

ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ ПРО КІНОІНДУСТРІЮ

Сучасний ринок вітчизняних періодичних видань відрізняється великим різноманіттям і динамічністю. Щороку з'являються сотні нових журналів з багатогранною тематикою, які через високу конкуренцію незабаром здаються і припиняють своє існування. В таких умовах актуальними є вибір теми та залучення якнайбільшого кола читачів, щоб мати попит на свій видавничий продукт.

Як вважає О. Рожнова, «попри появу нових форм передачі інформації, таких як телебачення, інтернет, мультимедіа, друкована продукція у 21 столітті не тільки не втратила свій попит, але скоріше навпаки, отримала небувалу раніше популярність. В першу чергу, це належить до такого жанру графічного дизайну – як журнал практично і щодня у всьому світі з'являються все нові і нові журнальні видання, вони стають не просто джерелами новин і розваг, але обов'язковим елементом того способу життя, який ними і пропагується» [4, 3]. Журнальна продукція, на відміну від газетної, має великий попит через меншу кількість текстового матеріалу, а більшість – візуального. Так читачу набагато легше сприймати інформацію і це не дає йому великого навантаження. Також журнал відрізняється від газети більшим спектром варіантів верстки, а от незвичайне розташування лише заохочує аудиторію читати ту чи іншу новину.

ДСТУ 3017:2015. «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять.» визначає журнал як періодичне журнальне видання, що має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру з суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації та рекламу [3, 23]. Головним фактором, що визначає журнал є постійна рубрикація, що офіційно підтверджена та незмінна у даному виданні.

Не менш важливим є стиль журналу – це свого роду інтерпретація того ідеального образу, який у певний момент часу в суспільстві здобув статус естетичного еталона [4, 10]. При цьому, стиль журнального дизайну може бути, як переосмисленням вже наявного художнього стилю в будь-якої галузі образотворчого мистецтва, так і самостійним вибором нових естетичних орієнтирів, результати, які у свою чергу впливають на інші сфери художньої творчості. Це дає можливість експериментувати у підборі декоративних елементів, фото доповнень, текстового розміщення та й нескінченну кількість можливостей для знаходження нових варіантів подачі матеріалу.

Журнальна продукція має велику кількість тем для публікацій, але мистецький дискурс, як і завжди, займає лідерські позиції за численністю аудиторії. Як зазначає М. Глушко: «Станом на сьогодні журнальна періодика не має чіткої типологічної моделі, тому важко визначити, до якого типу належать журнали про мистецтво» [1, 48]. Дослідниця Т. Хітрова зараховує їх до літературно-мистецьких видань, у свою чергу О. Акопов зараховує їх до спеціальних журналів, що видаються для конкретної групи читачів, які зацікавлені мистецькою тематикою. Дослідники Ю. Мазур і М. Рожило стверджують, що більшість мистецьких журналів потрапили в тематичну категорію «культурно-мистецьке» або «мистецьке» видання лише за формальними ознаками, оскільки не всі вони відповідають якості «справжнього» художнього журналу як естетичної єдності концептуальних, вербальних і візуальних елементів. С. Фіялка поділяє журнали на політематичні та вузькотематичні мистецтвознавчі видання.

Одним із найцікавіших аспектів мистецького дискурсу є кіно, адже в епоху цифрових технологій має велику кількість джерельної бази, яка щороку поповнюється. А також багато прихильників, які будуть читати матеріали про улюблені фільми. Кіноіндустрія – це окремий вид творчості, наділений властивостями літератури, музики і живопису. Виникнувши як технічний винахід на ХІХ-рубежі ХХ ст., кінематограф зайняв провідну позицію в

культурному просторі нарівні з театром, живописом і музикою. Феномен кіномистецтва ми можемо розглядати як невід'ємну частину в розвитку духовної сфери суспільства.

Кінематограф сучасності впливає на формування психології індивіда. Сприйняття фільму призводить до низки асоціацій, які, на перший погляд, не пов'язані з його візуальним рядом. Зв'язок подій фільму сплетений зі специфікою мови, якою говорить кінематограф. Глядач, дивлячись на екранні образи, переживає долю героя, асоціюючи його зі своїми почуттями та переживаннями, життям. Таким чином, людина стає не просто глядачем фільму, а активним учасником [5, 267]. Саме через такі аспекти кіноіндустрія є одним із головних підрозділів у мистецькому напрямку тематики журнального видання, тому й не дивно, що в наш час є велика кількість періодичної преси, яка займається саме такими новинними матеріалами.

Вивчення журналів останніх років дає підставу стверджувати, що зараз журнал забезпечує аналіз сучасного кінорепертуару, відображення теорії та історії кіно, діяльності провідних кінематографістів світу, аналіз основних течій у світовому кіно, сприяє розвитку кінокритики і створення нею кіноконтексту. А ще містить інформацію про акторів, знімання фільмів та найпопулярніші кінопремії світу. Читацька адреса журналу достатньо широка. Журнал орієнтований не тільки на фахівців. Велику частину його аудиторії складають масові читачі. Тому дуже важливо враховувати це перед написанням матеріалу, адже складні тексти з використанням термінів залучать лише професіоналів світу кіно. А от тексти зі спрощеною мовою та зображеннями привернуть увагу більшої кількості пересічної аудиторії. Через призму вивчення діяльності журналів з тематичним наповненням – кіно, першим кроком при моделюванні видання або його плануванні можемо розглядати розробку концепції, що заснована на реальних типологічних характеристиках читача.

Одним з головних завдань кінопреси є орієнтування читача в питаннях кіно: від того, на який фільм піти ввечері, до формування кінематографічними засобами соціальних ролей та світогляд глядачів. Представляючи власну точку зору, видання про кіно впливають на глядацькі очікування, смаки аудиторії, її переваги й уявлення про те, що варто дивитися. Саме цю особливість практично не мають інтернет-портали про кіно, оскільки будь-який медійний продукт знайде тут шанувальників. Проте саме інтернет-портали сьогодні не просто найбільш затребувані і оперативні, але часто просто і доступні для більшості.

Загалом журнальна продукція, що містить тематику кіноіндустрії виконує такі функції:

1. *Розважальну* (кожен індивід, читаючи мистецькі журнали, хоче відпочити та віднайти інформацію для гарного проведження часу).

2. *Інформативну* (новини зі світу кіно несуть інформативне полотно журналу, тому та чи інша подія дає поштовх для написання нового матеріалу)

3. *Пізнавальну* (читаючи журнали з прямим спрямуванням, суспільство поповнює свої знання у різних сферах розвитку, дізнаючись нові терміни та особливості мистецького напрямку).

4. *Естетичну* (цю функцію виконують відеододатки, наприклад кадри з фільму, чи трейлери, які так часто використовують Інтернет-видання).

Значну нішу кіноринку займають рецензії на кінофільми в періодичній пресі. В цілому, періодика ділиться на універсальну і спеціалізовану. Перша дає читачам середню модель видань, що працюють за принципом конвеєра. Негласний же мотив виникнення подібних публікацій завжди один – споживання заради споживання.

Отже, журнали на тему кінематографії є популярним напрямом серед читацької аудиторії. Кожного року джерельна база для новин такого видання поповнюється все більшою кількістю інформації. Загалом це критика до фільмів, рецензії, кіноновинки, новини про акторів, нові фільми та кінопремії. Розважальна інформація, яка виконує різні функції від розважальної до естетичної є цікавим видавничим продуктом для реципієнта. Найголовніше – обрати вдалий корпоративний стиль, аби виділитися із сотень інших видань такого типу.

Список використаних джерел

1. Глушко М. Мистецькі журнали в сучасній Україні: особливості контенту. *Вісник ЛНАМ. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 29. С. 47–57.

2. Гуторова Н. А. Массовый журнал о кино в условиях медиаконвергенции. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств*. 2014. № 2 (19). С. 70-73.
3. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ, 2015. 42 с.
4. Рожнова О. И. Генезис журнальной формы. Стилеобразующая роль структуры издания: автореф. дисс. ... канд. искусств. наук : 17.00.06. Москва, 2007. 30 с.
5. Эйзенштейн С. Избранные статьи. Москва: Искусство, 1956. 564 с.

Науковий керівник: кандидатка філологічних наук, доцентка Погрібна О. О.

**ЗАГАЛЬНЕ ТА
РОСІЙСЬКЕ
МОВОЗНАВСТВО**