
История журналистики

HISTORY OF JOURNALISM

УДК 070.19:087.5(476)

ВЕКТОР РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ ДЛЯ ДЕТЕЙ В 1990-е гг.

С. В. ХАРИТОНОВА¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Определяется основной вектор развития прессы для подрастающего поколения в 1990-е гг. и выявляется характер его влияния на дальнейшее формирование системы детских СМИ Беларуси. Обосновывается актуальность исследования направлений деятельности медиа для детей в условиях кардинальной социально-политической, экономической и культурной реорганизации белорусского государственного устройства после распада Советского Союза. На основе анализа количественных данных выпуска белорусских детских периодических изданий в 1992–1999 гг. впервые выявляются содержательные особенности и типологическая структура белорусских газет и журналов для детской аудитории, а также устанавливаются тенденции трансформации отечественной системы СМИ для детей. Отражаются результаты анализа содержательной специфики прессы с новыми типологическими свойствами, определяются количественно-качественные характеристики печатных СМИ для детей. Научная новизна исследования состоит в выявлении новых аспектов функционирования белорусских газет и журналов для детей в постперестроечный период, а также определении типологических признаков первых детских периодических изданий на основе сбора и обобщения данных о количестве печатных СМИ Беларуси, их тиражах и учредителях в 1990-е гг.

Ключевые слова: система СМИ; газеты и журналы для детей; типологическая структура; тиражи; развлекательная пресса; вектор развития.

Образец цитирования:

Харитонova СВ. Вектор развития белорусских печатных СМИ для детей в 1990-е гг. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2021;2:58–65.

For citation:

Kharytonova SV. Vector of development of Belarusian print media for children in the 1990s. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2021;2:58–65. Russian.

Автор:

Светлана Вячеславовна Харитонova – кандидат филологических наук, доцент; заведующий кафедрой периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики.

Author:

Svietlana V. Kharytonova, PhD (philology), docent; head of the department of periodical press and web journalism, faculty of journalism.
kharytonavasv@bsu.by

VECTOR OF DEVELOPMENT OF BELARUSIAN
PRINT MEDIA FOR CHILDREN IN THE 1990sS. V. KHARYTONOVA^a^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The article defines the main vector of press development for the younger generation in the 1990s and reveals the nature of its influence on the further formation of the system of children's media in Belarus. The author substantiates the relevance of the study of the activities of children's media in the context of the radical socio-political, economic and cultural reorganisation of the Belarusian state system after the collapse of the Soviet Union. Based on the analysis of quantitative data of the release of Belarusian children's periodicals in 1992–1999, for the first time the author identifies the content features and typological structure of Belarusian newspapers and magazines for children, as well as the trends of transformation of the domestic media system for children. The article reflects the results of the analysis of the content specificity of the press with new typological properties, identifies quantitative and qualitative characteristics of print media for children. The scientific novelty of the article is to identify new aspects of the functioning of Belarusian newspapers and magazines for children in the post-perestroika period, as well as to determine the typological features of the first children's periodicals based on the collection and synthesis of data on the number of print media in Belarus, their circulation and founders in the 1990s.

Keywords: media system; newspapers and magazines for children; typological structure; circulation; entertainment press; development vector.

Динамика развития системы белорусских СМИ для детей в конце 1980-х – начале 1990-х гг. была обусловлена значительными общественно-политическими, экономическими и социокультурными трансформациями, происходившими на территории страны накануне распада Советского Союза.

Качественная перестройка всех сфер жизни общества БССР, которая началась во второй половине 1980-х гг. и сопровождалась немалыми организационными трудностями, в середине 1990-х гг. привела к получению республикой статуса самостоятельного, суверенного и независимого государства. 15 марта 1994 г. была принята новая конституция, в соответствии с которой Беларусь провозглашалась унитарным демократическим социальным правовым государством, владеющим верховенством и полнотой власти на своей территории¹.

Новый деидеологизированный демократический контекст развития страны создал благоприятные условия для становления многопартийной системы, предпринимательской деятельности и рыночных отношений. Как отмечает П. Г. Чигринов, в середине 1990-х гг. в Беларуси действовали около 500 общественных организаций, объединений и движений, в том числе 8 молодежных и 50 благотворительных и общественных фондов. По мнению ученого, «политика перестройки, гласности, демократизации и плюрализма в общественной жизни общества, в целом оказали положительное влияние на развитие социально-гуманитарной сферы» [1, с. 453–460, 482]. Законы «О культуре в Белорусской ССР», «О языках в Белорусской ССР» (1990), «Об образовании в Республике Беларусь» (1991) определили дальнейшие векторы культурного пре-

образования социума. Принятый в 1995 г. закон «О печати и других средствах массовой информации» обеспечил гражданам право на учреждение СМИ, получение информации, а также постановил недопустимость цензуры.

Тотальная социально-политическая, экономическая и культурная реорганизация белорусского государственного устройства в середине 1990-х гг. способствовала расширению сегмента национальных медиа для детской аудитории. Вместе с тем в разрезе меняющегося медиапространства независимой Беларуси обострился вопрос о направлениях деятельности детских СМИ и реализации ими воспитательной, идеологической, образовательной, познавательной и других функций.

В теории отечественной журналистики, таким образом, назрела необходимость установления вектора деятельности детской печати в 1990-е гг. и выявления его определяющего характера для дальнейшего развития детских печатных СМИ Беларуси. Особую актуальность приобретает исследование специфики количественно-качественной трансформации сегмента детских периодических изданий.

Попытка установить особенности типологической структуры и тенденции трансформации системы белорусских газет и журналов для детской аудитории в постперестроечный период кардинальных внутригосударственных преобразований в отечественном научном дискурсе предпринимается впервые.

После распада Советского Союза в 1991 г. система белорусских печатных СМИ для детей была представлена всего четырьмя периодическими изданиями: газетами «Зорька» и «Піанер Беларусі»,

¹Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. 10-е изд., стер. Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. 64 с.



журналами «Вясёлка» и «Бярозка». В советский период старейшие национальные медиа являлись частью разветвленной системы детских СМИ СССР и вместе с популярными всесоюзными изданиями «Веселые картинки», «Мурзилка», «Костер», «Юный натуралист», «Юный техник», «Пионер», «Пионерская правда» обеспечивали детей всех возрастов разнообразной информацией. Однако в результате общественно-политических преобразований в начале 1990-х гг. массовые («Зорька» и «Піянер Беларусі») и литературно-художественные («Вясёлка» и «Бярозка») издания оказались неспособными заполнить информационный вакуум, образовавшийся в сегменте детских газетно-журнальных изданий Беларуси. Отечественную медиасистему для детей ожидали коренные структурные трансформации.

Сдвиг в количественном составе детских СМИ произошел в 1992 г., когда на территории республики стали появляться новые по целевому назначению, виду учредителя и географии распространения издания для подрастающего поколения. На локальном уровне недостаток массовой информации для детей пытались компенсировать городские («Цудоўнае падарожжа» (Гродно), «Кроссворд-сказка» (Гомель)) и школьные («Крынічка» (Калинковичи), «Школьная газета» (Гомель)) издания, которые тем не менее существовали недолго. На республиканском уровне структура медиарынка получила развитие благодаря возникновению периодики с новыми типологическими свойствами.

Журнал для дошкольников и младших школьников «Кважды ква» (1992–1996) стал первым русскоязычным СМИ постсоветского времени, выпущенным учредителем негосударственной формы собственности – издательством «Красико-Принт». Его тираж насчитывал более 100 000 экз. и был сопоставим с единовременным выпуском популярнейших белорусских СМИ «Вясёлка» (109 000 экз.) и «Зорька» (160 000 экз.). Журнал «Кважды ква» издавался 1 раз в 2 месяца форматом 60×90/8 в качестве полноцветного приложения к журналу «Я+Я». Под художественной редакцией А. Боженова красочные, реалистично выполненные рисунки иллюстраторов В. Малахова, Н. Черкасова, В. Дударенко, мастерски воссоздававших в изобразительных образах фантазийный мир детства, обогащали жанрово-тематическую структуру издания.

Первый 20-страничный номер содержал всего 10 публикаций. Большую его часть занимали поучительные и познавательные рассказы: «Петин выбор», «Сон», «Сила воли», «Рисунок» и сказки «Бумажный самолетик», «Братья», «Клен и капля». Несмотря на то что единичные стихотворения – «Грачи», «Курицы на улице», «Снегирь» – и анекдоты в рубрике «Смешинки» уступали прозаическим произведениям в литературно-художественном ка-

честве (не соблюдались ритм и рифма, не хватало композиционной и смысловой целостности, метафоричности и экспрессии), издание быстро набирало популярность среди детей и вскоре стало выходить ежемесячно. Постепенно видоизменялась воспитательно-познавательная концепция журнала. По просьбам читателей в выпусках стали регулярно появляться игровые задания, комиксы, вырезалки, рубрика «Развлекляндия» с ребусами и сканвордами.

Альтернативный по содержанию игровой и развлекательный контент начал получать широкое распространение в детской периодике Беларуси этого периода. В 1993 г. вышел в свет ежемесячный журнал «Смекалка», позиционировавший себя как развлекательно-познавательное издание для детей и подростков. Через год появилась информационно-познавательная и развлекательная газета «Переходный возраст». Так, первый августовский номер издания открыло обращением к юным читателям, отражавшим его идейную концепцию: «Мы долго мечтали о такой газете, на страницах которой ты мог(ла) бы... посекретничать, поговорить на серьезные и несерьезные темы, найти полезные советы и интересную информацию, потрудиться над решением занимательных и не очень простых заданий всевозможных конкурсов и, наконец, получить вполне заслуженный приз» (Переходный возраст. 1994. № 1 (материал «Мальчишкам и девчонкам, а также их родителям»)). Программные идеи подростковой газеты в дальнейшем нашли отражение в новых развлекательных СМИ для детей.

На отечественный медиарынок пришли журналы-игрушки «Сюрприз» и «Головолом» (1996), развлекательные журналы «Каламбур» и «Мультик», газеты «Давай дружить!» и «Детская газета» (1997), журналы «Один дома» и «Мишутка», газета «Пикничок» (1998) и др. Примечательно, что учредителями изданий нового типа выступали медиасубъекты частной индивидуальной (В. В. Капский, В. Дубовик, М. А. Деревянко, Ю. Л. Вольпов и др.) и коллективной форм собственности (ОДО «ВУАЛ», ООО «Гетман», ИООО «Красико-Принт»), а суммарные разовые тиражи их прессы значительно превышали выпуски изданий других целевых назначений. К примеру, по нашим подсчетам, в 1999 г. совокупный разовый тираж игровых и развлекательных СМИ для детей в Беларуси составлял 735 920 экз., а литературно-художественных, массово-политических и образовательных детских газет и журналов – всего 84 057 экз.

За семь лет геополитической независимости страны в разы снизились тиражи старейшей отечественной детской периодики. Анализ статистических данных Национальной книжной палаты Беларуси показал, что в 1992 г. средний разовый выпуск изданий «Бярозка», «Вясёлка», «Піянер Беларусі»



(«Раніца») и «Зорька» насчитывал 20 700, 109 400, 57 000 и 160 000 экз. соответственно, а в 1999 г. он уменьшился до 3600, 22 800, 33 357 и 59 827 экз. соответственно². В то же время с середины 1990-х гг. в отечественной медиасфере для детской аудитории наметились две противоречивые тенденции: с од-

ной стороны, тенденция устойчивого увеличения совокупного тиража детских печатных СМИ, которое сохранялось преимущественно за счет роста тиражности изданий развлекательного типа, а с другой – тенденция ежегодного снижения среднего количества экземпляров изданий (рис. 1).

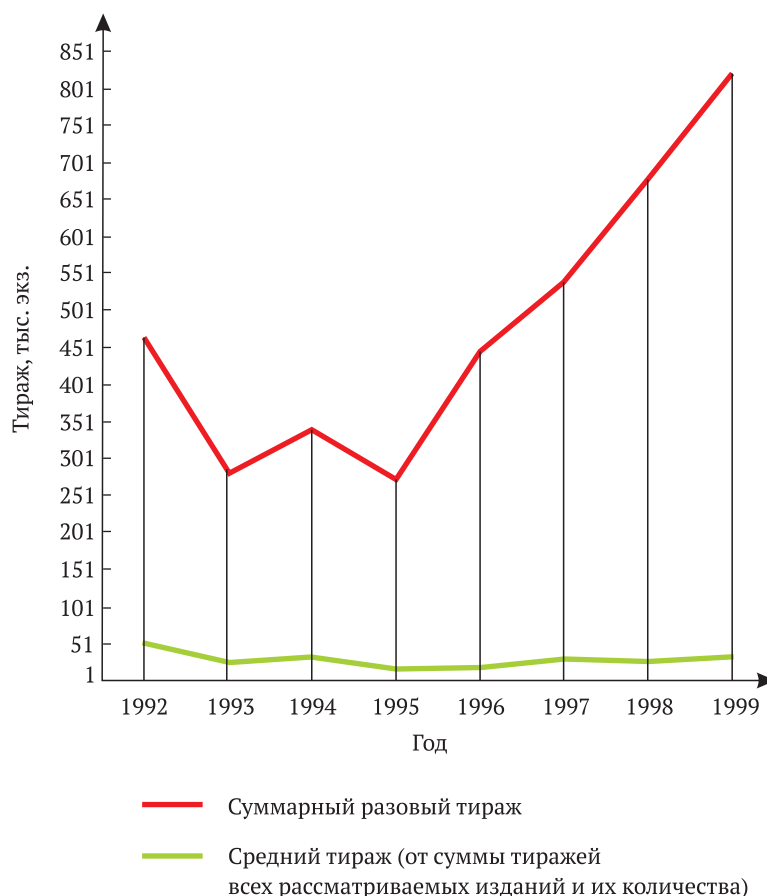


Рис. 1. Изменения тиражей детской периодики в 1990-е гг.
Fig. 1. Changes in the circulation of children's periodicals in the 1990s

Учитывая влияние количественного роста развлекательных СМИ для детской аудитории на общую типологическую картину белорусского медиарынка 1990-х гг., рассмотрим содержательные особенности наиболее тиражного из них.

Первый номер ежемесячного и самого массового развлекательного журнала для детей «Каламбур» вышел в мае 1997 г. тиражом 40 000 экз. под учредительством В. Дубовика. На красочной обложке издания форматом 84×108/32 был размещен анонс, представлявший в лаконичной текстовой форме основное содержание номера: «Кроссворды. Анекдоты. Головоломки. Комиксы. Ребусы. Загадки. Игры». Большинство перечисленных игровых жанров издания ориентировались на развитие познавательных возможностей читателей, уже имеющих базовые

знания в различных сферах (например, «поставь под каждой картой соответствующее название страны», «расставь под портретами фамилии писателей и поэтов», «из пронумерованных фигур выбери одну нужную» и т. д.). На подготовленного читателя также были рассчитаны задания в кроссвордах («философское учение, признающее равноправными дух и материю», «французский металлург, разработал способ получения стали в пламенной печи», «сплав меди и цинка с добавками» и др.) (Каламбур. 1997. № 1, 2). Кроме игровых жанров, направленных на совершенствование интеллектуальных навыков и способностей детей, для развлечения и отдыха «Каламбур» предлагал целевой аудитории анекдоты, страшилки, комиксы и тексты песен популярных российских исполнителей.

²Летапіс друку Беларусі : дзярж. бібліяграф. паказ. Мінск : Нац. кніжн. палата Беларусі, 1992. № 12. 422 с. ; Летапіс перыядычных выданняў і выданняў, якія прадаўжаюцца : дзярж. бібліяграф. паказ. Мінск : Нац. кніжн. палата Беларусі, 2000. 50 с.



Журнал формировал такую содержательную модель детского периодического издания, в основе которой лежало удовлетворение досуговых потребностей читателей, а в качестве форм достижения рекреативного, интеллектуального, эмоционального и психологического восстановительно-развивающего эффекта использовались развлечения и игра [2, с. 52]. Появление нового типа издания и возросший к нему интерес детей привели к тому, что к 2000 г. тираж «Каламбура» увеличился в 4 раза и достиг 162 000 экз., а белорусский медиарынок для подрастающего поколения стал пополняться печатными СМИ со схожей жанрово-тематической структурой. Журнальные и газетные издания «Мультик» (21 600 экз.), «Мишутка» (30 000 экз.), «Давай дружить!» (20 000 экз.), «Детская газета» (25 000 экз.) наряду с познавательным, литературно-художественным и информационным неизменно включали в содержание номеров развлекательный компонент. Его доля в структуре изданий и определяла их целевое назначение.

Если обратиться к количественному анализу степени охвата развлекательными СМИ непосредственного потребителя и применить предложенную профессором В. И. Ивченковым формулу расчета суммарного объема информации изданий ($V = T \cdot K$, где V – объем, T – средний годовой тираж, K – периодичность СМИ) [3, с. 61], обнаружим, что объем распространения медиаконтента среди детской аудитории Беларуси в 1998 г. составлял $V = (98\,000 + 21\,600 + 30\,000 + 20\,000 + 25\,000) \cdot (12 + 12 + 12 + 48 + 24) = 194\,600 \cdot 108 = 21\,016\,800$ экз., при этом население Беларуси в возрасте от 5 до 14 лет в 1998 г. насчитывало 1 576 835 человек³. Следовательно, на одного ребенка приходилось более 13 экз. изданий. Поскольку аудитория печатных СМИ нового типа охватывала сразу несколько возрастных групп – детей младшего, среднего и старшего школьного возраста, – становится очевидным, что распространение развлекательных изданий в Беларуси приобретало массовый характер.

Очередной новый для рынка отечественной печати тип детских печатных СМИ – учебные периодические издания – появился в середине 1990-х гг.

Наиболее интересное содержательное решение читателям предлагала серия журналов для изучения иностранных языков «Hello!», «Jako», «Alfi», «L'echo des jeunes. Эхо молодых». Ее появление было обусловлено расширением диапазона международных связей страны и, соответственно, возросшей потребностью населения в свободном владении английским, французским и немецким языками.

Уникальность концепции журналов заключалась в четко обозначенной издателями возрастной категории читателей (младшие, средние или старшие

школьники), продуманной структуре обучающих, познавательных и игровых заданий, а также использовании в художественном оформлении выпусков известных среди детей 1990-х гг. мультипликационных образов. К примеру, популярный иллюстрированный учебный журнал для младших школьников «Hello!» с титульной страницы на трех языках – русском, белорусском и английском – заявлял о своей основной идее: «Английский язык: интересно, весело, занимательно!», предлагая читателям вместе с главным персонажем издания – утенком Додо – читать по-английски, угадывать героев мультфильмов «Диснея» Винни-Пуха, Пинокио, Микки Мауса, запоминать новые иностранные слова с действующими лицами телепередачи «Улица Сезам» и т. д.

Учебную серию детских журналов для изучения английского, французского и немецкого языков выпускали Минский государственный педагогический институт иностранных языков и производственно-коммерческая фирма «Петит». Несмотря на то что небольшие по формату издания (84×108/32) имели невысокую периодичность (журнал «Hello!» выпускался 1 раз в 2 месяца, «Jako» – 1 раз в 3 месяца) и тиражи (от 2000 до 4000 экз.) и к 1997 г. прекратили свое существование, они стали первой обучающей серией белорусских печатных СМИ для детской аудитории постперестроечного периода, которые четко сегментировали свой читательский адрес и издавались при участии профессиональных педагогов высшего учебного заведения.

На вундеркиндов старшего школьного возраста в области «физики, информатики и не только...» ориентировался научно-популярный информационно-методический журнал «Фокус» (1992–1999). Ежеквартальное издание выпускалось Министерством образования Республики Беларусь, БГУ, Национальным институтом образования, Институтом повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов образования на русском и белорусском языках 3-тысячным тиражом для читателей, которых «цікавяць праблемы, якія вырашаюць сёння вучоныя-тэарэтыкі і эксперыментатары», и тех, кто «не вызначыў для сябе тую галіну фізікі альбо матэматыкі, якую хацеў бы спасцігаць» (Фокус. 1992. № 1). В рубриках «Навукі ад альфы да амегі», «Званок на ўрок», «Фізіка на камп'ютэры», «Фізічны эксперымент», «Задачнік “Фокуса”», «Алімпіяды» размешались научные статьи ведущих ученых республики («Недетская задача про детские качели» Д. Чигрина, «Лазер. Як ён працуе?» В. Гайсенка, «Вступительный экзамен по физике в БГУ» Г. Кемброского, «Задачи аб кенігсбергскіх мастах» В. Новодворского) и нестандартные задачи олимпиадного типа, в том числе для самых маленьких вундеркиндов.

³ Население Республики Беларусь : стат. сб. Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2001. С. 21.



С переходом в 1990-е гг. от административно-командного общественного устройства к демократическому деидеологизированному в системе белорусских печатных СМИ для детей произошли кардинальные типологические и структурные трансформации.

Характерной тенденцией развития СМИ стало зарождение развлекательной детской прессы. Про-

веденное исследование медиарынка всех периодических изданий для детей, выпущенных в Беларуси в постперестроечный период, показало, что с 1992 по 1999 г. возникли 14 новых газет и журналов развлекательной направленности. Максимальное количество изданий для детей в указанный период составило 24 (рис. 2).

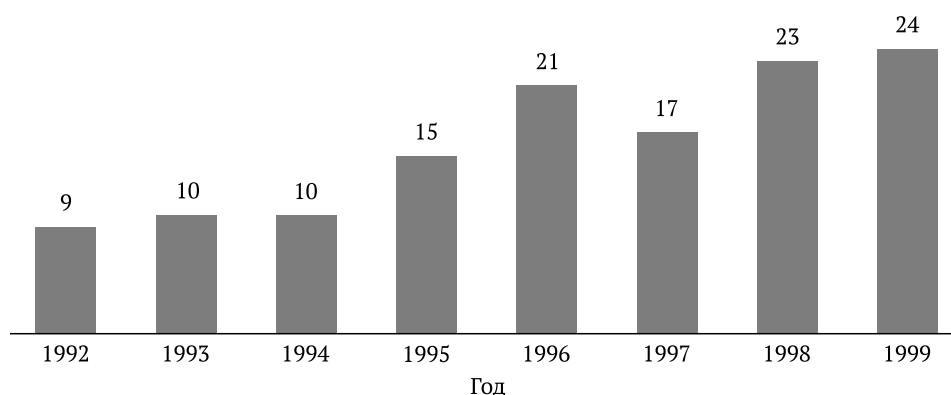


Рис. 2. Количество печатных СМИ для детей в 1990-х гг.

Fig. 2. Number of print media for children in the 1990s

При анализе возникновения отсутствовавшего прежде в БССР нового типа детских изданий были выявлены тенденции ежегодного расширения развлекательного сегмента на белорусском медиарынке СМИ, роста суммарного разового тиража развлекательных СМИ для детей в Беларуси и снижения единоразового выпуска старейших отечественных детских газет и журналов («Зорька», «Піянер Беларусі», «Вясёлка» и «Бярозка»). Количественный анализ степени охвата изданиями нового типа продемонстрировал массовый характер распространения развлекательной информации среди детского населения в 1998 г. – до 21 016 800 экз. в год.

Развитие системы детской печати в середине 1990-х гг. происходило благодаря появлению единичных учебных, научно-популярных, специализированных газет и журналов для детей школьного возраста («Фокус», «Лесавік», «Репетитор», «Качели»,

«Радость»). Тем не менее их количество, периодичность выхода и тиражи значительно уступали числовым показателям развлекательных СМИ.

Таким образом, собранные данные о динамике функционирования детской прессы и результаты ее количественного анализа показали, что к 1999 г. в новых социокультурных, экономических и политических условиях независимости республики система печатных СМИ для детей качественно видоизменялась, проявляя специфические типологические и структурные свойства. Расширялся спектр транслируемой информации для детской аудитории. На смену популярным советским изданиям приходили новые массовые развлекательные издания, легко адаптирующиеся к рыночным изменениям и принципам коммерциализации. Функции учредителей начали выполнять общественные объединения, коммерческие организации, частные лица, что отражено в таблице.

Белорусские печатные СМИ для детей, 1998 г.

Belarusian print media for children, 1998

№ п/п	Название издания	Год первого издания	Средний годовой тираж, экз.	Читательская аудитория	Учредитель
1	«Бярозка»	1924	5100	Подростки	Коллектив редакции
2	«Вясёлка»	1957	22 800	Дети	Белорусский детский фонд, коллектив редакции
3	«Джулия»	1997	10 000	Подростки	ЗАО «НЕССИ»
4	«Каламбур»	1997	98 400	Дети	В. Дубовик



Окончание таблицы
Ending table

№ п/п	Название издания	Год первого издания	Средний годовой тираж, экз.	Читательская аудитория	Учредитель
5	«Один дома» (приложение к журналу «Каламбур»)	1998	90 000	Дети	В. Дубовик
6	«Качели»	1998	7500	Дети и подростки	Белорусский фонд социальной поддержки детей и подростков «Мы – детям»
7	«Кроссворды для детворы»	1998	41 300	Дети	М. Деревянко
8	«Лесавік»	1995	8200	Дети	В. Яговдик, Товарищество охраны природы
9	«Мишутка»	1998	20 000	Дети	М. Деревянко
10	«Мультик»	1997	21 600	Дети	В. Дубовик
11	«Радость»	1993	3000	Дети	Российский объединенный союз христиан веры евангельской
12	«Сюрприз»	1996	30 700	Дети	ИООО «Красико-принт»
13	«Фокус»	1992	3000	Старше-классники	Министерство образования Республики Беларусь, БГУ, Национальный институт образования, Институт повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов образования
14	«Давай дружить!»	1997	20 000	Школьники	ИООО «Красико-принт»
15	«Детская газета» (приложение к «Детективной газете»)	1996	54 500	Дети	В. В. Капский и др.
16	«Зорька»	1945	96 200	Пионеры и школьники	Центральный Комитет Белорусского союза молодежи, редакционная коллегия
17	«Переходный возраст»	1994	17 250	Подростки	Редакционная коллегия
18	«Пять вечеров для детей»	1998	26 000	Дети	ООО «Литограф»
19	«Раніца»	1994	111 065	Дети и подростки	Министерство образования и науки БССР, коллектив редакции
20	«Школьная газета»	1991	1750	Школьники и их родители	Совет учредителей
21	«Смекалка»	1993	29 300	Дети и подростки	ОДО «ВУАЛ»
22	«Пикничок» (приложение к «Детективной газете»)	1998	42 000	Дети	В. В. Булаш и др.
23	«Репетитор»	1995	7100	Школьники	ИООО «Красико-Принт»

Одновременно стали заметны отрицательные явления, касающиеся качества публикуемой информации в детской периодике, выбора жанрово-тематических средств в реализации воспитательной, идеологической, образовательной, познавательной и других функций и, как следствие, сохранения на-

циональных традиций в духовном развитии личности ребенка. Изменения белорусской медиасферы в постперестроечный период привели к проблеме поиска основного вектора в дальнейшем развитии национальной системы СМИ для детей, который в 1990-е гг. получил развлекательное направление.



Библиографические ссылки

1. Чигринов ПГ. *История Беларуси. Том 2: Конец XVIII – начало XXI в.* Минск: Тесей; 2011. 536 с.
2. Федотова НА. *Рекреативные функции СМИ.* Минск: БГУ; 2020. 115 с.
3. Іўчанкаў ВІ. *Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту.* Мінск: БГУ; 2003. 257 с.

References

1. Chigrinov PG. *Istoriya Belarusi. Tom 2. Konets XVIII – nachalo XXI v.* [History of Belarus. Volume 2: The end of the 18th – beginning of the 21st century]. Minsk: Tesei; 2011. 536 p. Russian.
2. Fedotova NA. *Rekreativnye funktsii SMI* [Recreative functions of mass media]. Minsk: Belarusian State University; 2020. 115 p. Russian.
3. Iwchankaw VI. *Dyskurs belaruskih SMI. Arhizacyja publicystychnaga tjecktu* [Belarusian media discourse. Organisation of journalistic text]. Minsk: Belarusian State University; 2003. 257 p. Belarusian.

Статья поступила в редколлегию 18.08.2020.
Received by editorial board 18.08.2020.