

Зозуля А.А.

студентка,

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

ПРОБЛЕМАТИКА ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ СІМЕЙНОГО НАПРЯМКУ

Останнім часом на ринку друкарської продукції в сегменті «видання для всієї сім'ї» можна спостерігати деякі цікаві тенденції. З одного боку, сімейні видання в звичному розумінні для більшості жителів України практично зникли. З іншого боку, всю більшу кількість друкарських видань використовують для залучення уваги слоган «Журнал/газета для всієї сім'ї». У теперішній час існує велика кількість «жіночого» і «чоловічого» глянцю, орієнтованого не на широке коло читачів, а на певну цільову аудиторію. Якщо поглянути на вітрину газетного кіоску, то він строкатий, з яскравими обкладинками. Зовні журнали практично ідентичні. Текст є художнім доповненням до картинки, важко визначити, якому журналу належить яка обкладинка з причини відсутності яскравих відмінних рис і загальної схожості журналів один на один. Але, не дивлячись на це, слід зазначити, що переважна більшість видань придбали достатньо високий статус у видавничій діяльності, охоплюючи спектр сімейного напрямку на відміну від регіонального видання цієї спрямованості, котрих не можна зустріти на полицях вітрин. Дана робота присвячена аналізу і визначенню значимості українського сімейного журналу і концепції сімейного регіонального видання як такого.

Час рухається вперед разом з вдосконаленням видавничої діяльності. Швидкість і достатньо швидкий стиль життя впливають на наше сприйняття всього оточуючого.

Журнал – це віддзеркалення сучасного життя, в тому вигляді, в якому вона є, зі всіма нюансами і суперечностями, що такі характерні для сьогоденного дня.

Журналом (від франц. journal – щоденник, газета) – називається періодичне зброшуроване друкарське видання, що містить статті, літературні твори, що зазвичай супроводяться ілюстраціями і фотографіями. З переходом до ринкової економіки в журналах почала займати значне місце реклама [1]. Журнал – це з'єднання сучасного синтезу літератури, ілюстрації, фотографії, реклами і досягнень типографіки. Це своєрідний колаж життя. У більшості європейських країн, тема сімейного видання поставлена на перший план на відміну від українських видань, що, безумовно, дає поштовх для подальшого поглиблення і вивчення цієї теми.

Стосовно регіонального сімейного журналу, який охоплює питання пов'язані з певним регіоном, а не взагалі в Україні, то його аналога не існує на сьогоднішній день. Він тільки формується, шукає свою нішу, щоб в повну силу розкритися і мати свій власний стиль, який зможе конкурувати з аналогічними загальнонаціональними виданнями. На сьогоднішній день не існує глибоких наукових досліджень представленої проблеми. Є окремі статті на загальну тему дизайну і верстки журналу але виділити регіональне сімейне видання в окрему нішу не виходить. І так, в роботі звертатимемося до матеріалів з різних джерел,

таких як «Сучасні тенденції оформлення друкованих ЗМІ» [2], якому був присвячений один з номерів «Вісника МГУ». Ось лише одна цитата із заголовної статті цієї підбірки: «Найважливішим елементом конвергенції дизайну став гіпертекст, що лежить в основі структури Інтернет-презентацій, – найнаочніший приклад, перша смуга американської глобальної газети «Ю.Ес.Ей тудей», яка виглядає як сторінка із Інтернету», – Засурський Я.Н. Дизайн, конвергенція і демістифікація журналістики // Вісник Моськ. ун-та. – Сірий. 10. Журналістика. – 2004. – № 4. – С. 3-4. Нестеренко О.І. Коротка енциклопедія дизайну. – М., 1994. – С. 77. Також використовуються статті: Лаптев В. В. Модульні сітки: Проектування багатосмугових видань. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 202 с. Дизайн періодичних видань. – М., 2001. Саттон А. Принципи оформлення і макетування // Оформлення газет і журналів. Саттон А. Принципи оформлення і макетування // Оформлення газет і журналів за кордоном. – М., 1978. – С. 107-108. і т.п. Табашников І.Н. Макетування і монтаж газетних смуг на основі растрової сітки. – М., 1987. – С. 2. Нестеренко О.І. Коротка енциклопедія дизайну. – М., 1994. – С. 77. Волкова В.В., Газанджієв С.Г., Галкин С.І., Ситников В.П. Дизайн газети і журналу. – М., 2003. Галкин С.І. Оформлення газети і журналу: від елементу до системи. – М., 1984. Дизайн періодичних видань. – М., 2001. Попов В.В., Гуревич С.М. Виробництво і оформлення газети. – М., 1977. Тімоті Самара. Дизайн публікацій. Практикум. – М.: РИП-холдинг, 2006. – 240 с. Люсьєн Робертс, Джулія Трифт. Дизайнер і сітка. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 160 с. Олександра Королькова. Жива типографіка. – М.: Индекс Маркет, 2007. – 224 с.

Таким чином, аналіз наукових джерел показав, що існують ґрунтовні дослідження і публікації стосовно дизайну періодичних видань. Але проектування періодичних видань сімейного типу, має загальний вигляд та потребує більш ширшого розглядання. У ході роботи над дослідженням використано комплекс методів, направлених на теоретичне осмислення даної теми: історичний, типологічний, системний підхід, метод психологічного аналізу рекламної діяльності, метод синтезу й узагальнення в теоретичній частині роботи, морфологічний, структурно-композиційний, структурно-функціональний і класифікаційний методи. Виявлені основні історичні передумови становлення сучасного журналу. Проведена класифікація періодичних видань і дано формулювання регіональному періодичному виданню сімейного типу. Український регіональний сімейний журнал зараз вимагає обґрунтування своєї появи і пошуку власної споживацької ніші.

Список використаних джерел:

1. Актуальный дизайн. Логотип 01. – М.: РИП-холдинг, 2008. – 190 с.
2. Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин С.И., Ситников В.П. Дизайн газеты и журнала. – М., 2003.
3. Галкин С.И. Моделирование и проблемы теории газетного оформления / К постановке проблемы // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 1977. – № 4. – С. 32.
4. Курушин В.Д. Дизайн и реклама. – М.: ДМК Пресс, 2006. – 272 с.
5. Саттон А. Принципы оформления и макетирования // Оформление газет и журналов за рубежом. – М., 1978. – С. 107-108.