

Становление и развитие журнала «Музыкальная жизнь»

Чечушкова Марина Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: marinkaok1@gmail.com

В связи распадом СССР произошли серьезные изменения в бизнес-моделях узкоспециальных музыкальных журналов. В последние несколько лет (в том числе из-за влияния пандемии) на рынке печатных СМИ наблюдалось значительное сокращение тиражей печатных изданий, изменение интересов целевой аудитории, появление новых конкурентов на рынке, посвященном музыке (благодаря новым медиа) - медиасреда в последнее время значительно изменилась.

Данная работа направлена на рассмотрение исторического контекста развития музыкальных изданий в целом и журнала «Музыкальная жизнь» в частности, анализа особенностей его функционирования и бизнес-модели.

Для изучения механизмов монетизации контента и особенностей его продвижения в социальных сетях было проанализировано содержание журнала «Музыкальная жизнь» по жанровому соотношению материалов, количеству мультимедийных медиатекстов издания в социальных сетях Вконтакте и Telegram, а также содержание сайтов его основных конкурентов - «Проблемы музыкальной науки», «Музыкальное искусство и образование», «Искусство и образование», «Обсерватория культуры», «Орган», «Старинная музыка», «Музыкальная академия», «Играем с начала» («Da Capo al fine»), «Музыкальное обозрение», «Музыкальный журнал» в марте-апреле 2022 года.

Для выявления особенностей бизнес-модели было проведено интервью с ответственным секретарем журнала «Музыкальная жизнь» Сергея Буланова.

В ходе исследования было установлено, что сейчас рынок в области музыкальных журналов находится в упадке. Из интервью стало известно, что если до 1990-х годов журнал «Музыкальная жизнь» финансировался государством, то сейчас, когда он лишился государственной поддержки, у издания есть только регулярный грант от Министерства культуры, он покрывает ежемесячные расходы на выпуск печатной версии журнала, а доход от рекламы в журнале и на сайте настолько мал, что его не хватает даже на то, чтобы выплатить гонорары авторам. Монетизация социальных сетей вовсе отсутствует.

В целом российские музыкальные журналы выходят нестабильно, также издания не вкладываются в развитие сайта и социальных сетей. По этой же причине цифровые ресурсы изданий развиваются плохо, о чем говорит упадок сайтов многих изданий - например, посещаемость сайтов музыкальных изданий за три месяца относительно невысокая: «Музыкальная академия» - не более 7500 посещений ежемесячно, «Музыкальное обозрение» - 25 000 - 50 000 просмотров, отсутствие социальных сетей вовсе или их разнообразия. Из-за финансовой нестабильности возникли и другие проблемы - это «текучка» кадров, слабая конвергенция, о чем говорит однообразность мультимедийного контента на сайтах изданий. Однако сам журнал «Музыкальная жизнь» на фоне своих прямых конкурентов, довольно стабилен и популярен в читательском кругу, хотя его положение на рынке довольно шаткое. Посещаемость сайта в феврале и в марте 2022 года упала до 12 000 пользователей в месяц, но уже в апреле снова выросла примерно до 65 000. Журнал «Музыкальная жизнь» выходит ежемесячно, в то время как его главный конкурент, «Музыкальная академия», выпускается 4 раза в год. Важно сказать, что в 1990-е годы журнал переживал

сильный упадок, но за последние два десятилетия сделал значительный скачок в развитии и улучшился. Известно, что обложка стала цветной и яркой, хотя была однотонной, увеличилось количество полос, улучшилось качество бумаги, увеличилось количество иллюстраций.

Источники и литература

- 1) Баяхунова Лейла Бакировна Российские научно-музыкальные издания: развитие и современное состояние // Научная периодика: проблемы и решения. 2014. №6 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskie-nauchno-muzykalnye-izdaniya-razvitiye-i-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения: 02.04.2022).
- 2) Валькова В.Б. Между элитой и массами: В.В. Стасов и три модели музыкальной критики в России // Музыкальное образование в контексте культуры: вопросы теории, истории и методологии. – М.: РАМ им. Гнесиных, 2004. – С. 140–149.
- 3) Гатов, В. Бизнес-модели современных медиа-компаний / В. Гатов // Quo Vadis: что происходит онлайн? Понять, чтобы двигаться вперед : сб. ст. / Институт Fojo. – М. : АНРИ-медиа, 2016г. URL:https://www.researchgate.net/publication/303961529_Bizness-modeli-sovremennyh-media-Business-Models-for-Modern-Mass-Media (дата обращения 10.05.22).
- 4) Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М, 2004. С. 86-100.
- 5) Большая советская энциклопедия: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М. : Сов. энцикл., 1969 – 1978.
- 6) Музыкальный словарь : в 3 т. / сост. Х. Риман; доп. русским отделом при сотруд. П. Веймарна и др.; пер. и все доп. под ред. Ю. Д. Энгеля. — пер. с 5-го нем. изд. — Москва—Лейпциг : изд. Б. П. Юргенсона, 1904.
- 7) Семенова А. Э. Тенденции развития музыкальной журналистики в России конца XIX начала XXI века // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2014. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-muzykalnoy-zhurnalistiki-v-rossii-kontsa-xix-nachala-xxi-veka> (дата обращения: 02.04.2022).
- 8) История и миссия // URL: <https://muzobozrenie.ru/istoriya-i-missiya/> (дата обращения 30.04.2022)
- 9) Сайт журнала “Музыкальная жизнь”: реклама в журнале // <https://muzlifemagazine.ru/about-us/advertiser/> (дата обращения 30.04.2022)
- 10) <https://mus.academy/archive/1942>
- 11) <https://sitechecker.pro/>