

«DOMIK»: «ВЗРОСЛЫЙ» ЖУРНАЛ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Т. В. Силина-Ясинская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 22004, г. Минск, Республика Беларусь,
silinatv@bsu.by*

В статье рассказывается о первом белорусском глянцево-м журнале для детской аудитории «DOMIK».

Ключевые слова: «DOMIK»; журнал; аудитория; дети.

«DOMIK»: «ADULT» MAGAZINE FOR CHILDREN

T. V. Silina-Yasinskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: T. V. Silina-Yasinskaya (silinatv@bsu.by)*

The article talks about the first Belarusian glossy magazine for children's audience «DOMIK».

Key words: «DOMIK»; magazine; audience; children.

Журналы вот уже более 10 лет лидируют в сегменте печатной периодики Беларуси. С мая 2012 г. впервые в истории отечественной журналистики количество издаваемых в стране журналов превысило количество газет. Эта тенденция сохраняется и по сей день. На 1 февраля 2024 г. в Беларуси зарегистрировано 533 журнала против 368 газет [1]. Развитие белорусских журнальных изданий отвечает общим мировым тенденциям, однако особенностью журнального сегмента является не только его быстрая реакция на запросы аудитории, но и способность трансформировать концепцию и содержание, предлагая читателям контент, соответствующий требованиям времени. Именно этот фактор в итоге влияет на разнообразие рынка журнальной периодики, обеспечивая и сохраняя популярность журналов. Не последнюю роль здесь также играет коллаборация журналов с рекламодателями. В конечном

счете именно она обеспечивает а) своевременность и современность содержания; б) окупаемость и финансовую стабильность изданий, поскольку многие журналы представляют собой частные коммерческие проекты.

Все журналы можно условно разделить на две категории: популярные и специализированные. Наиболее широко в розничной сети представлены популярные журналы (журналы, содержащие статьи и материалы по различным вопросам и предназначенные широкому кругу читателей). Именно они сегодня наиболее востребованы у аудитории. В этом сегменте представлено достаточное количество разнотемных и разноформатных журналов для детей и взрослых, среди которых особое место занимает подкатегория «Для подростков». Таких журналов не очень много: «Бязрозка», «Волшебный», «Девчонки», «Стрекоза», «Дневник стрекозы», «Школа модниц», «Рюкзак», «Кем быть?», «Юный спасатель». Среди них выделяется журнал «DOMIK», который концептуально отличается от других изданий.

Журнал «DOMIK» – это гляцевый журнал для детей «6+», vyplненный по всем стандартам взрослых гляцевых изданий, который начал свою историю в декабре 2017 г. (вышел пилотный номер), а с января 2018 является полноценным участником отечественного медиарынка. Выходит ежемесячно в печатной версии, представлен в социальных сетях Facebook, Instagram, ВКонтакте. «Начинался» «DOMIK» при всесторонней поддержке республиканского брендового детского журнала «Вясёлка».

Основная идея издания – воспитание в детях эстетики и вкуса в областях моды, искусства, литературы, здоровья, выбора будущей профессии, ухода за собой, отношений со сверстниками, родителями и педагогами и т. д. И эта идея во многом реализуется сочетанием внешнего оформительского качества журнала с качеством содержания. На первый взгляд, журнал адресован девушкам. На это указывает иллюстративный ряд, в котором более чем на 90 процентов представлены девичьи лица. Однако по половому признаку аудитория журнала не ограничивается, о чем свидетельствует содержание материалов.

Рубрики журнала посвящены разным тематическим направлениям и развивают идею названия: «DOMIK» – аббревиатура «Дети. Одежда. Мода. Искусство. Книги». Так, материалы последнего номера (декабрь-январь 2024) рассказывают об интересных фактах из области науки и белорусской истории, знакомят юных читателей со значениями бе-

лорусских гербов, с новогодними традициями, особенностями ухода за собой в зимний период, современными трендами моды. Не оставляет журнал без внимания и тематику, которая интересна и полезна современным подросткам: «8 знаменитых подростков», «Как делать удачные фото на телефон», «Важные вопросы к стоматологу», «Открой дверь! Советы детям, которые остались одни дома», «Все о штрихкоде», «Скорочтение. + упражнение», «Нестареющая классика. 5 причин перейти к бумажным книгам». Из материала «Понятный этикет» читатели смогли узнать о правилах сервировки стола и назначении столовых приборов. В качестве шпаргалки авторы предложили фото классической сервировки с обозначениями приборов и даже расстояний между ними. А в завершение тематики провели кулинарный мастер-класс по приготовлению десерта – шоколадных шариков с маршмэллоу.

Публикации журнала перемежаются с фотографиями детей-моделей, которые представляют различные модельные агентства белорусской столицы и регионов. Это не просто итоги фотосессий, а целенаправленное знакомство читателей с юными моделями, агентствами, фотоаппаратами, а также брендами одежды, которые демонстрируют дети. По сути, поначалу привлекая юных читателей блеском глянца и яркими фотографиями, журнал реализует глубокий воспитательный потенциал, параллельно знакомя аудиторию с индустрией белорусской детской моды.

По стилю публикаций «DOMIK» – это журнал-диалог. Авторы обращаются к читателям на «ты», что усиливает доверительный эффект. Такой прием широко используется в журналах издательского дома «Бурда», которые в российской версии в большом количестве представлены на белорусском медиарынке («Лиза», «Мой прекрасный сад», «Отдохни!» и др.). По сути, журнал «DOMIK» – это белорусский «Cosmopolitan» для детей и подростков, который через свои публикации предлагает молодой аудитории обрести определенный «взрослый» статус.

Бibliографические ссылки

1. Министерство информации Республики Беларусь. Официальный сайт. [Электронный ресурс] URL: <http://mininform.gov.by/activities/statisticheskij/> (дата обращения 04.02.2024).