

«Письмо редактора»
(информационно-методическое письмо)

Уважаемые коллеги!

В период с марта по ноябрь 2016 года Алтайский государственный Дом народного творчества проводил краевой конкурс на лучшее издание об учреждении культуры «Дом, в котором живет праздник». Цель конкурса – создание позитивного имиджа учреждений культуры клубного типа средствами рекламно-издательской деятельности.

На конкурс поступило 27 различных изданий об учреждениях культуры: буклеты, альбомы, брошюры, в основном отпечатанные на цветном принтере. Ряд изданий представлены в полиграфическом исполнении. Однако не всегда их оформление и содержание соответствуют принятым стандартам.

Для рассмотрения работ была создана комиссия, в состав которой вошли специалисты АГДНТ и приглашенный независимый эксперт рекламно-производственной фирмы «Пять плюс».

При оценке конкурсных работ комиссия руководствовалась следующими критериями: соответствие содержания издания теме конкурса; оригинальность замысла и его воплощение; литературно-художественный уровень издания; оформление издания (дизайн, верстка, использование иллюстраций, цветовая палитра).

Комиссия отметила, что все представленные на конкурс издания соответствуют теме «Дом, в котором живет праздник». В основном, в них описывается работа учреждения культуры, его специалистов, творческих коллективов. Ряд изданий отличается оригинальным замыслом и его творческим воплощением. Литературно-художественный уровень изданий разный. Стиль изложения – от «характеристики» до образного, эмоционального повествования. Все издания требуют корректуры, т.к. содержат стилистические, орфографические, пунктуационные ошибки.

Дизайн ряда изданий отличается креативным оформлением, яркой цветовой палитрой. Во всех изданиях используются иллюстрации (фотографии, рисунки и др.), поясняющие или дополняющие текст. Однако их качество, тематика не всегда соответствуют необходимому уровню. В ряде изданий присутствует цветовая и тематическая избыточность в оформлении.

Конкурс активизировал работу специалистов по изучению истории своего Дома культуры, его роли в культурном развитии села, а также

показал состояние рекламно-издательской деятельности в сфере народного творчества в районах и городах края.

Предлагаемая ниже информация может быть использована работниками культуры при подготовке рекламно-информационной продукции в целях повышения значимости клубной работы в социально-культурной среде муниципальных образований края.

С уважением,
Н.А. Кучуева,
зав.редакционно-
издательским отделом
АГДНТ

Буклеты и брошюры

Одними из самых востребованных видов полиграфической продукции являются буклеты и брошюры. Они позволяют более подробно познакомить потребителя с предлагаемыми товарами, услугами или более подробно рассказать о компании.

Буклет – это сложенный в несколько сгибов лист бумаги, при изготовлении которого используется фальцовка (сгибание листа) или биговка (формирование углубленной дорожки на листе сгиба), в зависимости от плотности используемой бумаги.

Брошюра – это многостраничное изделие, которое может быть сброшюровано одним из следующих способов: на скрепку, на металлическую пружину, на пластиковую пружину.

Буклет и брошюра отличаются своим предназначением. Буклет в основе своей создан для рекламных целей, чаще всего его используют для поиска новых потребителей услуг, клиентов.

Брошюра в отличие от буклета несет в себе больше информационных функций, но рекламного характера она не имеет.

Благодаря наличию большего количества страниц, чем в буклете, брошюра является идеальным средством привлечения клиентов. Остается выбрать какую цель вы преследуете и какого результата хотите добиться.

Для создания яркого полноцветного буклета или брошюры необходимо иметь фотографии вашего офисного помещения, ваших товаров. Это обязательное условие хорошего качественного рекламного продукта.

Еще одно условие для создания рекламных брошюр – рекламные тексты, написанные специально для рекламного продукта. Текст должен содержать описание услуг, их характеристику или описание самой компании. Главное, чтобы были отличительные особенности вашей продукции, услуг и компании.

Дизайн, оформление, текст издания должны быть нацелены на создание положительного, уверенного имиджа компании, который позволит завоевать расположение и доверие целевой аудитории.