

Зинин Р.,
аспирант кафедры журналистики БелГУ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИЗДАНИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с классификацией российских специализированных изданий в сфере культуры.

Ключевые слова: СМИ, специализированные издания, культура, типология.

The article discusses issues related to the classification of the Russian specialized publications in the field of culture.

Keywords: mass media, specialized publications, culture, typology.

Сегодня, в эпоху информационного взрыва, невозможно представить себе общество вне масс-медиа, 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 [Акопов 2002; Алексеев 1998; Бочаров 1996; Корконосенко 2001; Лобин 2010; Овсепян 1995].

Особый интерес для научных исследований представляют специализированные издания как канал массовой коммуникации, ориентированный на удовлетворение информационных потребностей определенных социальных аудиторий. В этом аспекте пристального внимания заслуживают специализированные издания в сфере культуры, поскольку особенно высока их роль в обществе: они оказывают решающее влияние на культурный статус как целевой аудитории, так и общества в целом. Исследователи от-

мечают, что такие издания транслируют ценную саму по себе 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.

В большинстве работ, посвященных типологии и классификации периодических изданий, предлагается классифицировать специализированные издания в сфере культуры 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.*

В работе «Типология изданий» приводится схема классификации видов изданий по функциональному назначению, то есть по общим задачам и конкретным функциям. Авторы выделяют класс для так называемого свободного чтения, в который входят литературно–художественные издания и издания для досуга [Мильчик, Гольцева 1990: 206]. Сюда также можно отнести журналы-приложения к газетам, например, «Театрал» издаваемый газетой «Новые Известия»).

Другие исследователи выделяют такой типологический признак, как целевое назначение издания. По этому признаку выделяются литературные, художественные, художественно-публицистические, культурно-

просветительские, учебно-методические и развлекательные издания [Система 2011: 44, Типология 2009: 179].

По доминирующему характеру публикаций 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 [Мильчик, Гольцева 1990: 196].

Проводя классификацию специализированных изданий по тематике, А.И. Акопов выделяет культурно-просветительские и искусствоведческие издания (журналы). Культурно-просветительские издания включают журналы, посвященные проблемам культуры, а также журналы, которые нацелены на рассмотрение проблем просвещения и образования. Искусствоведческие издания подразделяются на общеискусствоведческие журналы и отраслевые искусствоведческие журналы [Акопов 2002: 156].

А.И. Акопов предлагает также разделить издания по типу аудитории. На основании этого типологического признака автор выделяет массовые издания и специализированные (специальные). Под специальными подразумеваются издания, предназначенные для специалистов различных отраслей науки, техники, экономики и культуры [Акопов 2002: 156]. Специальные издания в свою очередь подразделяются на ряд тематических групп, в том числе на журналы в области образования, культуры и искусства. К массовым изданиям относятся литературно-художественные журналы.

Такие авторы, как Я.Н. Засурский, М.В. Шкондин, более подробно сегментируют издания по признаку аудитории, выделяя следующие типы изданий: массовые, «качественные», специализированные по отдельным аудиторным группам [Система 2011: 77; Типология 2009: 41]. К типу мас-

совых изданий исследователи относят издания, аудитория которых включает значительную часть населения. «Качественные» же издания предназначены представителям интеллектуальной элиты. Издания, принадлежащие к типу специализированных по отдельным аудиторным группам, ориентированы на специалистов разных профессиональных профилей. По такому признаку, как ориентация на интересы и потребности аудитории выделяются научно-публицистические журналы, а также предметно-специализированные (профессиональные, а также связанные с хобби [Типология 2009:81]. В соответствии с социально-общественными, профессиональными и личными интересами аудитории Я.Н. Засурский выделяет просветительские издания, специализированные, познавательные, популярные, рекреативные; корпоративные издания [Система 2011: 257].

Я.Н. Засурский отмечает, что в рекреативной периодике происходят изменения. Она предстает в двух вариантах: образном («Культпоход», «Афиша») и разукрупнённом, специализированном («Театрал», «Про кино»). Интересной и рекламоемкой находкой последних лет стал измененный формат подобных изданий, они подаются как журналы – «арт-путеводители» («Страстной бульвар» и др.) [Система 2011: 263].

По диапазону информации исследователи выделяют издания с широким диапазоном информации, с узким диапазоном информации и специализированные издания, которые предназначаются для особых читательских групп [Типология 2009: 81].

Таким образом, в современной науке существуют разные подходы к типологизации специализированных изданий в сфере культуры. Проблема осмысления особенностей данного типа изданий – не только теоретическая, но и практическая – требует развернутого исследования, учитывающего динамику современного общества, особенности его духовных запросов и используемых им коммуникативных технологий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, проблемы, Ростов-на-Дону: Изд-во «Терра», 2002. 274 с.
2. Акопов А.И. Периодические издания. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1995.
3. Алексеев А.Н. Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии // Вестник Московского университета. Сер.10. Журналистика. 1998. № 3.
4. Бочаров А.Г. Типология журналов переходного периода. // Журнальная периодика России. - М., 1996.
5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. М.:Аспект Пресс, 2001.- 287 с.
6. Лобин А. М. Анализ концепции периодических изданий. Ульяновск: УлГТУ, 2010. - 27 с.
7. Мильчик А.Э., Гольцева Э.В. Типология изданий. М.: Изд-во «Книжная палата», 1990. 231 с.
8. Овсепян Р.П. Периодическая печать России. Система, типология. М., 1995.
9. Полонский А.В. Сущность и язык публицистики. – Белгород: Поли-терра, 2009. – 238 с.
10. Полонский А.В. Текстовые и дискурсивные парадигмы современности. - Рукопись. - 2012. - 186 с.
11. Система средств массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. М., - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 391 с.
12. Типология периодической печати / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. 236 с.
13. Стариков А.Г. Масс-медиа современной России. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2-13. – 250 с.