

СТРУКТУРА НОМЕРА ЖУРНАЛА ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ

Объект исследования: журналы, адресованные специалистам (производственно-практические, профессиональные, научно-практические, специализированные, корпоративные). В Беларуси универсализация журналов перестает быть актуальной; наблюдается рост количества журналов с тенденцией к сужению тематики и углублению в частные отрасли.

Цель исследования — проанализировать формально-содержательные признаки структуры номера журнала. К таким признакам мы относим рубрикации, расположение и структурирование материалов в номере, информационную составляющую обложки.

Названия рубрик должны соответствовать целевому назначению и читательскому адресу, быть содержательными, современными и гармонировать друг с другом. Расположение рубрик должно быть неизменное и логичное: от более концептуальных вопросов к частным. Названия рубрик целесообразно выносить в содержание номера. Рубрики должны быть соразмерными по наполнению. Номер журнала должен быть целостным, а не распадаться на отдельные рубрики, т.е. между ними должна быть взаимосвязь.

На страницах обложки может быть реклама или самореклама, некий интерактив с читателем (приглашение к сотрудничеству), может быть сделан акцент на наиболее важных материалах в номере и анонс будущих публикаций или тематических номеров.

Использование заголовков и подзаголовков, различных способов «подводки» к основному тексту, шрифтовых и цветовых выделений позволяет структурировать номер, сделать его визуально более привлекательным и удобочитаемым. Эту же задачу позволяет решить удачный выбор шрифтов, их единообразие в номере журнала, соответствие выбранному стилю и видо-типологической характеристике журнала.

Формально-содержательная структура номера журнала оценивается читателем визуально, быстро, без углубления в контент. Она предполагает информативность обложки; качественный дизайн обложки и всего номера; логично структурированное содержание, отраженное в названиях рубрик, их соразмерности и расположении; функциональность содержания, позволяющую читателю быстро сориентироваться в журнале. В таком случае и контент издания будет восприниматься качественно, и в сознании читателя формируется общий положительный имидж журнала.