



РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ЖУРНАЛА

КАК ПОЯВЛЯЕТСЯ



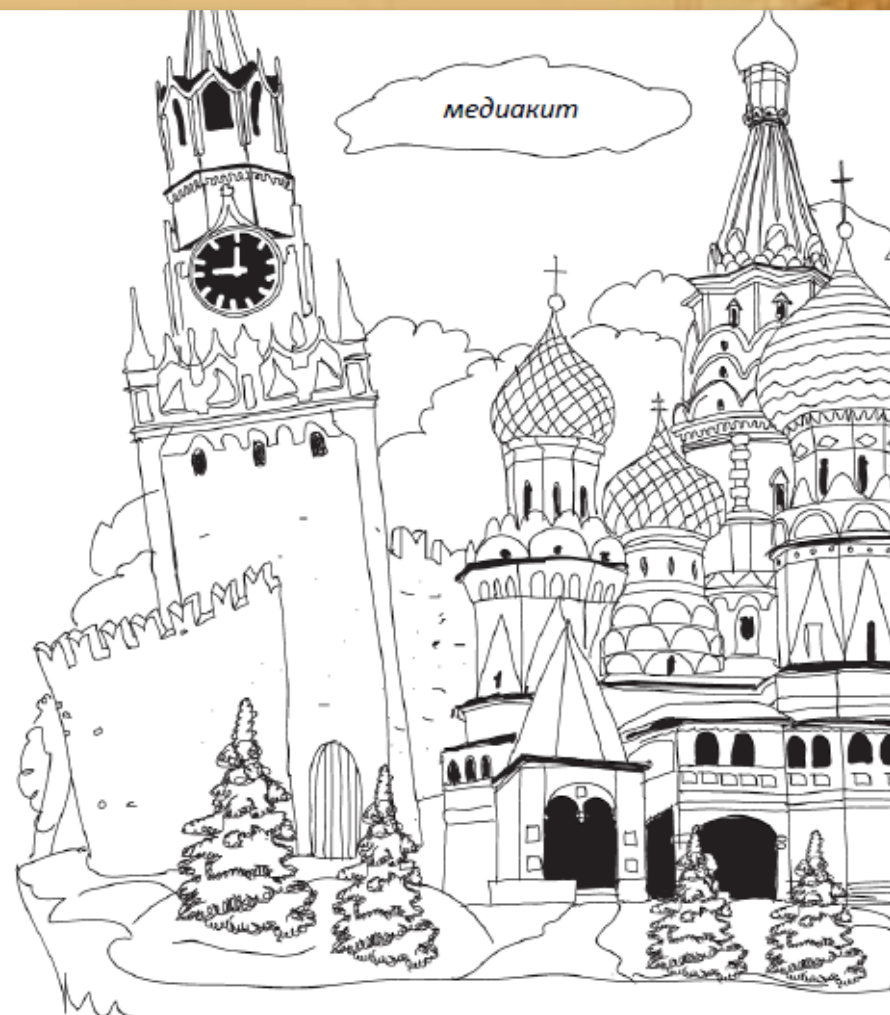


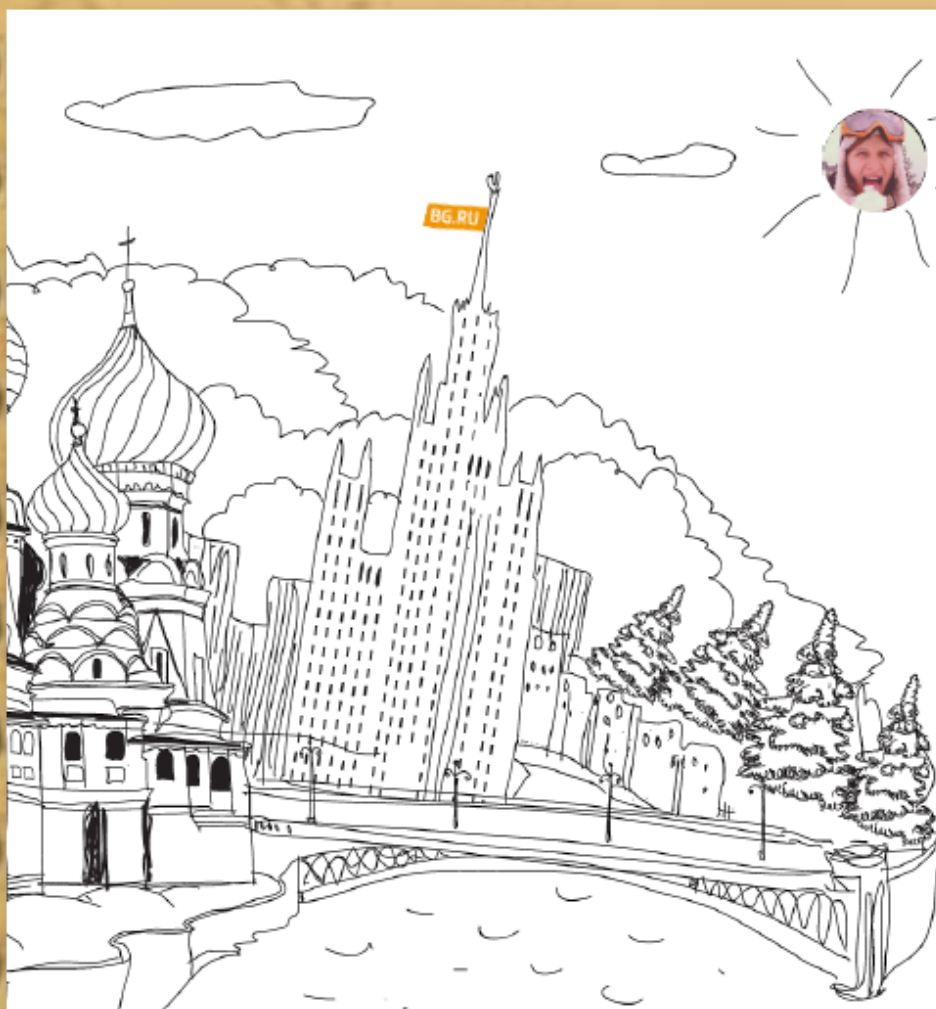


*МедиакиТ - информация о проекте,
постоянная и пополняемая.



журнал
Большой Город '13





Ксения Чудинова
главный редактор



«Большой город» — это ресурс о городской жизни и о том, как она устроена. В журнале всегда можно найти репортажи, мнения, анонсы событий, интервью, фотоистории и инфографику.

Мы не занимаемся пропагандой — мы делаем качественный журналистский продукт.

Нам нравится идеология действия, это значит, что «Большой город» стремится быть полезным ресурсом: как сделать ремонт в собственном подъезде на городские деньги, куда отправить ребенка учиться, где отпраздновать свадьбу, как узнать список ресторанов, где подают самые вкусные супы в городе, как сделать страховку на машину и так далее».



Филипп Бахтин
руководитель проекта в компании
«Страна детей»

«На мой вкус, «Большой Город» — это один из двух-трех приличных журналов в городе. Все остальное — напрасная трата бумаги».



Михаил Идов
главный редактор GQ-россия

«БГ — с огромным отрывом лучший журнал в России. Он не тщится быть местным эквивалентом того или иного западного издания, а изобретает кардинально новые формы журналистики. Если бы у БГ был гигантский бюджет, он перевернул бы мир. А так он довольствуется тем, что переворачивает журналистику».



Виталий Фридлянд
генеральный директор fujitsu technology solutions

«БГ — очень московское явление, он интересен всем — и молодежи, и людям моего поколения. Он имел, и я уверен, будет иметь свою достойную нишу. Планка поднята высоко. Удачи и чемпионства у читающих москвичей и гостей нашего лучшего в мире города!»

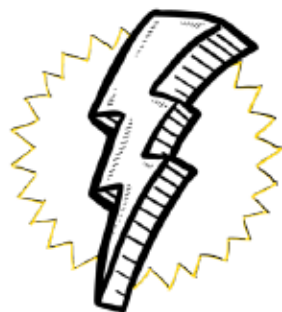
BG.RU **БГ** / ОБ ИЗДАНИИ



11 лет

1 раз
в **2** недели
23 раза в год

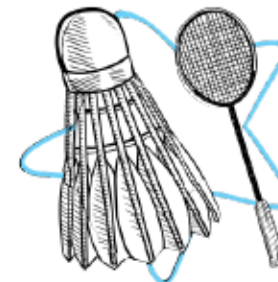
81 500 копий
распространяется
бесплатно



Часть 1
АКТУАЛЬНЫЕ
городские новости



Часть 2
КАВЕР-СТОРИ



Часть 3
ПОЛЕЗНЫЙ
блок



ПОРТРЕТ ЧИТАТЕЛЯ

*Наш читатель
старше 25 лет,
у него есть свое
мнение, ему не надо
объяснять, что модно,
— а что нет?*

Он хочет получать
качественную
информацию и видеть
все точки зрения на тот
или иной, пусть даже
самый острый, вопрос.



*У нашего читателя
есть дети:
малыши, подростки и
совсем взрослые.*

Наш читатель
сталкивается с
трудностями жизни
большого города -
трудоустройство, съём,
продажа, покупка жилья
(в том числе за границей),
запись ребенка в детский
сад, поиск школы для
подростка, поиск вуза за
границей для
абитуриента, открытие
собственного бизнеса.

*Мы убеждены,
что москвичи, а стало быть,
наши читатели, — веселые
путешественники, вечно
переезжающие из района в район,
из Москвы в ближайшее Подмосковье,
в далекое замосковье и за границу.*

*Им нужно многое предусмотреть,
а мы можем им в этом помочь.*

*Исходя из этого,
мы строим наш журнал.*



56
М % Ж
44

16-19 / 4,4
20-24 / 17,9
25-34 / 22,4
35-44 / 21,5
45-54 / 13,1
55-64 / 10,1
65+ / 10,6

175 200
AIR* *Городские профессионалы*

*Архитекторы, дизайнеры,
научные сотрудники,
стартаперы*

*Люди, чья экономическая
функция заключается
в создании*

*новых идей,
технологий,
креативного
содержания.*

Ядро

Социальный статус:

Руководители — 196
Специалисты — 133
Служащие — 107
Рабочие — 40
Студенты — 177
Пенсионеры — 64
Домохозяйки — 92
Другое — 93

Возраст:

16-19 — 112
20 – 24 — 235
25 – 34 — 115
35 – 44 — 119
44 – 54 — 66
55 – 64 — 68
65 + — 65

Образование:

Высшее — 159
Среднее — 68

М — 94
Ж — 105

Материальное положение:

Могут покупать дорогие вещи — 149
Полный достаток — 154

Найм/владение (работающие):

Работают по найму — 100
Владельцы и совладельцы,
индивидуальный бизнес — 95

Концепция СМИ по Д. Георгиеву

Концепция издания

```
graph TD; A[Концепция издания] --> B[Миссия издания  
(главные задачи,  
смыслообразующая  
характеристика)]; A --> C[Типологическая  
концепция  
(содержание и  
литературно-  
художественные  
формы издания)]; A --> D[Графическая  
концепция  
(структура и  
оформление издания)]; A --> E[Организационная  
концепция  
(описание работы  
редакции)];
```

Миссия издания
(главные задачи,
смыслообразующая
характеристика)

**Типологическая
концепция**
(содержание и
литературно-
художественные
формы издания)

**Графическая
концепция**
(структура и
оформление издания)

**Организационная
концепция**
(описание работы
редакции)

ВОПРОС 1: ЧИТАТЕЛЬ

АУДИТОРИЯ?





КТО?

**ЗАНЯТИЯ?
УВЛЕЧЕНИЯ?**

**МЕСТО
ЖИТЕЛЬСТВА?**

ВОПРОС 2: МИССИЯ

ЦЕЛЬ?
ИДЕЯ?



ВОПРОС 3: СОДЕРЖАНИЕ

ТЕМА?

ЖАНРЫ?

РУБРИКИ?

ЛЕКСИКА?
СТИЛИ?





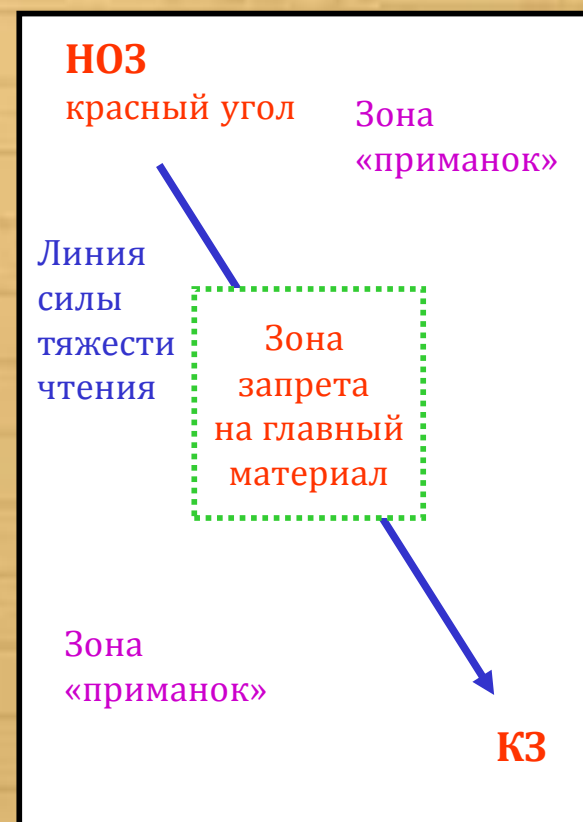
ВОПРОС 4: ОФОРМЛЕНИЕ ИЗДАНИЯ



СТРУКТУРА ИЗДАНИЯ

(общие принципы построения)

- **Принцип иерархии приоритетов:**
 - от более важного к менее важному в издании и внутри каждого раздела
- **Принцип функциональности:**
 - облегчение поиска информации;
 - облегчение восприятия информации
- **Принцип акцентирования:**
 - учет физиологии чтения;
 - расстановка «оптических магнитов»;
 - управление вниманием читателя



СТРУКТУРА ИЗДАНИЯ

(пример планшетки для еженедельника в
16 полос формата А-3)

Главное
событие

анонсы

1

Новости

Репортаж

Актуальные
письма

2

Политика

Новости
Комментарии

3

Экономика

Новости
Комментарии

4

Экономика

Анализ
Полемика
Отклики

5

В стране

Новости
Репортажи
Зарисовки

6

Пuls
планеты

Новости и
комментарии

7

Наука и
технологии
(через неделю)
Герой нашего
времени
(через неделю)

8

Мнения

9

Общество

10

Мир глазами
читателя

(фотоконкурс)

11

Культура

12

Родная
история
(через неделю)

Наш гость
(через неделю)

13

Здоровье
Досуг

14

Сканворд
Справки

15

Спорт

16

КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИЗДАНИЯ (общие принципы формирования)

- **Принцип единства формы и содержания:**
 - соответствие стиля оформления типу издания;
 - соответствие характеру аудитории;
- **Принцип функциональности:**
 - элементы оформления должна быть «сигнальной системой» для поиска информации
- **Принцип технологичности:**
 - стандартизация основных элементов набора и оформления;
 - модульные принципы верстки;
 - макеты-стандарты
- **Принцип удобочитаемости:**
 - шрифтовое единство;
 - единство форматов набора;
 - стандартизация системы выделений

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВЕРСТКИ



горизонтальная



вертикальная



смешанная

ВОПРОС 5: ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ

Цели и задачи редакции

- ✓ Подготовка и выпуск печатного периодического издания.
- ✓ Удовлетворение информационных потребностей читателей.

**Состав редакции
и должностные инструкции?**



Редакция журнала



Главный редактор

Выпускающий редактор

Ассистент гл.редактора

Художники

Журналисты

Дизайнеры

-верстальщики

Корректор

Менеджеры



**Главный редактор и
ассистент главного
редактора**

**руководят процессом выхода
газеты. Активно участвуют в
разработке тематики номера,
раздают задания,
устанавливают сроки сдачи
материалов, вычитывают
тексты. Координируют работу
всех членов редакции.**



Выпускающий редактор
отвечает за выпуск конкретного
номера. Контролирует работу
корреспондентов и
фотожурналистов, следит за тем,
чтобы все материалы были
сданы в срок, ни одна полоса не
осталась пустой, а зарисовка и
репортаж – без иллюстраций.
Помогает дизайнеру собрать
номер в единое целое.

Журналисты

согласно плану очередного номера готовят информационные заметки, интервью, зарисовки, другие журналистские материалы. Наполняют «редакционный портфель» журнала материалами, которые в любой момент можно поставить в номер.





Дизайнер-верстальщик с помощью компьютерных программ оформляет собранные материалы – статьи, заметки, рисунки, фотографии, другие иллюстрации – в законченные газетные полосы. Эта работа делается по заранее разработанной модели газеты.

Художник (фотограф)

создает иллюстрации (делает фотографии) к материалам журнала. Может предложить журналу самостоятельные работы (фоторепортаж, тематические рисунки, комиксы, шаржи, карикатуры и т.п.). Формирует архив своих работ на различную тематику.



Корректор хорошо знает
русский язык и умеет
«видеть» ошибки в
тексте.



Каждый очередной номер обсуждается на редколлегии!

При обсуждении номера каждый участник редакции имеет право высказывать свою точку зрения на газету, ее тематику, подбор материалов, стилистические и оформительские особенности. Но только до тех пор, пока идет обсуждение.

После того, как принято общее решение, все принимаются за работу и не подвергают бесконечной критике все, что делается в редакции.