

Секция «Теория и практика медиаисследований»  
**Типологическая подсистема изданий, посвященных кино**

**Усков Артём Анатольевич**

*Студент (магистр)*

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Белгород, Россия

*E-mail: agentus@inbox.ru*

Одним из актуальных процессов отечественной медиасистемы является сегментация рынка СМИ с учетом различных аудиторных факторов. Создатели медиародукции стремятся к удовлетворению как можно большего числа потребностей потенциальной аудитории. В соответствии с различными её запросами появляются каналы, телепередачи, интернет-сайты и печатные издания различной направленности. Так рождаются нишевые медиа, посвященные моде, кулинарии, дизайну интерьеров, компьютерным играм, кино и т.д. Сегментирование рынка СМИ в России - процесс незавершенный, но уже сейчас можно проследить медиатизацию многих сторон жизни людей. Особенно ярко это проявляется в развитии контента кино и телевидения.

Кинематограф и телевидение в наше время выполняют не только эстетическую и развлекательную функции, но и социально-адаптивную. Кинофильмы и телесериалы отражают актуальные социальные проблемы и нравственно-психологические ситуации, а также социально одобряемые либо не одобряемые варианты поведения в этих ситуациях (на примере поведения героев фильма). Современный кинематограф может изобразить текущую реальность в разнообразных её аспектах. Соответственно, изменилось и освещение кинопродукции в СМИ, оно стало более регулярным и объемным.

В данной публикации рассматривается конкретный сегмент медиарынка - русскоязычная печатная продукция, посвященная кинематографу, как одному из непосредственных «медиатизирующих» факторов. В настоящее время существует достаточно обширный рынок киножурналов, который обслуживает как аудиторию кинопроката, так и саму индустрию кино, обеспечивая промоушен и рекрутирование потенциального зрителя.

Аудитория кинопроката разнообразна, и каждый её слой имеет свои информационные запросы. Эти запросы призваны удовлетворять специализированные СМИ, в том числе печатные. Эти СМИ выполняют, прежде всего, функцию гида в мире кино, так как эта потребность стала уже очевидной. Также у многих изданий имеются собственные интернет-сайты, упрощающие коммуникацию с пользователями, также интернет может предоставить авторам журнала возможность размещать на своем портале разнообразный мультимедийный контент, который не может присутствовать в печатном издании.

Можно говорить о том, что эти СМИ в общем и журналы в частности уже становятся частью киноиндустрии, выполняя, как сказано выше, промоушн-функцию. Эта ниша медиа-рынка в России начала формироваться ещё в 1970-1980-х годах, когда появились такие издания, как «Советский экран», «Искусство кино» и альманах «Киносценарии». Уже тогда наметилась тенденция к иерархичности изданий по контенту и, как следствие, по их аудитории. Позже это разделение стало более отчетливым, появились массовые журналы, элитарные и промежуточный сегмент, имеющий признаки как качественных, так и массовых изданий. Каковы же характерные признаки каждой из названных групп?

Самая немногочисленная группа - это элитарная специализированная периодика, представленная журналами «Сеанс» и «Искусство кино». Для журналов этой категории характерен собственный стиль, что проявляется как в тематическом наполнении, так и в строгом, элегантном дизайне журналов. Контент таких журналов характеризуется оригинальностью и профессионализмом авторов, благодаря чему они занимают высокое место

в иерархии специализированной прессы. У этих изданий имеются удобные и функциональные сайты, также выдержанные в строгой стилистике и позволяющие осуществлять обратную связь с аудиторией.

Целевая аудитория таких изданий - те, кто разбирающиеся в кинематографе, кому известны ключевые категории, имена и события, связанные с историей кино, а также те, кто работает в этой сфере. Важнейшие функции таких журналов - информационная, эстетическая и медиаобразовательная.

Вторая группа с типологически выраженными признаками может быть охарактеризована как качественный глянец, представленный журналами «The Hollywood Reporter» и «Все кино. Total DVD» (выпуск последнего на данный момент прекращен, но ввиду своей богатой истории и популярности среди читателей журнал представляется нам необходимым для анализа).

В тематическом наполнении есть как материалы, характерные для массового сегмента, так и более серьезные киноведческие публикации, содержащие аналитический компонент, например статистического характера. Дизайн THR соответствует актуальным трендам мирового глянца, с качественными цветными фотографиями и иллюстрациями художников редакции. Оформление «Все кино.Total DVD» выглядит приближенным к массовому сегменту периодики, но часть наполнения номеров ориентирована скорее на человека хорошо разбирающегося в кинематографе.

Отличительной чертой этих изданий является промоционная составляющая. Репортажи со съемочных площадок, рецензии, обзоры - всё это формирует и направляет интересы массового зрителя. Издания данного типа могут рассматриваться как часть киноиндустрии, так как они формируют аудиторию для кинопроката, ориентируя ее выбор в соответствии с конкретными вкусами и предпочтениями.

Примером массового издания может служить бесплатное интернет издание «Lumière» (теперь уже интернет-портал [Lumiere-mag.ru](http://Lumiere-mag.ru)). Журнал «Lumière» никогда не был представлен в печатном виде, он всегда распространялся свободно в виде PDF-версии, которую любой желающий бесплатно мог скачать с сайта, что также обеспечивало его массовый характер. В декабре 2014 года было принято решение заморозить выпуск PDF-версии и сосредоточиться всецело на деятельности сайта.

Дизайн PDF-версии «Lumière» был достаточно типичным для массовой периодики, иллюстрации брались в основном из интернет-источников, рубрикация также была вполне традиционной для такой прессы и включала новости киноиндустрии, обзоры новинок как большого, так и малого экранов, анонсы будущих новинок проката, материалы, посвященные переломным моментам в истории кино и киношедеврам прошлого.

Создатели позиционируют его как независимое интернет-издание о кино, существующее на добровольные пожертвования, работающее большей частью за счёт энтузиазма его авторов.

Типологический анализ позволяет констатировать, что к настоящему времени уже в значительной степени сформировалась целая подсистема журналов о кино, которая учитывает интересы всех групп аудитории. Функциональная характеристика этой подсистемы позволяет выделить в качестве основных такие функции, как информационная, медиаобразовательная, эстетическая и промоционная и рассматривать саму эту подсистему как часть кинобизнеса, обеспечивающую необходимый уровень социальной коммуникации.

## Слова благодарности

Хочу выразить искреннюю благодарность всем преподавателям факультета журналистики и особенно Светлане Викторовне Ушаковой, моему научному руководителю, которая всегда находила время для помощи студентам, несмотря на плотный график.