

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТЕПЕНЯ БАКАЛАВРА

РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ «IN BLOOM» НА МУЗИЧНУ ТЕМАТИКУ

Виконавець: Белич Іван Костянтинович

Керівник: канд. філол. наук, доц.

Васильченко В'ячеслав Миколайович

Нормокотролер: канд. пед. наук, доц

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МУЗИЧНОЇ ПЕРІОДИКИ	
1.1. Еволюція української музичної періодики.....	6
1.2. Огляд міжнародного каталогу музичної періодики.....	14
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧИЙ ПРОЕКТ – РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ «IN BLOOM»	
2.1. Конкурентоспроможність журналу та його відмінності від інших музичних видань	27
2.2. Структура журналу	28
2.3. Концепція журналу	29
2.4. Особливості оформлення журналу	30
2.5. Цільова аудиторія журналу	33
Висновки до розділу 2.....	34
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	39

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Неможливо оцінити вплив засобів масової інформації на сучасне суспільство. Засоби масової інформації виконують видавничо-інформативну функцію в оперативному створенні інформації. Завдяки сучасним ЗМІ будь-яка людина має змогу отримати оперативний доступ до вітчизняних та світових новин. Розширення національно-освітнього простору суттєво вплинуло на пресу сучасності. Аудиторія інформаційних блоків, журналів, видань, порталів зростає, проте преса розгалужується на різноманітні видозмінених форм, об'єктів і форматів. Створюються різноманітні інформаційні рубрики, конвертуються різні формати різнопланових новин, а також новосних рубрик. Преса розцінюється із сторони одного із визначення найбільш значущих засобів масової інформації формує громадську ідею, вплив та думку, визначає ціннісні орієнтації читачів. Здебільшого музичні видання створюють інформаційні рубрики визначного характеру, ігноруючи музичні формати.

Музичні видання мають окремі «самвидавничі» продукти: інформаційні блоги на музичну тематику, веб-сторінки із виділенням інформації окремого жанру. Преса музичного характеру зазнала значних змін і відокремилась від конкретних інформ-агентств, або популярних видань. Створення веб-блогів на музичну тематику знаходить свій відбиток в вузькому та прямому колі споглядачів та користувачів сервісу, проте популяризує власний музичний смак.

Українські студії у сфері музичних періодик здебільшого відтворюються в хаотичному характеру, тому не показують ідейне бачення цілісної картини. Створення об'єктивної інформаційної стрічки на музичну тематику є актуальним на сьогодні. Можливість огляду музичної періодики

відтворюється з огляду розвитку музичної преси. Дослідження історії розвитку української музичної журналістики є відносно фрагментарними. Еволюційну ланку української музичної періодики аналізували у своїх працях О. Немкович, О. Дроздовська, О. Хобта. [10]. Їхні роботи можна використовувати у репродуктивному відтворенні об'єктивної картини музичної преси. Український музичний інформаційний простір має невелику кількість створених аналітичних видань. Недостатньо вивченою залишається питання українського музичного самвидаву. Однією з небагатьох розробок цієї теми можна назвати працю В. Кіпіані [8]. Практично недослідженою є тема сучасних музичних часописів. «Українська музична енциклопедія» від О. Немкович демонструє нам історичний розвиток української музичної періодики, починаючи від зазначення першого журналу «Музика» 1932 року і закінчуючи сучасними музичними угрупованнями на 2012 рік. Недостатньо зазначеною у вивченні темою є український музичний самвидав. Кількість таких видань важко оцінити в межах сучасного Інтернету, проте популярність деяких із них (Nefomat.com.ua)[35] може свідчити про вузьку направленість аудиторії.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, завдяки створеному дослідженню можна створити визначення тенденції розвитку журнальної продукції, а також перспективи напрямку її розвитку. Свідоме обрання предмета дослідницького аналізу зумовлюється актуальністю ґрунтовних науково-теоретичних та практичних досліджень динаміки функціонування музичної періодики в Україні, а також відсутністю наукових праць цього визначеного актуальністю теми мого дослідження.

Мета дослідження полягає в тому, щоб визначити особливості становлення та розвитку періодики про музику та на основі сучасних тенденцій розробити музичний журнал «In Bloom».

Визначена мета передбачає розв'язання низки ключових **завдань**:

1. Проаналізувати спеціалізовану пресу, розвиток музикознавства та її місце на українському медіаринку.
2. Виявити зразки української музичної преси, охарактеризувати їх тематичні й жанрові особливості
3. Здійснити огляд закордонних музичних журналів українською мовою, порівнюючи їх із діяльністю української журнальної публіцистики сучасності
4. Розробити спеціалізований музичний журнал «In Bloom».

Об'єкт дослідження: музична періодика, типологічні особливості та місце на журнальному ринку України, аналітичні відомості із Google Analytics, відкриті дані музичних топ- рейтингів світу.

Предмет дослідження – становлення музичної періодики на світогляд українців.

Методи дослідження. Під час проведення дослідження було використано такі методи, як історичний, аналітичний, спостереження, узагальнення, контент-аналіз, контент-моніторинг, а також методи дедукції та індукції. Головне місце займають історичний та аналітичний методи. Історичний метод використовувався для того, щоб проаналізувати історію та становлення музичної преси в Україні та світі. Аналітичний метод дозволив проаналізувати періодику музики в Україні та світі в цілому. Контент-аналіз дозволив створити власний інформаційний продукт специфічної музики тематики із оглядом на інформаційні видання та журнали.

Практичне значення отриманих результатів. На основі матеріалів аналізу отримано розгорнуті аналітичні дані, що характеризують розвиток преси на музичну тематику в Україні та світі; інформація допоможе краще виявити зацікавлену читацьку аудиторію, зрозуміти, яке уявлення про музику формують засоби масової інформації.

Наукове новизна отриманих результатів полягає у першому аналізі становлення спеціалізованих журналів, а також висвітленню тематики преси про музичне мистецтво. Саме це надало можливість виявити особливості розвитку періодики цього сегмента, його значення та місце в журналістському процесі України та створити власне перше видання журналу про музичне мистецтво «In Bloom».

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (7 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел (35 джерел). Загальний обсяг роботи становить 47 сторінок, основний зміст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МУЗИЧНОЇ ПЕРІОДИКИ

1.1. Еволюція української музичної періодики

Музичні друковані періодичні видання України. Доцільно класифікувати видання, що висвітлюють питання музичної культури. Найефективніше для аналізу періодики буде ввести два рівні класифікації видань такого класу. Перший загальний класифікаційний рівень – поділ видань, що висвітлюють питання музичної культури, на: 1) неспеціалізовані періодичні видання; 2) спеціалізовані періодичні видання [24].

До першої групи видань неспеціалізованого характеру можна віднести неспеціалізовані видання, узагальнені публічні видання: газетні та журнальні, що мають музичні рубрики, сторінки чи розділи. Більшість масових періодичних видань приділяють окрему увагу музичній тематиці. Це одна з тих тем, які привертають до себе увагу людей різного віку, соціального становища, рівня освіти й часто використовуються видавцями у промоційних цілях. У поданні музичної інформації видання такого типу часто наголошується не лише на музиці, а й на світських подіях навколо неї, інформаційних публікаціях щодо музичних подій: концертів, новин про найпопулярніших виконавців різних жанрів та музичних угруповань/ колективів. До другої групи – спеціалізованих видань – належать періодичні видання, що типологічно визначаються як «музичні», «музично-практичні», «музично-наукові», «музично-інформаційні» та ін. Публікаційні матеріали такого характеру чітко зображають портрет читацької аудиторії музичної специфіки. Читацька аудиторія таких видань – професіонали або аматори, що цікавляться музикою і музичними процесами та мають теоретичну музичну підготовку. Серед спеціалізованих видань можна здійснити розподіл на: а) популярні

музичні видання; б) спеціалізовані музичні видання для практичного сенсу. Маються на увазі видання практичного характеру для спеціалізованих музичних груп. Прикладом може бути «Українські кобзарі, бандуристи, лірники. Енциклопедичний довідник - Богдан Михайлович Жеплинський, а також інші видання практичного характеру. Перша підгрупа – популярні музичні видання – представлена в Україні науково-популярним журналом з питань музичної культури «Музика» та «Українською музичною газетою». Зауважимо, що обидва видання належать державним структурам, на відміну від решти згаданих часописів: журнал – орган Міністерства культури України, Спілки композиторів України та Всеукраїнської музичної спілки, газета – Національної всеукраїнської музичної спілки. Журнал «Музика» заснований 1923 р. у Києві як друкований орган Всеукраїнського музичного товариства ім. М. Леонтовича. Видання, що належить до культурологічної періодики, належать до категорії, розрахованої на вузьку аудиторію, адже матеріали, вміщені в ньому, мають серйозний виклад і призначені для читача, що знається на музиці. Хоча журнал присвячений не виключно академічному мистецтву, а часто ґрунтовно аналізує проблеми сучасної музичної культури, подаючи панораму сучасного музичного мистецтва. У ньому, зокрема, публікуються біографії славетних композиторів, інтерв'ю з відомими музикантами, інформація про закордонні гастролі українських колективів, міжнародні конкурси виконавців, найкращі українські навчальні заклади, вистави вітчизняних музичних театрів, фестивалі сучасного мистецтва. Журнал «Музика» завжди був і залишається єдиним в Україні державним науково-популярним часописом із питань музичної культури. Всеукраїнське спеціалізоване ілюстроване друковане видання «Українська музична газета». Створення видання відтворилось в 1926 році. Власником та організаційною структурою видання є Національна всеукраїнська музична спілка, що створює рівні. До речі, є однією із найдавніших професійних спілок

та творчих об'єднань України. Їхня діяльність продовжується і на сьогоднішній день, адже публікації інформативного характеру створюються у межах соціальних мереж, а також у відтворенні даних публіцистичного характера. Власна сторінка на Facebook демонструє нам відомості та інформативні дані, що оновлюються із періодичністю досліджень Національної всеукраїнської музичної спілки. Відхід від суто інформаційного формату і спроба дати аналіз музичного процесу обумовлені періодикою.

Важливу роль у збереженні української музичної культури відіграла емігрантська преса. Преса в США відіграє одну із найголовніших ролей сучасного суспільного бачення. Українська діаспора має широкі межі поширення, і українці за кордоном продовжують створювати та аналізувати музичний контент, а також показувати власні аналітичні об'єктивні дані з приводу актуальної музичної сфери української медійної сфери.

Аналіз популярних періодичних видань та дослідження вміщених на їх сторінках різних аспектів здійснили В. Дутчак [5], Г. Карась [7], Л. Обух [18], Н. Савчук [19]. Інформаційні дані та публікації, подані у джерелах, дозволили нам проаналізувати періодичність та розповсюдження української преси за межами України. В тому числі іноземних видань, в участі яких активно заохочуються члени та «критикуюча» комісія української діаспори. За оцінкою дослідників, українська еміграційна преса «взяла на себе роль вчителя, порадирика, інформатора, організатора, формувача, опікуна-консерватора, вартівника й захисника української душі», окрім цього «засобом перетворення етносу у свідому націю» [31]. Соціальна функція цієї преси полягала у забезпеченні широкого контакту між українцями діаспори, уможливленні публічної дискусії над поточними проблемами українського політичного, культурного, господарського і наукового життя [18]. Негативні наслідки формування культурної преси діаспори вирівнювала завдяки публікаціям і розмежуванню аналітичного та публічного контенту. Наслідки, викликані браком власних національних шкіл, університетів, інших

виховних інституцій. Часто це була єдина ланка, що єднала українців діаспори з рідним світом і культурою. Преса стала для них не лише важливим каналом збереження і передачі етнічної інформації, але й одним із головних компонентів інфраструктури національної культури. Діяльність преси української еміграції тісно пов'язана з громадянським життям українців, їх організаціями та товариствами в Америці. Емігрантська преса відіграла важливу роль у збереженні української музичної культури. Хоча загалом вона нараховувала багато сотень назв у різних країнах світу, проте видань, які б постійно висвітлювали проблеми музичного життя нашої спільноти, було обмаль. Більшість із них виходила у США у другій пол. XX ст. Це журнал музичного та мистецького життя «Вісті», який у 1961-1966 рр. у Твін Сіті (Міннесота) видавав хор «Дніпро»; журнал «Овид», який у 1957-1975 рр. видавав М. Денисюк у Чикаго. Серед різноматематичних видань у різні періоди знаходимо ті, у яких систематично подавалася музично-освітня інформація: національно-громадські («The Ukrainian Weekly», 1920-1939 рр.), дитячі («Веселка», 1951-1990 рр.), мистецькі («Українські радіо вісті», 1940-1950 рр.; «Музичні вісті» та «Інформаційний листок приятелів Капели бандуристів», 1951-1990 рр.), жіночі («Наше життя», 1940- 1950 рр.), шкільні («Рідна школа», 1914-1920, 1951-1990 рр.), де виходили статті, присвячені українській музичній культурі й освіті [31].

Найдовше – у 1961-1992 рр. – виходив український ілюстрований журнал для молоді й старших «Екран», що друкувався у видавництві «Екран» в Чикаго (США). [26]. Матеріали, подані у відтворених джерел «Екран» подавались об'єктивно, тож давали змогу створити власну думку у читачів для сприймання новин та дійсності. Це виконувало виховничу, розважальну, а також аналітичну роль у відтворенні світобачення сучасності людей. Антонович А. був засновником, а також єдиним редакторським органів видання, тому його роль в історії сучасної публіцистики важко переоцінити. Засновником і редактором видання протягом всього часу був А Антонович.

Аналіз усіх 150 випусків журналу [18] засвідчив, що в кожному з них містилася інформація про музичне життя українців. Особлива увага у виданні приділяється музичній критиці, статтям та розвідкам музичного напрямлення. Найбільшими досягненнями мистецтва журналістської діяльності у сфері музичної критики можна вважати присвячення хоровим та вокальним публікаціям і даним. Найбільше з них присвячені хоровому, вокальному мистецтву; музичній освіті; окремим інструментам (бандурі) або бандурному мистецтву; діяльності громадських організацій, які розвивали музичну культуру; музичному театру; походженню музичних творів. Особлива увага зверталася на діяльність молодіжних мистецьких колективів та акції за їх участю, на успіхи окремих молодих виконавців у музичних конкурсах та фестивалях.

Отже, понад 30 р. «Екран», керуючись принципами соборності, позапартійності та об'єктивності, подавав широку панораму музичного життя української спільноти з усіх континентів і країн світу. Зважаючи на відсутність аналітичних, бібліографічних праць про музичне життя українського закордоння, матеріали цього журналу є важливим джерелом для його пізнання, створення аналізу і аналітичних даних, а також вивчення. Серед другої групи спеціалізовані музичні видання можна зазначити такі: Журнал «ПРО» – видання Всеукраїнської асоціації дистриб'юторів і продавців професійного звукового та світлового обладнання, музичних інструментів, що з'явилося на ринку друкованої преси 1999 р. Повна назва журналу – «ПРО: світло, музичні інструменти, звук». До 2008 р. це видання було вузькопрофільним – містило матеріали й рекламу професійного звукового та світлового обладнання. Сьогодні цей журнал вміщує новини української музики різних стилів: рок, поп, джаз, авторська пісня, академічна музика, фольклор (тобто все, крім попмузики). Оригінальністю видання є те, що воно не залишило свого минулого напряму й так само продовжує заглиблюватися в технічні професійні складові музичного мистецтва, зокрема звуку, світла й музичних інструментів. Подібний нетрадиційний підхід не використовує

жодне з українських музичних видань. Увагу редакції журналу привертають насамперед цікаві й оригінальні маргінальні події, музичні гурти, окремі музиканти. Журнал має інтернет-версію. Виходить шість разів на рік, посезонно, накладом у точній кількості в 3 тис. примірників. «YOUrhythmix» належить до видань, що так само видаються дистриб'ютором музичного обладнання та музичних інструментів і розраховані на читача-інтелектуала. Щоквартальник почав виходити з 2007 р. і більшість своїх сторінок присвячував серйозній музиці: джазу, класиці тощо. Хоча не обходив увагою і «маскульту». У журналі зібрані рубрики, що об'єднують у статті, присвячені різним аспектам процесу створення музики, знайомству з популярними виконавцями й новинками ринку музичних інструментів. Серед публікацій – інтерв'ю, репортажі, статті, що торкаються тем філософії музики й психології виконавства, розповіді про нові технології й оригінальні технічні рішення, що застосовуються в музичній індустрії, матеріали про походження різноманітних музичних інструментів та інструментів ритма. Музичні масові журнали («Своя музика», «Mixer») видаються за схожими принципами: намагаються присвячувати свої матеріали всім стилям музики, у т.ч. й поп; подавати аналітичні матеріали, але розраховані на широке коло читачів; обов'язково містять на обкладинці світлину співака чи музичного гурту.

Серед молодіжних музичних часописів варто згадати «ХЗМ», «Молоко», «Point», на чиїх шпальтах регулярно з'являються репортажі й звіти з концертів та музичних заходів, інтерв'ю з українськими та закордонними музикантами, рецензії на нові альбоми, фото звіти з музичних фестивалів. Варто згадати в так званий самвидав, корені якого беруть початок із радянських часів, коли творити щось нове, цікаве без ідеологічного спрямування було абсолютно неможливим. Отже, можливістю для самовираження українських музикантів та меломанів став самвидав. На жаль, тема української самвидавної преси загалом й музичної зокрема є мало розробленою. Причини тому загальновідомі – ускладнений або й неможливий

доступ до зразків такої періодики, втрата багатьох із них тощо. Серед найбільш комплексних досліджень української «нелітваної» преси слід згадати дисертацію й монографію О. Обертаса [16], численні статті, розвідки В. Кіпіані [8], каталоги неформальної преси: довідник «Неурядова преса України: напрями, адреси, телефони» [14] та «Неформальна преса в Україні (1988-1991)» [15].

У даній статті термін «музичний самвидав» буде застосовано виключно щодо періодичних видань, які не мають державної реєстрації, виготовляються невеликими тиражами, часто примітивним методом, не звертаючись до послуг типографії.

Явище періодичного самвидаву набуло популярності в Україні, як і на теренах СРСР, в останні десятиліття панування радянської влади, а за твердженням дослідника О. Обертаса, виникло воно ще в 1960-х рр. Аби звузити широке поняття «самвидав», автор пропонує самвидавом вважати оригінальний первинний самвидав 1960-1980-х рр., надалі ж, за словами дослідника, це явище переходить у новий вимір: спершу «неформальна незалежна преса» кінця 1980 – початку 1990-х рр., а потім – складова інтернет-культури [16].

Про ймовірно перший музичний самвидавний журнал, що вийшов у 1966 р. на території України, – «Бит-Эхо» – пишуть упорядники «Енциклопедии рок-самиздата»: «Існує досить велика ймовірність того, що «Бит-Эхо» й був першим вітчизняним рок-н-рольним журналом. Випущений у Харкові у зв'язку з появою в місті рок-гуртів і першим сейшеном у ПК Залізничників» [33]. Розквіт же виходу музичних неофіційних видань в Україні припадає на кінець 80-х рр. ХХ ст. Аналіз їх потребує окремого дослідження. Зауважимо лише, що останній музичний самвидав радянської доби вийшов 1990 р. Спроби ж відродити це самобутнє явище вже в незалежній Україні спостерігалися в середині 1990-х рр. Але ці видання виходили вже з іншою метою і ставили собі дещо інші завдання, ніж опозиційна преса періоду панування радянської влади. У ті часи випуск самвидаву мав протестний характер, на його шпальтах

виходили матеріали, які ніколи б не були допущені цензурою до друку в офіційній пресі.

За доби незалежності заборонених тем у музичному житті вже не стало, музика вийшла з підпілля, і писати можна було про все, а ось видати якісний музичний журнал за тих економічних умов (як у принципі й за теперішніх часів) було досить нелегкою справою. Більшість офіційних видань, присвячених музиці, що час від часу приходять у світ, довго на ньому не затримуються, найчастіше через фінансові труднощі. Ті ж, які намагаються вижити, змушені присвячувати свої сторінки масовій культурі й майже відгороджуються від андеграундної музики. Тож самвидавна преса в останнє десятиліття ХХ ст. з'являється як явище насамперед через те, що випуск музичного журналу вимагає неабияких капіталовкладень. Натомість потреба в музичній інформації, особливо серед молоді, не вщухає, але й багатьом читачам купувати чи то передплачувати пресу – теж не по кишені. Тому в цей час можна говорити саме про популярність музичних фензінів – видань, які випускаються для вузького кола прихильників зазвичай одного музичного жанру непрофесійними журналістами (часто навіть без знань основ журналістики), невеликим накладом, тиражуються примітивними способами, розповсюджуються безплатно або за символічну плату, за допомогою якої покриваються видатки на випуск наступного номера, не захищені авторським правом. Часто такі видання містять додатки у вигляді дисків, на яких розміщена додаткова ілюстративна інформація, – музика, відео, картини, літературні твори. Як правило, видавець, редактор, автори матеріалів, фотографи фензину не одержують матеріальної винагороди. Їх основною метою стає самореалізація і комунікація з однодумцями. Способи розповсюдження різні: роздача з рук у руки, замовлення через Інтернет і надсилання поштою, поширення через мережу музичних крамниць. Схожа тенденція спостерігається і протягом першого десятиліття ХХІ ст. З тією лише відмінністю, що сьогодні для розповсюдження самвидаву є широке, а головне дешеве поле – мережа Інтернет. Спробуємо схарактеризувати ті

неофіційні друковані видання, які побачив світ у цей період. Рок-журнали й на сьогодні залишаються одними із найперспективніших видань. Дійсно, альтернативна музика повсякчасно є найпопулярнішим жанром на сьогоднішній день. Соціальні фактори не відтворюють ідейне бачення гармонії – людям набридло слухати одноманітні поп – хіти музики більшості та відтворювати їх у власному плейлісту. Музичні крамниці, популярні маси – медійні заходи допомагають в створенні великої кількості рок – журналів. Окремі групи в соціальних мережах, різноманітна кількість специфічних блогів, тематичні угруповання в месенджерах всі ці соціальні угруповання дозволяють нам зробити висновок щодо ідейної унікальності будь-якого створеного музичного жанру. З'являються новітні савидавничі форми втілення інформації музичного характеру. Продовження ідейної теми відтворення альтернативної преси продовжується із останніх років існування радянської влади. Видання «Аутсайдер» мав величезний вплив на молодь та всіх зацікавлених тематикою альтернативної музики. Перший випуск видання вийшов в 2003 році, в червні, і розповсюджувався на території України до 2007 року. За 4 роки став найпопулярнішим альтернативним виданням про сучасну музику, а також створив ідейні межі розвитку майбутніх журналів та інформаційних колонок. Велика кількість об'єктивних рецензій, статті про легендарні музичні групи, а також популярні альтернативні колективи дозволила розповсюдити журнал та стати одним із найголовніших посібників років.

Оригінальністю та інформаційної новизною було створення спеціальної колонки із художніми творами всіх людей, які цікавляться музикою. Окрім альтернативної інформації, журнал також мав класичні форми відтворення новин, а також велику кількість рецензій та аналітики популярних книжок, та ресурсів про музику, зібраних в Інтернет - мережі. Таким чином, журнал «Аутсайдер» був популярний серед аудиторії віком від 14 до 30 років, і найактивніше розповсюджувався саме серед цієї вікової групи

населення. Актуалізації тем, а також чітке визначення кордонів аудиторіального спрямування допомогло журналу протриматись в рейтингах до 2007 року. З 2007 р. український музичний альманах «Гуркіт» починає власне існування. Із огляду на власне відображення інформації, альманаху не було притамане зображення лише музичних подій. Вони позиціонували себе як музичний альманах, проте інформація була пов'язана не тільки із музичними заходами, але й з іншими сферами діяльності. «...не хотіли б говорити виключно про музику. Нас жваво цікавить все, що може змусити замислитися.» Таким чином, кожна створена інформаційна колонка в альманаху відповідала цьому галсу, адже зображала ідейні бачення редакції, а також об'єктивну інформацію. Альманах виконував збиральну й аналітичну функції, розповсюджуючи правдиву інформацію. «Інколи нас цікавить і те, що може змусити розслабитися. І те, що може заморозити, а може також і відштовхнути. Театральна преса, кіно, візуальні види мистецтва, інсталяції, перформанси, відеоарт зацікавлює споживача, адже відтворює творчість і допомагає потенційному читачу відійти від власних проблем.»[11].

Власне, альманах «Гуркіт» мав велику кількість зібраної інформації, що дозволило нашій редакції вибрати найзручніший формат для створення власного журналу «In Bloom». Історичний огляд уніфікованих подій музичного спрямування дозволив нам розробити власну тактику зображення інформації, керуючись послідовністю сприйняття будь яких інформаційних даних.

Популярність самвидаву важко переоцінити. У 2003 році виходить «Кали- юга» - радикальний альманах, який повністю присвячено альтернативній культурі, музиці, а також філософії. Вийшло лише два номери [10].

Журнал зображає ідейне бачення редакції, а також радикальні ідеї в реформуванні сучасної, а також класичної музики. Головною ідеєю журналу

була реформація застарілих шаблонів музичного мислення, а також відбиток дійсності у власній мірі сприйняття будь-яких напрямлень.

Велика кількість публічної інформації знайшла віднаходження саме у форматі журнального видавництва, та створила власний смак серед її читачів. Оригінальність поданої інформації, унікальний формат викладу, а також зображення дійсності дозволило нашій редакції обміркувати власний дизайн журналу «In Bloom» та унікалізувати візуальну частину, за зразком «Кали – юга». Саме оригінальність подачі інформації, а також унікальна візуальна частина журналу сприяла його розповсюдженню та великій популярності. Літературно-музичний журнал «Шум» виходить в 2006 році із ініціативи студентів- випускників. Журнал «Шум» виділяється об'єктивністю поданої інформації, а також освітленням загальних музичних подій, що знайшли відображення власної діяльності на території Львову. Новинна стрічка переповнена музичним подіями, а також інтерв'ю із популярними виконавцями альтернативної музики, що створює позитивне враження, захоплює і ефективно зацікавить увагу потенційного читача. Існування журналу завершилось в 2007 році, кількість видань досягла 11 різних випусків. Окрім аналітичних новин із музичної сфери, журнал подає аналітичні дані про загальні культурні події Львова, а також думки критиків мистецтва. «...Ми прагнемо дати читачу ту інформацію, яка б була корисною як для загального розвитку, так і для інтелектуальних роздумів про світ та оточення в ньому», – впевнено та відверто стверджують автори видання [10]. Окрім традиційних самвидавців та аналітичних видань преси, існують потенційні архіви традиційного музичного напрямку, що допомагають розрізняти напрямки діяльності музичних угруповань:

1. «*Барви*» -архівний проект

Основа проекту- зображення фоно-архівних даних для видання компакт-дисків, що допомагають створювати представлення історико - етнографічних регіонів України. Проект створення для підтримки діяльності архівних фондів у

дослідженні сучасних трендів розповсюдження.

2.»SOUND iD» - архівний проект Володимира Пержила

Міжнародний проект, головною діяльністю якого є збереження уніфікованої сучасної культури в цифровій пам'яті Інтернетної мережі. Творчість етнографа Володимира Пержила лежить в унікалізаційній основі. Архів займає оцифровані записи з польових експедицій та відображає історично- значимі аудіо та конференції для зустрічей з представниками української діаспори. Представники Польщі, Білорусі, Росії записуються в основі цього проекту і розповсюджують міжнародні дані аудіоформату. Зразки унікальних історичних подій в сфері музичної освіти також віднайшли відображення в межах проекту. Оцифровані записи ведуть декілька основних напрямлень діяльності:

- Авторські замітки Володимира;
- Аудіо – форматовані видання українських народних пісень;
- Фотографії і відомості із учасниками музичних угруповань сучасної України;
- Авторські публікації та думки щодо сучасної класичної музики;
- Оцифровані записи пісень автора архіву;

Інституція створює впливову сферу розповсюдження матеріалів, і знаходиться в відкритому доступі.

Електронний архів українського фольклора

Спеціалізована інтернет- сторінка для електронного розміщення та подання фольклорних матеріалі з метою професійного дослідження та культурно-просвітницького використання.

Архівна база включає в себе велику кількість:

- фольклористичних видань публіцистичного характеру;
- аналітичні відомості про сучасні музичні угруповання;
- записи історичних класичних пісень України;
- публіцистичні видання, спрямовані на класичну музичну сферу;

3. «ПОЛІФОНІЯ»- архівний проект

Є проектом міжнародного культурного співробітництва України та Франції, головними завданнями якого є фіксація пісенної традиції, а також сучасних класичних виконавців народної музики. Другим завданням є створення фольклорного архіву та інтеграція культурної спадщини в сучасний світовий фольклорний контекст світу.

Із досягнень сучасного проекту «Поліфонія» можна виділити:

- збереження цілісних текстів українських народних пісень;
- збереження відформатованих та оцифрованих записів українських народних пісень;

Таким чином, українське музичне видавництво зазнало значних змін, адже розширилось у межах архівування і створення різних інформаційних видань і публікацій на музичну тематику. Наразі український медійний ринок має в своїх межах.

1.2. Огляд міжнародного каталогу музичної періодики

Існує міжнародний ретроспективний каталог музичної періодики. Він є українським міжконтинентальним проектом, та одним із найбільших представлених каталогів з огляду музичної періодики у світі. Інформація, що подається в каталозі має відтворення із 1729- ого року. Міжнародна асоціація музичних бібліотек є прямим партнером представленої хронологічної інформації. Міжнародна рада ЮНЕСКО є офіційним партнером, проте IAML є прямим керівником та координатором. Проект був створений на правах асоціації 1951 року із метою сприяння міжнародному співробітництву музичних бібліотек та музичних відділів у справі організації, вивчення та цілісного збереження аналітичних музичних даних. Окрім цього бібліографування дало можливість співпрацювати із різноманітною кількістю фондів, які підтримували співробітництво організації. Інформація, надана на сторінках архівованого видання, дала змогу використання їх в

аналітичному вигляді для створення висновків, а також допомогла нам створити власний журнал «In Bloom».

Асоціацію засновано в 1951 році. Завдяки асоціації міжнародне співробітництво музичних бібліотек стало можливим, та дозволило популізувати музичну пресу. Окрім цього, популярність музичних відділів у справі організації, вивчення, збереження, популяризації, стандартизації бібліографування дозволило дати поштовх в роботі фондів, та створило низку угруповань, зацікавлених в збереженні культурних музичних надбань. Одними із найвизначніших фондів є: RISM (Міжнародний каталог музичних джерел), RILM (Міжнародний каталог музичної літератури), RIdIM (Міжнародний каталог музичної іконографії). RISM є наймасштабнішим музичним джерелом, яке охоплює потужну кількість аудиторії.

Музичні джерела, описані в міжнародному музичному каталозі, є рукописами виконавців, друкованою музикою, творами про неї. Вони зберігаються в бібліотеках, архівах, церквах, школах та приватних колекціях. RISM встановлює, що існує і де воно зберігається. RISM визнаний серед експертів ключовим місцем для документування музичних джерел у всьому світі.

Робота RISM щодо складання всебічного покажчика виконує подвійну мету: для одного музичні документи захищені від втрати, а для іншого вони надаються науковцям та музикантам-виконавцям найрізноманітніших напрямків.

Аналітична робота дослідників музичної культури полягає в віднаходженні альтернативних і публічних джерел. Музична періодика посідає визначне місце у ідейному відтворенні репродуктивного аналізу та аналітики. Головними проблемами у становленні аналітичної роботи є обмежена кількість використаних джерел пошуку. Кількість бібліотек обмежена, адже володіння музичною періодикою не представляє повної цінності соціуму, як,

наприклад політичні джерела, або повні комплекти аналітичних даних конкретної інформації. Примірники, які визначають цінність музичної періодики, визначають унеможливлення повноцінних джерел. Другою проблемою на шляху повноцінної аналітичної роботи дослідників є пошук конкретної інформації. Завдяки невеликій кількості примірників, необхідну для дослідження інформацію важко отримати. Постає питання створення єдиного реєстру аналітичної інформації та публікацій музичного напрямку задля коректного відбиток об'єктивної дійсності. Саме це завдання корегує RИPМ.

Періодика музичного напрямку представлена в одній базі даних, незалежно від кількості запропонованих примірників, що значно полегшує роботу дослідників музичної культури світу. Можна сказати, що RИPМ є великим досягненням в розвитку інформативно – аналітичних проєктів музичного напрямку, яке позитивно впливає на наукову діяльність. Перелік музичних журналів, скерованих діяльністю RИPМ, в участі яких брали українці:

Russian

Muzykal'ny listok (St. Petersburg, 1872–1877)

Nuvellist: Muzikal'no-teatral'naya gazeta (St. Petersburg, 1878–1905)

Muzykal'noye obozrenie: Muzykal'naya gazeta (St. Petersburg, 1885–1888)

Ruskaia muzykal'naia gazeta (St. Petersburg, 1894–1918)

Khronika zhurnala «Muzykal'nyi sovremennik» (St. Petersburg, 1915–1917)

Проєкт RИPМ дозволяє розкрити різноманітні джерельні дані, а також публікації музичного спрямування. Позитивне відношення критиків до формування сучасних процесів дослідження музики сприяє розвитку проєкт. «Інструмент, що представляє велику цінність для всіх тих, хто вивчає музику кінця XVIII – початку XX століть» [28]; «Видавнича ініціатива величезних розмірів, яку будуть читати й перечитувати, поки існує музикознавство...» [22].

Реалізація RIPM постає перед сучасними вченими, архівістами та бібліотекарями, із різних куточків світу. Європейський проєкт підтримується міжнародними фондами задля об'єктивізації аналітичної інформації. Вчені із Бельгії, Канади, Чехії, Данії, Франції, Великобританії, Німеччини, Нідерландів, Норвегії, Польщі, Італії, Канади, Чехії та навіть США. Основна мета проєкту, а саме втілення прямого доступу до періодичної літератури з музичного мистецтва, повноцінно втілюється і сьогодні. Діяльність проєкту дозволяє музичним дослідникам дізнатись об'єктивну інформацію про найперші музичні журнали, починаючи із XVIII ст.

Дата фінальних назв видань, наданих в інформаційній базі проєкту, поповнюється і сьогодні, створюючи ідеальний дослідницький комплект. Передбачена кінцева дата назв видань 1962 рік, проте публічні видання, отримані після 1962 року також заносяться в сучасну базу проєкту. Для пошуку музичної періодики було ретельно переглянуто велику кількість періодичних видань, присвячених повністю або частково музичним подіям: спеціальні музичні журнали (лише у XIX столітті їх налічувалося понад 2000), фейлетони в щоденних газетах, статті у літературних періодичних виданнях, театральних журналах, журналах мод, а також гравюри та літографії в ілюстрованих виданнях.

Кожна країна учасниця проєкту репрезентує власні музичні досягнення у в межах географічних зон, а також визначає пріоритети у послідовності представлення журналів.

Україна також створює власну сферу музичних публікацій. Архів RIPM індексує зібрані видання, які складаються із примірників оригінальної репрографії. Використання паперових носіїв, мікроформ та фотокопій також дозволяє розвинути проєкт.

Ще однією особливістю проєкту є втілення відсканованих примірників, тобто оригінальних публічних примірників партнерів бібліотек. Це дозволяє втілювати об'єктивну інформацію у власних дослідженнях та формувати архівні дані фондів, відтворюючи значні позитивні зміни в наукових форматах.

Архів формується і сьогодні, активно розвивається на територіях Європи та спонується власними країнами спонсорами, тож його формувальна діяльність даних цих фондів має продовження. Проблемні питання формування проєкту видозмінюються, тому виникнення типових труднощів зумовлюється сучасними чинниками:

- Місце зберігання окремих журналів та примірників у країнах партнерах. А також зберігання публіцистичних матеріалів у країнах публікації. Проблема постає в віднаходженні печатних форм публікацій, а також віднаходженні сучасних серверів та інтернет баз для зберігання та утримування великої кількості інформації. Проблема в непостійності створюваних мереж, а також у відповідності створення всіх дій реформування проєкту;
- Повний комплект утворення публікацій журнального характеру важко зберігати в оригінальному вигляді в одному інтернет сховищі, або бібліотеці; Створення величезного простору публікацій і аналітичних баз дозволило реформувати простір соціуму і віднайти кількість самвидаву, яку важко зберігати в оригінальному вигляді.
- Крихкість паперу та чинники плину часу, що деформують застарілі видання та унеможливають їхнє зберігання в печатному вигляді.

Це проблема віднаходження додаткових грошових ресурсів на реставрацію матеріалів та виконання всіх функцій по збереженню історичних публікацій. Завдяки реалізаційній діяльності проєкту втрата оригіналів музичних видань та документів майже унеможливується, зберігаючи культурну спадщину. Оцифровані оригінали із різних проєктних умов проєкту дозволяють уніфікувати історичні відомості, проте в різній якості і з різними умовами. Репрографії мікрофільмів також входять у список відновлювальних джерел. Керівництво проєкту вважає, що оцифрована копія значно краще її відсутності, тож намагається створити рівні межі розвитку своєї діяльності. Це політика проєкту RIPM, яка втілюється і на сьогодні.

Охоплення змісту в повному обсягу дозволяє сучасним аналітикам отримувати об'єктивну інформації із уніфікованих джерел. Наша редакція

аналізувала два розділи проекту – анотований хронологічний мірник статей та катлогу, персон, регіонів і музичних статей, а також другу частину проекту RIPM хронологічні статті та інформацію про виконавців.

Проект RIPM займає одне із найвизначніших місць у сучасному створенні аналізу, адже дозволяє втілювати власні ідеї у реалізації потенційних музичних проектів і досліджувати історичні відомості вузької направленості. Музична сфера впливу нотується завдяки проекту і його реалізації, тому розвиває самвидавничі проекти і проекти, пов'язані із діяльністю музичних угруповань. Завдяки сучасній координації проектної діяльності діяльність меж проекту його структура та координатори довели можливість продуктивної співпраці з колегами із понад 20 країн, численними міжнародними організаціями та інститутами. Опрацьовано суттєву кількість музичної періодики різними мовами. RIPM online та RIPM e-library поповнилася новими надходженнями хорватських, голландськими, англійських, французьких, німецьких, угорських, італійських, польських, іспанських, сербських та російських періодичних видань, котрі, як і всі RIPM публікації, будуть регулярно оновлюватися.

Національний комітет RIPM, що складається зі співробітників Наукової музичної бібліотеки ім. С. І. Танєєва Московської державної консерваторії імені П. І. Чайковського, відібрав для представлення в RIPM з багатьох музичних журналів XIX століття – такі: «Нувеллист» (1878–1905) – 4 томи, «Музыкальное обозрение» (1885–1888) – 2 томи, «Музыкальный листок» (1872–1877) – 2 томи, Хроника журналу «Музыкальный современник» (1915–1917) – 2 томи, журнал «Русская музыкальная газета» (1894–1918) та «Музыка и театр» (1867–1868). У 2013 році національний комітет додав до електронної БД RIPM художньо-ілюстрований журнал «Баян» (Санкт-Петербург 1888–1890 р.). Загальний перегляд документального ресурсу дає змогу визнати, що надана інформація є необхідною для ґрунтовного дослідження музики, музичного життя і музичної культури певних регіонів й історичних етапів; дає змогу проаналізувати процеси становлення музичних жанрів, сторінки персоналій музикантів, вивчати соціологічні аспекти впливу музики та подивитися на

музичні артефакти очима сучасників подій. Вважаємо доцільним і з усіх боків перспективним планом для НБУВ стати новою учасницею такого важливого проекту, як RIPM. Щодо представлення в RIPM музичної періодики, то без сумніву дуже доречним було б надати змістовну інформацію про українські музичні журнали.

Висновки до розділу 1

Підсумовуючи, можна дійти висновку, що українська музична періодика не представлена журналами, газетними виданнями, лише музичними додатками до загальноукраїнської преси. Останні десятиліття позначені появою різних типів видань: розрахованих на вузьку освічену аудиторію, на масового читача, молодь, викладачів музики.

Наявні журнали як універсального характеру, так і присвячені лише одному музичному стилю (переважно року).

Сьогодні, як і за радянських часів, великою популярністю користується неофіційна (самвидавна) преса. Важливою тенденцією сучасного українського медіаринку є зміна психології й потреб аудиторії. Аудиторія стає все більш вимогливою, не бажаючи задовольнитися універсальним виданням, що пише про все потроху. На думку аналітиків друковані та електронні ЗМІ мають майбутнє в тому випадку, якщо це нішеві продукти, частка яких стрімко зростає [4].

Цей процес підживлюється можливостями, які дають інформаційно-комунікаційні технології. Дослідження музичної періодики в Україні мають вибіркового характеру, що не дозволяє відтворити повну картину розвитку музичної преси; фрагментарними є дослідження історії розвитку української музичної журналістики, особливо якщо йдеться про аналіз спеціалізованих друкованих видань.

Саме історичні відомості та відтворення репродуктивного зображення українських видань музичного характеру дозволило нам створити власний інформаційний продукт. Завдяки аналізу історичних видань, а також публіцистичних інформаційних публікацій, можна дійти висновку, що

українська спеціалізована преса такого характеру може стати ефективним інструментом впливу на суспільне світосприйняття. Новаторство ідеї зумовило створити ефективний інструмент відбиток суспільних новин музичного характеру.

Відтворення сучасних музичних публікацій українського ринку неможливо без аналітичної діяльності українських, а також іномовних джерел. Історичний аналіз отриманих даних дозволяє дійти висновку, що представлена сфера публіцистичних музичних видань не надто розповсюджена на територіях сучасної України, проте уніфікується діяльністю фондів та міжнародних проєктів. Мета дослідження була досягнена завдяки потенційному аналізу діяльності міжнародних організацій та текстових збережень сучасного відтворення баз. Отже, основними досягненнями становлення музичної преси та періодики можна вважати:

1. Створення публіцистичних видань організаційної преси музичного напрямку;
2. Участь у міжнародних проєктах аналітичних функцій дії;
3. Відтворення уніфікації сучасних процесів адаптованого зберігання оригіналів історичних публікацій музичної сфери впливу;

РОЗДІЛ 2

ТВОРЧИЙ ПРОЕКТ – РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ «IN BLOOM»

2.1. Конкуентоспроможність журналу та його відмінності від інших музичних видань

Музичне видання «In Bloom» є новим українським рецензованим виданням відкритого доступу, що публікує статті з актуальних питань теорії та історії українського й світового музикознавства, теоретичних, творчих та методичних проблем розвитку музичного мистецтва у сучасних умовах. У збірнику висвітлюються результати досліджень творчості митців, архівні дослідження, бібліографічні огляди.

Журнал має електронну форму, що є невіддільною (частина/ознака) частиною сучасного інформаційного суспільства, важливою складовою наукової, освітньої та культурної сфери. Важливо зазначити те, що кількість читачів періодики он-лайн зростає кожного дня. Це пояснюється постійною появою нових користувачів Інтернету, поступовою обізнаністю про наявність таких журналів, покращенням якості самих онлайн-видань. Варто додати, що серед музичної періодики інтернет-версію з 2015 р. має лише журнал «Музика», тобто це єдиний конкурент нашого журналу «In Bloom».

«In Bloom» є конкурентоспроможним журналом, через те, що він використовує сучасні методи просування, такий як – QR-code. Це новітній спосіб для зручного користування журналом. Якщо ви маєте друковане видання, але збираєтесь на навчання, у подорож, їдете в метро, або в автобусі, а брати з собою журнал не завжди зручно, то вам потрібно лише сканувати код із журналу і на вашому мобільному пристрої автоматично відкриється журнал «In Bloom». «In Bloom» єдине музичне видання, що використовує QR-code. Також журнал використовує один із різновидів он-лайн видань – це флеш журнал. На відміну

від електронних видань, він не є звичайною електронною сторінкою з посиланнями, а імітує вигляд друкованого журналу. Велика увага приділена дизайну флеш-журналів. Майже всі вони відрізняються творчим підходом та використанням великої кількості якісних ілюстрацій. Безперечною перевагою музичного видання «In Bloom» перед друкованим є можливість використання аудіо- і відео- вставок у флеш-виданнях. У сучасних умовах флеш-журнал має можливість стати альтернативним виданням для сучасної молоді.

Аналіз актуальної інформації музичної сфери зумовив створення унікального контенту для більш-менш однакового відсотка зацікавленості нашим продуктом «In Bloom» розрахований на вузьку освічену аудиторію, на масового читача, молодь, викладачів музики та всіх кого цікавить цей напрям. Наявні випуски як універсального характеру, так і присвячені лише одному музичному стилю.

2.2. Структура журналу

Журнал також має певні особливості в оформленні, що робить його унікальним. Адже, від обкладинки та безпосередньо дизайну видання залежить бажання споживачів купити той чи інший випуск журналу та взагалі читати його. Обкладинки періодичного видання «In Bloom» завжди неординарні та водночас мінімалістичні. Зазвичай на обкладинці відомі музиканти під час концерту або ж, наприклад, фото медійної особистості, якщо про неї йтиме мова у цьому номері.

Звісно, верстка та оформлення журналу в цілому є сучасними. З нами співпрацюють дизайнери, які допомагають зробити видання яскравим та стильним.

Вони оформлюють усі рубрики та матеріали у схожих стилях, використовуючи мінімалістичні шрифти. Звісно, як в будь-якому журналі про музику, тут є цікаві розділи про хіти, топ-чарти тижня, топ-100 музичних хітів України або світу. Кожна шпальта має різноманітні фотографії, залежно від рубрики. Ми співпрацюємо з професійними фотографами та медіа-агенціями, що

надають нашій редакції якісні та актуальні фото, зірок чи гучних подій у світі музики, зразків костюмів знаменитостей, анонси наймасштабніших концертів.

Музичний журнал «In Bloom» – це сучасний глянцевий та онлайн журнал. У номерах висвітлюватимуться:

- останні новини із світу музики;
- корисні поради щодо підготовки до важливих подій;
- опис брендів музичних інструментів;
- пояснення, в чому плюси та мінуси сольного та групового виступу
- велика кількість фотографій відомих музикантів та критиків;
- практичні корисні поради, щодо творчого шляху, як не здатися у складні часи та отримати світовий успіх;
- новини та тенденції сучасної музики;
- окремі підбірки з трендами;
- історичні цікавинки про музикознавство;
- топ-чарти кожного тижня.

2.3. Концепція журналу

«In Bloom» – це сучасний український глянцевий журнал про музику, який стане в пригоді справжнім поціновувачам цього напрямку, а також журнал містить інформацію про історії українського й світового музикознавства, теоретичних, творчих та методичних проблем розвитку музичного мистецтва у сучасних умовах.

Видання створене для тих, хто не байдужий до музики, хто цікавиться саме творчою індустрією, хто хоче бути досвідченим у сфері культури та розумітися у напрямках музики, знати про життя відомих митців та як вони добилися світової слави.

Даний журнал охоплює широкий напрям музичного та культурного ринку України. «In Bloom» – це не просто журнал про музику. Це журнал, що розкаже все про музику в Україні та світі: новини, історію, фестивалі, конкурси, вистави, композитори, виконавці, музичні колективи, найкращі музичні заклади.

Видання допоможе в цьому не лише досвідченим музикантам, а початківцям, або просто творчим людям, яких цікавить світ культури. Журнал переносить читача у музичний світ, розказуючи про останні модні тенденції, демонструючи майстерність найвідоміших музикантів, а також показуючи творчий та життєвий шлях світових та українських маестро. Видання дає поради, де можна придбати скрипку, гітару, або неймовірно стильний костюм для виступу.

У цьому журналі кожен читач зможе знайти для себе щось цікаве, незважаючи на хобі та стиль життя. «In Bloom» в кожному випуску розповідає цікаві факти про розвиток музичного мистецтва в Україні та світі або пропонує читачам нарис про одного з відомих музикантів або критиків. Це робить наш журнал універсальною енциклопедією музичного середовища. Адже він унікальний і єдиний у своєму роді.

«In Bloom» – це інформаційно-музичне видання, що зображає реалії культурного та творчого життя. Журнал містить статті про музичні новинки відомих гуртів, і через це він, звісно, наповнений рекламою. Вона надається у форматі повномірних фото на окремих шпальтах або безпосередньо у матеріалі. Це не обов'язково спонсорські умови співпраці. Дуже часто в деяких рубриках наші редактори вказують, де можна придбати музичний інвентар, або якогось нового виконавця. Це робиться не для рекламування того чи іншого магазину, а лише задля комфорту і практичності для читача, який може не тільки прочитати про відомого виконавця та подивитися красиві картинки, а ще й придбати костюм для виступу, як у нього.

Таким чином, музичний журнал «In Bloom» – це видання про музику та культуру, а також мінідовідник про історію українського музикознавства, його тенденції, це справжня знахідка для будь-кого, адже містить інформацію про весь культурний світ. Журнал – перше в Україні видання такого плану. Отже, особливість журналу «In Bloom» у його чітко окресленій тематичній спрямованості – музика та культура.

2.4. Особливості оформлення журналу

Головне завдання редакції – якісне представлення інформації про останні новинки та тенденції в галузі музичного мистецтва, також про найкращі музичні інструменти, на які варто звернути увагу, про відомих критиків, музикантів та співаків, а також транслювання актуальності культурного світу музику. Завдяки створенню інформаційних колонок журнал надихає читача та надихає на власну творчість. Стиль є комфортним та з візуального огляду не поступається іншим більш поширеним на сьогодні стилям.

Мета видання – стати практичним посібником для користувачів у творчому шляху або ж просто журналом, де можна дізнатися про музичні хіти та буди завжди в тренді; оперативно надавати актуальну інформація про тенденції і новинки в рамках сучасного контексту.

Тематична спрямованість журналу – цікаві матеріали про міжнародні конкурси та фестивалі, концерти, оперні й балетні вистави, діяльність відомих музичних колективів, проблеми молодіжного мистецтва, освіти, науки, музичного життя української діаспори тощо. А також познайомитесь з творчими портретами славетних композиторів, прочитаєте інтерв'ю з відомими музикантами тощо.

Журнал має також навчально-нотне видання для учнів і викладачів, що виходить окремими випусками для різних інструментів і для різних класів. Містить ноти кращих класичних та сучасних українських та зарубіжних композиторів.

Окремі випуски містять безкоштовний додаток-диск із професійним записом всіх творів, вміщених у випуску.

Періодичність «In Bloom» – щомісячне видання.

За обсягом матеріали займають близько 10-15 сторінок. Співвідношення текстів та ілюстративного матеріалу приблизно 1:3.

Формат журналу – А4. Редакція журналу вважає такий формат найзручнішим та найоптимальнішим для читання та використання у

стаціонарних умовах. Створення форматного журналу дозволяє втілювати рівні можливості для сучасного сприйняття інформації. Використання такого формату зумовлено плином життя та аналітичної плікативної інформації щодо популярності використання стандартних форм формату. Таким чином, відтворення сучасної концепції дозволить нам створити рівні можливості для просування.

Передбачуваний тираж – 500 примірників, що розповсюджуватимуться у великих містах України (Київ, Харків, Одеса тощо), а саме у спеціалізованих магазинах, на концертах, книжних магазинах та в музичних школах. Іншим форматом розповсюдження можна назвати стилізованість періодичного видання в рамках рекламного просування. Створення одноформатного відтворення дозволило створити переваги відображення тексту.

Стилістика.

Наш журнал розрахований на широку аудиторію як чоловіків, так і жінок. Тому стилістичне оформлення видання ніяк не пов'язане з гендерними чи віковим обмеженнями контингенту читачів. Навпаки, видання є максимально нейтральним, але витриманим у строгому культурному стилі. Характер такої преси вимагає середньої тональності, доброзичливого душевного настрою, а також аналіз актуальних музичних новин у сучасному українському суспільстві. Матеріалам нашого видання не властива занадто висока емоційність, адже журнал не орієнтований на те, аби викликати сильні емоції у читача.

Проте журналу властива близькість до аудиторії, певний діалог з нею, орієнтованість на певну тематику та бажання поринути у світ музики та культури. Журнал покликаний задовольнити інформаційні потреби тих читачів, що розглядають наше видання як довідник про музичні інструменти та як підібрати свій напрям в музиці.

У кожному номері журналу розміщена реклама різного призначення: музичних магазинів, окремих брендів одягу для концертів, а також музичного

приладдя, приватних музичних шкіл, танцювальних студій, марок гітар, скрипок і т. д.; музичних товарів, аксесуарів тощо.

Основні концептуальні рубрики:

- біографії композиторів;
- інтерв'ю з відомими музикантами;
- зарубіжні гастролі українських колективів;
- міжнародні конкурси виконавців;
- найкращі українські навчальні заклади;
- вистави вітчизняних музичних театрів;
- фестивалі сучасного мистецтва.
- Musical Instruments;
- Critics;
- Найочікуваніші події тижня;

Відбір статей і матеріалів. Критеріями відбору статей є актуальність теми, її трендовість, або доцільність надрукувати статтю на цю тему, бажання читачів, зміни і тенденції в Україні та світі на сьогодні.

У ході створення журналу було використано програми Adobe InDesign та Adobe Photoshop.

Рекламні дані та розповсюдження журналу. Завдяки створенню сучасних мереж, можливість розповсюджувати інформаційно-аналітичні видання значно росте в порівнянні з історичними аспектами розвитку. Журнал «In Bloom» має практичну цінність та показує факторне цілеспрямовання на певну категорію аудиторії, тому буде цікавим потенційному читачу: аматору, або професіоналу, пов'язаному із музичною сферою. Використання інтернету та сучасних методів рекламного впливу дозволяє нам створити ефективну рекламну компанію, що створить можливості монетизації проекту.

Планується закупка банерної реклами реферальних партнерів для розміщення на веб-сторінці «In Bloom». Створення ефективною банерної реклами дозволить

отримувати кошти на оплату утримання хостингу веб- продукту в межах одного місяця. Подальший аналіз трафіку та кількості переглянутої інформації дозволить нам створити більш ефективні просувальні чинники. Одним із чинників ефективного просування в сучасному українському медійному ринку може бути банерна реклама журналу. Таким чином привертається увага потенційних великих інформаційних видань, більш популярних на сучасному ринку мас-медіа.

Тізерна реклама може створити унікальні умови для розповсюдження. Закупка банерної реклами та написання статей тізерного характеру створює ефективні умови розвитку мас-медіа.

Планується створення розсилки-оповіщення в межах соціальних мереж або електронної пошти. При переході на веб-сторінку журналу читачу пропонується заповнити контакт- форму для розповсюдження безплатної розсилки журналу. Таким чином, просування «In Bloom» може бути розповсюджене серед потенційних користувачів, створюючи ефективний рекламний інструмент задля привернення уваги читача.

Окрім цього планується використання рекламного характеру: Блок контекстної реклами Google Direct.

Таким чином всі оголошення підбираються відповідно до запитів потенційного користувача сервісу і створює умови для природнього пошуку. Завдяки втіленню монетизації проекту, втілення платних оголошень цієї платформи буде відкривати доступ до органічного надходження переглядачів. Регіональний вплив чинників оптимізації дозволить розширити межі органічного впливу на рекламу, тому відвідуваність та популярність тренду має розповсюдження на території регіональних центрів України.

SEO- посів

Зробить можливим популяризацію музичного видання на ранніх етапах. Максимізація сео-ключів із коректним використанням сео- ядра також буде скерована.

Тегами для створення коректного seo-ядра можуть бути: журнал, періодика, веб-дизайн, просування новин, новини, музика, музичний журнал.

2.5. Цільова аудиторія журналу

«In Bloom» адресовано науковцям, митцям, викладачам, докторантам, аспірантам, магістрантам, і студентам навчальних закладів, усім, дослідникам теоретико-прикладних аспектів українського і світового музикознавства, проблем розвитку музичного мистецтва. Та й просто всім, хто обожає музику. Всі матеріали поширюється на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International License, яка дозволяє іншим розповсюджувати роботу з визнанням авторства цієї роботи й першої публікації в цьому журналі. Видання «In Bloom» орієнтовано на аудиторію читачів віком від 18 до 40+ років без гендерної приналежності. Але, за статистикою, звісно, чоловіча аудиторія більше читає глянцеві видання, особливо про музику. Зважаючи на те, що наше видання також пропонує статті на тему відомі гурти та критику музичних витворів, – чоловіки читають видання вдвічі більше. Але оскільки журнал все ж про музику та життя відомих людей, аудиторія жінок також є значною. Особливо це співачки, а також музичні виконавці та самоучки, що цікавляться творчим шляхом відомих людей. Також наш журнал читають люди, які надихаються музикою, шукають, куди сходити на концерт, постійно в пошуках нових цікавих виконавців, а також люблять якісну критику для збільшення світогляду. Наше музичне видання унікальне тим, що абсолютно вся інформація, розміщена на його шпальтах, є про музику та культурний світ. Журнал пропонує безліч яскравих фото, цікавих новин, історичних фактів та іншого, що становить інтерес для читача.

Гасло нашого журналу – «Емоційні новини від серйозних видань», а також доповнення музичного гасла уніфікованим текстом на кожен місяць. Середній вік нашої аудиторії можна пояснити не лише статистикою людей середнього віку, що цікавляться музикою й культурою в Україні, але й тим, що наш журнал містить у собі багато порад та матеріалів для музикантів та поціновувачів цього напрямку. Реалії сьогодення демонструють нам, що молодь

фіксує все на камери смартфонів, постійно проводить час у соціальних мережах з візуальним контентом, а значить краще сприймає інформацію саме у такий спосіб. Тому ми й створили онлайн формат, який можна відкрити за допомогою QR-code.

Отже, читач нашого журналу – це жінки чи чоловіки, які мають середній або високий достаток, займаються музикою або цікавлять концертами та гучними культурними подіями, люблять ходити на виступи, обожають музику та хочуть вдосконалюватися в цьому напрямі. «In Bloom» – журнал №1 у світі музики.

Висновки до розділу 2

Сучасні музичні журнали слугують читачеві вісником у світ музикознавства та культури, творами сучасного образотворчого чи видавничого мистецтва. Велика кількість людей цікавляться трендами української музики, адже бачать її світле майбутнє і продовження в історії. Інформація, подана в нашому журналі, залишається об'єктивною та змістовною. Кожна стаття та параграф журналу «In Bloom» має власний інформаційний посил. З огляду на тренди на тенденції розвитку сучасної музики, були вибрані саме ті теми, які хвилюють сучасних українців найбільше. До тем, що зацікавлюють читача та захоплюють змістом, належить перша колонка журналу, а саме про популярність української реперки Альони Альони, яка наразі займає лідуєчі місця та топ-рейтинги в українських версіях Apple Music та Spotify.

Фотографії, використані в журналу, допомагають краще зрозуміти про що стаття та перенести у сценічний світ. Це формат реалістичності, який дозволяє читачеві сприймати будь-яку інформації ненапруженою, а спокійно читати емоційні новини. Це демонструє наш слоган.

Мета видання не тільки розважальна, але й повчальна. З кожним випуском журналу «In Bloom» у масового читача виховується власний музичний смак. Текст в періодичному виданні сучасності стає просто елементом оформлення сторінки, що займає менше місця, аніж найменша картинка шпальти. Вакарчук привернув увагу на себе, створивши власний ажітаж серед політ-

орієнтовної частини населення балотувався в народні депутати. Використання аналітичної статті у змісті «In Bloom» формує попит на розповсюдження інформаційного контенту журналу серед усвідомлених споживачів. Таким чином створюється маркетингова альтернатива розповсюдження.

Журнал «In Bloom» – це новий та високоякісний продукт, який створено для того, аби доносити читачам практичні поради, тенденції та цікаві історичні факти про музику та культуру. Окрім цього, журнал створений, в першу чергу, щоб надихати своїх читачів, повідомляти про найсвіжіші новини, цікаві концерти та образи зірок, надавати ідеї для створення нової музики, а також професійно розкрити найактуальніші теми в постійних рубриках, що відображають весь спектр згідно з заданою тематикою.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеної роботи можна зробити такі висновки:

1. Українська музична періодика представлена журналами, газетними виданнями, музичними додатками до загальноукраїнської преси. Останнє десятиліття позначене появою різних типів видань: розрахованих на вузьку освічену аудиторію, на масового читача, молодь, викладачів музики. Наявні журнали як універсального характеру, так і присвячені лише одному музичному стилю, виявлено вузько направлену аудиторію потенційного читача музичної періодики, проаналізовано аналітичні дані.

Сьогодні, як і за радянських часів, великою популярністю користується неофіційна (самовидавча) преса. Саме такий формат преси розповсюджує актуальну інформацію про сучасні музичні тренди, а також дозволяє розширити музичний кругозір споживача.

Основна роль журнальних видань залишається в житті суспільства і на сьогодні. Основний засіб збереження досягнень музичної культури, а також передачу актуальних даних від покоління до покоління і до сьогодні надається газетами й журнальними виданнями. Журнальні видання служать джерелом знань, допомагають дізнатися та оцінити життя.

Розуміння суті такого соціального впливу, а також законів суспільних відносин зумовлює велику роль друку. Формування моральних ідеалів соціуму, а також засвоєння норм соціальної поведінки допомагає в розповсюдженні журналів на музичну тематику. Це є прямим рекламним інструментом, що створив вагомий вплив на людей.

На сьогодні конкуренцію пресі становлять телебачення та Інтернет. Але вона, як і раніше, залишається одним з важливих джерел інформації. Актуальність журналів на музичну тематику відкрите питання, яке постає перед сучасним ринком мас – медійного простору.

2. В ході дослідження ми проаналізували українську та закордонну музичну періодику різних напрямків. Розглянули модель класифікації періодичних видань, що висвітлюють питання музичної культури; розглянули їхню тематику та особливості контенту. Дослідили історію та перспективи розвитку друкованих періодичних спеціалізованих видань для музикантів. Також провели дослідження основних тенденцій українського журнального ринку та перспективних тематичних напрямів.

Також в ході дослідження було виявлено, що музична журналістика є важливою частиною музикознавства. Завдяки їй людство дізнається про останні новини, останні концерти, хіти тощо. Засоби масової інформації поширюють публікації музичного характеру, що створює попит на нові альбоми, сингли, **лонгплеї** та позитивно впливає на глобальні музичні рейтинги. Періодичні видання про музику з'явилися набагато раніше, ніж почав видаватися глянець. Видання, яке допомагає читачеві втекти від реальності та поринути у світ прекрасного, захопитись музикою та дізнатись важливі новини про улюблені колективи, групи чи артистів. Такі видання є якіснішими, більшими за обсягом, з великою кількістю живих фото та емоцій людей під час виступу. Саме тому така преса є, перш за все, інформаційним продуктом.

3. З музикознавчого погляду найбільшу роль у виробленні мистецьких пріоритетів та вихованні естетичних смаків української громадськості відіграли часописи «Українська Музика» і «Боян», оскільки на їхніх сторінках опубліковано чимало полемічних та аналітичних статей, дидактичних матеріалів з питань хорового співу, критичних нарисів тощо.

Однак якщо розглядати згадані музичні часописи з погляду журналістикознавства, то всі вони, безумовно, є важливими джерелами інформації та становлять цінність як свідчення справді подвижницької праці митців для розвитку української культури.

4. На сторінках майбутнього видання журналу «In Bloom» ви знайдете цікаві матеріали про міжнародні конкурси та фестивалі, концерти, оперні й балетні вистави, діяльність відомих музичних колективів, проблеми молодіжного

мистецтва, освіти, науки, музичного життя української діаспори тощо. А також познайомитесь з творчими портретами славетних композиторів, прочитаєте інтерв'ю з відомими музикантами тощо. Спеціалізований журнал «In Bloom» — це можливість бути в курсі подій сучасного мистецтва та поглиблювати свої знання у безмежному світі сучасної музики. Завдяки аналізу рейтингів виконавців та музичних подій, можна створити попит на цікаві музичні заходи, або на творчу діяльність сучасних виконавців.

5. Конкурентоспроможним журналом можна назвати публіцистичне видання музичного характеру «Музика» - україномовний журнал, що займається вираженням проблем Всеукраїнського музичного мистецтва. Починаючи свою діяльність із 1923 року, журнал фактично продовжує власне видавництво і грає роль у формуванні громадської музичної думки. Єдина конкурентоспроможність журналу виникає у розрізненні тем висвітлення дискусійних моментів творчості музичних угруповань України. Негативні чинники, що висвітлюють моменти творчості українських митців, а також діяльність музичних форм.

Але не дивлячись на те, що журнал «Музика» має більший досвід, наше видання поширюється на масову аудиторію, адже ми публікуємо сучасні тренди в музиці та молодіжних композиторів, що давно цікавлять і старше покоління.

Окрім цього, вузькопрофільність контенту «In Bloom» дозволяє створити умови переваги нашого продукту - журнал «Музика», на відміну від журналу «In Bloom» не репрезентує актуальність. «Музика» створений задля зацікавленої аудиторії наукового характеру.

Важливі інформаційні музичні події, сучасні музичні тренди, а також контент, що зацікавлює споживача, ігнорується цим виданням. Завдяки втіленню передових ідей, можна створити конкурентоспроможність серед сучасного музичного ринку та розкрити потенціал редакції. «Музика»- єдиний конкурент, представлений на ринку музичної сфери

України, тому втілення «In Bloom» є актуальним в наш час. З огляду на сучасну музичну періодику, можна дійти висновку, що на ринку музичної преси відсутнє друковане видання, яке б розкривало всі подробиці та новинки цього напрямку.

Європейські музичні видання, періодику та інформаційні публікації було проаналізовано задля віднаходження оптимального результату аналітичної інформації та створення власного продукту на музичну тематику. Музичне мистецтво має велику історію, отже слід приділити більше уваги до висвітлення музичних новинок у друкованих виданнях. Розроблення власного українського глянцевого журналу про музику «In Bloom» дозволило редакції втілити цікаві ідеї у формуванні музичної преси України. Журнал орієнтується на аудиторію читачів віком від 18 до 40+ років, що цікавиться музикою, творчістю відомих виконавців. Видання має велику кількість інформативних колонок. Фотографії сучасних виконавців було запозичено із безплатних стоків із зображеннями задля уникнення судових сперечань на використання.

Інтерв'ю із молодими виконавцями дають змогу створити об'єктивну картину у зображенні їхнього стилістичного образу. Матеріалам нашого видання властива нейтральність, світлі-сірий та червоний кольори в оформленні, а також діалог з аудиторією, орієнтованість на спільні роздуми про музику.

Стаття- висновок «Прогресивність української музичної сцени» створює можливість читачів на розмірковування щодо чинників автентичності музичного ринку України. Таким чином, висновок втілює головну тему журналу, а саме створення попиту на пошук самоідентифікації громадянами. Будь-хто з нашого журналу може знайти собі однодумця для спільних відвідувань концертів, або вивчення нових музичних інструментів. Концептуальне втілення веб – порталу із виданням «In Bloom» дозволить створити формати блогу для обговорення цікавих тем музичного напрямку, а також віднаходження однодумців та фанатів одного жанру.

Наприклад, прихильників альтернативної рок музики, або популярної поп-сцени.

Таким чином, головне завдання редакції журналу «In Bloom», а саме якісне представлення інформації про останні новинки та тенденції в галузі музичного мистецтва було досягнуто.

Другорядними завданнями залишаються:

- досягнення індексу цитування журналу;
- публікація в аналітичних формах баз даних;
- забезпечення розширення аудиторії споживачу на всеукраїнський рівень;
- створення веб – версії журналу з інтерактивним меню;

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берегова О. М. Комунікація в соціокультурному просторі України : технологія чи творчість? : наук. вид. / Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. 388 с.
2. Васьківський Ю. Особливості розвитку сучасного українського ринку преси (2008 – 2011) / Ю. Васьківський, А. Палійчук // *Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістика*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2011. Вип. 34, ч. 2. С. 223-229.
3. Галецька О. В. Дослідження тенденцій перспективних тематичних напрямів української журнальної періодики / О. В. Галецька. К., 2007. С.12.
4. Галузь преси в Україні: нові можливості і старі загрози // Матеріали круглого столу видавців періодичної преси УАВПП «Проблеми галузі преси в Україні 2005» К., УАВПП, 3 лют. 2005 р. URL: http://www.uapp.net/industry/analytics/review/article_40.html (04.10.2016)
5. Дутчак В. Тижневик «Тризуб» у відображенні буття бандурного мистецтва українського зарубіжжя періоду міжвоєнного десятиріччя ХХ ст. 6./ В. Г. Дутчак // *Прикарпаття. вісник НТШ. Слово*. Івано-Франківськ : Плай, 2009. Ч. 2 (6). С. 278–287.
7. Зінькевич О. Музична критика: теорія та методика : навч. посіб. / О. Зінькевич, Ю. Чекан. Чернівці : Книги-XXI, 2007. 424 с.
8. Карась Г. В. Хронограф музичного життя українського зарубіжжя на сторінках часопису «Екран» (США): джерелознавчий аспект / Карась Г. В.

// Культура і сучасність / Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. 2010. № 1. С. 159-165.

9.Кіпіані В. У пошуках самвидаву // Український журн. 2009. № 4. С. 30.

10.Курнацька Г. М. *Сучасна самвидавна музична періодика в Україні: специфіка і функції* / Г. М. Курнацька // Держава та регіони. Сер. «Соц. комунікації». – 2011. – Вип. 1. С. 67-70.

11.Курнацька Г. М. Стан музичної періодики в Україні на сучасному етапі (2000-2009 рр.) / Г. М. Курнацька, Т. О. Білка. URL: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2010.../SC210_27.pdf.

12.Курнацька Г. Функціонування української музичної періодики на сучасному етапі (2000–2010 рр.) / Г. Курнацька. № 68. С. 560–564.

13.Мельник Л. Музична журналістика: теорія, історія, стратегії. На прикладах із щоденної преси Львова від початків до сьогодення : моногр. / Л. О. Мельник. – Львів : ЗУКЦ, 2013. – 384 с.

14.Немкович О. Явище «українська музична періодика» та його формування в ХІХ ст. [Електронний ресурс] / О. Немкович // Студії мистецтвознавчі. – 2003. № 4. Режим доступу: <http://etno.kyiv.uar.net/vyd/studmyst/2003/№4/Art03.htm>.

15.Неурядова преса України: Напрями, адреси, телефони / [упоряд. В. Довгич, В. Журавський]. – К., 1991. – 56 с.

16.Неформальна преса в Україні (1988-1991): Каталог за матеріалами газетних фондів Нац. б-ки ім. В. І. Вернадського / [уклад. Т. Борисенко, О. Залізник, О. Обертас та ін.]. – К. : Смолоскип, 2001. – 141 с.

17.Обертас О. Український самвидав: літературна критика та публіцистика (1960 – поч. 1970-х рр.) : моногр. / О. Обертас., К. : Смолоскип, 2010. – 300 с.

18.Обух Л. В. Роль засобів масової інформації в музично-освітніх процесах української західної діаспори / Л. В. Обух // Наук. зап. Тернопіль. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. Мистецтвознавство / редкол.: М. Є. Станкевич,

- О. М. Голубець, Л. А. Кондрацька [та ін.] ; голов. ред. О. С. Смоляк. – Тернопіль : ТНПУ, 2014. Вип. 2. С. 9–15.
- 19.Обух Л. В. *Типологія освітніх інституцій кобзарського мистецтва українського зарубіжжя* (за матеріалами журналу «Бандура») / Л. В. Обух // *Наук. зб. Львів. нац. муз. акад. ім. М. В. Лисенка : музикознавчі студії* / [Ред.-упор. О. Катрич, А. Душний, Б. Пиц]. – Дрогобич : Посвіт, 2009. – Вип. 21. С. 49–58.
- 20.Савчук Н. Бандурне мистецтво на сторінках газети «Екран» (США) / Н. Савчук // *Тарас Шевченко і кобзарство : II міжнар. наук.-прак. конф. (у рамках IV міжнар. конгресу світового українства), 23–24 серпня 2013 р.* Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2013. С. 134–138.
- 21.Українська музична енциклопедія. Т. 1 / Гол. редактор Г. Скрипник; НАНУ; Інститут мистецтв., фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. К., 2006. 680 с.
- 22.Українська радянська енциклопедія : [в 12-ти т.] / гол. ред. М. П. Бажан ; редкол.: О. К. Антонов та ін. – 2-ге вид. Т. 7 : Мікроклін Олеум. К. : Голов. ред. УРЕ, 1982. 526, [2] с.
- 23.Шин М. С. Музичні видання в Україні: розвиток та перспективи / *Наук. зап. Ін-ту журналістики: Т. 23* / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Вид-во Ін-ту журналістики, 2006. С. 200-207.
- 24.Шульгіна В. *Музична україніка* / В. Д. Шульгіна. К., 2000. 230 с.
- 25.Янишівська Г. В. Вплив друкованих ЗМІ на формування музичних смаків молоді: до проблеми класифікації видань / Г. В. Янишівська; *Укр. акад. друкарства* // *Наук. зап.* 2001. № 3. С. 75-78.
- 26.Teeling E. *in Research The Presence of Magazines on the Internet* // – November 29th, 2006. URL: <http://blog.thebrickfactory.com/2006/11/the-presence-of-magazines-on-the-internet/> (04.10.2016)
- 27.Антонович А. З життя Школи українознавства Учительської Громади в Чикаго / А. Антонович // *Екран (Чикаго)*. – 1972. Ч. 61/62. – С. 14–15.

- 28.Боровик М. Українсько-канадська преса та її значення для української меншини в Канаді = The Ukrainian Canadian Press and its Significant Role in the Ukrainian Minority in Canada / М. Боровик. – Мюнхен : Укр. Вільний ун-т, 1977. – 344 с.
- 29.Герасименко-Олійник О. Звернення до читачів / О. Герасименко-Олійник // Бандура (Нью-Йорк). – 2000. – № 71/72. – С.1.
- 30.Дутчак В. «Кобзарський підручник» Зіновія Штокалка / В. Дутчак // Бандура (Нью-Йорк). – 2000. № 71/72. – С. 21-23.
- 31.Журнал «Екран» (Чикаго). 1961-1997. – 150 чисел.
- 32.Животко А. *Історія української преси: з передмовою К. Костева* / Geschichte des ukrainischen Zeitungswesens / А. Животко. – Мюнхен : Укр. технічно-господарський ін.-т, 1989-1990. – 334 с.
- 33.Калмыков А. А. Інтернет-журналістика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова – М.: ЮНИТИ–ДАНА, – 2005. – 383 с.
- 34.Курьшева Т. *Музыкальная журналистика и музыкальная критика* : учеб. пособ. / Т. Курьшева. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. – 295 с.
- 35.Прохоров Е. *Понятие эффективности журналистики и проблемы эффективности журналистики*. М. : Изд. МГУ, 1990. – С. 18-46.
- 36.Перевірка SEO-аналізу URL:
<https://pr-cy.ru>