

А

Ю.А. Головин, кандидат философских наук,
доцент, директор Института МАСС МЕДИА,
заведующий кафедрой журналистики Московского
государственного университета культуры и искусств

Современные условия бытования литературно-художественных журналов как типа изданий

Для выявления системы функционирования литературно-художественных журналов нам представляется необходимым выделить следующие параметры: характер аудитории – предмет или отражаемая сфера действительности - целевое назначение журнала - родовая принадлежность издания - характер изложения. Эта структура предназначена удовлетворить всю полноту интересов личности, общества, государства.

1. **Характер аудитории** является краеугольным фактором функционирования журналов. Необходимо иметь в виду, что читательская аудитория – не отдельный читатель, а категория читателей, но при этом, не только категория читателей, но и отдельный читатель. В соответствии с этим, аудиторию можно разделить на массовую, специализированную (то есть любительскую, имеющую некоторую подготовку, но и профессионально не занимающуюся данной сферой), профессионально-производственную, научную. В принципе, возможно существование такого количества журналов, сколько можно выделить в обществе социальных групп, руководствуясь уже сложившимися социологическими критериями. Журнал может обращаться к человеку и как к гражданину, и как к специалисту, и как к семьянину, и как к жителю села, и как к личности определенного возраста или пола. Соответственно, один человек может быть потенциальной аудиторией нескольких изданий. Единственное условие: эта категория читателей должна быть достаточно значительной, чтобы выпуск журнала в прямой или косвенной

форме (общественная необходимость, привлечение потенциальных специалистов) окупал расходы на его издание.

Наиболее значительную группу составляют журналы массовые, чье воздействие распространено на многие социально-профессиональные, возрастные, образовательные и прочие группы. Рекреативная периодика, современная журнальная «пресса развлечений» (пласт массовой культуры) дополняет картину «человека в социуме», дает еще один ее срез. Досуг возможен разный, и требования разной аудитории могут подразумевать, помимо грубой «развлекаловки» и жадного внимания к сплетням и скандалам, - и возможность самообразования, духовного самовоспитания, потребность в эстетических, «логических» удовольствиях, связанных с наслаждением словом и мыслью при неспешном чтении. Тут - одна из причин, почему журнальная периодика, с ее особой периодичностью, увеличенным по сравнению с газетами объемом, особыми условиями восприятия информации (как правило, в относительно спокойной обстановке), столь ветвиста и многовариантна в сочетаниях «пользы» и «развлечения», чем и объясняется существование своеобразных «парных» (а то и «трехступенчатых») изданий почти во всех сферах. В области культуры это «Театральная жизнь» - «Театр». В области литературоведения и критики: «Литературное обозрение» - «Вопросы литературы» - «Новое литературное обозрение». Не только опыт мировой прессы, но и наш собственный - корректирует задачи развлечения, направляя их в русло аудиторно ориентированных и хобби-журналов, сочетая с рекламнорекомендательными вариантами. Причем, тон развлекательных выступлений вовсе не обязательно вульгарно-примитивен, многие журналы (в отличие от аналогичных газет) демонстрируют явно неплохой вкус.

Расшифровывая понятие *характер аудитории*, различные исследователи выделяют по социологическим параметрам ту или иную