

УДК 070.432

Д. П. Зылевич

Белорусский государственный технологический университет

**ФОРМАЛЬНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНОЕ ЕДИНСТВО НОМЕРА ЖУРНАЛА:
ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ НА ПРАКТИКЕ**

Традиционные печатные журнальные издания эволюционируют в зависимости от возможностей современной печати и компьютерных технологий, от тенденций в области шрифтового дизайна и других факторов. Тем не менее в последние годы внимание исследователей в области журналистики направлено в большей степени на развитие так называемых новых медиа.

В статье сформулированы общие требования к основным элементам формы и содержания печатного журнала, которые обеспечивают формально-содержательное единство номера и отражают его концепцию. Приводятся примеры из современной белорусской журналистской практики, иллюстрирующие основные тенденции в ее развитии, этим обусловлена актуальность статьи. Объектом исследования являются современные белорусские журналы, адресованные специалистам. В статье перечисляются требования к содержанию и рубрикации номера, к оформлению и информативности обложки, к расположению материалов и графическим способам структурирования текста, характеризуются возможности, которые открыл для редакций интернет. На основании проанализированных примеров сделан вывод о том, что тщательно продуманное (с учетом современных тенденций практической журналистики) формально-содержательное единство номера журнала способствует усвоению его контента, а также формированию общего положительного имиджа издания.

Ключевые слова: журнал, концепция издания, дизайн журнала, содержание журнала, рубрикация, обложка, формально-содержательное единство номера.

D. P. Zylevich

Belarusian State Technological University

**FORMAL AND CONTENT UNITY OF MAGAZINE ISSUE:
COMMON REQUIREMENTS, THEIR IMPLEMENTATION IN PRACTICE**

Traditional printed magazines evolve depending on the possibilities of modern printing and computer technologies, trends in font design and other factors. Nevertheless, in recent years, the attention of researchers in the field of journalism is more focused on the development of so-called new media.

Traditional printed journals evolve depending on the possibilities of modern printing and computer technologies, trends in font design and other factors, etc. Nevertheless, in recent years, the attention of researchers in the field of journalism is more focused on the development of so-called new media.

The article defines general requirements to the main elements of the form and content in a printed magazine. These elements ensure formal and content unity of the issue and reflect its concept. The quality concept of a publication is one of the main conditions for its popularity among readers. The object of the research were Belarusian magazines targeted for different specialists (production and practice, professional, scientific and practical, specialized and corporate).

The article specifies the requirements to the content and heading of the issue, to the design of the cover and its information content, to the arrangement of materials and graphical methods of text structuring. The author gives examples from the modern Belarusian journalistic practice. The examples reflect the main tendencies in practice development and highlight the significance of the article. It was concluded that a carefully elaborated (taking into account the current trends in practical journalism) formal and content unity of the magazine issue contributes to the adoption of its content as well as to the creation of a positive overall image of the publication.

Key words: magazine, magazine concept, magazine design, magazine content, heading, cover, formal and content unity of the issue.

Введение. Качественная концепция журнального издания – одно из основных условий его востребованности у читателей. К. В. Голова пишет: «Концептуальная заданность – результат совместной работы авторов, дизайнеров, фотографов, верстальщиков и других специа-

листов, потрудившихся над созданием формально-содержательного единства. То есть концепция журнала, ее идея находит свое выражение как во внешнем облике издания, так и в его смысловом «наполнении». Это сочетание должно быть очень гармоничным, чтобы у

аудитории не возникало сомнений по поводу уровня печатного продукта» [1, с. 104].

В последние годы внимание исследователей в области журналистики в большей степени направлено на развитие так называемых новых медиа, на анализ тех возможностей, которые открыл перед редакциями интернет (Р. Gade, E. Raviola, J. Lischka, A. A. Амзин, Г. В. Вирен, А. В. Вырковский, Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян, М. М. Лукина и др.). Традиционным же печатным журнальным изданиям, требованиям к их качеству уделяется значительно меньше внимания. Комплексному обзору факторов, под воздействием которых происходят типологические, социальные, этические изменения в работе СМИ, развитию их нового формата (интерактивного) посвящена монография О. Р. Самарцева [2]. Работа над концепцией журнала комплексно отражена в учебно-методическом пособии И. М. Дзялошинского и М. И. Дзялошинской [3]. Многие аспекты содержания и оформления журнала с примерами (в первую очередь из практики европейских глянцевого изданий) охарактеризованы в книгах Дж. Маккей [4] и К. Фроста [5]. Основные факторы кризиса печатных СМИ и прогнозы их развития достаточно подробно проанализированы в статье О. В. Смирновой [6]. Проблема востребованности печатных СМИ современным обществом, изменения в их типологической структуре находятся в центре внимания М. В. Шкондина [7].

Анализ литературы показал, что исследователи в области печатных журнальных изданий свои работы часто посвящают деловой прессе, гляцевым журналам, оставляя за пределами внимания журналы для специалистов, тенденции развития этих изданий на современном этапе. Объектом нашего исследования выступили белорусские журналы, адресованные специалистам (производственно-практические, профессиональные, научно-практические, специализированные, корпоративные) и выпускаемые на белорусском и русском языках. Предмет исследования – содержание, рубрикация номера, оформление обложки, верстка и другие аспекты журнального издания, характеризующие его содержание и форму. Цель данной статьи – сформулировать общие требования к основным элементам формы и содержания печатного журнала, обеспечивающие его формально-содержательное единство, а также привести примеры из современной белорусской журналистской практики, иллюстрирующие удачные и не очень удачные подходы к созданию такого единства.

Если следовать логике рассуждений И. М. Дзялошинского и М. И. Дзялошинской, которые считают, что «для полноценного функциониро-

вания печатного издания надо иметь как минимум три модели: содержательную, оформительскую (дизайнерскую) и организационную» [3, с. 26], то наше внимание будет сосредоточено на оформительской модели. «Исходным положением при разработке оформительской модели, – пишут указанные авторы, – является рассмотрение издания как системного объекта, предполагающая взаимосвязь всех его содержательных и формальных элементов» [3, с. 49]

Основная часть.

Целевое назначение, содержание, рубрикация журнала. Несмотря на активное развитие интернета, электронных медиа, в том числе и специализированных, количество печатных изданий, адресованных специалистам, не снижается. Печатные журнальные издания сохраняют свою нишу в информационном поле, концентрируя внимание на содержательных экспертных оценках происходящего, отказываясь от трансляции новостных материалов. Универсализация журналов действительно сегодня неактуальна. «Сегодня наблюдается рост количества журналов с тенденцией к сужению тематики и углублению в частные отрасли. Например, ООО «Издательский дом Гревцова», журнальная продукция которого представлена более чем 20 ежемесячными изданиями по вопросам экономики, финансов и права, начиная с 2005 г. активно увеличивает и периодически пересматривает ассортимент своих изданий. Так, журналы серии «Моя бухгалтерия» выходят в восьми отраслевых наименованиях, среди которых «Моя бухгалтерия. Банковская деятельность», «Моя бухгалтерия. ВЭД», «Моя бухгалтерия. Сельское хозяйство», «Моя бухгалтерия. Торговля» [8, с. 146].

Специализированные издания стали появляться на территории Беларуси еще в начале прошлого столетия, когда под влиянием революционных событий активизировалась общественная жизнь. Уже тогда выходили журналы и газеты, которые отграничивались от общественно-политических проблем и ориентировались на профессиональные интересы конкретных специалистов («Белорусский учительский вестник», «Медицинское дело», «Минские врачебные известия» и др.).

Сегодня наблюдается «эволюция целевого назначения журналов от научно-практического к производственно-практическому и снижение доли информации общего характера» [9, с. 120]. Журналы формируют вокруг себя профессиональное сообщество и выполняют экспертную функцию.

И все же несмотря на наличие общей тенденции, белорусские журнальные издания неоднородны по качеству. Наиболее часто, на

наш взгляд, в журналах нарушается формально-содержательное единство номера. Объединяющую роль для номера может играть колонка редактора (слово редактора) – небольшой по объему материал, открывающий номер, характеризующий его наполнение, расставляющий акценты, обращающий внимание на наиболее значимые статьи. Примером грамотного использования колонки редактора может служить ежемесячный профессиональный журнал «Заработная плата».

Особое внимание следует уделить размещению материалов в номере. Они тематически должны располагаться от общего к частному и в идеале как бы «вытекать» друг из друга, т. е. номер журнала должен быть целостным, а не распадаться на отдельные рубрики. И по наполнению рубрики должны быть соразмерными. В этом плане некоторые журналы выглядят негармоничными. Например, журнал «Банкаўскі веснік» (информационно-аналитический и научно-практический журнал Национального банка Республики Беларусь) в № 8 за 2018 г. имеет следующую рубрикацию: «Научные публикации» (с. 3–65), «Точка зрения» (с. 66–70), «История денег» (с. 71–72). В № 9 за тот же год: «Официально» (с. 2–7), «Научные публикации» (с. 8–65), «Актуально» (с. 66–72). Аналогичная ситуация и в других номерах.

Содержание журнала может расширяться с помощью привлечения компьютерных технологий и возможностей интернета. Многие издательские дома встали на путь активного запуска разнообразных приложений и специальных изданий прикладного свойства к своему основному бренду на бумажном носителе. Часть материалов может быть прописана в содержании, но даваться на страницах сайта, как, например, в научно-педагогическом журнале «Народная асвета».

В журналах «Налогі Беларусі», «Консультант підприємств» и других есть электронные версии. Все желающие могут ознакомиться с содержанием номера и краткими аннотациями к каждому материалу в интернете, а полные материалы статей доступны лишь подписчикам на электронную версию журнала. Кроме того, на официальном сайте организации, выпускающей данные журналы, есть анонсы некоторых материалов и событий, значимых для подписчиков. Наличие сайта журнала позволяет при необходимости давать подписчикам некую актуальную информацию, поскольку печатный журнал как издание не отличается оперативностью. То есть электронная версия журнала, сайт журнала и его бумажный вариант могут взаимодополнять друг друга, выступать как информационный (методический) комплекс.

Особое внимание следует уделить названиям рубрик, они должны соответствовать целевому назначению и читательскому адресу, быть содержательными, современными и гармонизировать друг с другом. Хорошо, когда названия рубрик вынесены в содержание номера, это способствует его целостности и помогает читателям ориентироваться в нем. Перечислим рубрики из научно-производственного журнала для специалистов в области связи и информационных технологий «Веснік сувязі» (№ 5 за 2018 г.):

- Коммуникации
- В фокусе
- Календарь профсоюзной работы
- Актуальное интервью
- Точки роста
- Календарь профсоюзной работы
- Эхо события
- Встречи без галстука
- В мире
- Инновационные решения
- Стратегия и реальность
- Информационная безопасность
- На стремнине творчества
- Календарь профсоюзной работы
- Филателия

В № 6 за 2019 г. рубрики уже иные:

- Репортаж
- Событие
- Событие в лицах
- Анонс
- Эхо события
- Вопросы безопасности
- Инновации
- В соответствии с концепцией
- Проекты и решения
- Инновации
- Мнение экспертов
- Научные публикации

К сожалению, изменения принципиально не улучшили структуру журнала. Рубрик много, их названия не всегда гармонируют друг с другом по стилю, рубрики повторяются (материалы «подверстываются», заполняя пустующие части страниц), сомнения вызывает очередность расположения материалов.

В журнале не должна быть одна рубрика. К сожалению, это встречается. Например, № 12 за 2017 г. журнала «Банкаўскі веснік» полностью посвящен опубликованию материалов Международной нумизматической конференции «Сохраняя прошлое – строим будущее» (5–6 окт. 2017 г.), а в 2019 г. подобный номер вышел в декабре с материалами конференции «Белорусскому рублю – 25». Весь номер журнала состоит из одной рубрики «Международная конференция». В таких случаях целесообразно готовить специальный выпуск журнала.

Бывают непростые случаи, когда рубрика состоит из ряда drobных материалов (ответы на вопросы читателей, краткие справки экспертов по темам), тогда нелегко определить, что выносить в содержание номера. Например, в журнале «Налоги Беларуси» есть рубрика «Труд и заработная плата». В содержание выносятся общее название материалов «Вы спрашивали». То же самое в рубрике «Официальная консультация»: в содержание выносятся название «Вопросы-ответы». Может быть, в таких случаях есть смысл в содержании указывать тематическое направление материалов (например, «Исчисление среднего заработка» – в № 48 от 29 декабря 2018 г.)?

Если редакция журнала готовит продолжающиеся проекты, то целесообразно их нумеровать, чтобы читатель понимал, что эта же тема поднималась в определенном количестве предыдущих номеров. Научно-педагогический журнал «Народная асвета» около 9 лет ведет рубрики «Педагогічная асамблея «Народнай асветы» и «Інтэрактыўны праект «Бацькоўскі сход». И в содержании журнала, кроме названия рубрики, указывается «Пасяджэнне 101» или «Выпуск 104», например.

Чтобы избежать чрезмерного дробления рубрик, целесообразно компоновать материалы для тематических номеров или рубрик. Тема номера в таком случае выносится на обложку. В журнале «Архитектура и строительство» тема номера выносится на обложку лаконично: «Энергоэффективность», «Дизайн интерьера», «Культура градостроительства». Было бы логично повторить ее и в содержании журнала, а также на соответствующей странице в номере.

Приведем удачный, на наш взгляд, пример: в журнале «Налоги Беларуси» (№ 4 за 2019 г.) тему номера определяет информационно-аналитический блок «ALL INCLUSIVE». Редакция дает хорошую «подводку» к нему: «Первый в 2019 году выпуск информационного аналитического блока «ALL INCLUSIVE» («Все включено») посвящен вопросам подготовки годовой бухгалтерской отчетности. Значительный комплекс работ, который бухгалтерским службам предстоит в связи с этим выполнить, и подхода требует комплексного. Именно такой подход предлагают авторы статей, вошедших в блок: в нем вы найдете ответы на возникающие у вас вопросы. Вопросов станет меньше, а знаний – больше...»

Обложка журнала. Обложка выполняет две функции – рекламирует общую концепцию издания и демонстрирует с помощью дизайна уровень его содержания. Предназначение обложки – подчеркнуть индивидуальность, уникальность издания. Обложку можно назвать лицом журнала. Она может содержать:

- рекламу или саморекламу;
- интерактив с читателем;
- выносы – акцент на наиболее важных материалах в номере;
- анонс будущих публикаций или тематических номеров.

Научно-практический журнал «Архивы и делопроизводство» активно использует обложки для саморекламы, размещая фотографии сотрудников или фотоотчеты значимых мероприятий. На четвертой странице обложки – реклама новых изданий белорусских архивистов.

Научно-производственный журнал «Земля Беларуси» обложки использует для того, чтобы поздравить сотрудников, рассказать о значимом событии в редакции, но в некоторых номерах (сентябрь 2018 г.) на третьей и четвертой страницах обложки дается продолжение материала, что лишает номер завершенности.

Правовой научно-практический журнал «Законность и правопорядок» на второй странице обложки дает некое напутствие читателям от редакции. В конце номера размещается рубрика «ARS LONGA», в которой содержится обзор книг, рекомендованных прокурорскими работниками к прочтению, и краткая характеристика театральных постановок, которые можно посетить в ближайшее время. Такое завершение номера не в полной мере соответствует целевому назначению правового научно-практического журнала и выглядит нелогичным, хотя попытка редакции внести позитив в номер понятна.

Особого внимания редактора требуют выносы, если они даются на обложке. Следует проверить, чтобы название рубрики или материала совпадало на обложке и в содержании (если дается именно название), а также был верно указан номер страницы (если он указывается). Вместо названия материала может приводиться краткая цитата из него или другая фраза, емко отражающая его содержание. В ежемесячном профессиональном журнале «Заработная плата» выносы раскрывают суть материалов номера: «Командировка в несколько стран: как рассчитать сумму командировочных расходов?», «Как взыскать с работника причиненный им ущерб?», «Подходный налог – 2019: что планируется изменить?» (примеры из № 9 за 2018 г.). Вторая страница обложки этого номера посвящена подписной кампании: читателей информируют об акции «Урожайная осень с журналом «Заработная плата»: «подпишитесь на 1 год через редакцию со скидкой 10%; получите бесплатный доступ к электронному архиву журнала за 2 года (2017, 2018) на сайте kiosker.by; читайте журналы за 3 года по цене одного».

Можно предположить, что в ближайшие годы белорусские журнальные издания для специалистов на своих обложках станут активно размещать QR-код. Он позволит дополнить контент бумажного издания ссылками на веб-ресурсы издательства или рекламодателей. Необходим планшетный компьютер или смартфон, при наличии необходимого программного обеспечения и выхода в интернет пользователь может перейти по ссылке. Специализированное приложение считывает QR-код и подгружает нужную страницу из интернета. Использование QR-кода в мировой издательской практике, в том числе и белорусской, очень распространено, однако в изданиях для специалистов это пока редкое явление.

Структурирование материалов в номере.

Для структурирования материалов в номере используется система заголовков и подзаголовков, различных способов «подводки» к основному тексту. Например, в журнале «Народная асвета» заголовок одного из материалов звучит так: «Коммуникативное мастерство учителя», подзаголовок – «Диапазон вербальных и невербальных средств взаимодействия». Заголовок другого материала: «Нужно ли экономить энергию? Посчитаем...», подзаголовок: «Использование задач энергосберегающего содержания на уроках физики». Подзаголовки обычно в содержании не выносятся.

Актуально сегодня использование графических способов структурирования текста: заливки, плашек, рамок. Важно соблюдать меру, иначе номер рискует стать «пестрым».

Есть такое понятие, как «шапка» статьи. Это абзац или несколько абзацев, которые знакомят со статьей, т. е. это подводка к основному тексту. Обычно шапку добавляет к материалу не автор, а редактор, который готовит статью. Часто в шапке дается информация об авторе статьи. Шрифт, которым набрана шапка, может быть большего кегля, полужирный или вообще другого типа. В шапке может использоваться другая длина строки и другой способ выравнивания текста. Шапка статьи должна визуально легко восприниматься, поэтому здесь важны и шрифт, и длина строки, тщательно расставляются переносы.

Чем большего объема статья и чем больше в ней текста, тем более велика вероятность того, что нужно использовать разные способы структурирования текста. Например, текст разбивают на отдельные структурные части, каждой части дают подзаголовок. Подзаголовок набирается более крупным шрифтом и должен быть небольшим по длине. Ширина подзаголовка не должна превышать ширины колонки. Содержание подзаголовков зависит от фирменного сти-

ля издания. Это может быть одно или несколько слов из первого абзаца либо сочетание, емко выражающее смысл этой структурной части. В подзаголовке не должно быть повтора с другими подзаголовками. Все подзаголовки к одному материалу должны логично сочетаться, поэтому после внесения правок редактор всегда их пересматривает.

«Другой популярный способ разбавления сплошного текста, – пишет Дженни Маккей, – это «вырванные» цитаты (в некоторых редакциях их называют выносами). Это фразы из статьи, которые могут быть расположены в любой части полосы или разворота. Предназначение «вырванной» цитаты – вызвать интерес читателя настолько, чтобы ему захотелось заглянуть в текст. Дополнительные трудности для редакторов в работе над выносами заключаются в следующем. Форма фигуры, которую образуют строки «вырванной» цитаты, должна быть визуально приятной. При этом промежутки между словами не должны быть слишком длинными» [4, с. 198–199].

Статью можно разбить и так называемой подверсткой – это когда дополнительная информация по теме статьи дана в рамке или на цветных плашках. Чаще всего это какие-то факты, статистика. В журнале «Заработная плата», например, на голубых и серых плашках дается информация под заголовками «Словарь», «Справочно», «Пример». Текст подобных подверсток обычно готовится редактором, он проверяет, чтобы информация из подверстки согласовывалась с основным тестом статьи, но не дублировала его.

В целях структурирования материала может использоваться буквица. В этом случае первая буква абзаца дается увеличенным кеглем, полужирным шрифтом либо берется из другой гарнитуры. Буквица занимает по высоте две-три строки текста, который «обтекает» ее. Есть определенные правила при использовании буквицы в журнале. Не должно быть цитаты в начале структурной части, которая начинается буквицей. Еще правило: любая буква алфавита должна появляться в виде буквицы на одном развороте только один раз.

В белорусских журнальных изданиях для специалистов буквица практически не используется.

Шрифт и верстка. Изготовление журналов тяготеет к принципам книжного дизайна с его четким логическим построением. Приведем общие требования к верстке и шрифту журнала: единообразие, соответствие выбранному стилю и видо-типологической характеристике журнала. Можно сказать, что в большинстве своем белорусские издания удовлетворяют этим требованиям, хотя иногда наблюдается

избыточность вариантов верстки и шрифтового дизайна. Например, в журнале «Веснік сувязі» материалы всех рубрик сверстаны в три колонки, а научные публикации, которыми завершается каждый номер, – в две. Там, где приводится содержание номера (на второй и третьей странице) используется и две, и три колонки на одной странице. Здесь же каждая колонка имеет свою заливку: синюю, белую, бежевую.

Реже встречается игнорирование возможностей современных программ верстки. В научно-практическом иллюстрированном журнале «Архивы и делопроизводство» нет колонного набора текста, смысловые акценты в материалах расставляются с помощью выделения слов разрядкой или полужирным шрифтом, причем таких выделений очень много, межстрочный интервал небольшой, поэтому текст «пестрит», на странице не хватает «воздуха». Очевидно, редакция журнала придерживается традиций в его оформлении, однако в результате издание выглядит несовременным, словно воспроизведенным на печатной машинке.

Гармонично с точки зрения дизайна страницы выглядят, например, журналы «Народная асвета», «Архитектура и строительство», «Налоги Беларуси», «Главный энергетик».

Заключение. Формально-содержательное единство номера журнала, адресованного специалисту, обеспечивает удобство в восприятии контента издания. Поэтому читатель всегда,

пусть и на подсознательном уровне, визуально оценивает номер. И происходит это быстро, без углубления в контент: читатель просто пролистывает номер. Формально-содержательное единство обеспечивается информативностью обложки; качественным дизайном обложки и всего номера; логично структурированным контентом, отраженным в названиях рубрик, их соразмерностью и расположением; функциональностью содержания (указателя заголовков), позволяющего читателю быстро сориентироваться в журнале; грамотным использованием графических способов структурирования текста.

По сравнению с журнальными изданиями, ориентированными на более широкую читательскую аудиторию, в журналах, адресованных специалистам, практически не используются многие новые материалы и технологии печати бумажных изданий (текстурирование УФ-лаком, металлизированная обложка, металлизированные чернила, аромачернила, термочернила, фотохромирование и др.). Все эти современные возможности печати значительно удорожат издание. Однако и без полиграфических новшеств, если редакция проводит грамотную редакционную политику, обеспечивает формально-содержательное единство номера журнала, использует качественную бумагу и печатать, все это способствует развитию интереса и к контенту издания, а в сознании читателя формируется общий положительный имидж журнала.

Литература

1. Голова К. В. Концепция современного делового журнала // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. Т. 1, № 9. С. 104–106.
2. Самарцев О. Р. Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. М.: Издат. решения, 2017. 176 с.
3. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания: учеб.-метод. пособие. М.: МедиаМир, 2012. 343 с.
4. Маккей Дж. Все о журналах: учеб. пособие. М.: Университетская книга, 2008. 338 с.
5. Фрост К. Дизайн газет и журналов. М.: Университетская книга, 2008. 231 с.
6. Смирнова О. В. Стратегии печатных СМИ в условиях цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 26–38.
7. Шкондин М. В. Печатные СМИ: ресурсы публичности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 5. С. 7–21.
8. Силина-Ясинская Т. Содержательно-типологическая модель журнальной периодики Республики Беларусь // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии: материалы Респ. науч.-практ. конф., Минск, 20–21 марта 2015 г. / Белорус. гос. ун-т. Минск, 2015. С. 145–147.
9. Касперович Е. Профессиональные деловые журналы Беларуси: современные подходы к формированию контента и коммуникации с аудиторией // Журналистыка-2011: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 13-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 8–9 снежня 2011 г. / Белорус. гос. ун-т. Мінск, 2011. С. 119–121.

References

1. Golova K. V. The Concept of a Modern Business Journal. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* [Sign: problem field of media education], 2012, vol. 1, no. 9, pp. 104–106 (In Russian).
2. Samartsev O. R. *Tsifrovaya real'nost'. Zhurnalistika informatsionnoy epokhi: faktory transformatsii, problemy i perspektivy* [Digital reality. Information age journalism: transformation factors, problems and perspectives]. Moscow, Izdatel'skiye resheniya Publ., 2017. 176 p.

3. Dzyaloshinskiy I. M., Dzyaloshinskaya M. I. *Kontseptsiya sovremennogo periodicheskogo izdaniya* [Concept of a modern periodical]. Moscow, MediaMir Publ., 2012. 343 p.
4. Makkey Dzh. *Vse o zhurnalakh* [All about journals]. Moscow, Universitetskaya kniga Publ., 2008. 338 p.
5. Frost K. *Dizayn gazet i zhurnalov* [Design of newspapers and magazines]. Moscow, Universitetskaya kniga Publ., 2008. 231 p.
6. Smirnova O. V. Print media strategies in digital technology. *Vestnik Moskovskogo universiteta*. [Bulletin of the Moscow University], series 10, Journalism, 2013, no. 6, pp. 26–38 (In Russian).
7. Shkondin M. V. Print Media: Publicity Resources. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of the Moscow University], series 10, Journalism, 2011, no 5, pp. 7–21 (In Russian).
8. Silina-Yasinskaya T. Content-typological model of the magazine periodicals of the Republic of Belarus. *Materialy Respublikanskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii “Vizual’no-semanticheskiye sredstva sovremennoy mediaindustrii”* [Materials of the Republican scientific and practical conference “Visual-semantic means of the modern media industry”]. Minsk, 2015, pp. 145–147 (In Russian).
9. Kasperovich E. Professional business magazines in Belarus: modern approaches to the formation of content and communication with the audience. *Materialy 13-y Mizhnarodnay navukova-praktychnay kanferentsii “Zhurnalistyka-2011: stan, prablemy i perspektyvy”* [Materials of the 13th International scientific and practical conference “Journalism-2011: state, problems and prospects”]. Minsk, 2011, pp. 119–121 (In Russian).

Информация об авторе

Зылевич Дина Павловна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры редакционно-издательских технологий. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: din-a@tut.by

Information about the author

Zylevich Dina Pavlovna – PhD (Philology), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: din-a@tut.by

Поступила 28.02.2020