

## **Содержание:**

image not found or type unknown



## **Введение**

Журналы – это престижная гляцевая полиграфия, которая выполняет как информационную, так и рекламную роль. Это печатное издание имеет ряд преимуществ, среди которых выделяют качество иллюстраций, грамотное оформление и комфортный вариант изложения. Журнал может быть и средством массовой информации, которое окажет мощное влияние на целевую аудиторию. Современное общество носит информационный характер и его жизнь невозможна без полноценного обеспечения информационных потребностей. Важнейшим источником оперативного информирования читателей о событиях и фактах общественной жизни, о результатах научных исследований, а также средством формирования мировоззрения являются журнальные издания

В данном реферате речь пойдёт как раз о журналах, о их роли в обществе, видах, правильном выборе дизайна, вёрстки и типографии.

## **ГЛАВА 1**

### **1.1 Понятие «журнал»**

Журнал - вид полиграфической продукции со своими особенностями, структурой, историей развития. Сейчас идет много разговоров о «смерти» периодической печати, вытеснении ее глобальной сетью интернет. И действительно, статистика показывает спад продаж журнальной продукции с 2001 года. Но исследования последних двух лет свидетельствуют, что продажи некоторых издательств не только не падают, но и растут. На наш взгляд, нынешнее положение журнальной продукции схоже с книжной: хотя спрос на книги падает, но у них остаются свои постоянные почитатели. Возможно, это связано с неоспоримыми преимуществами журнала и других печатных изданий перед информационными интернет -

ресурсами. Для многих читателей, в основном старшего поколения, журнал, как и другие виды печатной продукции, на сегодняшний день остаётся главным источником информации. К тому же хорошо оформленный журнал воспринимается как произведение искусства и может храниться у потребителя годами, передаваться из рук в руки. Журнал удобен также и в роли рекламного носителя.

Таким образом, журнал обладает большим количеством преимуществ, что делает его актуальным видом печатной продукции, эффективным средством рекламы и информационным инструментом в современном мире, что обеспечит ему еще долгую жизнь.

Рынок журнальной продукции в наше время очень широк и разнообразен, но, тем не менее, все больше и больше людей желают издать свой собственный журнал, потому что существующие издания не отражают их специфических интересов. Поэтому данная тема исследования очень актуальна.

## **1.2 Журнал как вид полиграфической продукции**

Практически во всех сферах деятельности современного человека в той или иной степени используется полиграфическая продукция. "Полиграфическая" - в широком смысле: от книг и листовок, до ручек с нанесенным на них логотипом, от визитных карточек до фирменных воздушных шаров. Журнал также является продуктом полиграфического производства.



Рис 1.1 Полиграфическая продукция

Полиграфия - область, отрасль промышленности, совокупность технических средств и технологических приемов, используемых для тиражирования (репродуцирования) оригинала, прошедшего редакционную подготовку

Полиграфическое производство - совокупность различных технических средств и технологий, используемых для печатного размножения текстовой и

изобразительной информации в виде газет, книг, журналов, репродукций и другой печатной продукции.

Таким образом, полиграфическая продукция — это изделия, изготовленные с использованием полиграфических технологий

Главная задача полиграфии состоит в переработке и распространении информации. Однако помимо этой основной задачи продукция полиграфического производства выполняет и многие другие функции, поэтому чёткую классификацию полиграфической продукции разработать весьма сложно.

Полиграфическую продукцию, по ее назначению, можно условно разделить на пять основных групп:

- Издательская продукция - совокупность изданий, носящих информационный характер: книги, журналы, газеты, брошюры;
- Рекламная продукция - предназначена для продвижения брендов, торговых марок, компаний-производителей и их продукции, компаний-продавцов и предлагаемых ими услуг. К рекламной полиграфии относятся такие носители, как: листовка, плакат, буклет, каталог, проспект, открытка, календарь и другие виды печатной продукции;
- Деловая продукция - продукция, объединенная единым фирменным стилем, используемая в рекламно-презентационных целях, а также полиграфические материалы, используемые для поддержки офиса. К ним относятся: визитные карточки, папки, конверты, бланки, документация;
- Этикеточно-упаковочная - продукция, являющаяся в основном средством упаковки, то есть этикетки, упаковки;
- Специальная продукция - имеет такое название, потому что для ее воспроизведения и печати используются специальные материалы и технологии. Это денежные бумажные знаки, акции, свидетельства, почтовые марки, бланки государственных документов, ценные бумаги, нотные издания, обои.

### **1.3 Положительные и отрицательные стороны журнала, как вида полиграфической продукции**

Далее рассмотрим положительные и отрицательные стороны журнала, как вида полиграфической продукции.

В отличие от газетных изданий журнал является долговечным носителем, к которому можно обратиться не раз, его передают другим людям, он более красочен. Хорошо оформленный журнал может рассматривать как своеобразное произведение искусства, в связи, с чем может храниться у потребителя годами. В отличие от интернет-изданий, журнал более удобочитаем, наличие физического тела у журнала, психологически создает впечатление правдивости, надежности представленной им информации. Но, с другой стороны, в отличие от интернет-изданий, время вывода новостей в печать для журнального издания гораздо более долгое, за это время данные могут устареть и стать не актуальными. Поэтому журнал не подходит для вывода «злободневных» новостей, новостей, не имеющих глобального характера. Из всех видов полиграфической продукции, издание журнала является наиболее затратным процессом, и выходная стоимость журнала так же достаточно высока.

Если рассматривать журнал как носитель рекламы, то следует выделить следующие его преимущества и недостатки:

- не однократное обращение к рекламе, так как журнал читается неоднократно и хранится на протяжении долгого времени, передается из рук в руки;

- Удобство обращения к рекламной информации, печатная реклама ненавязчива, как реклама на ТВ или радио, не раздражает, как наружная реклама. Потребитель сам выбирает, что ему нужно и интересно и может потратить на чтение рекламного текста или рассматривание красивой рекламной картинки сколько угодно времени. Рекламу в журнале легко сохранить, воспроизвести, вернуться к ней, записать адрес и телефон;
- Избирательность рекламы, связано с тем, что журнал имеет свою целевую аудиторию, пресса строго сегментирована. Но, с другой стороны, это является недостатком, если нужно охватить широкую целевую аудиторию;
- Невозможность оперативного охвата целевой аудитории через рекламу в журнале, так как выпуск журнального номера в печать долгосрочный процесс.

Таким образом, журнальная продукция обладает большим количеством плюсов, что делает ее актуальным видом печатной продукции, эффективным средством рекламы и информационным инструментом в современном мире.

## **1.4 Виды журнала**

На данный момент в мире существует огромное количество журнальных изданий. Существуют различные классификации журналов по следующим признакам: по читательской аудитории, географическому охвату, характеру информации, издательскому органу, способу изложения информации, тематической направленности, целевому назначению. Важнейшими отличительными особенностями выступают тематическая направленность, целевое назначение и читательский адрес. Давайте рассмотрим существующие виды журналов по эти признакам. В современной издательской практике выделяют следующие виды журналов:

- **Научные** - журналы, издаваемые научным сообществом для обмена научно-технической информацией между ученым, содержат публикации о научных открытиях и достижениях. Имеют узкую читательскую направленность.



Рис 1.2 Научный журнал «В мире науки»

- **Научно-популярные** - журналы, содержащие статьи и материалы об основах наук, о теоретических и (или) экспериментальных исследованиях в области науки, культуры и практической деятельности. Их функциональное назначение - служить распространению знаний и самообразованию, способствовать формированию научного мировоззрения и расширению кругозора читателя, популяризировать достижения науки, техники, культуры, искусства. В отличие от научных журналов, публикуют материалы практического, развлекательного и литературно-художественного содержания, что еще раз подчеркивает их широкую читательскую направленность.

- **Популярные** - журналы, которые публикуют различные материалы по вопросам культуры, спорта, быта, досуга и также ориентированы на широкую читательскую аудиторию. Их тематика охватывает большой круг вопросов из самых различных сфер жизни и деятельности общества. Они весьма разнообразны по способам оформления, рассчитанного на привлекательность и возможность практического использования.



Рис 1.3 Популярный журнал «OOPS!»

- **Общественно-политический** - журнал, публикующий статьи и материалы актуальной общественно-политической тематики, предназначен для широких кругов читателей. Он может включать сатирические и юмористические произведения, а также информацию отраслевого и научно-популярного характера. У него широкая целевая направленность, и рассчитан он на разнообразного массового читателя.
- **Литературно-художественный журнал** - в нем основное место занимают произведения художественной литературы различных жанров, а также публицистические и критические статьи и материалы.



Рис 1.4 Журнал «Вестник Европы» 2001 год

- **Специальные** - журналы целевое назначение которых, распространение специальной, деловой информации в отличие от общезначимой (т.е. ориентированной на массового читателя). Они предназначены для научной

коммуникации среди специалистов в интересах их профессиональной деятельности.

Разделение журнальных изданий на типы необходимо для построения четкой работы издательств, позволяет им концентрироваться на какой-либо конкретной тематике, давать более качественный материал, более подробный и с большим количеством комментариев. Также типология помогает читателям облегчить поиск необходимой им информации в журнальных изданиях, так, например, читая популярный журнал, потребитель не наткнется там на интересные ему научные статьи и наоборот.

## **ГЛАВА 2**

### **2.1 Стрoение журнала**

Несмотря на большую разнообразность строения современных журналов, существуют основные элементы, обеспечивающие функциональность, удобочитаемость и логичность построения материала в номере. Почти все журналы состоят из обложки, оглавления, внутренних и зачастую рекламных полос.

Обложка является своеобразным лицом издания, зачастую от яркости ее решения журнал может иметь или не иметь успех, особенно это важно для впервые появившихся на рынке периодики изданий. Основными элементами обложки является обложечная шапка, иллюстративная часть и текстовая.

# W

Atomic Blonde

**CHARLIZE  
THERON  
KICKS ASS**

**Why  
TV Is  
Sexier  
Than  
Ever**

Alexander Skarsgård  
Nicole Kidman  
James Franco  
Millie Bobby Brown  
Riz Ahmed  
Claire Foy  
Rupert Friend  
Brit Marling  
Milo Ventimiglia  
Keri Russell

# TOUGHEN UP

Fall Fashion's Strong New Attitude

 MOST-BEAUTY.RU

Рис 2.1 Обложка журнала «W magazine»

В обложечную шапку выносятся логотип журнала, его название, хотя исторически начертание названия журнала менялось в некоторые периоды из номера в номер, в наше время не допускается его значительных изменений. Это обеспечивает узнаваемость журнала, его фирменный стиль создающий бренд. Допустимо изменение цветовой гаммы обложечной шапки, и анонсов при кардинальном изменении цветовой схемы обложки.

Иллюстративная часть обложки — это изображение, помещенное на обложку, оно должно отображать главный материал номера или хотя бы соответствовать тематике журнала.

Текстовая часть обложки так же анонсирует наиболее важные материалы в номере, для ее набора используются крупные читабельные шрифты, она не должна перекрывать или отвлекать от обложечного изображения. Может располагаться свободно и менять свое расположение из номера в номер, наиболее важные анонсы выделяют крупнее, также для выделения используются интригующие, эмоционально окрашенные слова.

Так же стоит отметить, что на обложку необходимо вынести информацию с номером, месяцем, годом выпуска, зачастую так же размещается штрих-код.

Следующий традиционный элемент оформления журнала оглавление или содержание. Издание может быть достаточно большим по объему, а специфика чтения журналов такова, что читатель обычно выбирает те материалы, которые ему интересны, в отличие от книги, поэтому оглавление необходимо и располагается в начале журнала. Хотя зачастую его располагают не на первой странице, или обороте обложки, в связи с помещением там рекламных полос. Оглавление представляет собой краткий обзор материалов, содержащихся в номере, наиболее важные также выделяются, зачастую и иллюстративным материалом тоже. Основными критериями качества оформления содержания является легкость его понятия и информативность.

Так же иногда в журнале выделяют титульный лист, на котором указывается редакторский состав журнала, авторы статей, выходные данные издания, тираж, иногда небольшой анонс главных материалов от редактора или другого лица с помещением его фотографии. Чаще всего он располагается в начале журнала, иногда совмещается с содержанием на одной странице, а где-то выносятся и в конечные страницы издания.

Наиболее объемной частью в журнале являются внутренние полосы. В полиграфии полосой называется страница с размещенной на ней информацией. Их вид может быть абсолютно разнообразным, и зависит от верстки страницы. Хотя полосы одной и той же рубрики желательно оформлять в едином стиле, а также выдерживать его из номера в номер. Рубрикой называется постоянный тематический раздел в журнале. Оформление рубрик является важной задачей, они также создают эффект узнаваемости журнала и помогают постоянным читателям лучше ориентироваться в номере. Как отдельный вид стоит выделить рекламные полосы, очень распространенные и занимающие большую часть в коммерческих журналах, основными их критериями служат привлекательность и яркость, хотя реклама может быть очень разнообразной.



Рис 2.2 Развороты журнала «Design and Style»

## 2.2 Дизайн и верстка

Эти два процесса связаны между собой, и порой сложно найти четкую границу между ними. Дизайн имеет более широкий охват элементов для оперирования и скорее отвечает за общий облик издания, верстка же в основном занимается читабельным расположением текстовой и иллюстративной информации.

Основными задачами журнального дизайна являются: создание привлекательного, постоянного образа для читателя, обращение внимания на важные материалы, направление взгляда читателя и усиление значения содержания посредством акцентуации элементов.

При разработке дизайна журнала необходимо создать узнаваемый образ, выдерживать его в течение долгого времени, при этом используя новые неожиданные решения, заинтересовывающие читателя снова и снова. Основными элементами дизайна изданий являются: типографика, пространственное расположение элементов, цвет и изображения.

Рассмотрим основные инструменты для дизайна внутренних полос. Основой внешнего облика страницы является модульная сетка, она задает архитектуру страницы, обозначая расположение элементов: заголовков, текстовой информации, изображений, заголовков статей. Она представляет собой систему линий, расположенных по горизонтали и вертикали, разделяющих всю полосу на ячейки, разделенные между собой промежутками, которые называются пробельными шагами и определяют белое пространство, свободное от элементов. Страницу верстают в соответствии с модульной сеткой, бывают одно колонные сетки, двухколонные трёхколонные и многоколонные, таким образом, различают и виды верстки (одноколонная верстка, двухколонная верстка и т.д.). Сетки помогают выдерживать страницы рубрик в едином стиле из номера в номер, а также ускоряют процесс создания последующих номеров издания. Ее построение, ширина колонок их количество, может быть очень разнообразным, и зависит от того какой внешний облик полосы в итоге надо получить.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таким образом стоит сказать, что журналы — это полиграфическая продукция, тесно связанная с дизайном и фотографией. Данный продукт является одним из самых сложных изделий в дизайне и верстке. На создания одного журнала уходя недели и месяцы, а занимаются им множество разнообразных специалистов, разных сфер деятельности (Дизайнеры, фотографы, модели, путешественники, журналисты, редакторы и другие). Из-за сложности создания, удобства прочтения и доступности любому человеку – журналы не станут избытком прошлого в будущем. Многие из достаточно старых журналов уже приравниваются к искусству

и их собирают коллекционеры.

Журналы используются в различных сферах, начиная с рекламные, заканчивая специальными научными статьями. Среди определённого круга людей они навсегда останутся фаворитом в многостраничных изданиях.

## **Список использованных источников:**

- Сайт: <https://dic.academic.ru> (Дата обращения: 14.01.2020)
- Сайт: <https://revolution.allbest.ru> (дата обращения: 14.01.2020)
- Учебное пособие: учебник С. Корконосенко
- Сайт: <https://kalitina.ru/> (дата обращения: 14.01.2020)
- Сайт: <https://mediaaid.ru> (дата обращения: 15.01.2020)