

УДК 655.4/.5

Савченко Любовь Васильевна, профессор кафедры рекламы и издательского дела Таврической академии Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского.

e-mail: lubov29@bk.ru

Приймак Анатолий Анатольевич, студент 2 курса бакалавриата факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского.

e-mail: anatoliy-priymak@mail.ru

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ И АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

Аннотация. В данной статье исследована проблема проектировки концепции современной периодической продукции, а также детально изучены и проанализированы элементы внешнего и внутреннего оформления издания, которые должны удовлетворять запросы современного читателя и обеспечивать его качественной информацией. На основе проведенного исследования предлагаются рекомендации редактору и издателю, с помощью которых возможно разработать качественную концепцию для современного периодического издания.

Ключевые слова: концепция, периодическое издание, печатные СМИ, редактор, издатель.

Savchenko Lyubov Vasilevna, professor of advertising and publishing of the Taurian academy of the Crimean federal university of V.I. Vernadsky.

e-mail: lubov29@bk.ru

Priymak Anatoliy Anatolyevich, student of 2 course of a baccalaureate of department of information and printing technologies of the Taurian academy of the Crimean federal university of V.I. Vernadsky.

e-mail: anatoliy-priymak@mail.ru

## THE DEFINITION AND ANALYSIS OF CONCEPTS OF MODERN PERIODICALS

**Annotation.** This article investigates the problem of designing the concept of modern periodicals, as well as studied in detail and analyzed the elements of external and internal design of the publication, which must meet the needs of the modern reader and provide him with quality information. On the basis of the conducted research, recommendations are offered to the editor and publisher, with the help of which it is possible to develop a qualitative concept for a modern periodical.

**Keywords:** concept, periodical, print media, editor, publisher.

Концепция издания – это определенная модель и композиция, которая необходима для обработки и подготовки произведения в печать. Замысел концепции отображает состав, содержание и оформление книги или брошюры. Концепция является основой конструирования издания.

По мнению А. М. Лобина: «В концепции отражается основная точка зрения редактора на издание – его состав, содержание и форму всех элементов, редакционно-технические и полиграфические средства исполнения» [3000].

В методологии рассмотрения концепции неправильно делать анализ только в виде поиска опечаток и разбора полиграфического исполнения периодического издания. Так как редакторский анализ включает в себе более объемный процесс, чем просто вычитку и корректуру статей. Не стоит подменять понятия анализа концепции и оценки качества издания. Несмотря на то, что эти два термина взаимосвязаны и в какой-то степени дополняют друг

друга, создание востребованной потребителями продукции зависит не только от редакционного коллектива.

Во время работы над концепцией периодического издания следует руководствоваться тремя основными моделями: содержательной, дизайнерской и организационной. В содержательной модели осуществляется разбор тематических направлений и рубрикации. Отдельным объектом разбора является принадлежность текста к определенному жанру статей, а также локальность материалов, публикуемых в журнале (мировые новости, новости государства, региональные новости). В дизайнерской модели производится анализ структуры номера, композиционных решений, рекламы и графического исполнения. К организационной модели относятся все данные об учредителе, издателе, составе редакционной коллегии, количестве рабочих кадров, принимающих участие в выпуске периодического издания [1].

При определении и анализе концепции издания (журнала или газеты) редактор руководствуется практически теми же факторами, что и у книжных изданий, а именно целевым назначением, читательским адресом, характером информации, экономическими и организационно-техническими условиями. Но так как рассматривается концепция периодического издания, следовательно, выделяется еще несколько отличительных факторов, присущих только продукции печатных СМИ, таких, как периодичность, регион распространения и юридический статус.

Целевым назначением периодического издания является выполнение определенных заданных общественных функций посредством распространения информации. Именно благодаря целевому назначению, возможно разграничить различные типы газет и журналов (общественно-политическая газета и спортивный журнал).

Читательским адресом издания представляется его целевая аудитория. Каждый уважающий себя журнал должен содержать уникальную информацию, предназначенную для потребителя, которую будет невозможно отыскать в других источниках. Периодические издания по читательскому адресу

подразделяются на два вида. К первому относятся «массовые» издания, ориентированные на любительские интересы читателя, ко второму «специальные», предназначенные для удовлетворения читательских запросов в какой-либо сфере.

Характер информации включает в себя тематику материала, присущей изданию. Благодаря этому фактору все печатные СМИ можно разделить на общественно-политические, спортивные, научные, развлекательные, литературно-художественные.

Экономические и организационно-технические условия один из основополагающих факторов, при котором учитываются все материальные затраты редакции, объем финансовых средств, наличие квалифицированных издательских кадров и полиграфического оборудования. Вследствие этого появляется закономерность, присущая только периодике, которая происходит именно при обработке, выпуске и распространении печатного СМИ. Это происходит таким образом: для подготовки издания ключевым параметром выступает время, за которое оно пройдет все ступени производства и попадет в точки распространения. Суть заключается в том, что для периодического издания изначально поставлены короткие сроки выполнения, из-за чего зачастую сталкиваешься с проблемой некачественного исполнения и как следствие изначально непроработанной концепции [3].

Периодичность представляется в выходе однотипно оформленного печатного СМИ в определенные заявленные сроки. Для периодических изданий существуют некоторые характерные черты:

- 1) разноплановость и актуальность содержания;
- 2) оперативность и регулярность выхода в свет;
- 3) соответствие заголовка характеру издания, который не меняется на протяжении длительного времени;
- 4) наличие одной или нескольких организаций, объектом которых выступает издание.

Регион распространения один из ключевых факторов в периодическом издании, представляющий собой территорию, на которой происходит распространение и сбыт тиража, осуществляется рекламная акция для привлечения большего числа покупателей.

По зоне распространения выделяют такие виды изданий, как транснациональные, национальные (федеральные), региональные и локальные.

Юридический статус – это фактор, подразумевающий правовой статус издания и редакции. Закон РФ «О СМИ» [4] дает четкую характеристику и разграничивает данные понятия. Таким образом, периодическое печатное издание является средством массовой информации, обязательным условием существования которого представляется распространение массовой информации через определенные сроки.

При анализе концепции периодического издания выделяется двенадцать основных этапов:

- 1) определение конструкции и формата издания, качество полиграфического исполнения (на этом этапе можно определить тип издания);
- 2) оценка и анализ названия и логотипа, выходных сведений;
- 3) анализ обложки и первой полосы (на данном этапе определяется стиль издания и характер информации);
- 4) определение тематики и объема на начальных полосах издания;
- 5) оценка стиля заголовков (на этом этапе анализируется способ подачи материала в издании);
- 6) анализ рубрикации;
- 7) определение и оценка объема отдельного материала в каждой статье;
- 8) оценка качества текстового материала (один из ключевых этапов, благодаря которому при анализе к концепции можно сделать вывод о качестве газеты или журнала);
- 9) определение качества иллюстративного материала;
- 10) оценка качества оформления;

11) анализ качества и насыщенности материала, дизайна (во время данного процесса необходимо обобщить всю проделанную работу);

12) выявления преимущества и недостатков издания, прошедшего концептуальный анализ [2].

Для периодического издания, тем более для глянцевого журнала, одну из главных ролей в концепции играет дизайнерское оформление, влияющее на конкурентоспособность издания. Перед читателем каждый раз стоит выбор. Решая вопрос о том, какой журнал приобрести, покупатель смотрит на хорошие и плохие стороны его дизайна.

Не стоит отрицать факт того, что, например, дизайн научного и глянцевого женского издания будет совершенно разным, поэтому абсолютных критериев оценки дизайнерского стиля и оформления для тематических журналов либо газет не существует.

Основополагающим фактором в дизайнерском оформлении является верстка. Верстка – процесс расположение составляющих частей издания: текста, подзаголовочных комплексов, иллюстраций, таблиц. Результатом процесса являются готовые полосы. Верстка должна быть единообразной и аккуратной, где наличие висячих и коротких концевых строк в абзацах не приемлемо и является ошибкой. Также грубым нарушением считается переход текста на иллюстрации и несоответствие названия рубрики и статьи.

Выделяют четыре основных стиля верстки: журнально-книжный, газетный, журнальный, а также буклетный. Данные стили разделены, исходя из видовых жанров печатных СМИ, а так же целей и средств, которыми располагает издатель.

Журнально-книжный стиль используется для верстки художественно-литературных и научных журналов. Особенности этого стиля: применение формата, который меньше А4, иллюстративное наполнение уступает текстовому, в малом объеме используются выделения и графические элементы, для данного стиля характерно применение неброских шрифтов, очень часто статья занимает всю полосу набора.

Газетный стиль используется для верстки газетных изданий. Формат применяется свыше А4, на одной полосе может быть заверстано несколько статей в несколько колонок.

Журнальный стиль используется для верстки гляцевых изданий. Это могут быть модные женские, рекламные и деловые издания. Формат колеблется в пределах А4. Отличается большим объемом иллюстративного материала, расположенном на качественной глянцевой или матовой бумаге. Активно применяются цветные фоны, различные шрифты и фотоснимки во всю полосу.

Буклетный стиль используется в рекламных СМИ. Данный вид близок к журнальному. Главную роль в нем играет иллюстративный материал в виде небольших блоков, где весьма незначительное текстовое наполнение служит комментариями к ним.

Проанализировав основные стили, хочется сказать, что на полосе любого периодического издания можно разместить четыре основных элемента, которые составляют 90% всего оформительского процесса. Этими элементами являются заголовки, тексты, иллюстрации (фотоснимки), комментарии к иллюстрациям. У каждого элемента есть своя определенная задача и цель, необходимая для воздействия на потребителя. Все элементы помещаются на оригинал-макете издания, своего рода выверенной заранее подробной диаграмме будущей полосы. При создании оригинал-макета должны четко соблюдаться все пропорции. На будущих полосах со сложной схематикой расположения материала оформителями рисуется макет в натуральную величину полосы [5].

При разработке концепции редактор опирается в первую очередь на общую методологию редактирования, на теоретические и практические научные исследования, занимается оценкой периодического издания. Издатель должен таким образом оформить всю композицию издания, чтобы обеспечить выполнение всех целевых назначений и в полной мере донести до читателя подаваемую информацию. Концепцию издания можно поделить на такие составные части, как вводную, основную и заключительную. Здесь ключевая задача будет состоять в том, что редактор должен качественно оценить

основную часть. Во вводной части издателю нужно качественно продумать контент будущего издания и подготовить читателя к дальнейшей обработке текстового материала. Главным здесь представляется недопущение редактором полного повтора и дублирования основной части. Основная часть направлена на раскрытие концепционного замысла, реализацию издания и качественное освещение тематики печатных СМИ. Заключительная часть должна полностью справиться с ролью концовки и определенного вывода об издании.

Список источников:

1. Антонова, С. Г. Редактирование. Общий курс : учеб. для вузов / С. Г. Антонова, В. И. Соловьев, К. Т. Ямчук. – М. : МГУП, 1999. – 256 с.
2. Лобин, А. М. Анализ концепции периодических изданий : метод. указания / А. М. Лобин. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 24 с.
3. Лобин, А. М. Проектирование и анализ концепции книжного издания : учеб. пособие / А. М. Лобин, М. В. Миронова. – Ульяновск : УлГТУ, 2009. – 110 с.
4. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации : закон РФ № 2124–1 от 27.12.1991 г. в ред. От 01.09.2013 г. // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. – № 7. – Ст. 300; СЗ РФ. – 2002. – № 30. – Ст. 3033.
5. Харроуэр, Т. Настольная книга газетного дизайнера : учеб. пособие / Т. Харроуэр. – М. : Комсомольская правда, 2007. – 212 с.