



# РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ЖУРНАЛА

# КАК ПОЯВЛЯЕТСЯ



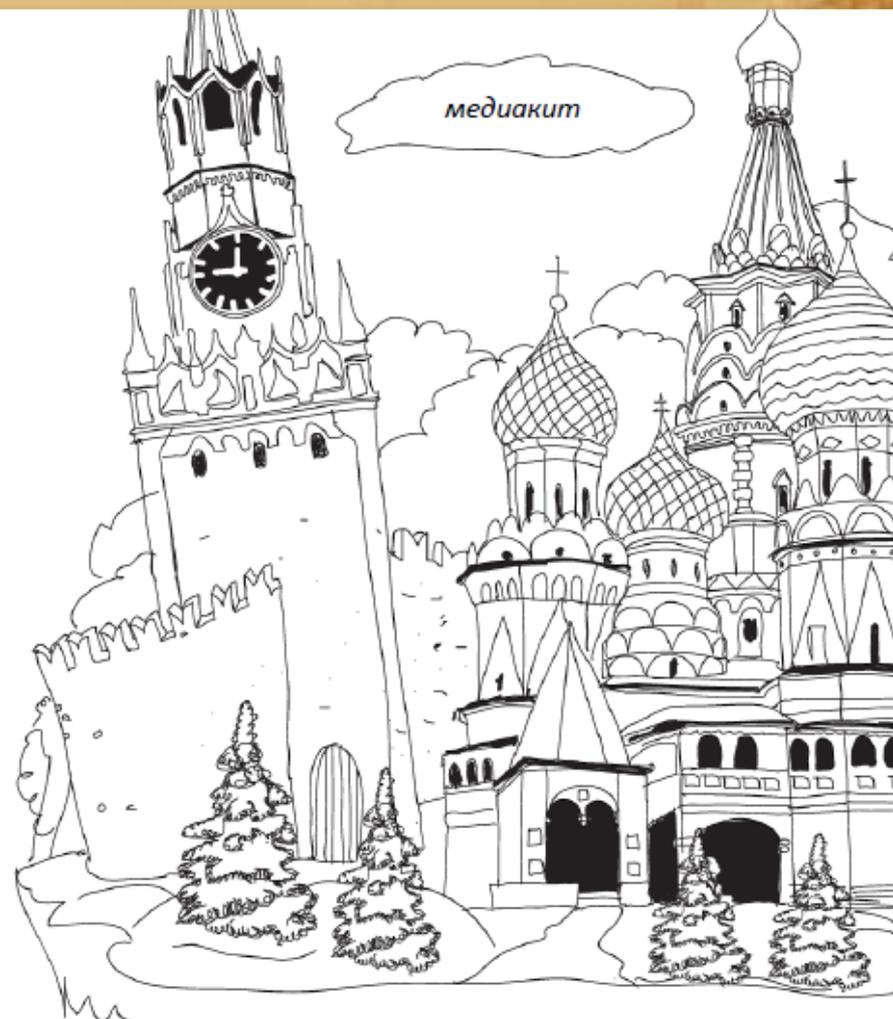


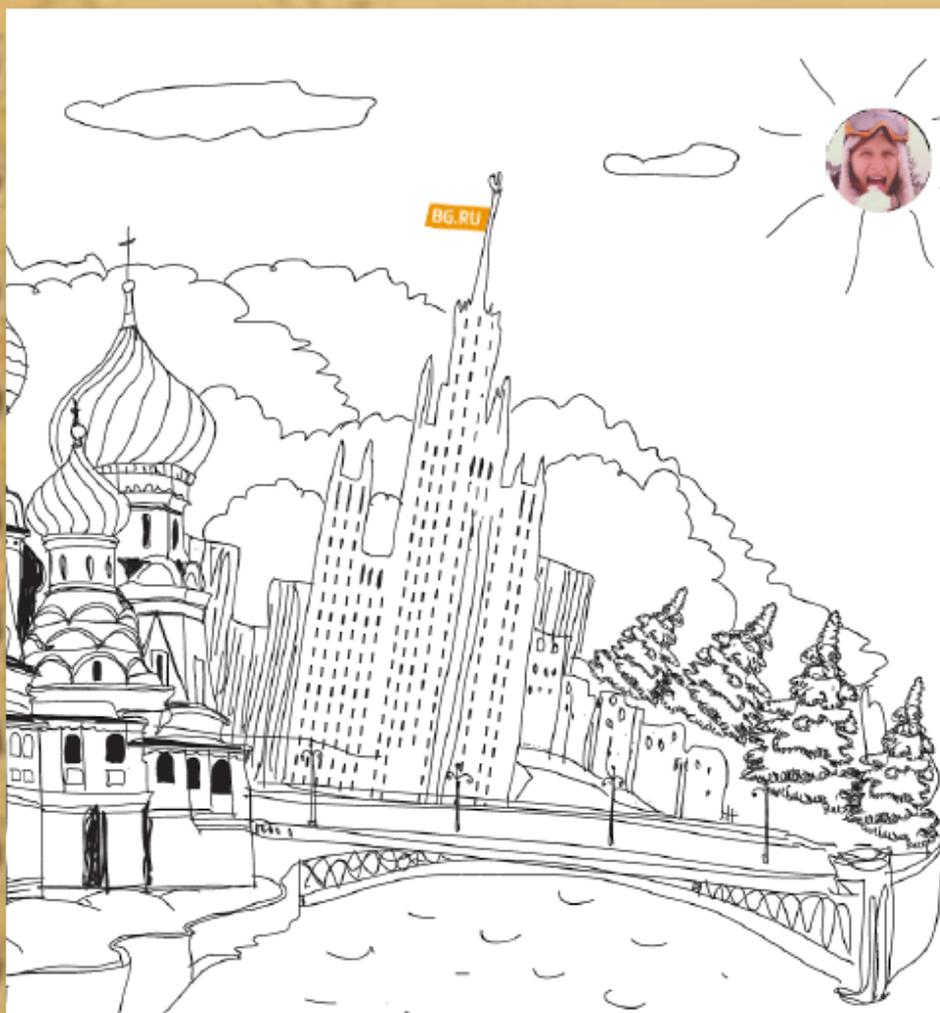


\*МедиакиТ - информация о проекте,  
постоянная и пополняемая.



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!»*

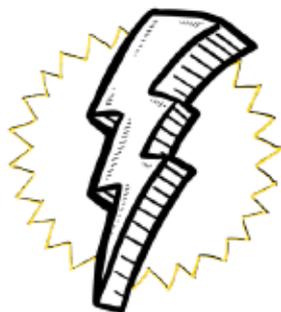
BG.RU **БГ** / ОБ ИЗДАНИИ



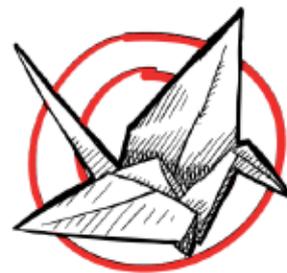
**11** лет

**1** раз  
в **2** недели  
**23** раза в год

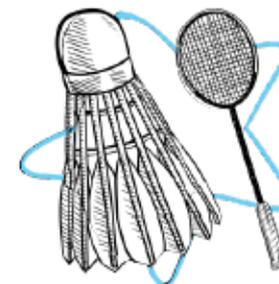
**81 500** копий  
распространяется  
бесплатно



**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, съем,  
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?





# ВОПРОС 2: МИССИЯ

ЦЕЛЬ?  
ИДЕЯ?



# ВОПРОС 3: СОДЕРЖАНИЕ

ТЕМА?

ЖАНРЫ?

РУБРИКИ?

ЛЕКСИКА?  
СТИЛИ?





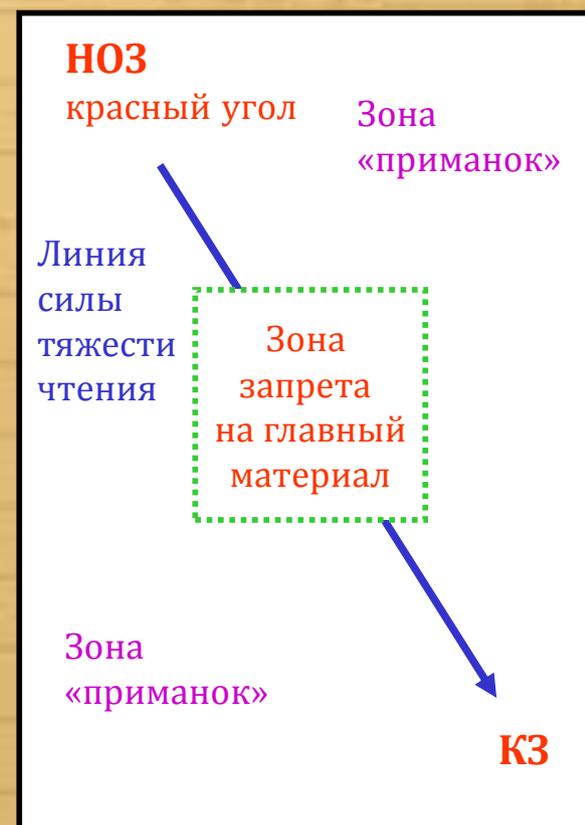
# ВОПРОС 4: ОФОРМЛЕНИЕ ИЗДАНИЯ



# 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.**