

УДК 070

**ТИПЫ ПЕЧАТНЫХ МУЗЫКАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ****THE TYPES OF PRINTED MUSICAL EDITIONS****И.И. Карпенко, Т.И. Максимова**  
**I.I. Karpenko, T.I. Maksimova***Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85**Belgorod National Research University, 85, Pobeda Str., Belgorod, 308015, Russia**E-mail: karpenkoirina@bsu.edu.ru; maksimova\_t@bsu.edu.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются основные типологические признаки периодических изданий, на их основании представлена типология печатных музыкальных изданий, проанализированы основные представители различных типов печатных музыкальных изданий, выявлены их основные типологические признаки.

*Abstract.* The article considers the main typological features of periodicals, on their basis presents a typology of printed musical editions, analyzes the main representatives of different types of printed musical editions, identified their basic typological features.

*Ключевые слова:* типология СМИ, типологические признаки СМИ, музыкальные издания, музыкальные журналы, типы музыкальных изданий, типологические характеристики.

*Keywords:* Media Typology, Typological Features Of The Media, Music Publications, Music Magazines, Musical Editions Types, Typological Features.

Тип периодического издания определяется устойчивой совокупностью комплекса характерных черт, появляющихся под действием типобразующих факторов [Прохоров 2011, 254]. Однако их универсальной классификации в научном дискурсе не представлено – исследователи в области СМИ выделяют различные типологические признаки.

Так, Е. П. Прохоров приводит такой перечень типологических факторов [там же, 255-258]: плюрализм мнений, тематическая дифференциация, ориентация на аудиторию, тематическое пространство, регион распространения, периодичность и «творческое лицо» издания (стиль изложения, жанры, авторы). В свою очередь, М. В. Шкондин разделяет типформирующие факторы на ведущие (характер аудитории, целевое назначение издания, характер передаваемой информации) и дополнительные (периодичность, время выхода, объем информации, формат издания) [Асташкин 2013, 79].

Согласно теоретико-типологическому анализу А. И. Аكوпова, можно выделить признаки типформирующие (издающий орган, цели и задачи издания, читательская аудитория), вторичные (авторский состав, внутренняя структура, жанры, оформление) и формальные (периодичность, объем и тираж) [Акопов 1985, 36]. Среди типологических признаков журнальной периодики М. В. Шкондин и Л. Л. Реснянская выделяют: предметную среду, аудиторию и цель издания [Типология периодической печати... 2009, 80].

Таким образом, мы можем выделить **основные типологические признаки периодических изданий**, основываясь на приведенных выше классификациях:

- **аудитория** – основополагающий типологический признак. Каждая редакция стремится как можно полнее удовлетворять информационные потребности своей аудитории. Кроме того, в условиях постиндустриального общества отмечается дальнейшее развитие ниши тематических журналов. Адресуясь более узким группам читательской аудитории, журналы поменяли рекламную политику, привлекая рекламодателей четко очерченной целевой аудиторией [Вартанова 2003, 147];

- **целевое назначение издания** может определяться директивными, нормативными документами, или задачами издающего органа. Обычно по целевому назначению издания делятся на: информационные, литературно-критические, научные, досуговые и др.;

- **тематическое пространство.** По характеру обращения к тематическим пластам следует выделить универсальные издания, в поле зрения которых находятся практически все сферы жизни общества. Наряду с ними существуют издания многопрофильные, охватывающие ряд проблемно-тематических линий, связанных между собой определенным центрирующим направлением и характером информации. Для монопрофильных изданий, в свою очередь, характерна только одна проблемно-тематическая линия [Прохоров 2011, 256-257];



- **предметная среда** конкретизирует тематическое пространство издания. Предметом могут выступать различные сферы общественной жизни, такие как политика, экономика, наука, культура, искусство и др.;

- **технические характеристики** издания, среди которых: оформление, формат, внутренняя структура, тираж, объем, периодичность, регион распространения, издатель и учредитель.

Характерная для современных медиа тенденция адаптации зарубежных медиабрендов приводит к обозначению отдельного типологического признака современных журналов, так называемому **«гражданству» издания** [Средства массовой информации России... 2008, 138]. В силу произошедшей в переходный период (1990-е – 2000-е годы) экспансии западных изданий на российский рынок, сегодня мы имеем достаточно большое число изданий, представляющих собой русскоязычную версию одноименных зарубежных журналов, частично адаптированную к специфике современной России [там же, 138-139].

В рамках нашего научного исследования нас будет интересовать типология **монопрофильных изданий**, журналов, предметной средой которых является **музыкальный процесс**. Как уже было сказано ранее, аудитория – основополагающий типологический признак для определения специфика издания. Для музыкальных изданий **целевой аудиторией** будут являться люди, интересующиеся музыкальным процессом, которых, в свою очередь, можно разделить на следующие целевые группы:

1. Люди, интересующиеся музыкальным процессом вообще, самой разнообразной музыкой, чаще всего, популярной музыкой. В музыкальных изданиях они ищут ответ на вопрос «что интересно большинству?»;

2. Люди с вполне определенным кругом интересов в музыкальной сфере, предпочитающие одно или несколько музыкальных направлений. В музыкальных изданиях они ищут ответ на вопрос «что будет интересно именно мне?»;

3. Люди, интересующиеся музыкальным процессом в профессиональных целях: исследователи, музыканты, критики и др. В музыкальных изданиях они ищут ответ на вопрос «что влияло и влияет на музыкальный процесс?». Эту целевую группу можно разделить на две еще более конкретные: исследователи в области музыковедения и музыканты (как профессионалы, так и любители).

В соответствии с этим разделением аудитории, мы можем вывести следующие **типы музыкальных изданий**:

1. **Музыкальные издания общего направления**, рассказывающие о музыке и музыкантах самых различных стилей. Предназначены такие издания, чаще всего, для меломанов, интересующихся современным музыкальным процессом. Освещаемые ими новости – новости шоу-бизнеса и музыкальной индустрии, а основные герои их публикаций – мировые знаменитости. Очень часто такие журналы составляют свои собственные рейтинги музыкальных композиций, альбомов, видеоклипов и др., а рецензируемые ими музыкальные произведения не должны принадлежать к какому-либо конкретному музыкальному стилю. Такие издания интересуют музыкальный процесс на его поверхностном уровне. Их целевое назначение, как правило, досуговое, они выполняют рекреативно-гедонистическую функцию. Отличаются такие издания ярким оформлением и более частой периодичностью. Как правило, эти издания распространяются на нескольких континентах. Основные представители этого типа – западные издания о популярной музыке и исполнителях, имеющие региональные варианты на территориях других стран, например, такие американские издания как «Rolling Stone» и «Billboard» (и их русскоязычные версии) и британский «Q».

Американский журнал **«Rolling Stone»** был основан в Сан-Франциско (в настоящий момент его редакция находится в Нью-Йорке) в 1967 году Яном Уэннером и музыкальным критиком Ральфом Дж. Глисоном, с 2004 года выпускается на русском языке. В настоящее время выпускается американской издательской корпорацией «Wenner Media LLC» (в России издаётся издательским домом «СПН-Медиа» по лицензии «Wenner Media LLC»). Кроме США журнал «Rolling Stone» распространяется на территории Австралии, Аргентины, стран Ближнего Востока, Болгарии, Великобритании, Германии, Индии, Индонезии, Испании, Италии, Китая, Колумбии, Мексики, России, Турции, Франции, Чили, Южной Африки и Японии. Его общий тираж на 2014 год составил 1 468 263 экземпляра. Журнал выходит два раза в месяц объемом от 72 до 108 страниц.

Основные рубрики журнала: «RollingStone.com», «Correspondence», «The Playlist, Rock&Roll», «Q&A», «Television», «Random Notes», «National Affairs», «Reviews». Рубрика «RollingStone.com» помещается на первых страницах журнала и содержит в себе информацию о контенте официального сайта «Rolling Stone». Рубрика «Correspondence» содержит краткие новостные заметки о мире музыки и шоу-бизнеса. «The Playlist» – рубрика, посвященная отдельным песням, альбомам и видео, на которые журнал советует обратить внимание. Самая большая рубрика «Rock&Roll» включает в себя краткие описательные материалы о популярных исполнителях (не только рок-эн-ролла, как может показаться исходя из названия рубрики, но и ритм-эн-блюза, хип-хопа, электроники и др.), в рубрике могут выделяться служебные подрубрики, такие как «Hot Actress», «Profile», «In the Studio», «Books» и др. Традиционная рубрика «Q&A» отводится для информационных интервью. Рубрика «Television» – для новинок из мира телевидения. Разворот «Random Notes» – это красочные фотографии наиболее заметных событий мира шоу-бизнеса и жизни звезд. Социальная и политическая тематика в журнале «Rolling Stone» освещается в рубрике «National Affairs» – здесь мы можем наблюдать



преимущественно проблемные и полемические статьи от ведущих обозревателей издания. Для журнала характерно выделение двух-трех основных хедлайнеров – ведущих музыкальных групп или исполнителей, материалам про которых отведено несколько разворотов. Обычно название группы или имя исполнителя (в некоторых случаях название самого материала) выводится в служебную рубрику. Замыкает журнал рубрика «Reviews», в которой мы наблюдаем рецензии на новые альбомы и кинофильмы и музыкальные чарты (топ-10 лучших песен на «iTunes», топ-10 лучших альбомов, топ-10 лучших синглов и топ-40 лучших альбомов).

Американский музыкальный журнал «**Billboard**» основан в Цинциннати в 1894 году Уильямом Х. Доналдсоном и Джеймсом Хенниганом. В России журнал выходит с 2007 года. В настоящее время редакция журнала расположена в Нью-Йорке. Выпускается журнал медиа-компанией «Prometheus Global Media». Кроме США журнал распространяется на территории Бразилии, Великобритании, Греции, Испании, России, Турции и Японии. Тираж его американской версии на 2014 год составил 16 327 экземпляров. Журнал выходит ежемесячно объемом от 76 до 110 страниц.

Журнал «**Billboard**» освещает не только новости музыкального мира, но также и новости шоу-бизнеса. Так, например, в постоянной рубрике «**Topline**» мы наблюдаем новостные заметки, комментарии звезд к произошедшим событиям, новости концертной и звукозаписывающей индустрии, киноиндустрии и телевидения. Также в этой рубрике мы можем встретить аналитические интервью с именитыми профессионалами в этих областях. Рубрика «**The Beat: 7 days on the Scene**» напоминает рубрику журнала «**Rolling Stone Random Notes**», в ней также представлены фотографии самых запоминающихся событий из мира шоу-бизнеса. Чаще всего это официальные мероприятия (премьеры, концерты, благотворительные вечера и др.), занимающие несколько разворотов. Рубрика «**Style**» посвящена стилю и моде. Далее «**Billboard**» также выделяет хедлайнеров – три-четыре выдающихся личности, связанные с музыкальным бизнесом, обычно такие материалы занимают несколько разворотов и, чаще всего, не имеют громкого информационного повода. Материалы именно о музыкальных исполнителях и музыкальных группах помещаются в постоянной рубрике «**Music**», по объему они, как правило, меньше и имеют информационный повод – выход нового альбома или сингла, начало или конец большого концертного тура и др. «**Billboard**», как и журнал «**Rolling Stone**», имеет рубрику «**Reviews**», которая полностью посвящена рецензиям на новые музыкальные альбомы. Замыкает журнал основная рубрика «**Charts**», в которой публикуются лучшие песни, альбомы и видеоклипы по различным критериям. «**Billboard Hot 100**», например, содержит лучшие 100 песен вне зависимости от жанра, а «**Billboard Radio Airplay**» делит песни в зависимости от радиоформата.

Британский музыкальный журнал «**Q**» был основан в 1986 году Марком Элленом и Дэвидом Хепуртом. В данный момент журнал выпускается европейским медиахолдингом (с основным центром в Гамбурге) «**Bauer Media Group**». Распространяется на территории Великобритании и зависимых территориях, Австралии, Гонконга, Доминиканской республики, Индии, Ирландии, Канады, Мальты, Маршалловых островах, Новой Зеландии, Сейшелах, Сингапуре, США, Южно-Африканской Республики, Ямайки тиражом 48 353 экземпляра (на 2014 год). Журнал «**Q**» выходит ежемесячно объемом от 122 до 140 страниц.

Открывает журнал постоянная рубрика «**The Month in Music**» с подзаголовком «**If it matters, it's here**», в которой помещаются материалы о значимых событиях в музыкальном мире. Это могут быть интервью, новостные заметки, аналитические корреспонденции – самые различные в жанровом отношении материалы. Следующая рубрика «**Introduces**» рассказывает о подающих надежды молодых музыкантах и музыкальных группах (чего нет в американских общемузыкальных журналах). Весьма интересна с точки зрения способа взаимодействия с читателями рубрика «**Cash for Questions**», в которой публикуются ответы знаменитых личностей (в каждом номере одна личность) на вопросы от читателей «**Q**». За каждый опубликованный вопрос редакция обещает дать автору 25 фунтов. Под рубрикой «**Cover Story**» помещаются обширные материалы о музыкантах с обложки номера. Под рубрикой «**My 10 Commandments**» выходят стандартизированные материалы, в которых музыкальные исполнители рассказывают о своих десяти жизненных заповедях («не будь ленивым», «люби свою семью», «разделяй бизнес и дружбу» и т.д.). Под рубрикой «**Maverick**» помещаются портретные очерки, посвященные выдающимся деятелям музыкальной индустрии. Традиционная для общемузыкальных журналов рубрика «**Reviews**» в журнале «**Q**» также рассказывает о новых музыкальных альбомах, переизданиях, а также о новинках киноиндустрии и книжного мира. Однако в журнале «**Q**» мы также можем наблюдать концертные репортажи и фоторепортажи в подрубрике «**Reviews: Live**».

**2. Стилиевые музыкальные издания**, посвященные одному музыкальному направлению, например, блюзу, кантри, джазу или року. Согласно учебному пособию доктора искусствоведения, профессора Е.В. Назайкинского, музыкальный стиль – это отличительное качество музыкальных творений, входящих в ту или иную конкретную генетическую общность, которое позволяет непосредственно ощущать, узнавать, определять их генезис и проявляется в совокупности всех без исключения свойств воспринимаемой музыки, объединенных в целостную систему вокруг комплекса отличительных характерных признаков [Назайкинский 2003, 20].

Целевая аудитория стилиевых музыкальных изданий, таким образом, четко сегментирована – это поклонники конкретного музыкального стиля, люди с четко определенными музыкальными вкусами. Стилиевые музыкальные издания освещают только те новости, которые непосредственно



касаются конкретного музыкального направления. Герои их публикаций не деятели шоу-бизнеса, а талантливые музыканты и композиторы, придерживающиеся определенного музыкального стиля. Целевое назначение стилевых музыкальных изданий, как и обшемзыкальных, в основном, досуговое, которое достигается посредством выполнения рекреативно-гедонистической функции. Конкретный музыкальный стиль, которому посвящено издание, отражается и в оформлении. Выходят такие издания, как правило, ежемесячно (реже – два раза в месяц или раз в два месяца) и распространяются в одном (реже в нескольких) регионах мира. Основные представители стилевых музыкальных изданий также, как и обшемзыкальных, это зарубежные издания, посвященные одному или нескольким близким музыкальным стилям, некоторые из которых имеют региональные варианты на территориях других стран, например, американские «Alternative Press», «Country Weekly», «Down Beat» и британские «New Musical Express», «Gramophone», «Classical Music», «Uncut», «Future Music Magazine», «Metal Hammer» и «Classic Rock». В России стилевые музыкальные журналы представлены переводными «клонами» зарубежных изданий и собственно русскими изданиями «InRock» и «Dark City».

Британский журнал «**Gramophone**», посвященный классической музыке, был основан в 1923 году шотландским писателем Комптоном Маккензи. В настоящее время журнал выпускается издательством «Mark Allen Group». Журнал распространяется на территории Великобритании и зависимых территориях и на территории Северной Америки. Его тираж на 2014 год составил 25 280 экземпляров. Его объем варьируется от 120 до 138 страниц.

Открывает журнал постоянная рубрика «Gramophone Sounds of America», в которой публикуются новости о недавно вышедших записях академической музыки и прошедших концертах в Северной Америке. Далее следует рубрика «Gramophone Editor`s Choice», где помещаются мини-рецензии главного редактора журнала Мартина Коллинфорда на 12 вышедших в прошлом месяце альбомов академической музыки. В следующей далее рубрике «For the Record» размещаются последние новости из мира классической музыки. Далее журнал условно делится на две части, на две большие рубрики: «Reviews» и «Features», подраз рубрики которых перемежаются друг с другом на протяжении всего журнала. Под рубрикой «Features» мы наблюдаем обширные материалы о выдающихся музыкантах, как современных, так и исследовательские статьи о биографии и творчестве великих композиторов и дирижеров. Под рубрикой «Reviews» помещаются рецензии (самых различных видов) на оркестровые, камерные, инструментальные, вокальные, оперные произведения, на переиздания классических музыкальных произведений и книги.

Американский журнал «**Down Beat**», посвященный джазу, блюзу и выходящему за их пределы («jazz, blues and beyond» – дословно – «джаз, блюз и за их пределами»), был основан в Чикаго в 1934 году, сейчас его редакция расположена в городе Элмхерст, штат Иллинойс. Журнал выпускается компанией «Maher Publications», распространяется на территории Бельгии, Великобритании, Германии, Дании, Канады, Португалии, России, США, Франции, Южной Африки и Японии. Его тираж доходит до 70 000 экземпляров. Журнал выходит ежемесячно в объеме от 116 до 196 страниц.

Журнал «Down Beat» можно условно разделить на три части: первая часть журнала полностью посвящена выдающимся джазовым и блюзовым музыкантам, чаще всего материалы предстают в жанрах интервью или портретного очерка. Чаще всего для разграничения материалов здесь используются служебные рубрики. Вторая часть журнала располагается под рубрикой «Reviews», где располагаются рецензии на новые альбомы и переиздания в стиле джаз, блюз и стилях, близких к ним. Третья часть журнала представляет из себя «справочную» часть – здесь мы видим, в первую очередь, подробную информацию о предстоящих джазовых фестивалях и концертах, иногда здесь можно наблюдать полные планы концертных туров оркестров, адреса музыкальных магазинов, а также (в некоторых номерах) ноты к знаменитым джазовым композициям 40-50-х годов. Журнал «Down Beat» наполнен рекламой различных музыкальных инструментов.

Американский таблоид «**Country Weekly**», посвященный кантри-музыке, был основан в 1994 году, его редакция находится в Нэшвилле, штат Теннесси (журнал содержит в себе региональное приложение «Hash Magazine»). Выпускается журнал частной американской издательской корпорацией «American Media Inc.», распространяется на территории США и Канады тиражом 37 230 экземпляров. Журнал выходит раз в неделю объемом от 62 до 90 страниц.

Журнал начинается с постоянной рубрики «The Mix», под которой помещаются краткие новостные заметки, иллюстрированные красочными фотографиями, о жизни звезд и самых заметных событиях в мире кантри-музыки. В следующей постоянной рубрике «Questions» мы наблюдаем короткие информационные интервью. Следом помещаются служебные рубрики: «Country Style», «Get Cookin`» и др., после чего место отводится для регионального приложения, 16-тистраничного «Hash Magazine», также посвященного кантри-музыке, но делающего акцент на местных событиях и исполнителях. Далее, в продолжении самого «Country Weekly» мы наблюдаем материалы очеркового характера, посвященные кантри-звездам и выдающимся личностям индустрии шоу-бизнеса, так или иначе связанной с кантри-музыкой. Замыкают журнал традиционные рубрики «Reviews» и «Charts». Журнал «Country Weekly» содержит в себе основные черты таблоидной прессы: короткие новости, большие фотографии и крупные заголовки [Варганова 2003, 141], аналитические материалы здесь можно наблюдать крайне редко.



Британский журнал «**Uncut**», сосредотачивающий свое внимание на роке и альтернативной музыке, был основан в 1997 году Алланом Джонасом. В данный момент журнал принадлежит медиакорпорации «Time Inc. UK» и распространяется на территориях англоговорящих стран тиражом 51 562 экземпляра. Журнал выходит ежемесячно объемом 124 страницы.

Журнал открывает постоянная рубрика «Instant Karma!» (одноименная с песней Джона Леннона), в которой публикуются расширенные и иллюстрированные новостные материалы «мира «Uncut» (из подзаголовка рубрики), то есть мира рок-музыки. Следующая рубрика «An Audience with...» напоминает рубрику «Cash for Questions» журнала «Q» – интервью с рок-звездами, полностью составленное из вопросов, присланных читателями. Журнал также имеет своих хедлайнеров (4-5 музыкальных исполнителей на номер), имена которых, как правило, выносятся в служебные рубрики. Следующая постоянная рубрика «The Making of...», в которой о процессе создания культовых альбомов. Рубрика «Album by Album» содержит в себе рецензии на самые успешные альбомы знаменитых рок групп (в каждом номере по одной группе) в хронологическом порядке. Постоянная рубрика «New Albums» содержит гранд-рецензии (очень часто сопровождаемые информационными интервью) и мини-рецензии на вышедшие за месяц альбомы. В среднем в рубрике рецензируется до 100 альбомов. Следующая рубрика «Archive» построена по такому же принципу, но рецензирует альбомы, ставшие классикой в своем музыкальном стиле. Рубрики «DVD&Blu-ray» и «Films» содержат мини-рецензии о новинках киноиндустрии, рубрика «Books», соответственно, содержит рецензии на книги. Отчеты с прошедших фестивалей и концертов помещаются под рубрикой «Live».

Британский журнал «**Future music magazine**», специализирующийся на «музыке будущего», т.е. музыке, созданной с помощью компьютерных технологий, был основан в 1992 году. В данный момент журнал принадлежит издательской корпорации «Future Publishing Ltd.», распространяется на территории Великобритании и англоговорящих стран тиражом 11 181 экземпляр. Журнал выходит ежемесячно объемом до 120 страниц.

Новости «музыки будущего» помещаются под рубрикой «Filter. The Future of Music», которая, чаще всего, содержит в себе краткие обзоры технических средств создания музыки. Рубрика «Filter» также имеет вторую подрубрику «Classic Album», в которой мы можем наблюдать мини-рецензии на культовые альбомы электронной музыки. Следующая рубрика «Albums: Reviews» рассказывает о современных музыкальных альбомах. Под рубрикой «In The Studio With» обычно помещаются материалы, рассказывающие о знаменитых ди-джеях и композиторах «музыки будущего». Чаще всего под этой рубрикой помещаются аналитические интервью. Рубрика «Technique» (самая обширная рубрика в журнале) содержит объемные обзоры на новую музыкальную технику и музыкальное ПО, также под этой рубрикой публикуются советы и рекомендации по работе с обозреваемой техникой, пошаговые инструкции и уроки. Под рубрикой «Interview», что логично, помещаются интервью со знаменитыми исполнителями и композиторами электронной музыки. На последних страницах журнала мы снова наблюдаем рубрику «Reviews», но теперь уже со служебными подрубриками, которые содержат краткие обзоры на новую музыкальную технику и музыкальное ПО. Под замыкающей журнал рубрикой «Q&A»: Experts answer your questions публикуются ответы на вопросы читателей журнала.

Российский журнал «**InRock**», посвященный рок-музыке, был основан в 2000 году. В данный момент его издателем является ООО «Старлес», учредителем и директором является В.Н. Миловидов. Однако, если верить официальному сайту журнала, редакции у него нет и весь контент создается исключительно благодаря безвозмездному сотрудничеству с молодыми авторами. Журнал распространяется на территории России и стран СНГ тиражом 10 500 экземпляров. Журнал выходит раз в два месяца объемом до 64 страниц.

Ввиду того, что как такового фиксированного состава редакции журнал не имеет, постоянных рубрик мы можем выделить только четыре: «Chronical, Show Time», «Интервью» и «Есть компакт», в каждой из которых выделяются двусоставные служебные подрубрики. Первая часть служебной подрубрики – стиль, о котором пойдет речь в помещенном под рубрикой материале, вторая – имя (название) музыкального исполнителя. Под рубрикой «Chronical» публикуются краткие новостные заметки из мира как зарубежного, так и российского рока (однако материалы о зарубежных исполнителях в журнале преобладают). В рубрике «Show Time» содержатся репортажи и фоторепортажи с прошедших в России рок-фестивалей и рок-концертов. Под рубрикой «Интервью» помещаются интервью с зарубежными рок-звездами, в основном, взятые российскими журналистами. В рубрике «Есть компакт» традиционно помещаются рецензии на новые музыкальные альбомы как зарубежных, так и отечественных исполнителей.

**3. Академические музыкальные издания** посвящены научному осмыслению музыкального процесса, рассчитаны на довольно узкий круг читателей и имеют небольшой тираж. Их целевая аудитория – профессионально занимающиеся проблемами музыкального процесса сотрудники университетов, консерваторий, музыкальных учебных заведений и др. Читатели академических музыкальных изданий должны обладать специальными знаниями в области музыкальной теории, методики и педагогики. Целевое назначение академических журналов, как правило, научное, они выполняют просветительскую и популяризаторскую функции. Оформление таких изданий чаще всего соответствует оформлению классического научно-критического журнала (см. приложение 4). Чаще всего такие издания являются ежеквартальными и распространяются по подписке. Среди современных академических изданий самыми распространёнными являются



зарубежные «Journal of Music Theory», «Music Theory Spectrum», «Perspectives of New Music» и российские «Старинная музыка» и «Музыкальная академия».

Академический научный журнал Университета Дьюка «**Journal of Music Theory**», специализирующийся на вопросах анализа и теории музыки, был основан в 1957 году. Издается «Duke University Press» и распространяется на территориях высших учебных заведений США и посредством розничной продажи в сети Интернет. Журнал выходит раз в два года в двух книгах, объем каждой из которых доходит до 180 страниц.

Научный журнал «**Perspectives of New Music**», также специализирующийся на вопросах музыкального анализа и теории музыки, был основан в 1962 году в Сиэтле, Вашингтон. В настоящий момент выпускается раз в два года одноименной издательской корпорацией и распространяется на территориях США и Канады, а также посредством онлайн-продаж. На официальном сайте издания представлены образцы музыкальных произведений, освещаемых в последних выпусках.

Академический журнал «**Music Theory Spectrum**», специализирующийся на музыкальном анализе и теории музыки, был основан в Оксфорде в 1979 году. Журнал является официальным печатным органом Общества музыкальной теории и издается университетской прессой Оксфорда («Oxford University Press»). Журнал выходит раз в два года и распространяется на территориях высших учебных заведений США и посредством онлайн-продаж.

Российский научно-теоретический журнал «**Музыкальная академия**» был основан в 1933 году. Журнал выпускается ООО издательством «Композитор». В данный момент его учредителями являются: Союз композиторов Российской Федерации, Министерство культуры Российской Федерации, ООО издательство «Композитор» и коллектив журнала «Музыкальная Академия». Журнал распространяется по подписке (в розницу – в редакции и в магазине «Ноты» выпускающего журнал издательства «Композитор») и выходит ежеквартально (4 раза в год).

«Музыкальная академия» позиционирует себя освещающей едва ли не все стороны культурной и научной жизни России в области музыкального искусства. Также журнал входит в список журналов, рекомендованных для опубликования результатов исследований докторских и кандидатских диссертаций по искусствоведению.

Российский музыковедческий журнал «**Старинная музыка**» выпускается с 1998 года. Его учредителем и издателем является ООО Литературное агентство «ПРЕСТ», созданное в 1992 году на базе Издательского отдела Всесоюзного методического кабинета по учебным заведениям искусств и культуры. Журнал распространяется по подписке и выходит ежеквартально (4 раза в год). Журнал также был включен Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени доктора и кандидата наук».

**4. Журналы-хобби и музыкальные журналы для профессиональных музыкантов** чаще всего бывают посвящены конкретному музыкальному инструменту (например, гитаре или бас-гитаре) или способу создания музыки (чаще – именно электронной музыке). Их аудитория также четко сегментирована по профессиональному признаку – это люди, не только умеющие играть на определенном музыкальном инструменте, но и постоянно совершенствующие свой навык, возможно, занимающиеся музыкальным творчеством на профессиональной основе. Целевое назначение журналов-хобби и музыкальных журналов для профессиональных музыкантов можно определить как досуговое, но, помимо выполняемой такими изданиями рекреативно-гедонистической функции, они также выполняют популяризаторскую или образовательную функции, т.к. именно в таких изданиях мы чаще всего можем наблюдать ноты к конкретным музыкальным произведениям, новаторские решения в собственно создании музыкальных композиций, мастер-классы от именитых музыкантов и др. Оформление подобных изданий отличается большим количеством иллюстративного материала. Чаще всего такие издания выходят ежемесячно. Самые распространенные зарубежные представители среди журналов-хобби и музыкальных журналов для профессиональных музыкантов это британские «Computer Music», «Guitar Techniques» и американские «Guitar Player Vault» и «Guitar World». Среди российских изданий выделяется журнал «Music Vox».

Британский журнал «**Computer Music**», основной темой которого является создание электронной музыки с помощью компьютерных устройств, был создан в 1998 году. В настоящий момент журнал выпускается издательской корпорацией «Future Publishing Ltd». и распространяется на территории Великобритании и англоговорящих стран тиражом 12 920 экземпляров. Журнал «Computer Music» выходит ежемесячно объемом от 108 до 120 страниц.

На первых страницах журнала мы наблюдаем рубрики «News», в которой помещаются краткие новостные заметки из мира компьютерных технологий, так или иначе связанных с музыкой, и рубрику «Download», в которой журнал дает краткие обзоры на ПО, которое предлагает скачать со своего сайта (при условии обязательной регистрации). Основная и самая крупная рубрика журнала «Make Music Now», в которой помещается большинство материалов, обычно маркированных служебными подрубриками. Здесь мы наблюдаем материалы, рассказывающие о том, как эффективнее пользоваться компьютерным ПО и техническими средствами для создания музыки. Рубрика изобилует иллюстративным материалом. На последних страницах традиционно помещается рубрика «Reviews», где можно наблюдать рецензии и мини-рецензии на новинки компьютерного мира, которые так или иначе могут помочь в создании музыки.



Российский журнал «**Music Box**», позиционирующий себя как «издание для музыкантов, звукорежиссёров и меломанов», выходит с 1995 года. Его учредителем является А.В. Большаков, издателем – ООО «Мьюзик бокс». Журнал распространяется на территории Российской Федерации через оптовые компании, почтовую рассылку и продается в магазинах музыкальных инструментов. Его тираж достигает 10 000 экземпляров, объем – до 100 страниц. Выходит журнал «Music Box» ежеквартально (4 раза в год).

Среди постоянных рубрик наиболее заметной является рубрика «Workshop», содержащая полезные советы начинающим и зрелым музыкантам, тайны творческого и технологического процессов создания музыки, мастер-классы, истории легендарных производителей музыкальных инструментов. Новости из мира музыкальных технологий традиционно помещаются под рубрикой «Новости». Журнал (по аналогии со стиливыми музыкальными изданиями) имеет своих хедлайнеров, имена которых выносятся в служебные рубрики, а материалы занимают по несколько разворотов.

Таким образом **основными типологическими характеристиками печатных музыкальных изданий** являются:

**1. Музыкальные издания общего направления:**

- целевое назначение – досуговое, выполняют рекреативную функцию;
- предметная среда – популярная музыка и музыканты самых различных стилей;
- аудитория – меломаны, интересующихся современным музыкальным процессом;
- освещаемые новости – новости шоу-бизнеса и музыкальной индустрии;
- основные герои публикаций – мировые знаменитости;
- имеют яркое оформление;
- являются, как правило, транснациональными.

**2. Стиливые музыкальные издания:**

• целевое назначение – досуговое, которое достигается посредством выполнения рекреативной функции;

• предметная среда – музыка и музыкальные исполнители одного музыкального направления;

• целевая аудитория четко сегментирована – это поклонники конкретного музыкального стиля, люди с четко определенными музыкальными вкусами;

• освещают только те новости, которые непосредственно касаются конкретного музыкального стиля;

• герои их публикаций не обязательно мировые знаменитости, а талантливые музыканты и композиторы, придерживающиеся определенного музыкального стиля;

• их оформление отражает конкретный музыкальный стиль, которому посвящено издание;

• распространяются в одном (реже – в нескольких) регионах мира;

• имеют четко определенную структуру: часть, посвященная новостям и исполнителям, часть, посвященная рецензиям на музыкальные альбомы, и часть, посвященная концертной индустрии.

**3. Академические музыкальные издания:**

• целевое назначение исключительно научное;

• предмет – научное осмысление музыкального процесса;

• целевая аудитория – профессионально занимающиеся проблемами музыкального процесса сотрудники университетов, консерваторий, музыкальных учебных заведений и др.;

• оформление соответствует оформлению классического научного журнала;

• чаще всего являются ежеквартальными и распространяются по подписке.

**4. Музыкальные журналы для профессиональных музыкантов:**

• целевое назначение – досуговое, однако выполняют они рекреативную, популяризаторскую и образовательную функции;

- предметная среда – конкретный музыкальный инструмент или способ создания музыки;
- аудитория четко сегментирована по профессиональному признаку;
- оформление отличается большим количеством иллюстративного материала.

**Список литературы**

Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных изданий). – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – 96 с.

Асташкин А.Г. Типологическая характеристика журнала «Мир искусства» // Известия Саратовского университета. Новая серия. 2013. Т. 13. Сер. Филология. Журналистика, вып. 1.

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 «Журналистика». – М.: Аспект Пресс, 2003. – 334 с.

Назайкинский Е.В. Стиль и жанр в музыке: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. – 248 с.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 349 с.

Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов. -2-е изд., испр. и доп. / ред. Я.Н. Засурский; науч. ред.: Е.Л. Вартанова, М.В. Шкондин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 389 с.

Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.