МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов VII (XXI)
Международной научно-практической конференции
молодых учёных
(16–18 апреля 2020 г.)

Выпуск 21

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2020

В заключении отметим, что эффективный хронометраж является важным аспектом в изучении буктрейлера как маркетингового инструмента и требует дальнейшего осмысления. Аналогичные исследования радио-, телерекламы и различных видов трейлеров могут служить отправной точкой в данном вопросе. Полученные результаты могут быть использованы для характеристики жанра буктрейлера, а также для изучения принципов создания и восприятия буктрейлера с точки зрения его эффективности.

Литература

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь Ожегова. 1949–1992. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/262638> (дата обращения: 06.02.2020).
2. Назайкин А. Медиапланирование на 100%. М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. URL: <http://litra.pro/mediaplanirovanie-na-100/nazajkin-aleksandr/read/3> (дата обращения: 08.10.2019).
3. Voigt K. Becoming Trivial: The Book Trailer // Culture Unbound. 2013. Vol. 5. URL: <https://www.cultureunbound.ep.liu.se/v5/a39/cu13v5a39.pdf> (дата обращения: 12.03.2019).
4. Basaraba N. [Master's Thesis]. The Rhetoric of Transmedia Storytelling in Book Trailers Published on YouTube. 2015. URL: <https://era.library.ualberta.ca/items/8068d59b-e076-4cc4-9bfa-6e1af303e966> (дата обращения: 01.02.2019).
5. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. Киев, 2003. URL: https://www.kiis.com.ua/materials/books/376072_C6170_paniotto_v_i_maksimenko_v_s_kolichestvennye_metody_v_sociolo.pdf (дата обращения: 10.02.2019).

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-125

ПОЛИФОРМАТНОСТЬ КАК НОВЕЙШИЙ ПОДХОД К ПРОЕКТИРОВАНИЮ ЖУРНАЛА (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛОВ PUBLISH И COMPUTER ARTS)

Смольянинов А.В.

Томский государственный университет, магистрант

POLY-FORMAT AS THE NEWEST APPROACH TO THE MAGAZINE DESIGN (ON THE EXAMPLE OF «PUBLISH» AND «COMPUTER ARTS» MAGAZINES)

Smoliyaninov A.V.

Tomsk State University, master student

В статье раскрывается принцип полиформатности СМИ и объясняются особенности полиформатного журнала как нового вида издания на

издательском рынке. Исследование ставит целью выявление перспектив развития полиформатного подхода к редакторской подготовке журнала, а также круга редакторских компетенций для работы с полиформатными СМИ.

Ключевые слова: полиформатность, вид издания, проектирование, редакторская методика.

The article reveals the principle of poly-format and explains the features of a poly-format magazine as a new type of publication in the publishing market. The study aims to identify prospects for the development of a poly-format approach, as well as to determine the range of editorial competencies to create a methodology for working with a poly-format magazine.

Key words: poly-format, type of publication, design, editorial methodology.

Научный руководитель: И.А. Айзикова, д-р филол. наук, профессор ТГУ.

История показывает, что развитие науки и техники всегда выступало катализатором формирования новых моделей чтения и читательских практик, а также обуславливало трансформацию старых [1. С. 78]. Сегодня, в эпоху информационного общества, можно говорить о том, что чтение обрело многоканальный, вариативный характер. Каждый человек, находясь в режиме практически постоянного восприятия текста, волен выбирать наиболее удобные формы и способы взаимодействия с ним. Разумеется, данный факт не может не учитываться издательскими организациями, что задает новые перспективы и векторы работы.

Одним из видов изданий, быстро адаптировавшихся к обозначенным условиям, стали журналы. В настоящее время на рынке периодики можно встретить такую стратегию производства и распространения продукции, когда журнал предоставляется читателям одновременно в трех форматах: печатном, электронном и цифровом (в виде мобильного приложения). Результаты поиска и изучения научных, профессиональных и нормативных [2] источников показали, что в данный момент не существует такого определения, которое бы наиболее точно описывало такое издание. Необходимость его осмысления и дефиниции обуславливаются следующим: во-первых, мы имеем дело с принципиально новым, на наш взгляд, видом периодики, требующим теоретического обоснования и конкретного обозначения (научная проблема); во-вторых, для него необходима собственная методика редакционно-издательской подготовки, учитывающая специфику данного издания (всех трех форматов), которая будет влиять на организацию рабочего процесса, начиная от планирования и заканчивая распространением (практическая проблема).

В связи с вышесказанным нами предлагается собственное название для данного вида издания – «полиформатный журнал». Приставка «поли» (от греч. *polys* – многочисленный, обширный) является частью сложных слов, которая указывает на множество, всесторонний охват или разнообразный состав чего-либо, а с культурологической точки зрения передает отношения многообразия и сложной связи компонентов [3. С. 70]. По итогам сравнительного анализа существующих номинаций было сформулировано следующее определение: «полиформатный журнал – это журнал, издаваемый и распространяемый одновременно в печатном, электронном и цифровом (в виде мобильного приложения) форматах, функционально независимых друг от друга, но связанных общей концепцией».

Итак, полиформатность – это концептуальное единство всех версий одного издания при их функциональной самостоятельности, обеспечивающее вариативность выбора формы чтения. Исходя из этого, возникают две точки зрения, понимание каждой из которых задает специфику проектирования данного журнала: 1) с издательской точки зрения полиформатность означает конкретный издательский подход к проекту, целью которого является выпуск журнала в трех версиях, имеющих общее название, содержание, оформление, сроки выхода и степень доступности для читателей, что позволяет охватить широкую аудиторию и выйти на новые каналы распространения; 2) с книговедческой точки зрения полиформатный журнал представляет собой издание, существующее и функционирующее в обществе одновременно в трех форматах как некое триединство, обеспечивающее разные способы взаимодействия с ним читателей.

В качестве примера кратко представим два журнала: российский *Publish* и британский *Computer Arts*.

Publish – это профессиональный журнал, посвященный современным полиграфическим и издательским технологиям. Выпускается с 1996 г. издательством «Открытые системы»; периодичность – 10 выпусков в год. Способы распространения: редакционная подписка, подписка по каталогам «Пресса России» и «Роспечать», подписка на PDF-версию журнала и мобильное приложение *Publish* в App Store и Google Play. Издательство координирует свою работу через веб-сайт, на котором читатель может выбрать удобную для него модель оплаты, доставки и предпочтительный формат.

Computer Arts – это также профессиональный журнал, тематикой которого является компьютерный дизайн и цифровое искусство.

Выпускается с 1995 г. британской компанией Creative Bloq, являющейся частью международного медиа-холдинга Future plc; периодичность – 12 выпусков в год. Способы распространения: редакционная подписка, подписка на веб-формат и мобильное приложение на платформах App Store, Pocketmags, Kindle Fire и Google Play. Как можно видеть, данный журнал, в отличие от Publish, охватывает большее число каналов интернет-дистрибуции. Кроме того, он предлагает более вариативную модель подписки.

Итак, рассматривая полиформатность как новейший подход к проектированию журналов, можно сделать следующий вывод: уже сегодня это задает новые требования к профессиональным компетенциям издателей и редакторов, а интеграция в онлайн среду и работа с цифровыми технологиями вплетаются в традиционные схемы книгоиздания и книгораспространения. Дальнейшее изучение полиформатных журналов позволит установить, есть ли реальные перспективы развития у данной концепции и выдержит ли этот вид изданий проверку временем, а также позволит скорректировать его место среди других периодических изданий. Кроме того, предстоит определить специфику его редакторской подготовки и обозначить круг необходимых специалисту знаний и навыков, на основании чего можно будет создать действенную методику работы с такими изданиями.

Литература

1. Мелентьева Ю.П. Чтение электронных публикаций как элемент обучения и образования // Научные и технические библиотеки. 2019. № 4. С. 76–83.
2. ГОСТ Р 7.0.60–2019. Издания. Основные виды. Термины и определения. М., 2019. 42 с. (Система стандартов по информ., библиотеч. и изд. делу).
3. Золотых Л.Г., Космачева О.Ю., Куликова Е.Ю. Смысловая вариативность префиксов мульти- и поли- в понятиях «поликультурный» и «мультикультурный» // Гуманитарные исследования. 2015. № 4 (56). С. 66–71.