

6. Блохин И. Социология рынка и маркетинг СМИ // Социология журналистики: Очерки методологии и практики / Под ред. С. Корконосенко. – М., 1998. - С. 242-250.
7. Корконосенко С. Маркетинг СМИ (способы привлечения читательского актива). - М.: Центр-Пресс, 2002. - 167 с.
8. Киверин В. Экономика редакции газеты. Учебное пособие / В. И. Киверин. - М.: Аспект Пресс, 2002 - 106 с.
9. Гуревич С. Экономика средств массовой информации: Учебное пособие, М.: РИП-холдинг. 2001. - 234 с.
10. Гуревич С. Правило вычитания // Журналист. - 1994. - № 3. - С. 4-9.
11. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб. - К.: МАУП, 2003. - 200 с.

*Поступила до редакції 06.08.2007 р.*

**УДК 070+72.012**

**Шевченко В.Е.**

### **КРИТЕРІЇ ВСТАНОВЛЕННЯ ТИПУ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ**

*Шевченко В.Э. Критерии установления типа журнального издания*

*В статье рассматриваются типологические особенности журналов, выделяются критерии их оценивания, элементы обложки.*

**Ключевые слова:** типология, журнал, критерии, назначение, тематика, обложка

*Шевченко В.Е. Критерії встановлення типу журнального видання*

*В статті розглядаються типологічні особливості журналів, виділяються критерії їх оцінювання, елементи обкладинки.*

**Ключові слова:** типологія, журнал, критерії, призначення, тематика, обкладинка

*Shevchenko V. E. Criteria of establishment of type of magazine*

*In the article are examined the typology features of magazines, the criteria of their evaluation, elements of cover.*

**Key words:** typology, magazine, criteria, setting, subject, cover

*Актуальність.* Сьогодні журнали займають важливе місце в медіаіндустрії, що визначається їхньою специфікою. Споконвічно, з моменту свого виникнення у кінці XIX століття, журнали намагалися заповнити прогалину між газетами й “серйозними”, “інтелектуальними” виданнями. Адже журнал має значний обсяг, велику кількість різноманітних матеріалів, які відповідають загальній концепції журналу і є актуальними для суспільства. Журнали дають більш глибокий аналіз зазначеної тематики порівняно з іншими мас-медіа, читач читає журнал достатньо тривалий час, до деяких матеріалів може повернутися через кілька днів, певні рубрики виокремлювати і зберігати, роблячи з них невеличкі книжки.

Під час створення нового журналу найважливішим завданням є заповнення певної ніші серед інших видань, а для цього потрібно додержуватися типологічних ознак конкретного твору друку. Тип журналу визначає його зміст і, відповідно, оформлення, адже зміст і оформлення - дві рівноправні складові видання. Від типу журналу залежать його архітектоніка, елементи і комплекси, оформлення обкладинки і внутрішня структура.

*Метою статті* є з'ясування типологічних ознак сучасних журналів, виділення критеріїв, які дають можливість віднести той чи інший журнал до конкретної класифікаційної групи.

Проблеми типології журналів є предметом розгляду фахівців теоретиків та практиків журнального виробництва. Крім цього розробкою типології друкованих видань займалися вчені, працюючих у журналістиці, літературознавстві, книгознавстві, бібліографії. Особливо хотілося б відзначити роботи А. І. Аكوпова, Є. В. Ахмадуліна, А. Г. Бочарова, І. І. Засурського, Є. О. Корнілова, О. І. Станько, В. І. Соловйова, М. З. Рябініна.

*Постановка проблеми.* Типологічні властивості є визначальними для формування концепції видання, а у подальшій роботі - виборі тих чи інших матеріалів для рубрик, їх жанру, доборі зображального ряду. Без знання типологічних ознак неможлива підготовка якісного видання як результату редакційно-видавничої діяльності, що відповідає своєму призначенню.

Завданням журналу є поширення актуальної інформації, викладення оперативних фактів, подання аналітичної інформації, що базується на хронологічних, історичних паралелях, залучення вузьких фахівців із заданої тематики для викладення різних точок зору або підсумовування загальної проблеми. Спільність функціонального призначення періодики полягає в тому, щоб відбивати події

різних сфер життя суспільства, що є актуальними в конкретний момент часу. Безперервний вихід періодичних видань дозволяє постійно і послідовно відображати сучасність, а минулі події розглядати з позицій сьогодення. Таким чином, кожен наступний випуск журналу може розглядатися як продовження попередніх, з якими він зв'язаний тематично, змістовно і за формою; нерідко зустрічаються матеріали з продовженням, чи в конкретній статті дається посилання на інші випуски: “дану тему було розглянуто в № 5”, “стежте за розвитком подій в наступних номерах”. Разом із тим, у кожного окремо випуску маються свої відмінні ознаки (тематичні та оформлювальні): всі журнали мають не лише постійні рубрики з однаковими структурними елементами, але й такі, що виникають відповідно до конкретного актуального матеріалу.

Кожне видання є системою зі своїми ознаками. В цілому, можна запропонувати типологію журналів як засобу ЗМІ за такими ознаками:

- цільове або функціональне призначення,
- тематика або зміст (характер інформації),
- читацьке призначення,
- періодичність,
- місце і сфера розповсюдження.

Крім того, за стандартами виділяються видання, класифікуються за характером оформлення, ступенем аналітико-синтетичної переробки інформації, її знакової природи, складу основного тексту, структурою [2]. Важливими також є характер інформації, спосіб її викладу, авторський склад, наявність і спосіб відтворення зображень. Ці ознаки можуть бути важливі для одного видання, але в цілому несуттєвими для іншої групи видань.

Найважливішою системною ознакою є *цільове призначення*, яке може бути достатньо різноманітним [4]: інформування, аналітика, навчання (просвіта), виховання, організація дозвілля, пропагування (реклама).

Цільова спрямованість визначає характер інформації, стиль публікацій, застосування різноманітних жанрів, структуру всього видання. Читацьке призначення конкретизує тематичний та функціональний напрямок видання, з усього різноманіття вибирає ті матеріали, які будуть цікавими конкретній групі читачів: жінок, чоловіків, молоді, пенсіонерів. Читацьке призначення може змінити напрямок видання, якщо журнал адресований конкретній професійній чи соціальній групі читачів, перетворити загальне (для всіх груп читачів) видання у спеціалізоване: для рибалок, садівників, автомобілістів, медичні тощо.

Призначення та зміст видання диктують вибір назви, характер оформлення і періодичність журналу. Видання повинне мати свою неповторну зовнішню форму, що дозволить розпізнати і виділити його з багатьох інших, йому подібних. Очевидно, журнал повинен зберігати свою назву і логотип протягом усього часу випуску, оскільки будь-яка зміна - втрата постійного читача.

Знайомство читача з журналом починається з обкладинки, вона є його обличчям. Тому при її оформленні слід враховувати реакцію читача, передбачити його зацікавленість, бажання купити журнал. Кожен елемент обкладинки несе власний зміст - назва, календарні відомості, анонси, зображення, загальний кольоровий тон. Відповідно до концепції на обкладинку виносяться ті чи інші архітектонічні елементи. В цілому для оцінювання обкладинки можна виділити наступні критерії:

1. Спосіб розкриття призначення і змісту, концепції журналу.
2. Логотип, назва, календарні відомості, електронна адреса, нумерація, ціна відповідно до їх розташування, графічного оформлення, сполучення з іншими елементами, кольорової відповідності.
3. Наявність постійного заклику, девізу, сила його впливу на конкретну читацьку аудиторію.
4. Точність, лаконічність, структуризація тексту та зображень: композиційні прийоми розташування елементів (вертикаль, горизонталь, групи, блоки); відповідність темі, розмір, якість зображення, його взаємодія з текстом; читабельність, кількість, колір тексту, його графічні характеристики.
5. Наявність і спосіб подання акценту номеру, анонсів, їх зв'язок з матеріалами в середині видання.
6. Кольоровість, емоційність сприйняття, контрастність окремих елементів та обкладинки в цілому.

Відповідно до цих критеріїв найбільш вдалимими можна вважати обкладинки, на яких назва чітко виділяється і є читабельною; головний компонент розміщений в оптичному центрі; кольорова гама зображення сполучається з кольорами шрифтових елементів; зміст і кольори не суперечать один одному; гарнітури шрифту відповідають змісту і загальному оформленню. Крім цього, важливо, щоб на обкладинці не було зайвих елементів і були враховані культурні традиції суспільства.

Оформлення обкладинки і журналу в цілому враховує, крім функціонального та читацького призначення, тематики, також періодичність і обсяг журналу, діапазон його розповсюдження (загальнодержавний, міжнародний бренд, регіональний тощо). Ці фактори є передумовою структури

журналу, його рубрикації, жанрів текстів, ілюстративності. Загальними факторами, які впливають на тип журналу, є:

- ~ орган, що видає, партійна приналежність, видавець (видавничий дім);
- ~ авторство (постійні автори, наявність підписів, редакційних матеріалів);
- ~ постійність чи періодичність рубрик, їх обсяг;
- ~ жанри матеріалів (кожної рубрики чи видання у цілому): хроніка, репортаж, аналітика, листування;
- ~ елементи, що визначають стиль видання, способи встановлення акцентів;
- ~ наявність електронної версії і її відмінність від друкованого з точки зору тематики і оформлення.

Тип видання задається застосуванням графічних елементів, розгорнутих заголовкових комплексів, лідів, врізів, інфографіки, або ж просторових характеристик, яскравістю кольорів, кадруванням зображень, постійними та змінними елементами структури. Відповідно до способів верстки стиль видання може бути світлим, динамічним, насиченим, а елементи впорядковуються за горизонтальним, вертикальним, блочним принципом або ж безсистемно.

Оцінювання внутрішніх сторінок журналу здійснюється за критеріями:

1. Читабельність.
2. Структуризація змісту.
3. Загальний стиль, контрастність, кольоровість, ілюстративність, авторство.
4. Довідково-пошукова система (колонтитул, логотип, дата, назва тематичної сторінки, номер сторінки).
5. Значення головного матеріалу номера (акценту), його доповнення супровідними матеріалами (хроніка, історія, коментарі, матеріали на подібну тематику тощо).
6. Розгорнутість заголовкового комплексу.
7. Текстова розмаїття (гарнітури, кеглі, композиція, вирівнювання, кількість видів тексту)
8. Білий простір, декоративні елементи.
9. Наявність і спосіб подання реклами, її сполучення зі змістом.

Сучасні журнали розділяються на дві великі групи: загальні і спеціальні. Загальними є аналітичні, загальнополітичні, науково-популярні, розважальні (для організації дозвілля, жінок, молоді, чоловіків, людей похилого віку, дітей). В них простежується чітка, стала рубрикація, що відображає різні сфери життя суспільства, а на обкладинку виноситься найяскравіша економічна, політична, соціальна, культурна подія, обличчя популярної людини. Спеціальні журнали різняться жанрами, тематикою, орієнтацією на певну групу людей, об'єднаних інтересами чи професією. Вони можуть бути суспільно-політичними, соціально-економічними, літературно-художніми, культурно-освітніми, науковими, практичними, реферативними, діловими, правовими, промисловими, сільськогосподарськими, медичними, мистецькими, туристичними, рекламними тощо.

*Висновок.* Кожний з цих типів видань має свої особливості як за змістом, так і за оформленням і будь-який новий журнал має відповідати загальним ознакам конкретного типу і змістом заповнювати ту ділянку читачього інтересу, яка залишилася поза увагою існуючих видань.

#### Джерела та література

1. Акопов А. И. Методологические проблемы изучения специальных журналов // Методы исследования журналистики. - Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1984. - 244 с.
2. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення.
3. Соловьев В. И., Рябина Н. З. Редакторская подготовка периодических изданий: Учебное пособие. - М.: Изд-во МГАП «Мир книги», 1993. - 100 с.
4. Шевченко В. Е. Типологія сучасних журналів - засіб вивчення світогляду суспільства // Наукові записки Інституту журналістики. - № 28. - 2007. - С. 35-39.

*Поступила до редакції 01.08.2007 р.*