундаментальной является отсутствие единой национальной идеи. Именно национальная идея обуславливает общепринятые формулировки и смысл устоявшихся терминов, в том числе и понятие ценность.

По мнению отечественного экономиста и социолога Е. Л. Варгановой внутри журналистского сообщества понятие ценностей, а, следовательно, понимание и отражение событий сферы культуры обладает высокой корреляцией, так, можно выделить политически ангажированные, информационные, развлекательные, гламурные ценностные ряды, которые, безусловно, входят в противоречия с трансляцией ценностей искусства и культурной жизни. В этой связи необходимо учитывать социальные интенции субъектов масс-медиа, под которыми понимаются процессы и потребности повседневной жизни, отражаемые и удовлетворяемые через медиа [Корконосенко, 2017, с. 122].

Отметим, что ценности журналистов, редакций издательств, и масс-медиа могут отличаться от общественных ценностей и морали, в силу субъективизма и личного предпочтения конкретный процессов и тенденций в сфере культуры. Здесь справедливо вспомнить высказывание С. Г. Корконосенко: «только постигая и постигнув сущностные доминанты культурной среды, журналистика

и журналисты органично вольются в нее и станут одной из движущих сил ее развития» [Корконосенко, 2015, с. 7].

Взаимосвязь между ценностями общества и СМИ не является однозначной и линейной: с одной стороны, ценности общества спонтанно «обнаруживают» себя в массовой коммуникации как общественные тренды, детерминирующие социальную динамику, и в этом смысле массовая коммуникация может рассматриваться как достоверное отражение общественных потребностей, достигающих уровня ценностей, а с другой стороны, различные масс-медиа, предпринимают попытку целенаправленно воздействовать на социальную динамику, оказывая негативное влияние на процессы самоорганизации общества. Несмотря на особенности целевой аудитории специализированные периодические издания в сфере культуры посредством разнообразных форм контента создают предпосылку идеологическую восприятия журналистского текста. Вариативность идеологической установки можно определить, как: консерваторская – основанная, на контенте православной-государственной направленности; либерально-демократическая – включает в контент долю провокации; широкая социальная база – контент отражает различные идеологические взгляды, как правило, не ярко выраженные.

Исходя из вышесказанного становится очевидным, что адекватное отражение событий искусства и культурной жизни возможно лишь при истинном понимании ценностей журналистом и редакции издания и неминуемо должно согласовываться с собственной национальной культурной традицией. В. Лейбин, главный редактор журнала «Русский репортер», анализируя культурную динамику и необходимость чуткого отражения тенденций в сфере культуры, отмечает, что: «демократическое оживление в российском обществе формулирует свои запросы в языке ценностей» [Лейбин, 2012:5].

Также необходимо отметить такой важный критерий, как работа попечительского совета в редакционной политике периодических изданий по

культурной проблематике. Особенно чувствительно данный инструмент проявляется в работе литературно-художественных журналов. Так, попечительский совет существует в таких изданиях, как: «Арион», «Веси», «Дягилевъ», «Зарубежные записки», главный редактор журнала «Искусство кино» Д. Дондурей на фоне разногласий с Союза кинематографистов России также заявил о создании попечительского совета, в который вошли В. Познер, Я. Засурский, А. Сокуров. Однако, практика создания попечительского совета крайне мало представлена внутри рассматриваемого сегмента СМИ.

Типологический анализ периодических изданий по культурной проблематике, показывает, что потребности аудитории и стремление издателей дать всестороннее освещение культурной и искусствоведческой проблематики вызвало к жизни функционирование широкого диапазона журналов и газет в России.

Таким образом, типологический портрет периодических изданий по культурной проблематике нельзя назвать четко очерченным, можно лишь говорить о том, что их идентичность находится в процессе становления. Мы можем наблюдать с одной стороны, широкое разнообразие периодического издания по культурной проблематике, что вполне обосновано многообразием направлений современной культуры и тех проблем и вопросов, которые функционируют в данной сфере, а с другой стороны, отсутствие проработанной концепции и четкой профилизации периодических изданий по культурной проблематике [Горлова, 2016] зачастую приводит к дублированию изданий и ограничивает полноту информирования аудитории.

1.3. Место периодических изданий по культурной проблематике в системе СМИ

Сегодня, в эпоху информационного взрыва, невозможно представить себе общество вне системы СМИ, которые, будучи «органически вплетены в

практическую жизнь общества» [Стариков 2013: 3], активно формируют его информационное пространство и навык «оперативного распознавания контента» [Полонский, 2012: 56]. Реальность этого информационного пространства чрезвычайно многообразна и требует своего дальнейшего осмысления.

Особый интерес для научных исследований представляют периодические издания как канал массовой коммуникации, ориентированный на удовлетворение информационных потребностей определенных социальных аудиторий. В этом аспекте пристального внимания заслуживают периодические издания по культурной проблематике, поскольку особенно высока их роль в обществе: они оказывают решающее влияние на культурный статус как целевой аудитории, так и общества в целом. Исследователи отмечают, что такие издания транслируют ценную культурную информацию, формирующую способность аудитории мыслить. Вопреки богатой традиции функционирования специализированных изданий в сфере культуры и их высокой социальной значимости, которая определяется их нацеленностью «на выработку значимой для общества формулы социального блага» [Полонский 2009: 19], комплексно к вопросу о месте данного типа изданий в общей системе периодических изданий исследователи обращались крайне редко. Сегодня ощущается потребность осмысления существующих подходов к определению типологических особенностей специализированных изданий в сфере культуры как самостоятельного элемента специализированной периодики, изучить совокупность параметров, оказывающих влияние на их классификацию.

Культурная проблематика и система СМИ, отражающая ее, неразрывно связаны между собой и оказывают взаимное влияние друг на друга. Медиа играют немаловажную роль в процессе популяризации культуры и искусства: «Журналистика, критика, вся система осмысления искусства – профессиональная оптика, позволяющая как моментально сформировать точку зрения на событие или на заявленные предпосылки события, так и немедленно

переместить его или их в контекст художественной жизни как текущей, так и исторической, куда-то встроить, где-то понять, почему не встраивается, в чем-то оценить или отказать». Вся система искусства работает в комплексе, и каждый ее элемент – будь то выставка, аукцион или журналистский материал – является неотъемлемой и важной частью общего процесса распространения и пропаганды культуры и искусства. «Сегодняшние массы хорошо информированы о продвинутом арт-производстве благодаря различным биеннале, выставкам «Документа» и их медийной репрезентации» [Андреева, 2011]. Особенно важную роль играют медиа в процессе формирования новой парадигмы – этот период самоопределения продолжается до сих пор. В данной ситуации периодические издания должны осознавать свою ответственность перед аудиторией и стремиться отвечать трендам, возникающим в сфере искусства, работать сообща со специалистами этой отрасли.

Основной характеристикой российской медиасистемы можно считать то, что она находится на этапе становления, отвечает глобальным вызовам и трендам. «Это объясняется влиянием двух основных факторов: во-первых, переменами в социальной структуре российского общества, которые уже зашли достаточно далеко, во-вторых, новыми технологическими моментами, требующими изменений в типологии прессы не только в России, но и во всем мире. Это сложный процесс, и Россия, которая в советскую эпоху почти полностью находилась вне общего потока развития СМИ, сегодня оказывается включенной и в этот поток, и тем более в собственные перестроечные и постперестроечные реформы» [Засурский, 2011: 68]. Современная система СМИ возлагает проблему отражения темы культуры и искусства именно на периодические издания по культурной проблематике. Данный сегмент СМИ продолжает культурно-просветительскую традицию, берущую начало еще от истоков российской журналистики и особенно глубоко разрабатывавшуюся в советский период. Этой традиции отвечают

культуроформирующие функции журналистики и нацеленность на духовное развитие человека и общества.

Анализируя деятельность периодических изданий по культурной проблематике, исследователь Н.С. Цветова отмечает, что их авторы отдают предпочтение «текстам аналитического типа (проблемным статьям, рецензиям, интервью)». Среди задач, которые ставят перед собой периодические издания по культурной проблематике можно выделить: пропаганду и интерпретацию эстетически значимых художественных произведений, созданных в прошлые столетия нашими современниками; актуализацию продуктов художественного творчества через подбор и трансляцию релевантных оценок и комментариев, отражающих эпохальную аксиологию; выявление и популяризацию специфики художественного образа и пропаганду искусства как основного средства познания мира и человека. Периодические издания по культурной проблематике, ставящие перед собой достижение вышеприведенных задач, ориентируются в различных областях культуры искусства. Как правило, в качестве авторов в периодических изданиях по культурной проблематике привлекаются высококомпетентные журналисты, а также специалисты в сфере искусствознания.

Однако, в последние десятилетия все больше усиливается тенденция смещения акцентов при анализе художественной действительности с собственно эстетических критериев к рыночным. Все чаще на страницах периодических изданий по культурной проблематике произведение искусства или культурное событие мыслится как товар, продукт, предназначенный для продажи потребителю, а читатель – как сообщество потенциальных потребителей.

Таким образом, проявляется арт-журналистика в собственном смысле слова – журналистика, занимающаяся сбором информации о событиях, темах и тенденциях в развитии современного искусства, его формах и жанрах с целью стимулирования потребительского интереса к данным объектам как имеющим

определенную материальную ценность или способным провоцировать релаксационное состояние». Отметим, что периодические издания по культурной проблематике в значительной степени зависят от происходящих в настоящее время становления отдельных сегментов рынка периодических изданий, в особенности тематически специализированных ниш – в связи с изменениями в стиле жизни людей происходит фрагментация аудитории. Несмотря на все возрастающую роль электронных медиа, «печатные СМИ остаются важным источником информации, неотъемлемым атрибутом общественной жизни для значительной части населения в России, продолжая выполнять функцию консолидации информационной повестки [Вартанова, 2015: 154]. Показательно, что одной из тенденций последних лет является то, что электронные СМИ создают бумажные газеты и журналы для расширения своей аудитории.

Таким образом, востребованность периодических изданий по культурной проблематике обусловлена необходимостью взаимодействия с целевыми аудиториями, прежде всего, с целью продвижения культурных ценностей. Периодические издания по культурной проблематике многопланово обращаются к проблемам культуры и искусства взаимодействия современного человека, давая ему возможность выступать в этом процессе в качестве полноправного субъекта со сформированной межкультурной компетенцией.

Выводы к Главе I

Периодические издания по культурной проблематике представляют собой самостоятельный сегмент прессы, который ориентирован на особый вид духовного производства, а именно – на формирование у аудитории, определенной системы ценностей путем трансляции идеологических и нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов.

Обладая присущими масс-медиа свойствами периодические издания по культурной проблематике принимают активное участие в трансляции ценностно-нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов, проявляя способность их трансформации. Мы выяснили, что периодические издания по культурной проблематике формируют определенный вкусовой и нравственный контекст, который влияет на культурный облик и социальное поведение различных слоев общества.

К основным типологическим критериям современных периодических изданий по культурной проблематике нами были отнесены: «проблемно-тематическая специализация; целевая аудитория; ориентация на интересы и потребности аудитории; основы финансирования издания; учредитель; мировоззренческая (идеологическая) позиция».

В ходе нашего исследования мы пришли к выводу, что типологический портрет периодических изданий по культурной проблематике нельзя назвать четко очерченным, можно лишь говорить о том, что их идентичность находится в процессе становления. Мы можем наблюдать широкое разнообразие периодического издания по культурной проблематике, что вполне обосновано многообразием направлений современной культуры и тех проблем и вопросов, которые функционируют в данной сфере.

Современная система СМИ возлагает проблему отражения темы культуры и искусства именно на периодические издания по культурной проблематике. Данный сегмент СМИ продолжает культурно-просветительскую традицию, берущую начало еще от истоков российской журналистики и особенно глубоко разрабатывавшуюся в советский период. Этой традиции отвечают культууроформирующие функции журналистики и нацеленность на духовное развитие человека и общества. Однако, в последние десятилетия все больше усиливается тенденция смещения акцентов при анализе художественной действительности с собственно эстетических критериев к рыночным. Все чаще на страницах периодических изданий по культурной

проблематике произведение искусства или культурное событие мыслится как товар, продукт, предназначенный для продажи потребителю, а читатель – как сообщество потенциальных потребителей.

Таким образом, востребованность периодических изданий по культурной проблематике обусловлена необходимостью взаимодействия с целевыми аудиториями, прежде всего, с целью продвижения культурных ценностей. Периодические издания по культурной проблематике многопланово обращаются к проблемам культуры и искусства взаимодействия современного человека, давая ему возможность выступать в этом процессе в качестве полноправного субъекта со сформированной межкультурной компетенцией.

ГЛАВА II. АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ПО КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ДИАЛОГ ИСКУССТВ» И «THE ART MAGAZINE – ИСКУССТВО»

2.1. Тематическая структура периодических изданий по культурной проблематике

В качестве материала для исследования среди периодических изданий по культурной проблематике нами были выделены журналы «Диалог искусств» (далее – «ДИ») и «Theartmagazine – Искусство» (далее – «Искусство»). Далее, были отобраны наиболее актуальные выпуски каждого из изданий за последние три года (2016–2018 гг.), что позволило создать репрезентативную выборку за определённый период. Временные рамки исследования обусловлены задачей получить наиболее актуальные и корректные данные. Таким образом, в ходе исследования анализировалось 22 выпуска по культурной проблематике: 12 выпусков – журнал «ДИ», и 10 выпусков – журнал «Искусство».

Данные о тематической структуре периодических изданий по культурной проблематике позволяет сделать вывод о тех темах, вопросах и проблемах,

которые редакторский коллектив журнала находит наиболее значимыми и интересующими аудиторию. В ходе проведенного контент-анализа тематического содержания указанных выпусков были выделены следующие характерные категории: *теория искусства; история искусства; отдельный жанр изобразительного искусства; смежные жанры; институты; современное российское искусство; современное зарубежное искусство; экономика искусства; события/мероприятия; реклама; другое.*

– *Теория искусства.* Материалы, которые отражают теоретические исследования в сфере изобразительного искусства, новые направления и стили, рассуждения на темы культурологии, социологии или философии искусства.

– *История искусства.* Материалы, посвященные истории того или иного стиля, направления, произведения искусства, жизни конкретного художника.

– *Отдельные жанры искусства.* К данной категории относятся материалы, посвященные жанрам искусства: архитектура, графика, декоративно-прикладное искусство, живопись, кино, мода, музыка, скульптура, театр, фотоискусство и др.

– *Институты.* К данной тематической категории мы относим материалы, посвященные музеям, выставочным центрам, галереям, без привязки к определенному событию.

– *Современное искусство.* В последние две тематические категории мы включаем не только статьи или рецензии, посвященные современному российскому/зарубежному искусству, но и интервью с российскими/зарубежными современными художниками, так как в таких публикациях преимущественно речь идет именно о деятельности современного художника, его прошлых работах и планах на будущие проекты, что непосредственно входит, по нашему представлению, в упомянутые тематические категории.

– *Экономика искусства.* Материалы, связанные с экономическими вопросами сферы искусства: его финансированием, меценатством, продажами предметов искусства, аукционами и др.

– *События/мероприятия.* Материалы, посвященные прошедшим или будущим выставкам, биеннале, выступлениям, перформансами т. д.

– *Реклама.* К данной категории относятся все публикации рекламного характера, тематика которых выходит за рамки вышеуказанных категорий и нередко за рамки сферы искусства и культуры.

Журнал «Искусство». Среди периодических изданий по культурной проблематике журнал «Искусство» занимает особое место. Журнал «Искусство», был основан в 1933 году и по сей день остается одним из наиболее успешных и читаемых в сегменте периодических изданий по культурной проблематике. Периодичность выхода журнала – ежеквартальная, тираж каждого выпуска составляет 3000 экземпляров. Отметим, что журнал издается при финансовой поддержке Министерства культуры Российской Федерации, Департамента культуры города Москвы, Правительства Российской Федерации и Правительства Москвы. Журнал позиционирует себя как издание о пластических искусствах (живопись, графика, скульптура, дизайн, декоративно-прикладное искусство), а также об актуальном мировом искусстве, преемственности старого и нового, русском искусстве в контексте мирового художественного процесса и событиях в сфере искусства – таким образом, его тематическая палитра в целом отвечает позиционированию.

В ходе контент-анализа журнала «Искусство» были получены развернутые данные о тематической структуре издания. Так, в поле нашего зрения попало 892 опубликованных материала, которые образуют различные тематические группы, наиболее популярная из которых – «теория искусства» (28,7% от общего объема страниц, выявленного количества материалов). Данной тематической категории относится наибольшее количество материалов, среди них: «Незримые города» [Искусство, 2018, №4: 8-12], «Истории двух

путешественников» [Искусство, 2018, №2: 8-26], «Пейзаж сходит с ума: сюрреализм в ландшафтном искусстве» [Искусство, 2018, №2: 8-26] и пр. Большое количество материалов данной тематической категории также связано с тем, что обычно публикации по данной тематике занимают от восьми до двадцати страниц и представляют собой объемные материалы, по преимуществу искусствоведческие статьи, а также включают в себя большой объем фотоматериалов. Таким образом, в рассматриваемом журнале тема теории искусства действительно занимает важнейшее место.

Также большую долю издания составляют материалы, посвященные различным жанрам искусства – 28,3% от общего объема страниц, выявленного количества публикаций. Так, на страницах журнала «Искусство» находят отражение такие жанры искусства, как: архитектура – «"И положили, где следовало": традиция почитания» [Искусство, 2016, №4: 17-22]; графика – «Рождественские открытки Tiffany» [Искусство, 2018, №2: 78-98]; живопись – «Казимир Малевич и византийская литургическая трагедия» [Искусство, 2016, №2: 50-68]; кино – «Чувство тепла Свена Йоне» [Искусство, 2018, №2: 78-98]; музыка – «Дыхание Дерева. Звуковые ландшафты саунд-арта» [Искусство, 2017, №3: 62-74]; скульптура – «О статуе Иакова-Матамороса» [Искусство, 2016, №1: 112-123]; фотоискусство – «Сверхдолгая выдержка» [Искусство, 2018, №2: 66-78] и др. Тема «отдельные жанры искусства» заняла второе место по объему, это во многом связано с тем, что мы относили фотографические материалы (а они чаще всего занимают больше полос, чем текстовые материалы) в данную тематическую категорию, если они представляли собой работы известного фотографа или художника и сами по себе являлись темой публикации, а не дополнением к текстовому материалу.

К категории «история искусства» относится 18,9% от общего объема страниц, выявленного количества материалов. Отметим, что данные материалы порой выходят за рамки непосредственно истории «искусства», но приобретают более широкие горизонты, как в публикациях: «Искусственное Солнце Рафаэля

Лозано-Хеммер» [Искусство, 2017, №4: 8-22], «Флорентийская линия VS. Венецианский цвет» [Искусство, 2016, №3: 67-76], «Чудеса Святого Иакова» [Искусство, 2016, №1: 16-38] и пр.

К категории «современное искусство» было отнесено 13,5% издания, от общего объема страниц, выявленного количества материалов. Данная категория содержит такие материалы, как: «Лодки больше нет, путешествие закончено» [Искусство, 2018, №2: 48-58], «Внутри тебя в твоё отсутствие» [Искусство, 2017, №3: 8-28] и пр. Можно утверждать, что популярность темы «современное искусство» сигнализирует о том, что в сфере культуры и искусства постепенно размываются границы между различными видами художественных практик, и медиа чувствительно реагируют на данный факт.

В категории «события/мероприятия» содержится большое количество обзоров прошедших выставок, биеннале, фестивалии пр., всего было выявлено 36 материалов, которые составили 12,3% от общего объема страниц, выявленного количества материалов. В рамках данной тематической категории освещаются такие события, как: европейская биеннале современного искусства «Манифеста 11» (Цюрих 11 июня - 18 сентября 2016 года) [Искусство, 2016, №2: 123 -126], выставка «Василий Верещагин» (Новая Третьяковка, Москва 7 марта - 15 июля 2018 года) [Искусство, 2018, №1: 100-101], выставка «Брейгель» (Музей истории искусств, Вена 2 октября 2018 - 13 января 2019 года) [Искусство, 2018, №3: 96-99] и пр. Столь широкая география обзоров прошедших событий и мероприятий по культурной проблематике безусловно соответствует позиционированию издания.

Наибольшее количество материалов (77 единиц) относится к категории «институты», однако, по объему страниц данная категория занимает лишь 8,6% от всего издания. Это объясняется характером самого материала, который в большинстве случаев занимает одну страницу, сам материал же представляет собой афишу учреждения культуры. Среди наиболее представленных институтов можно выделить: «Государственную Третьяковскую

галерею», «Новую Третьяковку», «Московский музей современного искусства», «Музейно-выставочный центр "Росфото"», «Российскую Государственную библиотеку», «Мультимедиа арт музей "Москва"», «Государственный центр современного искусства» и пр.

В ходе исследования было выявлено 10 материалов, относящихся к категории «реклама», что делает эту категорию самой малочисленной, так, от общего объема страниц, выявленного количества материалов реклама составляет всего 1,1%. Среди данных материалов, большинство (6 единиц) относятся к продвижению услуг самого журнала «Искусство». Так, большинство плакатов предлагает читателям либо приобрести предыдущие выпуски журнала, либо призывает пользоваться электронной версией журнала (приложение 1). Также было выявлено несколько коммерческих рекламных сообщений: туристическое агентство Galicia [Искусство, 2016, №1: 4], Официальный туристический портал Испании [Искусство, 2016, №1: 122] и пр.

Учитывая редкую представленность рекламной информации на страницах издания, можно предположить, что она не снижает целостность концепции журнала «Искусство».

Стоит отметить, что в ходе исследования не было выявлено ни одного материала, посвященного категории «экономика искусства». Подробная тематическая структура журнала «Искусство» представлена в приложении 2.

Журнал «ДИ». Современная версия журнала «ДИ» берёт свое начало в 2003 году, издание является приемником советского журнала «Декоративное искусство СССР». Журнал «ДИ» выпускает издательство Московского музея современного искусства, периодичность выхода раз в два месяца. Журнал издается при финансовой поддержке Департамента культуры города Москвы, тираж издания – 2000 единиц. «ДИ» позиционирует себя как журнал, являющийся перископом в мир современного искусства, которое постоянно меняется, сливается в творческом порыве с архитектурой, театром, наукой,

технологиями, модой кино. Таким образом, среди периодических изданий по культурной проблематике, журнал «ДИ» также занимает прочные позиции, пользуется авторитетом у аудитории благодаря тому, что внимательно следит за самыми актуальными темами и проектами в российском и в европейском искусстве.

В журнале «ДИ» наиболее количество страниц (25,7%) отведены материалам, освещающим события и мероприятия по культурной проблематике. Отметим, что на страницах издания широко представлены различные выставки и биеннале, каждой из которых отводится от 2 до 5 страниц, таким образом, в данную категорию были отнесены материалы, по тематическому признаку освещающие одно единственное событие, но по содержанию данные материалы могут раскрывать отдельный жанр искусства, например, живопись. Среди подобных примеров можно привести: «Минимализм предела» [Диалог искусств, 2016, №4: 122-123], «Сладкий ужас» [Диалог искусств, 2016, №3: 136-139], «Кузьма Сергеевич Петров-Водкин. К 140-летию со дня рождения» [Диалог искусств, 2018, №3: 130-134] и пр.

Большое внимание на страницах журнала «ДИ» уделяется материалам об истории искусства, так было выявлено 40 материалов, занимающих 18,9% от общего объема издания. Среди материалов, освещающих тему истории искусства доминируют развернутые публикации о художниках или деятелях искусства, такие как: «Создатель визуальной агиографии» [Диалог искусств, 2017, №2: 26-32], «Биография невозможного» [Диалог искусств, 2017, №5: 27-30] и пр.

Категория «теория искусства» занимает 14,6% от общего объема страниц, выявленного количества материалов. Материалы, формирующие данную категорию, в большей степени освещают новые направления и стили в современной культуре и искусстве. Среди них: «Арт-рынок на пороге блокчейна» [Диалог искусств, 2018, №1: 38-42], «Политическое искусство» [Диалог искусств, 2017, №5: 34-40] и пр.

Отдельным жанрам искусства относятся материалы, занимающие 13,9% объема всего издания «ДИ». Среди наиболее распространённых жанров является живопись – «Серийный художник» [Диалог искусств, 2016, №3: 104-108], «В ожидании реканонизации» [Диалог искусств, 2017, №5: 52-56]; кино – «Опыт создания генеративного кино» [Диалог искусств, 2016, №3: 114-116], «Римские каникулы с греческим акцентом» [Диалог искусств, 2017, №2: 80-82]; театр – «Весь мир – театр» [Диалог искусств, 2017, №2: 48-50].

Однако, наибольшее внимание издание уделяет отражению событий, относящихся к категории «современного искусства», подобных материалов в проанализированных выпусках насчитывается 33 единицы, что составляет 7,4% от общего объёма издания. Так, большое внимание уделяется всевозможным перформансам и инсталляциям современных художников, среди них: «Природа иллюзий и реальности» [Диалог искусств, 2016, №3: 84-88], «Между перформансом и объектом» [Диалог искусств, 2017, №5: 132-135]; «Озеленение Галактики» [Диалог искусств, 2017, №1: 48-52] и пр.

В ходе контент-анализа был выявлен пласт материалов, посвященных институтам и институциям по культурной проблематике. Данная категория составляет 10,7% от общего объема страниц, выявленного количества материалов. Однако, наиболее количество материалов отражает деятельность самого издательства журнала «ДИ», а именно, Московского музея современного искусства.

Журнал «ДИ» активно включает в себя рекламный контент, так было выявлено 68 рекламных материалов, занимающих 5% от всего объема выпуска. Среди наиболее частых и постоянных рекламодателей можно выделить: галерея «Времена года» (ювелирные украшения), BMW (автомобиль), Urbangroup (застройщик недвижимости), Monkey's safe (ресторан быстрого питания) и др.

Наименьшее количество материалов посвящены теме «экономика искусства», данная категория занимает лишь 3,8% от общего объема страниц,

выявленного количества материалов. Подробная тематическая структура журнала «ДИ» представлена в приложении 3.

В ходе контент-анализа мы выяснили, что периодические издания по культурной проблематике далеко не всегда ограничивается заявленной проблемно-тематической специализацией, а обращаются к широкому спектру тематических направлений, далеко выходящих за понятие «искусство» и «культура». Так, журнал «Диалог искусств» на своих страницах освещает такие направления, как: изобразительное искусство, фото-искусство, визуальные искусства, видеоарт, музейные экспозиции, а журнал «Искусство» может посвятить целый выпуск религиозной тематике. Например, темой первого за 2016 г. номера «Искусства» был древний паломнический путь – Дорога святого Иакова. Эта тема религиозная и историческая, но не история искусства.

Так, же представляется возможным сделать вывод о том, что редакция данных журналов стремиться расширить тематическое поле и привлечь более широкую аудиторию, что, по нашему мнению, является неуместным в специализированном периодическом издании, ведь таким образом целевая аудитория может получить не ту информацию, которую ожидает, и будет чувствовать себя «обманутой». Что касается нецелевой аудитории, на которую рассчитывает издание, расширяя тематическое поле, то, скорее всего, она не будет использовать данное издание для получения необходимой информации, так как журнал позиционирует себя как СМИ об искусстве и культурной проблематике, следовательно, в глазах широкой аудитории будет оставаться специализирующимся именно на этой теме.

В целом, можно заключить, что Журналы «Искусство» и «ДИ» стремятся разнообразить свою тематику, не сосредоточиваясь на одной теме. Они нацелены на универсальность, поэтому стараются освещать различные аспекты культурной проблематики и в этом смысле отвечают потребностям и интересам самой широкой аудитории.

2.2. Жанровая структура периодических изданий по культурной проблематике

Исследование жанровой структуры периодических изданий по культурной проблематике, по нашему мнению, позволяет более полноценно понять сущностную характеристику самого издания, а также уточнить его позиционирование в системе СМИ. Выбор жанра играет важную роль в процессе привлечения аудитории, стимулирования ее интереса. Для журналиста выбор жанра – важный этап создания текста публикации, так как именно жанр дает возможность «осознанно ориентировать себя в той или иной познавательной ситуации на создание вполне конкретного текста, в наибольшей мере «приспособленного» для адекватного освещения, заинтересовавшего аудиторию и издание явления» [Тертычный, 2000: 10].

Существование различных жанров связано с полифункциональностью журналистики. При определении жанровой принадлежности материалов мы опирались на труды А.А. Тертычного [Тертычный, 2000], Г.В. Лазутиной и С.С. Распоповой [Лазутина, Распопова, 2011]. И хотя жанровые системы этих авторов неидентичны, мы постарались, опираясь на их работы, сформировать такую выборку, которая могла бы наиболее полно представить жанровую структуру исследуемых журналов. Так, в рамках нашего исследования были выделены следующие жанры: *искусствоведческая статья; информационная корреспонденция; интервью; беседа (полилог); анкета; рецензия; обозрение; комментарий; отрывок из книги/цитата; анонс; эссе; фотоматериал.*

Обратим внимание на то, что в ходе контент-анализа была выделена особая жанровая форма, названная «фотоматериал». К ней мы относим все фотографические материалы, вне зависимости от их жанровой принадлежности, будь то фотография портретная, пейзажная, репортажная,

модная фотосессия, репродукция картин или других произведений искусства и т. д.

Журнал «Искусство». Контент-анализ журнала «Искусство» показал, что в данном издании превалирует жанр «фотоматериал», который занимает 43% от общего количества материалов в выпуске и 34,2% от общего объема страниц. Популярность данного жанра объясняется тем, что фотоматериалы не только являлись отдельной публикацией, но также сопровождали почти каждый журналистский текст, что мы учитывали в процессе контент-анализа. Следует заметить, что такое обилие фотографических материалов объяснимо и закономерно в любых иллюстрированных журналах в целом, и в изданиях по культурной проблематике в частности, так как эта сфера связана прежде всего с визуальными образами.

Жанр «обозрение» включает в себя материалы, освещающие работу выставок, биеннале, фестивалей и др. событий в сфере культуры. В данном жанре написано 13,9% материалов издания, что составляет 11,4% от общего объема материалов в страницах. Ярким примером жанра обозрение является материал В. Мусвик «Фотобиеннале-2016», [Искусство, 2016, №1: 131-134] в котором автор наглядно освещает наиболее важные события прошедшего фотобиеннале, демонстрируя глубокое проникновение в детали.

Также часто журналисты журнала «Искусство» обращаются к жанру «рецензия», данные материалы занимают 10,9% от общего количества материалов в выпуске и 4,6% от общего объема страниц. Так, на страницах журнала постоянно присутствуют рецензии на прошедшие выставки, спектакли, киноленты и пр. Среди них: рецензия «Брейгель» [Искусство, 2018, №3: 96-99], «Виктор Пивоваров. Московский альбом» [Искусство, 2018, №3: 90-92] и пр.

Отметим, что в качестве рецензентов в журнале «Искусство» выступают признанные специалисты в области культуры и искусства. Так, одним из постоянных рецензентов на протяжении многих лет выступает заместитель

главного редактора Алина Стрельцова. Являясь искусствоведом, журналистом, кандидатом наук по филологии и искусствоведению, преподавателем на факультете журналистики МГУ, А. Стрельцова часто выступает в роли автора статей об арт-спонсорстве, влиянии коммерческой эстетики на современное искусство, о новых музейных пространствах. Среди её рецензий можно выделить: «"Домашние танцы" на фестивале "Территория"» [Искусство, <http://>], «Брейгель» [Искусство, 2018, №3: 96-99] и др.

К категории «комментарий» было отнесено 16 материалов журнала «Искусство», которые занимают 9,7% от общего количества материалов в выпуске и 6,4% от общего объема страниц. Как правило, это комментарий содержит в себе глубокий анализ, при этом, в материале превалирует отношение автора к предмету отображения. Так, в качестве примера можно привести комментарий «Северная архитектура Выбор Анны Броновицкой» [Искусство, 2017, №2: 24-36]. Отметим, что в журнале «Искусство» жанр «комментарий» преимущественно применяется в материалах, где основное внимание читателя сосредоточено на визуальных образах (например, фотографиях).

Также большое внимание в издании уделяется жанру «искусствоведческая статья» (8,5% от общего количества материалов в выпуске и 19,5% от общего объема страниц). Присутствие жанра «искусствоведческая статья» является, несомненно, положительной чертой и повышает качество издания и доверие к нему со стороны аудитории. В качестве яркого примера можно привести искусствоведческую статью Анны Корндорф «Иные города. Данте и воображаемая архитектура» [Искусство, 2018, №3: 10-24]. Таким образом, журнал «Искусство» стремится к глубокому погружению в рассматриваемую тему, использует искусствоведческие методы и терминологию, привлекает специалистов по той или иной теме для написания материалов. Мы считаем, что данный жанр – один из наиболее значимых в рамках издания по культурной проблематике, и необходимо уделять данному

жанру больше внимания, так как именно он во многом формирует качественное издание о культуре и искусстве.

Также на страницах журнала «Искусство» встречаются материалы, написанные в жанре «информационная корреспонденция» – 5,5% от общего количества материалов в выпуске и 4,3% от общего объема страниц; «Отрывок из книги/цитата» – 4,2% от общего количества материалов в выпуске и 10% от общего объема страниц; «интервью» – 4,2% от общего количества материалов в выпуске и 9,6% от общего объема страниц.

Таким образом, контент-анализ журнала «Искусство» позволяет сделать вывод, что жанровая структура издания может быть названа разнообразной, так как в нём используется семь различных жанров. В журнале «Искусство» преобладают жанры «фотоматериал», «обозрение» и «рецензия», что свидетельствует о том, что данное издание стремится к оценке сферы культуры и искусства или ее компонентов, в журнале важное место занимают мнения и позиции специалистов, критиков и журналистов. Подробная жанровая структура журнала «Искусство» представлена в приложении 4.

Журнал «ДИ». В ходе контент-анализа журнала «ДИ» было выявлено преобладание жанра «фотоматериал» над другими жанрами (40,1% к общему числу материалов в единицах публикаций и 37,8% к общему объему материалов в полосах). Это, как и в случае с журналом «Искусство» объясняется специализацией издания.

В отличие от журнала «Искусство», редакция издания «ДИ» активно применяет жанр «беседа», в этом жанре выполнено – 12,1% материала от общего количества в выпуске и 17,6% от общего объема страниц. Такие беседы имеют форму непринужденного диалога, когда нет строгого деления на автора и героя, когда первый задает вопрос, а второй на него отвечает, но есть равноправные собеседники, каждый из которых интересен читателю. Среди материалов, выполненных в жанре «беседа», можно выделить: «Реализм во всеоружии. Беседа Елены Рубиновой с Митчем Гриффитсом» [Диалог искусств,

2016, №5: 109-113]; «Самый хулиганистый. Беседа Сергея Гуськова с Иваном Горшковым» [Диалог искусств, 2017, №4: 120-128], «Краткая история искусств. Беседа Александры Рудык и МэтаКоллишоу» [Диалог искусств, 2018, №1: 128-134] и др.

Большое количество материалов – 10% от общего количества материалов в выпуске и 10,2% от общего объема страниц написано в жанре «интервью» среди них: «Культуртрегер 1960-х» [Диалог искусств, 2017, №2: 138-142]; «Точечный выбор» [Диалог искусств, 2016, №6: 20-26] и др. Отметим, что жанр «интервью» в журнале «ДИ» имеет некоторые специфические особенности: зачастую интервьюером становится не журналист, а коллега/знакомый/друг интервьюируемого. Подобный подход вызван тем, что таким образом характер героя интервью раскрывается полнее за счет отсутствия дистанции между интервьюером и интервьюируемым.

Журнал «ДИ» содержит рубрику «Анонс», в которой собраны материалы анонсирующие выставки изобразительного искусства и театральные постановки. Данные материалы, естественно, выпилены в жанре «анонс» и составляют 10% к общему числу материалов в единицах публикаций и 7,9% к общему объему материалов в страницах.

Использование жанра «обозрение» говорит о стремлении издания наглядно освещать культурную проблематику и предоставлять аудитории совокупность артефактов, объединенных по определенному признаку, устанавливать связи между ними и вырабатывать целостное представление о культурном процессе в целом или отдельной теме в искусстве. Жанр «обозрение» занимает 9,7% к общему числу материалов в единицах публикаций и 6,7% к общему объему материалов в страницах.

Также находят применение такие жанры, как: «искусствоведческая статья» – 2,6% от общего количества материалов в выпуске и 5,4% от общего объема страниц, «комментарий» – 5,7% от общего количества материалов в

выпуске и 4,1% от общего объема страниц, «рецензия» – 4,5% от общего количества материалов в выпуске и 4,1% от общего объема страниц.

Жанр «информационная корреспонденция» занимает не последнее место в журнале «ДИ» (3,3% к общему числу материалов в единицах публикаций и 3,9% к общему объему материалов в страницах), а значит, редакция «ДИ» использует не только аналитические и публицистические жанры (статья, комментарий, рецензия, эссе, обозрение), но и информационные, в стремлении дать аудитории в том числе и фактологическую информацию, а не только анализ интересующих его явлений, оценку тех процессов, которые происходят в современной культуре. Для аудитории журналов важна информация о предстоящих мероприятиях, новостях в сфере культуры и искусства. Редакции, выбирая для подобных материалов жанр «информационная корреспонденция», стремятся к более детальному и более широкому освещению события, нежели в жанре «заметка» или «анонс». Так, «свернутый» пересказ происшедшего культурного события находит отражение в материалах: «Постсоветский взгляд на территории из центра» [Диалог искусств, 2017, №4: 40-44]; «Медиа-арт умер, а мы еще нет» [Диалог искусств, 2018, №1: 28-30] и др.

Отметим, что в жанровой структуре журнала «ДИ» присутствует жанр «анкета» (1,2% от общего количества материалов в выпуске и 1,4% от общего объема страниц). Данные материалы знакомят читателя с молодыми художниками и кураторами музеев и выставок.

Наименее популярным жанром в журнале «ДИ» является «отрывок из книги/цитата». В ходе исследования было выявлено всего 3 материала данного жанра, что составляет 0,7% к общему числу материалов в единицах публикаций и 0,9% к общему объему материалов в страницах. Подробная жанровая структура журнала «ДИ» представлена в приложении 5.

Таким образом, жанровая структура в современных российских периодических изданиях по культурной проблематике характеризуется сбалансированностью жанровых подходов, типичных для культурно-

просветительской журналистики. Использование жанров «обозрение», «рецензия», «комментарий» и «искусствоведческая статья» вполне логично и отвечает основным функциям культурно-просветительской журналистики. По результатам анализа наиболее важной целью редакции журналов «Искусство» и «ДИ» считают освоение культурных артефактов, они стремятся ознакомить общество с новыми продуктами творческой деятельности человека и помочь аудитории выработать свое отношение к ним, поэтому использование вышеуказанных жанров более чем оправданно в журналах данной узкой тематической ниши.

2.3. Периодические издания по культурной проблематике: визуальная составляющая

Исследование периодических изданий по культурной проблематике не может быть комплексным без подробного анализа визуальной составляющей. Роль визуализации как средства отображения сферы культуры и искусство трудно переоценить. Так, в ряде изданий существуют отдельные публикации и целые рубрики, в которых визуальная составляющая играет главную содержательную роль.

В рамках нашего исследования, издания «Искусство» и «ДИ» были проанализированы на предмет следующих характеристик: *наличие уникального фирменного стиля издания; использование визуальных элементов; исполнение визуальных элементов полноцветной и черно-белой печатью; происхождение и способ подготовки визуальных элементов; размер и расположение визуальных элементов в издании.*

Уникальный фирменный стиль издания. К данной группе относятся такие компоненты, как: логотип журнала (вербальный, визуальный, комбинированный); цветовая гамма, вызывающая ассоциации с изданием; фирменный шрифт (для колонтитулов, заголовков, основных и дополнительных

текстов; графическое оформление (визуальные, декоративные, графические элементы); модульная система конструирования (сетка или определенный макет, в который вписываются все элементы издания); обложка и внешнее оформление (композиция и постоянные элементы обложки издания, обеспечивающие его узнаваемость).

Визуальные элементы. В периодических издания по культурной проблематике могут найти применение такие типы визуальных элементов, как: фотография портретная, пейзажная, репортажная, модная фотосессия, репродукция картин или других произведений искусства, документальные иллюстрации, рисунок, гравюра, коллаж, карта, чертеж, схема, диаграмма, график, инфографика и пр.

Исполнение визуальных элементов полноцветной и черно-белой печатью. В рамках данной характеристики нам предстояло выяснить как часто рассматриваемые издания публикуют визуальные элементы в полноцветном исполнении, и чем обосновано черно-белое исполнение материала.

Происхождение и способ подготовки визуальных элементов. В зависимости от происхождения и способа подготовки визуальных элементов выделяются: заимствованные материалы и оригинальные, которые были созданы специально для данного издания.

Размер и расположение визуальных элементов в издании. В зависимости от размера и расположения в издании визуальные элементы подразделяются на: полосные иллюстрации (во всю страницу), полуполосные, разворотные (на двух страницах), оборонные (небольшая иллюстрация, окруженная текстом), иллюстрации на полях.

Журнал «Искусство». Исследование визуальной составляющей журнала «Искусство» показало, что издание печатается на высококачественной мелованной бумаге, оформление журнала находится на высоком уровне, а визуальный контент богат и разнообразен. Наличие «глухих» полос (заполненных исключительно текстом) в журнале – редкое явление.

Иллюстративный материал, по сравнению с текстом, зачастую доминирует на страницах издания и привлекает внимание читателя.

Журнала «Искусство» обладает собственным уникальным фирменным стилем. Издание имеет свой логотип, который остается неизменным на протяжении многих лет (см. Рис. 1.).

Рис. 1. Логотип журнала «Theartmagazine – Искусство»

Как мы видим, логотип журнала представляет собой шрифтовое начертание названия, однако техника исполнения использует игру света и тени, что делает этот логотип узнаваемым и уникальным.

Цветовой гаммы, вызывающей ассоциации с изданием выявлено не было. Так, все проанализированные выпуски издания «Искусства» выполнены в различных цветовых решениях. У журнала имеются фирменные шрифтовые гарнитуры, в которых выполнены заголовки, основные и дополнительные тексты, подписи к иллюстрациям.

Графическое оформление журнала «Искусство» складывается из таких элементов, как: нумерация страниц (располагается по середине страницы с левого и правого ребра), наименование рубрики (располагается вверху страницы с левого и правого ребра), подписи к иллюстрациям (располагается по правому краю иллюстрации, внизу страницы). «Воздух» или свободное пространство в издании можно также считать графическим элементом оформления, все материалы, даже лишённые иллюстраций не вызывают ощущения тяжести и перегруженности. Все благодаря большому количеству свободного пространства на странице. Например, страница, полностью

состоящая из текстовых элементов занимает не более 68% от площади страницы.

В журнале присутствует модульная система конструирования, создающая своеобразную закономерность и структуру журнала. Страницы издания в зависимости от характера и жанра материала можно условно поделить на однополосные и двухполосные. Каждый выпуск журнала придерживается строго макетирования текстовых и визуальных элементов, что, безусловно, повышает как эстетический эффект взаимодействия с изданием.

Обложка журнала выполнена в фирменном стиле, каждый выпуск имеет такие фирменные элементы, как: логотип и год основания, название номера и указание выходных данных. Стилль оформления обложки остается неизменным с 2014 г. Визуальная составляющая обложки представляет собой произведение изобразительного искусства как классического, так и современного. Например, выпуск журнала №2 (605) 2018 «Путешествие», начинается обложка с фотографией Фионны Тан «Нэлли». Как отмечает само издание: «элементы консерватизма служат идее качественного представления качественного искусства — отличительные черты обновленного "Искусства"» [Искусство,html://]. Визуализация уникального фирменного стиля издания «Искусство» представлена в приложении 6.

Стоит сразу отметить, что контент-анализ визуальных элементов издания не распространялся на рекламные материалы, посвященных институтам и деятельности самого издания. Нас интересовали только материалы, непосредственно составляющие контент издания. В ходе контент-анализа было выявлено 1071 визуальных элементов различных типов. Так, в журнале «Искусство» среди визуальных элементов преобладают следующие типы: репродукция – 34,3% от всех выявленных визуальных элементов и кадры из кинематографа – 30,3% от всех выявленных визуальных элементов издания.

Большое количество визуальных элементов 19% от общего объема относятся в пейзажной фотографии. Также в журнале «Искусство»

используется тип: документальной иллюстрации – 5,6%, репортажной фотографии – 4,5%, схемы – 3,7%, а также портретная фотография – 2,6%. Подробная структура визуальных элементов журнала «Искусство» представлена в приложении 7.

В ходе исследования было выявлено, что на страницах журнала «Искусство» активно используются чёрно-белые иллюстрации, они составляют 24,6% от общего объёма визуальных элементов. Отметим, что далеко не все чёрно-белые иллюстрации являются репродукциями или кадрами из чёрно-белого кинематографа. Часть иллюстраций осознано выполнена в монохромном исполнении, чтобы передать эстетику и смысл всего материала. Мы полагаем, что для периодических изданий по культурной проблематике монохромное исполнение является осознанным шагом, согласующимся с соблюдением уникального графического оформления издания.

Большинство визуальных элементов журнала «Искусство» является заимствованными материалами. Так, большинство фотографий, размещённых на страницах издания принадлежат профессиональным художникам и фотографам, не связанных трудовыми отношениями с журналом «Искусство». Однако, существует ряд материалов, составляющих 15,7% от общего объёма иллюстраций, созданных специально для журнала «Искусство». К примеру Юрий Пальмин – фотограф, специалист по архитектурной фотографии, преподаватель Московской архитектурной школы (МАРШ) на протяжении нескольких лет является штатным фотографом издания.

В зависимости от размера и расположения в издании визуальные элементы журнала «Искусство» подразделяются на: оборонные – 43%; полуполосные – 38,7%; разворотные – 8,8%; полосные – 6,1%; иллюстрации на полях – 3,5%.

Таким образом, несмотря на обилие визуального и текстового контента, дизайнеры журнала сумели создать ощущение свободного пространства, что

создает общий эффект аккуратных и легких для чтения, но одновременно информационно насыщенных материалов на страницах издания «Искусство».

Журнал «ДИ». Исследование визуальной составляющей журнала «ДИ» выявило характерные особенности, придающие изданию свою специфику, а также ряд недостатков, снижающих уникальность визуальной составляющей. Отметим, что журнал «ДИ» печатается на высококачественной мелованной бумаге, что позволяет в наибольшей степени передать все визуальные элементы. Журнал «ДИ» использует гораздо больше типов визуальных элементов, по сравнению с журналом «Искусство», однако, по нашему мнению, именно большое количество разрозненных и неструктурированных визуальных элементов снижает эстетическую составляющую, которая должна присутствовать в периодических изданиях по культурной проблематике. Так, частой картиной является размещение нескольких иллюстраций, вписанных в трехколонный текст (приложение 8).

Журнал «ДИ» обладает собственным фирменным стилем, который в большей степени базируется на логотипе, выполняющем идентификационную функцию. Логотип можно отнести к композиционно-шрифтовому типу, выполненному в фирменной гарнитуре издания (см. Рис. 2.). Отметим, что в логотип издания включается в себя наименование издательства. В ходе исследования визуальной составляющей журнала «ДИ» выявить какую-либо устоявшуюся цветовую гамму, вызывающей ассоциации с изданием не удалось.



Рис. 2. Логотип журнала «Диалог искусств»

Все проанализированные выпуски издания «ДИ» выполнены в различных цветовых решениях, порой излишне пестрых. У журнала имеются фирменные шрифтовые гарнитуры, в которых выполнены колонтитулы, заголовки, основные материалы, подписи к иллюстрациям.

Графическое оформление журнала «ДИ» содержит разнообразные декоративные и графические элементы, среди них: нумерация страниц (располагается вверху, по середине страницы), наименование рубрики (располагается вверху, по левой и правой стороне страницы). Отметим, что заглавие рубрик начертается в том же стиле, что и логотип – с преднамеренным переносами слогов (см. Рис. 3.).

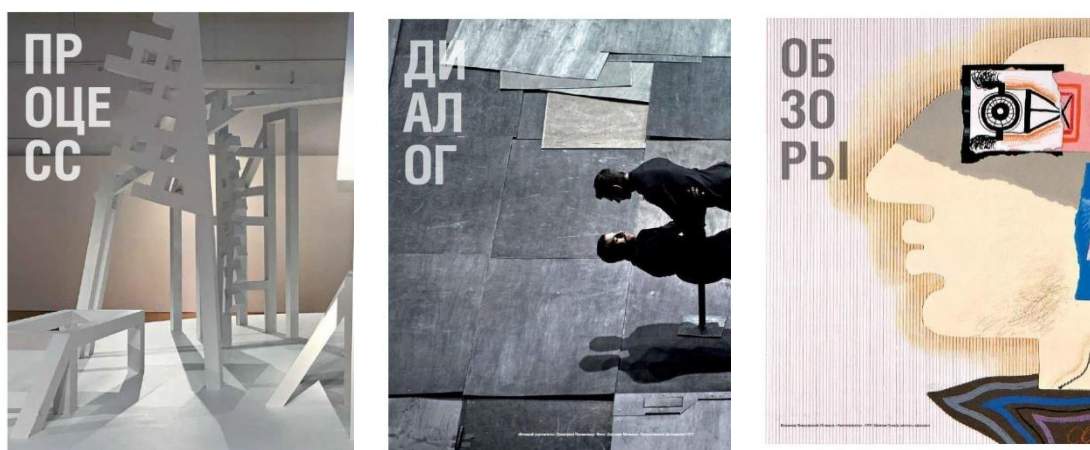


Рис. 3. Заглавие рубрик в журнале «Диалог искусств»

На сегодняшний день в журнале «ДИ» используется прямая, по большей части, трехколонная верстка. Броские заголовки, выделяющиеся на фоне основного текста большим размером и толщиной кегля, создавая отчетливую «точку входа» в материал. Оформленные подобным образом подзаголовки облегчают читателям навигацию при беглом ознакомлении с публикацией. Какой-либо определённой сетки внутри издания выявлено не было, так каждая последующая страница может отличаться по структуре от предыдущей.

Обложка журнала «ДИ» выполнена в фирменном стиле, каждый выпуск имеет такие фирменные элементы, как: логотип, номер выпуска, заголовки основных тем выпуска. В качестве иллюстраций на обложке, как правило, используются коллажи. Отметим, что за основу коллажа, как правило, берется

произведение изобразительного искусства. Например, обложка журнала №5 2017 основана на работе Александра Косолапова «Смерть Татлина». Однако, для ряда выпусков журнала «ДИ» были созданы специальные иллюстрации, как в случае выпуска №1 2018, где на обложке работа Александра Образумова.

В ходе контент-анализа журнале «ДИ» было выявлено 1519 визуальных элементов различных типов. Наибольшее количество иллюстраций (34% от общего объема) относится к репортажной фотографии. Данная ситуация объясняется двумя аспектами, характерными для журнала «ДИ»: во-первых, в каждом выпуске уделяется большое внимание выставкам, проходящим в ММСИ, сопровождаемых фотографиями; во-вторых, на страницах издания присутствуют материалы, посвященные театральным постановкам, которые также сопровождает репортажная фотография.

Было выявлено большое количество иллюстраций, относящихся к типу «репродукции» – 19,8 от общего объема визуальных элементов. Часто используется иллюстрации типа «кадры из кинематограф» – 17,6% и «пейзажная фотография» – 14,4% от общего объема визуальных элементов.

Также находят применение такие типы иллюстраций, как: «фотография портретная» – 4,7%; «коллаж» – 3,9%; «модная фотосессия» – 2,8%; «документальные иллюстрации» – 2,8%. Подробная структура визуальных элементов журнала «ДИ» представлена в приложении 9.

В ходе исследования было выявлено, что на страницах журнала «ДИ» практически не используются чёрно-белые иллюстрации, они составляют лишь 5,7% от общего объёма визуальных элементов. В основном, издание ориентируется на динамическое представление материала, а визуальные элементы призваны усилить этот эффект за счет цвета и расположения.

Большое количество визуальных элементов журнала «Искусство» является собственными материалами, сделанными сотрудниками издания. Так, большинство репортажных фотографий, размещённых на страницах издания,

принадлежат журналу «ДИ». Их количество составляющих 34,2% от общего объёма иллюстраций.

В зависимости от размера и расположения в издании визуальные элементы журнала «ДИ» подразделяются на: полуполосные – 36,6%; оборонные – 31,9%; полосные – 32,5%; разворотные – 9%; иллюстрации на полях – 5,6%. В отличие от журнала «Искусство», где предпочтение отдается оборонным иллюстрациям, издание «ДИ» активно использует полуполосные иллюстрации.

Таким образом, проведенный контент-анализ журнала «ДИ» позволяет заключить, что объяснение устройства современной сферы культуры и искусства, требующих большого количества деталей, дается с использованием графических средств: фотографии, репродукции, коллажей и пр. Употребление в публикациях сразу нескольких типов визуализации (например, фотографий и документальных иллюстраций) делает материал более увлекательным и информативным.

Выводы к Главе II

Периодические издания по культурной проблематике журналы «Искусство» и «ДИ» на протяжении долгих лет остаются одними из наиболее успешных и читаемых в сегменте периодических изданий по культурной проблематике.

В ходе контент-анализа тематической структуры журналов были выделены следующие характерные категории: *теория искусства; история искусства; отдельный жанр изобразительного искусства; смежные жанры; институты; современное российское искусство; современное зарубежное искусство; экономика искусства; события/мероприятия; реклама; другое.*

Исследование жанровой структуры периодических изданий по культурной проблематике, по нашему мнению, позволяет более полноценно понять сущностную характеристику самого издания, а также уточнить его позиционирование в системе СМИ. Так, в рамках нашего исследования, были

выделены следующие жанры, используемые периодическими изданиями по культурной проблематике: *искусствоведческая статья; информационная корреспонденция; интервью; беседа (полилог); анкета; рецензия; обозрение; комментарий; отрывок из книги/цитата; анонс; эссе; фотоматериал.*

Особое внимание в ходе нашего исследования было уделено визуальной составляющей периодических изданий по культурной проблематике. Так, журналы «Искусство» и «ДИ» были проанализированы на предмет таких характеристик, как: *наличие уникального фирменного стиля издания; использование визуальных элементов; исполнение визуальных элементов полноцветной и черно-белой печатью; происхождение и способ подготовки визуальных элементов; размер и расположение визуальных элементов в издании.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Периодические издания по культурной проблематике представляют собой самостоятельный сегмент прессы, который ориентирован на особый вид духовного производства, а именно – на формирование у аудитории, определенной системы ценностей путем трансляции идеологических и нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов. Периодические издания по культурной проблематике освещают события культурной жизни в столицах, в регионах и за рубежом, поднимают многообразные вопросы, связанные с культурным опытом человека, создавая единое ценностно-смысловое пространство с характерными нормативными ориентирами, необходимыми для эффективного функционирования общества, для выработки объективных критериев оценки ключевых социальных тенденций и общей духовно-нравственной формулы социального блага. Обладая присущими масс-медиа свойствами периодические издания по культурной проблематике принимают активное участие в трансляции ценностно-нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов, проявляя способность их трансформации. Мы выяснили, что периодические издания по культурной проблематике формируют определенный вкусовой и нравственный контекст, который влияет на культурный облик и социальное поведение различных слоев общества.

К основным типологическим критериям современных периодических изданий по культурной проблематике нами были отнесены: «проблемно-тематическая специализация; целевая аудитория; ориентация на интересы и потребности аудитории; основы финансирования издания; учредитель; мировоззренческая (идеологическая) позиция».

В ходе нашего исследования мы пришли к выводу, что типологический портрет периодических изданий по культурной проблематике нельзя назвать четко очерченным, можно лишь говорить о том, что их идентичность находится

в процессе становления. Мы можем наблюдать, широкое разнообразие периодические издания по культурной проблематике, что вполне обосновано многообразием направлений современной культуры и тех проблем и вопросов, которые функционируют в данной сфере.

Современная система СМИ возлагает проблему отражения темы культуры и искусства именно на периодические издания по культурной проблематике. Данный сегмент СМИ продолжает культурно-просветительскую традицию, берущую начало еще от истоков российской журналистики и особенно глубоко разрабатывавшуюся в советский период. Этой традиции отвечают культуροформирующие функции журналистики и нацеленность на духовное развитие человека и общества. Однако, в последние десятилетия все больше усиливается тенденция смещения акцентов при анализе художественной действительности с собственно эстетических критериев к рыночным. Все чаще на страницах периодических изданий по культурной проблематике произведение искусства или культурное событие мыслится как товар, продукт, предназначенный для продажи потребителю, а читатель – как сообщество потенциальных потребителей.

Таким образом, востребованность периодических изданий по культурной проблематике обусловлена необходимостью взаимодействия с целевыми аудиториями, прежде всего, с целью продвижения культурных ценностей. Периодические издания по культурной проблематике многопланово обращаются к проблемам культуры и искусства взаимодействия современного человека, давая ему возможность выступать в этом процессе в качестве полноправного субъекта со сформированной межкультурной компетенцией.

Периодические издания по культурной проблематике, журналы «Искусство» и «ДИ» на протяжении долгих лет остаются одними из наиболее успешных и читаемых в сегменте периодических изданий по культурной проблематике.

В ходе контент-анализа тематической структуры журналов были выделены следующие характерные категории: *теория искусства; история искусства; отдельный жанр изобразительного искусства; смежные жанры; институты; современное российское искусство; современное зарубежное искусство; экономика искусства; события/мероприятия; реклама; другое.*

Нами был сделан вывод о том, что редакция журналов «Искусство» и «ДИ» стремится расширить тематическое поле и привлечь более широкую аудиторию, что, по нашему мнению, является неуместным в специализированном периодическом издании, ведь таким образом целевая аудитория может получить не ту информацию, которую ожидает, и будет чувствовать себя «обманутой». Что касается нецелевой аудитории, на которую рассчитывает издания, расширяя тематическое поле, то, скорее всего, она не будет использовать данное издание для получения необходимой информации, так как журнал позиционирует себя как СМИ об искусстве и культурной проблематике, следовательно, в глазах широкой аудитории будет оставаться специализирующимся именно на этой теме.

В целом, можно заключить, что Журналы «Искусство» и «ДИ» стремятся разнообразить свою тематику, не сосредоточиваясь на одной теме. Они нацелены на универсальность, поэтому стараются освещать различные аспекты культурной проблематики и в этом смысле отвечают потребностям и интересам самой широкой аудитории.

Исследование жанровой структуры периодических изданий по культурной проблематике, по нашему мнению, позволяет более полноценно понять сущностную характеристику самого издания, а также уточнить его позиционирование в системе СМИ. Так, в рамках нашего исследования были выделены следующие жанры, используемые периодическими изданиями по культурной проблематике: *искусствоведческая статья; информационная корреспонденция; интервью; беседа (полилог); анкета; рецензия; обозрение; комментарий; отрывок из книги/цитата; анонс; эссе; фотоматериал.*

Полученные в ходе контент-анализа данные, позволили заключить, что жанровая структура в современных российских периодических изданиях по культурной проблематике характеризуется сбалансированностью жанровых подходов, типичных для культурно-просветительской журналистики. Использование жанров «обозрение», «рецензия», «комментарий» и «искусствоведческая статья» вполне логично и отвечает основным функциям культурно-просветительской журналистики. По результатам анализа наиболее важной целью редакции журналов «Искусство» и «ДИ» считают освоение культурных артефактов, они стремятся ознакомить общество с новыми продуктами творческой деятельности человека и помочь аудитории выработать свое отношение к ним, поэтому использование вышеуказанных жанров более чем оправданно в журналах данной узкой тематической ниши.

Особое внимание в ходе нашего исследования было уделено визуальной составляющей периодических изданий по культурной проблематике. Так, журналы «Искусство» и «ДИ» были проанализированы на предмет таких характеристик, как: *наличие уникального фирменного стиля издания; использование визуальных элементов; исполнение визуальных элементов полноцветной и черно-белой печатью; происхождение и способ подготовки визуальных элементов; размер и расположение визуальных элементов в издании.*

Основываясь на проведенный контент-анализ журналов «Искусство» и «ДИ» можно сделать вывод, что отображение современной культурной проблематики невозможно представить себе без использования большого арсенала визуальных средств. Применение в периодических изданиях по культурной проблематике сразу нескольких типов визуализации (например, фотографий, репродукций, документальных иллюстраций, коллажей) позволяет придать материалу более увлекательный и информативный характер.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акопов, А. И. Периодические издания [Текст] / А.И. Акопов // Учебно-методическое пособие для студентов-журналистов. – Ростов-на-Дону: Изд-во «ИМК», 1995. – 79 с.
2. Андреева, Е.А. Всё или ничто. Символические фигуры в искусстве второй половины XX века.[Текст] / Е.А.Андреева //СПб: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. – 584 с.
3. Беспмятнова, Г.Н. Эффекты и эффективность телевизионной коммуникации / Г.Н.Беспмятнова // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: сб. матер. всерос. науч.-практ. конф. М.: Ф-т журн. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008. – С. 6-7.
4. Вартанова, Е.Л. Медиасистема России[Текст] / Е.Л.Вартанова // Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой / Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский, Т.Э. Гринберг и др. –М.: «Аспект Пресс», 2015. – 384 с.
5. Горлова, Е.В. Журналы об искусстве в России: типологический анализ [Текст] / Е.В.Горлова// Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева, 2016. –№4. Т 2. – С. 163-168.
6. Горлова, Е.В. Особенности содержательной модели российских журналов об изобразительном искусстве [Текст] / Е.В.Горлова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика, 2018. – № 1. – С. 43-71.
7. ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения [Текст]: система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу: межгос. стандарт / разработ. Рос. кн. палатой М-ва РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций и Межгосударств. техн. комитетом по стандартизации МТК 191 «Научно-техническая информация, библиотечное и издательское дело». – Введ. 2004-07-01. – Минск:

Межгосударств. Совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 2001. – 35 с.

8. Грабельников, А.А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя [Текст] / А.А.Грабельников //Монография. – М.: «РУДН», 2008. – 341 с.

9. Дзялошинский, И.М., Дзялошинская, М.И. Концепция современного периодического издания[Текст] / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская//: Учебно-методическое пособие. М.: «МедиаМир», 2012. – 343 с.

10. Дзялошинский, И.М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиапространстве России [Текст] :дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / И. М. Дзялошинский. – Москва, 2013. – 469 с.

11. Засурский, Я.Н. Средства массовой информации России [Текст] / М.И. Алексеева, Е.Л. Вартанова, Я.Н. Засурский, и др. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 129 с.

12. Зинин, Р.В. Специализированные издания в сфере культуры: опыт классификации [Текст] /Р.В. Зинин// Дискурсология и медиакритика средств массовой информации / под ред. А. В. Полонского, М. Ю. Козак, С. В. Ушаковой. Белгород, 2017. – С. 59-67.

13. Кара-Мурза, Е.С. Потребительские СМИ. Просветительство и расширение кругозора [Текст] /Е.С. Кара-Мурза // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / Под общ. ред. Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой. – СПб.:«Высш. школа журн. и мас. коммуникаций», 2012. – 304 с.

14. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики[Текст] /С.Г. Корконосенко //Учебно-методическое пособие. М.: «Аспект Пресс», 2009. – 287 с.

15. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики в России [Текст] / С.Г. Корконосенко // Учебное пособие. СПб.: «Алетейя», 2018. – 254 с.

16. Корконосенко, С.Г. Фактор мотивации в деятельности медиа сообществ [Текст] / С.Г. Корконосенко // Век информации, 2017. – Т. 2, № 2. – С. 121-123.

17. Лазутина, Г.В., Распопова, С.С. Жанры журналистского творчества [Текст] / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова // Учебное пособие. М.: «Аспект Пресс», 2011. – 320 с.
18. Лейбин, В.Э. Модерновый запрос на правду [Текст] / В.Э. Лейбин // МедиаТренды. М., 2012. – № 1. – С. 5.
19. Лобин, А.М. Проектирование и анализ концепции книжного издания [Текст] / А.М. Лобин // Учебное пособие для студентов спец. 030901 «Издательское дело и редактирование». Ульяновск: «УлГТУ», 2009. – 110 с.
20. Лозовский, Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации [Текст]: / Б.Н. Лозовский // Учебно-методический комплекс. Екатеринбург: ИОНЦ «Информ. безопасность», 2007. – 166 с.
21. Мильчик, А.Э., Гольцева, Э.В. Типология изданий. [Текст]: / А.Э. Мильчик, Э.В. Гольцева // М.: Изд-во «Книжная палата», 1990. – 231 с.
22. Нигматуллина, К.Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины [Текст] / К.Р. Нигматуллина // Учебное пособие под общ. ред. В.А. Сидорова. – Спб.: Изд-во «МУ», 2012. – 176 с.
23. Павлушкина, Н.А. Аудиторный фактор развития периодической печати [Текст] / Н.А. Павлушкина // Учебное пособие. – Спб.: «СПбГУ», 2014. – 239 с.
24. Поликарпова, Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе [Текст] / Е.В. Поликарпова // Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Изд-во «ИППК при РГУ», 2002. – 178 с.
25. Полонский, А.В. Сущность и язык публицистики [Текст] / А.В. Полонский // Учебное пособие. – Белгород: «Политерра», 2009. – 238 с.
26. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст] / Е.П. Прохоров // Учебник для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению 520600 и спец. 021400 «Журналистика». – 8-е изд., испр. – М.: «Аспект Пресс», 2011. – 350 с.

27. Романов, А.А. Тайны рекламы [Текст] / А.А. Романов, И.Ю. Черепанова // Учебное пособие. – Тверь: «ГЕРС», 1997. – 290 с.

28. Сергеева, Т.С. Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека [Текст] / Т.С. Сергеева // Вестник«ЧГУ», 2013. – № 22 (313). – С. 153.

29. Сидякина, А.А. Художественно-просветительские периодические издания (арт-журналистика) [Текст] /А.А. Сидякина // Журналистика сферы досуга / под общ. ред. Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой. СПб., 2012. – С. 123-125.

30. Современная пресса: теория и опыт исследования [Текст] /Л.Л. Реснянская, Т.И. Фролова // Учебное пособие. М.: «ВК», 2007.– 303 с.

31. Средства массовой информации России [Текст] / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова // Учебное пособие для студентов вузов под ред. Я.Н. Засурского. – 2-е изд. М.: «Аспект Пресс», 2011. – 391 с.

32. Стариков, А.Г. Масс-медиа современной России[Текст] / А.Г. Стариков //Ученое пособие. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2013. – 250 с.

33. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000.

34. Типология периодической печати [Текст] /М.В. Шкондин, Л.Л. Реснянская //Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 030601 «Журналистика». – М.: «Аспект Пресс», 2009. – 234 с.

35. Цветова, Н.С. Культпросвет и/или культторг? (Дискурс искусства в современной российской журналистике) [Электронный ресурс] /Н.С. Цветова// Петербургский публицист, 2015.– Режим доступа: <https://spbspeaks.ru/2015/11/19/наталья-цветова-культпросвет-иили-ку/> (Дата обращения: 23.04.2019).

36. Чуков, П.И. Специализированные газеты как тип издания [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / П.И. Чуков. – Ростов-на-Дону, 2004. – 26 с.

37. Шкондин, М.В. Типология периодической печати [Текст] / М.В. Шкондин // Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.

СПИСОК ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

38. «"И положили, где следовало": традиция почитания» [Текст] / А. Пожидаева // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №1 (596). – С. 38-56.

39. «Брейгель» [Текст] / А. Стрельцова // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №3 (603). – С. 96-99.

40. «Василий Верещагин» [Текст] / И. Мак // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №1 (601). – С. 100-101.

41. «Домашние танцы» на фестивале «Территория» [Текст] / А. Стрельцова // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №2 (602). – С. 82-87.

42. «Европейская биеннале современного искусства "Манифеста 11"» [Текст] / Д. Новик // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №2 (597). – С. 123-126.

43. «Незримые города» ИталоКальвино [Текст] / Ф. Ла Порта // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №4 (607). – С. 8-12.

44. Арт-рынок на пороге блокчейна [Текст] / Д. Белли // журнал «Диалог искусств», 2018. – №4. – С. 38-42.

45. Биография невозможного [Текст] / А. Рудык // журнал «Диалог искусств», 2017. – №5. – С. 27-30.

46. В ожидании реканонизации [Текст] / А. Боровский // журнал «Диалог искусств», 2017. – №5. – С. 52-56.

47. Весь мир – театр. [Текст] / Е. Гершкович // журнал «Диалог искусств», 2017. – №2. – С. 48-50.

48. Виктор Пивоваров. Московский альбом [Текст] / И. Мак // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №3 (603). – С. 90-92.

49. Внутри тебя в твоё отсутствие [Текст] / Т. Замировская // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2017. – №3 (602). – С. 8-28.

50. Диалог искусств [Электронный ресурс]: офиц. сайт журн. / гл. ред. А. Рудых. – Москва, 2001-2019. – Режим доступа: <http://www.di.mmoma.ru> (дата обращения 10.04.2019).

51. Дыхание Дерева. Звуковые ландшафты саунд-арта [Текст] / К. Дудаков-Кашуро // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2017. – №3 (602). – С. 62-74.

52. Иные города. Данте и воображаемая архитектура [Текст] / А. Корндорф // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №3 (606). – С. 10-24.

53. Искусственное Солнце Рафаэля Лозано-Хеммера [Текст] / С. Маккуайр // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2017. – №4 (603). – С. 8-22.

54. Истории двух путешественников [Текст] / Ф. Тан // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №2 (605). – С. 8-26.

55. Казимир Малевич и византийская литургическая трагедия [Текст] / М. Мудрак // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №2 (597). – С. 50-68.

56. Краткая история искусств. Беседа Александры Рудык и МэтаКоллишоу [Текст] / А. Рудык // журнал «Диалог искусств», 2018. – №1. – С. 128-134.

57. Кузьма Сергеевич Петров-Водкин. К 140-летию со дня рождения [Текст] / А. Успенский // журнал «Диалог искусств», 2018. – №3. – С. 130-134.

58. Культуртрегер 1960-х [Текст] / Е. Рубинова // журнал «Диалог искусств», 2017. – №2. – С. 138-142.

59. Лодки больше нет, путешествие закончено [Текст] / С. Старлинг // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №2 (605). – С. 48-58.

60. Медиа-арт умер, а мы еще нет [Текст] / А.Чернышев // журнал «Диалог искусств», 2018. – №1. – С. 28-30.

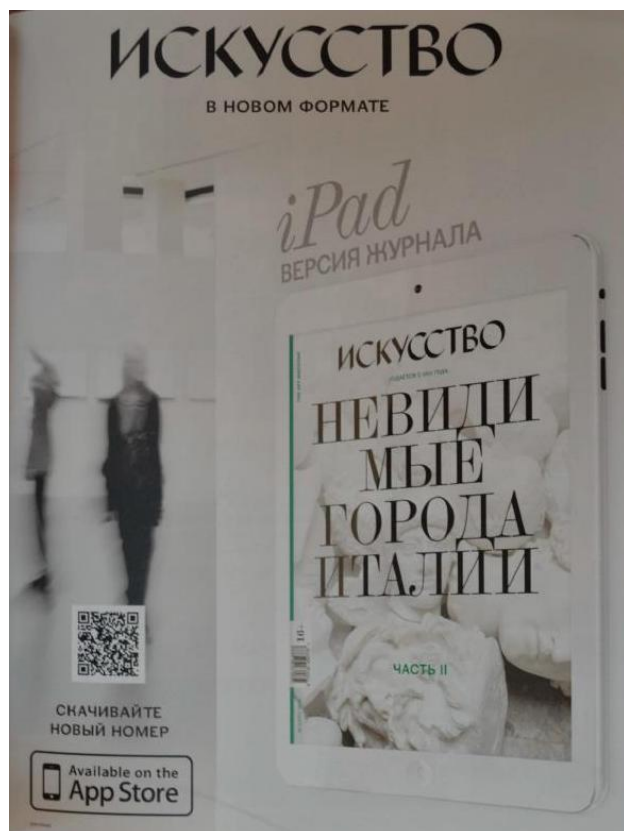
61. Между перформансом и объектом [Текст] / С. Гуськов // журнал «Диалог искусств», 2017. – №5. – С. 132-135.
62. Минимализм предела [Текст] / К. Лукина // журнал «Диалог искусств», 2016. – №4. – С. 122-123.
63. О журнале. Журнал «Искусство». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iskusstvo-info.ru/about> (дата обращения 10.04.2019).
64. Озеленение Галактики [Текст] / С. Анкер // журнал «Диалог искусств», 2018. – №1. – С. 48-52.
65. Опыт создания генеративного кино [Текст] / Р. Минаев // журнал «Диалог искусств», 2016. – №3. – С. 114-116.
66. Пейзаж сходит с ума: сюрреализм в ландшафтном искусстве [Текст] / Е. Кочеткова // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2017. – №3 (602). – С. 38-50.
67. Политическое искусство [Текст] / С. Гуськов // журнал «Диалог искусств», 2017. – №5. – С. 34-40.
68. Постсоветский взгляд на территории из центра [Текст] / С. Гаврилова // журнал «Диалог искусств», 2017. – №4. – С. 40-44.
69. Природа иллюзий и реальности. [Текст] / Н. Горожанцева // журнал «Диалог искусств», 2016. – №3. – С. 84-88.
70. Реализм во всеоружии. Беседа Елены Рубиновой с Митчем Гриффитсом [Текст] / Е. Рубинова // журнал «Диалог искусств», 2016. – №5. – С. 109-113.
71. Римские каникулы с греческим акцентом [Текст] / А. Романцевич // журнал «Диалог искусств», 2017. – №2. – С. 80-82.
72. Самый хулиганистый. Беседа Сергея Гуськова с Иваном Горшковым [Текст] / С. Гуськов // журнал «Диалог искусств», 2017. – №4. – С. 120-128.
73. Сверхдолгая выдержка [Текст] / В. Мусвик // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №2 (605). – С. 66-78.

74. Северная архитектура Выбор Анны Броницкой [Текст] / А. Броницкая // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2017. – №2 (601). – С. 24-36.
75. Серийный художник [Текст] / Д. Мачулина // журнал «Диалог искусств», 2016. – №3. – С. 104-108.
76. Сладкий ужас [Текст] / К. Сапгир // журнал «Диалог искусств», 2016. – №3. – С. 136-139.
77. Создатель визуальной агиографии [Текст] / И. Чмырёва // журнал «Диалог искусств», 2017. – №2. – С. 26-32.
78. Точечный выбор [Текст] / Е. Попова // журнал «Диалог искусств», 2016. – №6. – С. 20-26.
79. Фернандес О статуе Иакова-Матамороса [Текст] / Х. Фигейрас // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №1 (596). – С. 112-123.
80. Флорентийская линия VS. Венецианский цвет [Текст] / Д. Онианс // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №3 (598). – С. 64-76.
81. Фотобиеннале-2016 [Текст] / В. Мусвик // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №1 (596). – С. 131-134.
82. Чувство тепла Свена Йоне [Текст] / С. Йоне // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2018. – №2 (605). – С. 78-98.
83. Чудеса Святого Иакова [Текст] / А. Стрельцова // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №1 (596). – С. 16-38.
84. Энди Уорхол Рождественские открытки Tiffany [Текст] / Т. Замировская // журнал «Theartmagazine – Искусство», 2016. – №4 (599). – С. 17-22.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение №1

Рекламные материалы, продвигающие услуги журнала «Искусство»



**Тематическая структура журнала «Искусство»
за 2016-2018гг. (в % к итоговому числу материалов)**

Тематическая категория материалов	Кол-во материалов	%	Кол-во материалов (объем в страницах)	%
Теория искусства	14	8,5	256	28,7
История искусства	8	4,8	169	18,9
Отдельные жанры искусства	18	10,9	252	28,3
Институты	77	46,7	77	8,6
Современное искусство	7	4,2	120	13,5
События/мероприятия	36	21,8	110	12,3
Реклама	10	6,1	10	1,1
Итого:	165	100	892	100

Приложение №3

**Тематическая структура журнала «ДИ»
за 2016-2018гг. (в % к итоговому числу материалов)**

Тематическая категория материалов	Кол-во материалов	%	Кол-во материалов (объем в страницах)	%
Теория искусства	36	8,6	202	14,6
История искусства	40	9,5	262	18,9
Отдельные жанры искусства	36	8,6	192	13,9
Институты	121	28,7	148	10,7
Современное искусство	33	7,8	102	7,4
Экономика искусства	12	2,9	53	3,8
События/мероприятия	75	17,8	356	25,7
Реклама	68	16,2	69	5
Итого:	421	100	1384	100

**Жанровая структура журнала «Искусство»
за 2016-2018 гг. (в % к итоговому числу материалов)**

Жанр	Кол-во материалов	%	Кол-во материалов (объем в страницах)	%
Искусствоведческая статья	14	8,5	174	19,5
Информационная корреспонденция	9	5,5	38	4,3
Интервью	7	4,2	86	9,6
Рецензия	18	10,9	41	4,6
Обозрение	23	13,9	102	11,4
Комментарий	16	9,7	57	6,4
Отрывок из книги/цитата	7	4,2	89	10
Фотоматериал	71	43,0	305	34,2
Итого:	165	100	892	100

**Жанровая структура журнала «Диалог искусств»
за 2016-2018 гг. (в % к итоговому числу материалов)**

Жанр	Кол-во материалов	%	Кол-во материалов (объем в страницах)	%
Искусствоведческая статья	11	2,6	75	5,4
Информационная корреспонденция	14	3,3	54	3,9
Интервью	42	10,0	141	10,2
Беседа (полилог)	51	12,1	244	17,6
Анкета	5	1,2	19	1,4
Рецензия	19	4,5	57	4,1
Обозрение	41	9,7	93	6,7
Комментарий	24	5,7	57	4,1
Отрывок из книги/цитата	3	0,7	12	0,9
Анонс	42	10,0	109	7,9
Фотоматериал	169	40,1	523	37,8
Итого:	421	100	1384	100,0

Визуализация уникального фирменного стиля издания «Искусство»



**КРИСТОФЕР ЧЕРРОНЕ:
«ВОКЗАЛ ПОЛНОЦЕННО
УЧАСТВОВАЛ
В ПОСТАНОВКЕ ОПЕРЫ»**

В 2014 году композитор Кристофер Черроне вместе с театральным режиссёром Юзаем Шароном поставил в здании главного вокзала Лос-Анджелеса мультимедийную оперу «Незримые города» по одноимённому роману Итало Кальвино. Критики назвали её «блуждающей оперой» — зрители свободно расгуливали по зданию, смешиваясь с толпой, а слушатели были в наушниках и пытались понять, куда смотреть и за кем следить. В этой постановке авторы распустили о неопределённых между воображением и реальностью, между реальностью и памятью о ней — недаром Черроне, который происходит из семьи итальянских эмигрантов и всю жизнь прожил в Бруклине, назвал оперу, призванную подчеркнуть его собственную идентичность, опираясь на английский перевод Кальвино

интервью: Татьяна Давыдова

И вы хотели соединить фильм и музыку — да, и американец, но семья эмигрантов, и написанный оперу на основе перевода с итальянского на английский. Меня довольно устраивает работа в прокатном английском языке — он необычайно ритмичен

...и американец, но семья эмигрантов, и написанный оперу на основе перевода с итальянского на английский. Меня довольно устраивает работа в прокатном английском языке — он необычайно ритмичен

...и американец, но семья эмигрантов, и написанный оперу на основе перевода с итальянского на английский. Меня довольно устраивает работа в прокатном английском языке — он необычайно ритмичен

...и американец, но семья эмигрантов, и написанный оперу на основе перевода с итальянского на английский. Меня довольно устраивает работа в прокатном английском языке — он необычайно ритмичен

...и американец, но семья эмигрантов, и написанный оперу на основе перевода с итальянского на английский. Меня довольно устраивает работа в прокатном английском языке — он необычайно ритмичен



Структура визуальных элементы журнала «Искусство» за 2016-2018гг. (в % к итоговому числу материалов)

Жанр	Кол-во материалов	%
Репродукция	367	34,3
Кадры из кинематографа	324	30,3
Пейзажная	204	19,0
Документальные иллюстрации	60	5,6
Репортажная	48	4,5
Схема	40	3,7
Фотография портретная	28	2,6
Итого:	1071	100

Расположение визуальных элементов в журнале «ДИ»

54

ТЕМА

Булатов в прошлом году сказал: «Я несколько аналитик, и это превращает выследить правдоподобно». И эту границу теплого и реального в своем движении. Словом, аналитик, и это важно, и не редкая общественные вопросы. Активные баблы о том, что нужно помочь, решить конкретную проблему, какое-то время летит вокруг моей головы, но сейчас я фердирую свою задницу в первую очередь как исследование. Каждый проект складывается из определенного опыта. «Между здесь и там» начался с длительного взаимодействия с коммерческим интересами, около года мы с коллегами (Михаилом Левиным и Владимиром Колосниковым), художниками и журналистами ходили в интернет, пробовали разные формы общения и находились там людьми и с миром «за забором». В ПНИ жагут люди, которые наравне никогда не держали в руках фотоаппарат. Привычные для нас медиа, фото и видео, открыли для нас новые возможности коммуникации. Мы привнесли в ПНИ фотокамеру и предели для людей из интернета что-то новое, потом налаживали связь между ними и внешним миром через обмен фотографиями. Затем начали использовать сканлы и привели к очкам виртуальной реальности и исследованию социальной изоляции. Попытка в среду, институцию, действовать там стабильно, свободно, застраивать — это и есть, по-моему, настоящее художественное исследование. Оказалось, что людям из «нижнего мира» гораздо сложнее коммуницировать, чем людям из ПНИ, которые только увидели компьютер, но

КОГДА Я СНЯЛА РОБУ, ПОД НЕЙ БЫЛО ПЛАТЬЕ С ТЕМ ЖЕ НОМЕРОМ

оказалось, гораздо приятнее и активнее уже в первом разговоре. Многие жили в ПНИ из детских домов, у них не было навыков коммуникации, а кто-то просто отчаянно разочарован. Меня возмущает преемственность, автоматическое искусство. Мы пытались организовать процесс через сканлы — коллективно чистили трубы или пригласывали, танцевали. Пытались живым действием передать историю жизни. Устроили сканлы — чернику, в интернете включили музыку и танцевали под нее одновременно с теми, кто не смог прийти. После чтения книги художник-коммунист Андрей Монастырский за виртуальным образом и когда вижу текст. Ищу жанр, ритм, образ, поэтический и визуальный. Долгое время книга американского писателя и исследователя русского искусства Эдварда Соломона The Book Touch была моей настольной. Длительность моего акций вызвана не тем, что я испытываю себя на прочность. В жизни «На-заглавие

Дмитрий Юрков #1 2018

55

Снова в будущее

и общала 21 день носить хвост на спине именно на такой срок: детей отправляют на лечение в психиатрический стационар. Акции были способом рассказать и переосмыслить эту историю. Было много физического напряжения: прошлым — не промывку, не лечение, как себя будет чувствовать тело ментально, риторически, как я связана с этой историей. Все мои акции основаны на личном опыте. За меня политический или социальный заявления стоят люди, которые в жизни и чьи истории рассказывали, переживая их опыт. Мне кажется, это дает мне право высказывания на социальные темы, дает право называть себя художником. Наверное, о ПНИ можно рассказать и по-другому. В эпоху VR не ставил предметные задачи, могла быть визуализация метафоры человека одновременно свободным и несвободным, прикованным и марширующим, связанного с точки зрения и ракетами. Его сравнивали в трехстороннем футболе ГИ Деборозу, у нас не было

таких контактов, хотя и общались на ситуационно.

Полностью — очень простая, ясная и метафоричная метафора. Мы предлагаем физический диалог и в мире через забор. Несвобода есть, и ее осознаю, и разрушить этот забор в одиночку я не в силах, а для этого не свобода, но я могу пережить через него себя, людей, которые чувствуют то же самое, но с большим основанием, потому что они взаимодействуют с миром, могут двигаться и двигаться.

Мне хотелось бы выложить локальные практики, которые будут не только задавать, рассказывать, показывать, но и создавать максимальное пространство для действий, давать возможность выйти на новый уровень. Что вы скажете, бросайте мяч через забор. **LD**

© ИИФ Сергей Писарев. Между мной и тем, 2017. Фото: Наталья Булатова

pittolati

Приложение №9

**Структура визуальных элементы журнала «ДИ»
за 2016-2018гг. (в % к итоговому числу материалов)**

Жанр	Кол-во материалов	%
Фотография портретная	72	4,7
Пейзажная	218	14,4
Репортажная	516	34,0
Модная фотосессия	42	2,8
Репродукция	301	19,8
Кадры из кинематографа	267	17,6
Документальные иллюстрации	43	2,8
Коллаж	60	3,9
Итого:	1519	100