



С НОВА ВИЗИЯ СРЕД ПЕЧАТНИТЕ МЕДИИ У НАС

Стела Асенова

Според данни в Интернет в света се издават общо около 258 000 издания за конете и конният спорт. Те се срещат предимно на английски, френски, немски, испански и други езици и са популярни в страни като Великобритания, Франция, САЩ, държавите от Латинска Америка. Тяхните имена като английското списание „Коне и ездачи“ или „Младите жокеи“ са неоценим помощник за хората професионалисти. До този момент на българския пазар не се е появявало подобно издание. Само в отбрани броеве на ежедневните вестници са отразявани отделни статии и рубрики, които дават съвсем кратка информация за конете като спорт и хоби. Затова професионалистите и хората – любители на коне, се абонират за чуждестранните издания, посветени на тези проблематики, но те струват скъпо. Например, за да се направи абонаментна заявка за списание „Професионални жокеи“, което се издава в Испания, то ще струва на клиента 158 лв. за годината или по 13 лв. за брой. Ето защо нуждата от подобно издание на българския пазар, което да дава необходимата информация, е ценна придобивка и то вече е често срещано и у нас.

Предварителното проучване на пазара и конкуренцията дават възможност на „Езда365“ да направи своята правилна маркетингова стратегия, да се насочи безпогрешно в стимулиране на продажбата и да намери правилните партньори в рекламния свят. Проучвайки книжния пазар, списанието прилага т.нар. *маркетинг-микс*.

Потребителите са най-важното звено при дистрибуцията на списанието, а това са хората, които се интересуват предимно от проблемите и темите, които предлага „Езда365“. Един от решаващите фактори е моментната среща с клиента, и всяко едно закъснение е пагубно за издателя, защото може да му донесе големи загуби и пропуснати ползи. За да стигне списанието до потребителите си, се използват редица канали в дистрибуцията. Стоката директно се доставя на клиента

с помощта на *промоционални продажби, доставка от врата до врата, с абонамент по каталог*, като доставката стига с помощта на *пощата или чрез куриер*. Друг основен канал е доставчикът, където водещата роля се поема предимно от търговците на едро и те на свои ред ги предлагат на търговците на дребно, които са предимно собственици на щандове, книжарници и павилиони във вътрешността на страната.

Важен фактор за дистрибуцията е *комуникацията*. Използват се съвременните технологии като телефон, интернет (списанието има свой интернет сайт), факс, куриерски служби, поща, сухопътен транспорт за страната и въздушен, ако изданието трябва да бъде представено на международния пазар.

Не трябва да се пропуска и другата съществена подробност при излизането на списанието. Така например ще се запомни представянето му пред обществеността на специална презентация в навечерието на Тодоровден през 2006 г. За целта са използвани платени реклами в различните медии, но най-вече с подготвянето на големи билбордове в областните градове. На събитието присъстват много отбрани гости, журналисти и приятели на новото издание, което се състояло в софийският клуб „XS“. Всички получават като подарък сигналния брой на списанието. Хората от екипа приемат много поздравления от председателя на Дружеството по конен спорт, главни редактори на издания, журналисти. По-късно се появяват отделни репортажи със снимки от мястото на събитието в бр. 1, 2006 г. Главният редактор на списание „Езда365“ Екатерина Дончева дава специално интервю за бъдещата работа на изданието. Веднъж попаднало под обектива на журналистическия интерес, списанието се сдобива с щедрия подарък на добрата реклама, което му носи финансов успех на книжния пазар.

Списание като „Езда365“ в днешните български комуникативни реалности на медиен и социален статут се явява като фокус на една от многото особености в об-



щественя живот. То търси своята индивидуалност, изразява се като универсален знак в медийния социокултурен свят. Успява винаги да намери подходящото слово, за да създаде необходимата визия на читателя върху себе си. То е в постоянно търсене на духовния генезис у човека, като му помага да намери своето призвание в професии, нетипични за България – жокеи, зооинженерство и сродни дейности, занимаващи се професионално с коневъдство. Така се доказва, че подобни направления се доближават до истинското изкуство и че не всеки човек може да има подобно призвание.

„Езда365“ е първото българско издание за коне, професионални жокеи, любители на конният спорт. Излиза 12 пъти в годината, под формата на месечник с каталожен № 1077, годишна цена 60,00 лв или 5,00 лв. за брой. Издава се на формат А4. Предлага тематични направления като развлечения и спорт, свободно време, домашни любимци. Изданието е изработено по всички изисквания на съвременния печат, носи необходимия ISSN, цена, номер на брой, печата се на пет печатни коли или около 80 страници обем на книжното тяло.

Според външния си графичен дизайн, списанието носи всички изисквания на оформителските концепции, което дава достатъчно риторично образно представяне, подреждане и стилизиране на информацията, за да привлече и ангажира вниманието на публиката си. Високото качество на хартията, снимките, гравюри, цветовете с необходимите полутонове и прилагането на офсетовия печат се превръщат в силни елементи, които еволюират в графичния образ на списанието.

Подреждането на фотографиите и наличието на повече онагледен материал, тяхното качество дава една реална представа за поднесената информация, а фактите са документирани и символизирани. По този начин списанието получава по-голяма живост. Дизайнерската практика и тук прилага големите фотографии, които са без фон (познати в издателската практика като илюстрации тип *тифец*), като се има предвид да се акцентира на определени особености, да се засили интересът и привлече вниманието на читателите. Всичко се засилва от цветовата палитра при визуалното представяне на изданието, което предизвиква активност у аудиторията и улеснява визуалната комуникация. Подобни внушения за читателя откриваме, когато даденото събитие се поднесе със цветна снимка – портретна, репортажна, с подходящ фон или интериор.

Стратегията на оформяване не се изчерпва само с визуалните елементи, но и с професионалните и научни кръгове на текстовия дизайн, което несъмнено притежава изданието, превръщайки го в сърцевината на новата концепция и наред с приложените техники, цвят, графики, снимки придава спецификата на графичния дизайн на списанието. Важна особеност в „Езда365“ са видовете шрифтове, техните тарнитури, използваните шрифтовите семейства, кегелът на буквите. Не на последно място тук са прилага и *текстът под снимка*, с което се дават допълнителни пояснения, факти, имащи за цел да информират за обекти и придаваща на фотографията достойно място и оптическа значимост.

Главна роля заемат заглавията на определените статии и различните вътрешни заглавия на подтемите, които се разглеждат. Те завършват оформлението на текстовия дизайн, достига се до яснота, читаемост и привлекателност, допълвайки критериите, на които са подчинени дизайнерските решения. Срещат се „прозорци“ в текстовете. В списанието такива детайли са чести явления. Тематика е разнообразна по жанр, ракурс, справочни данни, но винаги е пряко свързана с основната статия. Така подредени, тези важни особености при разглеждането на графичния дизайн достигат до завършения

мозаечен характер на списанието, в което несъмнено стратегията „писане – редактиране – дизайн“ показва професионализма на екипа на списание „Езда365“

Още в самото начало авторите въвеждат читателите си с уводни думи за това с какво ще се запознаят в поредният брой, поднасят в *съдържанието* снимков материал в умален вид, като се акцентира на по-интересните рубрики.

Екипът на „Езда 365“ ни запознава не само с рубрики, а и с редица интересни статии и журналистически жанрове. Авторите винаги започват с рубрики „*Корени*“ или „*История*“ в които се правят ретроспективен преглед за развитието на човешкият род с помощта на конете през вековете – напр. „*Българската конница*“ Техни автори са изтъкнати учени и историци като проф. Божидар Димитров; към тях са прибавени копия на гравюри от средновековни документи. Една от постоянните и интересни рубрики в списанието е „*порода на броя*“, където можем да се запознаем с различните породи коне – Олденбург, Тракенер и др. За да бъде по-голям интересът, снимковият материал спада към т.нар. кадрирани фотографии, където се акцентира на външните белези на животните. Непосредствено след това се дава една интересна подтема, която в различните броеве е различно озаглавявана и обикновено се среща с имената „*любопитно*“ или „*находка*“. В тях може да се открие информация за известни спортни коне от световна величина или от родният конен спорт. Ако изданието е на път да излезе в навечерието на някой християнски празник, макар и рядко, се появяват рубриката „*Вяра и традиции*“, където тези две черти у българина са вървяли векове наред ръка за ръка. Авторите предсъздават традициите с помощта на специално подбран снимков материал и извадки от народни мъдрости.

За да бъде този приятел на човека здрав и жизнен, аудиторията се запознава с поредната полезна и постоянна рубрика „*Страници на ветеринаря*“. Тук всеки които отглежда или притежава такова красиво животно, може да намери подходящ, ценен и необходим съвет за това как да разпознава болестите, кога да се слагат ваксини и как да предпазваме конете.

Казват всички животни имат психология. Конете не са по-различни. Затова тук намираме рубриката „*психология на коня*“. В нея е засегната темата за сетивата на животното, с които се определя характера му.

Наред с това могат да се намерят практически и ценни съвети при отглеждането и закупуването на расови коне. Какви последици може да се стигне и как да се

справим при възникнал подобен проблем – темата се коментира в бр. 2, 2006 г.

Една от най-интересните рубрики си остава „*На фокус*“. Тя се среща в почти всички броеве на списанието. Екипът на „Езда365“ представя на своята аудитория известни личности от различни културни направления – певци, журналисти в кадър до четириногий приятел на човека. Рубриката на няколко страници, тя представлява серия от невероятни фотографии, където героите в повечето случаи се явяват лица на броя.

Читателският поглед се привлича от страниците, където са представени 10 топ филма за последните 60 години, като на първо място си остава касовото филмово произведение „*Черният красавец*“, една творба, в която се възхищаваме на волята, верността и добротата на коня. По този начин авторите приканват читателите да не пропускат да изгледат анималистичните шедеври на световното кино.

Екипът на списанието запознава аудиторията си с Рашко Фратев, един от най-легендарните българи, занимавали се някога с конен спорт, където е застъпен художествено-публицистичният жанр „*мемоар*“. На него са посветена специални страници от списанието. Представените текстове доказват, че в България преди 50 години конният спорт е бил на едно първите места в света. В един от броевете на списанието самият Р. Фратев разказва своите спомени за участието си в Херуейд – Германия, на 13-то европейско първенство по всестранна езда.

Сред актуалните в списанието журналистически жанрове е и е *интервюто*. В контекста на този специфичен жанр се представят изтъкнати специалисти на коне като Светлозар Касчиев, от конезавода „*Кабиюк*“ край Шумен.

В броевете на списанието се прилага и друг жанр – *репортажът* от мястото на събитието. В бр. 2, 2006 г. например под заглавие „*Тежковози мереха сили в Разлог*“ авторът на редакционния репортаж с текст и снимков материал запознава читателите на списанието с високите качества на конете, използвани у нас в дърводобива и тяхните породи, които най-често се срещат като Норикей, Хефлингер и др.

Не бива да се подминава и *новината*. Тук се срещат заглавия като „*Клонират първият състезателен кон*“.

В списание „Езда365“ се среща и спортна журналистика. Тя показва интересните особености при конния спорт, като тук се дава информация за различните турнири, разделени по категории състезания и възраст при участниците.

Списание „Езда 365“ предлага на читателите си и впечатляващата рубрика „Обяви“ – там всеки може да се запознае с различните покупки-продажби на коне, аксесоари и фургони за коне. Интересна особеност при този род обяви е снимката на коня, като до нея се дава допълнително пояснение за породата, името на предлаганото животно, имената на неговите родители, възраст, височина, дисциплина, цена в евро и връзка със собственика.

В последните страници на списанието авторите предлагат и друг вид интересни статии, под различни заглавия в рубриците напр. „Синя кръв“, която припомня за едно друго хоби на аристокрацията – голфът и неговите особености при игра. Любителите на високите скорости могат да се запознаят с темите на „Конски сили“, „Луг свят“ и др, където главните герои са автомобилите последна мода.

Според своята форма на периодичност – месечник, формата и технологията на печата, както и за и читателите си списанието предлага различни *пресреклами*. Най-разпространени в случая са търговските обяви за различните специализирани магазини за коне, за развлечения. Те са предимно с изнесен правоъгълник, голям квадрат и нисък подлистник. Дават добра възможност за запомняне, без да пречат на графичното оформяване на страницата. Рекламният отдел на списанието спазва изискванията при предлагането на различните обяви:

- заглавие;
- подзаглавие;
- основен текст;
- легенди и коментари;
- рекламен лозунг (слоуган).

Заглавията на обявите в „Езда“ излъчват основния апел към клиента си. Съдържат една или две основни думи. Подзаглавието, което се явява мост между заглавието и основния текст, се дава като допълнително пояснение. Има за цел да привлече читателя към продукта, отразен в списанието, и може да представлява важен практически съвет. Основните текстове ни въвеждат към същността на предлаганото и изпъкват като аргумент. Легендите и коментарите са своеобразни заключения, които дава адресатът на рекламата. За да бъде приета напълно и до край, влиза в действие рекламният лозунг, които повлиява върху окончателното решение на клиента.

В изданието читателите се срещат с различен вид обяви, които предлагат интересни продукти и услуги, като се започне от тези за автомобили, моторни масла, продукти от хранителния и хотелиерския бизнес и се стигне до съществените, които да отговарят на съдър-

жанието на списанието. А именно – реклами на клубове за езда, предлагани многобройни развлечения и атракции, магазини, които са специализирани в търсенето на атрибути за езда и коне и се стигне до грижата за здравето на четириногите красавци, където се предлагат различни лекарствени медикаменти.

В заключение може да направим и няколко обобщаващи оценки за спецификата на изданието.

* Списание „Езда365“ се вписва като конкурентно издание на българския книжен пазар. В действителност това е едно от сериозните наши съвременни списания за хобито на съвременния българин, както и във връзка с един атрактивен, но малко познат у нас спорт – конната езда. Развъждането на коне е древна професия. Неслучайно авторите на „Езда365“ знаят на какво да акцентират, по какъв начин да привлекат вниманието на читателската аудитория. Наличието на добър графичен дизайн, богат фотографски материал, високото качество на текста, лаконичност и яснотата, с които той е поднесен, както и приносът на използваните допълнителни материали – цветове, качество на хартията и печата, достъпна цена на списанието, са несъмнено важните особености за едно такова издание. Това ме кара да мисля, че то още дълго време ще радва своите читатели и винаги в него те ще намират полезната и търсена информация от необятния свят на конете.

ЛИТЕРАТУРА

Вълканова. Веселина. Графичен дизайн. С., СВ. Св. Климент Охридски, 2001, 13–69.

Доганов, Димитър и Ференц Палфи. Рекламата каквато е. С., Принцепс, 2000, 225–238 с.

Григоров. Илия и Ангелов. Сашо. Списанието в днешните български обществено-комуникативни реалности – медиен и социален статут. С., ЛИК, 2004. 80 с.

Георгиев, Лъчезар. Теория на книгоиздателския процес. Аспекти. Проблеми.Тенденции. Велико Търново, Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2001. 209–217 с.

Георгиев, Лъчезар. Управление и маркетинг на книгоиздателската дейност. Велико Търново, Унив.изд. Св. св. Кирил и Методий, 2004, 136–197с.

Георгиев, Лъчезар. Композиция на книгата. С., Star Way, 2007. 122 с.

Списание „Езда365“. С., 2006, бр. 1, 40–60 с.

Списание „Езда365“.С., 2006, бр. 2, 50–80 с. и следв.

Списание „Езда365“.С., 2007, бр. 14, 20–30 с.

Internet: www.preszona.com

www.reklama@ezda365.com

