

Виды и способы создания макетов рекламной продукции

Макет рекламной продукции

Макет, или **формат**, рекламы определяет место расположения иллюстраций и текста в рекламном объявлении по отношению друг к другу, а также размер заголовка и подзаголовков, размещение логотипа и других элементов

Мондриан

- ▶ **Мондриан** – по имени голландского художника П. Мондриана (P. Mondrian, 1872-1931), достигшего наибольшей степени абстрагирования на пути «денатурализации» предметных изображений. Он использовал наипростейшие изобразительные элементы — прямую линию, прямой угол и три первичных цвета: красный, желтый, голубой



Сетка

- Сетка** – рекламное обращение в этом формате также основано на строгом логическом подходе. Изображения расположены в клетках или ячейках четко разделенного пространства рекламного объявления; как правило, рекламисты, используя макет «сетка», работают в пределах от четырех до восьми клеток равного размера. В каждую клетку такой сетки помещается крупное изображение одного предмета

ЕЩЁ ДЕШЕВЛЕ!

Наш ГИПЕРМАРКЕТ 09.11.11 - 22.11.11

КОЛБАСА «Кремлевская»
«Черкизовский ИМ» с/к 1 сорт 1 кг, Россия
469⁰⁰
299⁰⁰

ИКРА КРАСНАЯ по госовао 130 г, Россия
2011г
189⁰⁰
119⁰⁰

ЦЫПЛЕНОК охлажденный 1 кг, Россия
99⁰⁰
77⁰⁰

СВИНИНА ДУХОВАЯ
1 кг, Собственное производство
299⁰⁰
199⁰⁰

М. Москва, ул. Саввакина, 10
Т. 8 (495) 201-56-93
Т. 8 (495) 201-56-93
Т. 8 (495) 201-56-93

СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ
КУПОН НА КИНОПРОСМОТР

ООО «ВАРМ»
«Молоко»
Доверь охрану труда профессионалам!

ОАО «Молоко»
«Молоко»

ОКНА И ДВЕРИ
8-926-650-59-08

«АРЕНА»

Кафе «Кристалл»

КОЛОДЦЫ
ВОДОСНАБЖЕНИЕ
ВОДООЧИСТКА

ДОМА
ПРОПОФОЛ

ТЕСКО Сайдинг
ВСЕГДА В НАЛИЧИИ — БОЛЕЕ 20 ЦВЕТОВ

Ярмарка Мёда
11, 12 и 13 ноября

4540050
ВЫХОД ИЗ ЗАПЯ

Окно

- ▶ **Окно** – в этом типе рекламы изображение, как правило, занимает 2/3, а иногда и более всего пространства рекламного объявления. На картинке обычно крупно представлен один предмет, занимающий все пространство «окна»



OLYMP

Мужские сорочки OLYMP.
Галстуки, бабочки, пластроны,
пластронеты, фантоны,
мужские костюмы,
шейные платки, шелковые платки.
Запонки, зажимы для галстуков,
комплекты «под смокинг».

5 причин, по которым вы захотите купить сорочку OLYMP:

1. **Справедливая цена, отличное качество.**
2. **Не требует глажения и не мнется!**
3. **100% длинноволокнистый египетский хлопок.**
4. **Модно и стильно.**
5. **Экологично и гигиенично**

ТЦ «Апан-сити» ул. Ярцевская, 19, магазин «OLYMP», тел. 937-99-06
ТЦ «Апан-сити» ул. Шереметьевская, 60А, магазин «OLYMP», тел. 937-26-52
ТЦ «Апан-сити» Каширское шоссе, 61/2, магазин «OLYMP», тел. 933-89-07
ТЦ «Апан-сити» ул. Минского-Маклая, 32А, магазин «OLYMP», тел. 775-29-26
МТК «ЕвроПарк», Рублевское шоссе, вл. 62, магазин «OLYMP», тел. 225-80-54
ТРК «Щука», Новоулицкая, 42, магазин «EM», тел. 229-98-69
ТЦ «Принц Плаза» Новосеневский проспект, вл. 1, магазин «Baglioni»

Рамка

- ▶ **Рамка или рамочный макет** – текст в такой рекламе расположен в центре, дается в одну колонку и окружен, как рамкой, так и серией иллюстраций рекламируемых товаров



Организованный беспорядок

- Цирк, или **организованный беспорядок** – с помощью этого макета обычно рекламируют одновременно серию недорогих товаров, как правило, во время распродажи или при рекламе пищевых продуктов. Изображения различных товаров разбросаны по всему пространству рекламного объявления. Слоганы и призывы также беспорядочно раскиданы, как и рисунки, и могут располагаться не только горизонтально, но и вертикально, и по диагонали

Кафе «Отрада»

- корпоративы
- любые торжества
- предновогодние банкеты

СЛАДКИЙ СЮРПРИЗ

от 800 руб.

ПРИНИМАЕМ ЗАКАЗЫ НА НОВОГОДНИЕ ТОРТЫ

товар сертифицирован

ЗАЛ НА 80 ЧЕЛОВЕК

ул. Пролетарская, 28 «А»
рядом с казначейством

реклама ИП Чернова Т.В.

тел.: 8-987-210-75-63,
8-965-627-92-32, 2-77-36

КОСМЕТИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ
работаем по записи

Услуги:

- чистка лица
- всесезонные пилинги
- лифтинговые уходы за кожей лица, шеи и декольте
- прокол мочек ушей, носа
- восковая МУЖСКАЯ И ЖЕНСКАЯ депиляция: обезболивание, дизайн и многое другое...

ИП Хацкевич А.А. УНП 691484381

Адрес:
г. Борисов, ул. 1-го Июля, д.6, каб 111

kosmetolog.deal.by

ПН-ПТ: с 10.00 до 19.00 сб: с 9.00 до 16.00 вс - выходной
+375-29-750-38-07, +375-29-903-33-66

Вас приглашает летняя веранда ресторана

Для вас, наши дорогие гости:

- бесплатный Wi-Fi
- летнее меню
- обновленного ассортимента в колоритной обстановке

Разудай

новинка! меню

«Японский горюховый» в «Разудай» (Японская кухня)

г. Вилка, мкр. Юбилейный, д. 1 (напротив рынка)
тел.: 4-63-30, 3-75-23
интернет-магазин
Жители Борисова: доставка с 10.00 до 02.00

ВОДА
«Дивеевская»

7 лет на рынке
Выскы и Выксунского района

19 литров воды у Вас дома в офисе в любое время года

• доставка • дополнительное оборудование

8 (83177) 4-66-78
8 951 915 41 41

поставка монтаж обслуживание

ТЕХНОКЛИМАТ

Кондиционеры от 12 500 рублей в наличии на складе

Монтаж в течение двух дней

г. Вилка, мкр. Юбилейный, 74
тел./факс: 4-63-70,
4-63-30, 8-950-297-24-88
e-mail: technoklimat@rambler.ru

Мы продаем только чистый воздух!

с 9 Мая!

Проведение:

- корпоративных вечеров
- вечеринок
- свадеб
- юбилеев

«Дубрава» Кафе

Поздравляем, город мильярд!
С Днем рождения, родной!
Сколько мы вложили сил,
Сколько сделали с тобой,
Так расти и развиваться,
Строй и память сохраненной,
Будь борцом и не сдавайся,
И победы умножай!

ул. Красные Зори, д. 36
тел.: 8 (83177) 3-57-48

Все виды парикмахерских услуг:

- вечерние прически
- плетение
- наращивание волос
- лечение волос
- маникюр, педикюр
- наращивание ногтей
- тайский массаж стоп

СЕТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ

Nota Bene

- ул. Рабочая, д. 48 (прес-10), тел. 3-99-79
- мкр. Купчино, д. 66, тел. 4-59-28
- ул. Чкалова, д. 7, тел. 6-33-16
- ул. Степан Разин, д. 11
- ул. Заварзинский, д. 1, тел. 5-06-15
- центральная аптека (информация) тел. 5-91-19
- МВУ ул. Ленина, 7 (ст. «Благовещье»), тел. 9-07-93

Все виды косметических услуг:

- мезотерапия
- SPA-процедуры
- кислородная мезотерапия
- антицеллюлитные программы
- эстетика

Продажа профессиональной продукции

Салерий Татуаж

www.nota-bene.wyкса.ru
e-mail: nota_bene_vs@mail.ru

Текстовая реклама

► **Текстовая реклама** имеет минимальное количество иллюстраций; заголовков, подзаголовки и основной текст построены на использовании разных по размеру шрифтов



Репнев
Александр Павлович

Президент Mekka Consulting (Москва, www.mekka.ru).
Член Американской маркетинговой ассоциации.

Бывший директор по маркетингу на Xerox и вице-президент Barton Mico (Тамп, США).

Преподаватель РУДН и бизнес-школ (МВА), основатель «Школы А. Репнева: реклама и маркетинг» (www.repnev.ru).

На сайте Школы много размещены с его публикациями: «Псевдонимы: скопистика и бюрократия», «Псевдонимичность в рекламе», «Текст как эффективное — не обязательно дорогое и многими другими.

Автор бесценных «Музыры рекламодателя» и «Маркетинговое мышление» (английская версия книги готовится к изданию в США).

В основу семинара положен многолетний практический опыт автора.

Окончил МИФИ в 1968 г. Начиная в 1966 г. англоязычным копирайтером «Вентуртреклом». Годы учебы и работы за границей. Сотни созданных реклам на английском и русском языках, десятки успешных маркетинговых проектов. Выигранный в США рекламный тендер (pitch).

Торгово-промышленная палата Геленджика и Рекламная группа «АВТОР»

представляют:

Авторский семинар **Александра РЕПНЕВА** (Москва)

Маркетинг и реклама: ориентация на результат

17-19 марта 2007 г.

г. Геленджик

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ СЕМИНАРА ОГРАНИЧЕНО. Благодаря этому каждый из них получает уникальную возможность **ЛИЧНОЙ** консультации по вопросам своего бизнеса с экспертом, клиентами которого были:

General Electric, Bull, Microsoft, Computer Associates, Canon, Minolta, Cisco, DEC, Mother Tongue,

«Русский Стандарт», ФК «Спартак-Москва», «Русский текстиль», «Менатеп», «КрасБанк», «Отпима», «Новая Опера», «Ростсельмаш»

и десятки других фирм и организаций в России и за рубежом.

Семинар предназначен не теоретикам, а практикам — первым лицам компаний и специалистам по маркетингу, рекламе и связям с общественностью (PR), которым каждый день приходится решать РЕАЛЬНЫЕ проблемы бизнеса.

Семинар поможет продавать товары и услуги, выигрывать тендеры, привлекать дилеров, выводить товары на зарубежные рынки. **Именно в этом единственное назначение маркетинга и рекламы.**

...Пока в наших рыночных неудачах мы видим высокие налоги, дорогие кредиты, бюрократию, развет и пр. и пр. и пр. и редко кто находит основную причину отсутствия у российского бизнеса умения работать в условиях настоящего рынка, рынка насыщения и острой конкуренции.

(Их статьи А. Репнев «Генералы» о маркетинге, см. на www.repnev.ru)

Семинар для тех, кто хочет уметь работать в условиях конкурентного рынка лучше, чем конкуренты.

Задачи семинара:

► Помочь превратить корпоративный маркетинг в дисциплинированное творчество, приносящее финансовую отдачу.

► Заложить у слушателей основы маркетингового и рекламного мышления.

► Дать им знания и навыки, достаточные для того, чтобы грамотно оценивать состояние маркетинга (внутреннего

и внешнего) и рекламы на своей фирме;

— проводить или заказывать маркетинговый аудит своей компании;

— формулировать задания на маркетинговые и рекламные проекты и оценивать их выполнение.

► Создать фундамент для участия в специальных семинарах.

Отличия семинара от сотен других, предлагаемых на рынке:

► Вы получите варианты решения своих профессиональных задач — в качестве кейсов на семинаре будут разбираться, при вашем желании, ваши собственные материалы.

► Универсальность приобретенных навыков.

► Большинство специалистов работают НЕ с Coca-Cola, Nike или McDonald's, а с самыми

обычными товарами и услугами. Знания и навыки, полученные на семинаре, применимы к любым продуктам и компаниям.

► Это авторский семинар эксперта международного класса (см. информационно слева на развороте). Семинар основан на многолетнем практическом опыте автора (в рекламе с 1966 или McDonald's, а с 1988-го).

Стоимость участия в семинаре для одного участника — 10000 р. При участии от одной организации 2-х и более человек — 8000 р. (-20%) для каждого. **Любая** форма оплаты (при наличной — кассовый чек).

В стоимость входят: раздаточные материалы, обеды (шведский стол) и кофе-брейки, фуршет по окончании семинара с вручением участникам **Сертификатов «Школы А. Репнева: реклама и маркетинг»**, CD с книгами и публикациями А. Репнева и других авторов (более 20 книг).

Формат: семинар + мастер-класс (17, 18 + 19 марта)
Место: конференц-зал санатория «Голубая волна» (www.golubaya-volna.ru), Геленджик, ул. Туристическая, 27
Начало: 17 марта в 11:00. **Окончание:** 19 марта в 18:00

Программу можно получить у организаторов по факсу или E-mail
Организаторы: Торгово-промышленная палата г. Геленджика и Рекламная группа «АВТОР»

Оксана Богомолова: факс (86141) 211-311, тел. (928) 406-71-70, E-mail: avtor-studio@mail.ru
Предварительная регистрация обязательна — до 10 марта т. г.

Отзывы о семинаре

Он проводился в Москве, Санкт-Петербурге, Ярославле, Владимире, Калининграде, Екатеринбурге, Новосибирске, Ростове, Днепропетровске, Ереване, Сараево (Bosnia) и других городах.

И везде участники отмечали, прежде всего, его высокую практическую ценность. Семинар изменил представление участников о маркетинге и рекламе и позволил многим из них не только сократить расходы, но и расширить бизнес и увеличить прибыль.

Вот отзыв лишь одного из бизнесменов, участвовавших в семинаре, организованном в 2004 году агентством Boomrang (www.boom-dm.ru) в Нижнем Новгороде:



Ставров И. О.
Генеральный директор ООО «ST-климат»

«Перед семинаром я был убежден, что 90% рекламы направлено на имидж и 10% — на продажи. Это оказалось дорогостоящим заблуждением, на основе которого нас лишь «разводят» рекламщики, продавая нам рекламные площадки, места на баннерах, эфирное время...»

Посещение семинара А. П. Репнева было оправдано в первую же неделю. Семинар был накануне выставки «Архитектура и строительство», и новый взгляд на рекламу позволил сократить затраты на \$ 9560 и привлечь в 1,5 раза больше покупателей. Исполнителей эти знания, в 2004 г. мы сэкономили \$ 3500 за счет изменения рекламных носителей и операционных расходов.

Наша реклама действительно стала продаваться. Сейчас жалеем лишь об одном — что не было возможности раньше побывать на этом семинаре. Сколько мы это сэкономили нам денег...»

Как начался год в Курлекской библиотеке

Окончание.

Начало на 1-й стр.

Среди экспонатов выставки — «Блокадная книга», написанная Грининам в соавторстве с Алексеем Адамовичем. «Блокадная книга» рассказывает о муках осажденного фашистами Ленинграда, о героизме его жителей, о страданиях и о мужестве, о любви и о невинности, о смерти и бессмертии. Основываясь на интервью с очевидцами, документах, письмах, она остается самым подлинным, ярким свидетельством блокадных лет, книгой, которую должен прочесть каждый. Ветеран Великой Отечественной войны Даниил Гранин и под мирным небом был солдатом большой русской литературы, защищаям дорогие ему идеалы. В этом и был заключен главный замысел выставки-обзора «Даниил Гранин: солдат и писатель», открывшейся к юбилею писателя.

Продолжая тему блокадного Ленинграда, хочу выразить огромную благодарность Ольге Кондус, за её заметки об этом городе, за её пронзительные стихи, за умение затронуть струны нашей души.

Наверное, все кто готовились к мероприятию и изучали материалы об ужасах блокадного города, испытывали чувство сострадания и единения со всеми, кто пережил блокаду.

28 января мы решили провести патристическую Акцию «Блокадный хлеб Ленинграда». Акция сначала прошла в школе, где ученики 6 классов посмотрели видеопрезентацию о блокадном Ленинграде. После рассказа о тяжелой жизни детей в блокадном Ленинграде, участники мероприятия со слезами на глазах читали дневники своих сверстников, живших в

оккупированном городе. Всем участникам были розданы карточки на хлеб, по которым они получили блокадные 125 грамм хлеба в знак памяти о страшных 872 днях голода и страданий жителей города. Карточка в блокадном Ленинграде — главный документ, который давал право купить продукты по государственному ценам. На листе бумаги с отпечатанными талоном было указано, сколько граммов и каких продуктов можно по ним получить. В начале блокады, зимой 1941 года, хлеб пекли из смеси ржаной, овсяной, ячменной, соевой и солодовой муки. Через месяц к смеси стали добавлять льняную жмых и отруби. Затем в ход пошли мукуная сметка, вытряски из мешков кукурузной и ржаной муки, мука из березовых почек, сосновой коры, ветвей березы, семян подсолы и шавельи, и наконец — прелевых опенок. Блокадный хлеб в самый ужасный период был таким: корочка, а в середине мокрый мякиш. Его подсушивали на буржуйке, его невозможно было проглотить. Мякиш был похож на глину. Дети — участники мероприятия не могли поверить, как можно было прожить на такой кусочек хлеба целый день. Акция «Блокадный хлеб Ленинграда» вызвала большой интерес и у взрослых читателей библиотеки.

Я рада, что такие мероприятия не остаются без внимания посетителей библиотеки. У каждой семьи есть своя память о войне. Но в целом, в конечном счете, это все равно память о подвиге, о силе человеческого духа. И мы должны ее бережно хранить. Сегодня она помогает нам ценить жизнь, дружбу, семью, любить нашу Родину.

Библиотечка Курлекской библиотеки
Татьяна Анисимова

Напоминание, следующий выпуск газеты готовится библиотекой:
д.Кандица, с.Корнилово, с.Октябрьское, с.Молодецкий, д.Губинно
Информацию предоставит до 20 апреля.

Библиотечный вестник Томского района выходит один раз в два месяца.
Адрес редакции: 634507 Томская обл., Томский р-н в. Зональная Станция, ул. Солнечная, 23.
Телефон, факс: (832-3) 924—019.
Тираж: 50 экземпляров

БИБЛИОТЕЧНЫЙ ВЕСТНИК ТОМСКОГО РАЙОНА

Газета сельских библиотек Томского района.
Выпускается с сентября 2010 г.

№ 1 (42) январь — февраль 2019 г.

Как начался год в Курлекской библиотеке

2019 год в нашей библиотеке начался очень активно. В рамках развивающей программы «Читай, село Курлек!» я подготовила для наших читателей библиотечную выставку «С хорошей книгой в Новый год». Сказки с прекрасными иллюстрациями и лучшие произведения русских и зарубежных писателей создали волшебную атмосферу счастливого Нового года, веселого Рождества и Крещенских праздников для читателей, посетивших эту выставку.

14 января в библиотеке для детей начальных классов была подготовлена выставка книг и викторина «Сказки матушки-зимы», где их ждали веселые вопросы и загадки. Ещё большего веселья добавили интересные конкурсы у сказочных снеговиков. В заключение мероприятия, юные читатели взяли сказки матушки-зимы, пообещав прочитать все книги с этой выставки. Все дети получили в подарок магниты с символом года и с удовольствием сфотографировались.



В



Татьянин день прекрасную половину наших читателей ждал сюрприз. Специально для них я подготовила подборку самых знаменитых и популярных Татьян в России. Я оформила стенд «15 самых известных Татьян России» и выставку «Татьяны русской литературы». На выставке были представлены произведения, героями

«рых» являются Татьяна. Это и известные детские писатели «Наша Ганя громко плачет...» Агния Барто, и, пожалуй, самая популярная читательница библиотечную выставку «С хорошей книгой в Новый год». Сказки с прекрасными иллюстрациями и лучшие произведения русских и зарубежных писателей создали волшебную атмосферу счастливого Нового года, веселого Рождества и Крещенских праздников для читателей, посетивших эту выставку. 14 января в библиотеке для детей начальных классов была подготовлена выставка книг и викторина «Сказки матушки-зимы», где их ждали веселые вопросы и загадки. Ещё большего веселья добавили интересные конкурсы у сказочных снеговиков. В заключение мероприятия, юные читатели взяли сказки матушки-зимы, пообещав прочитать все книги с этой выставки. Все дети получили в подарок магниты с символом года и с удовольствием сфотографировались.

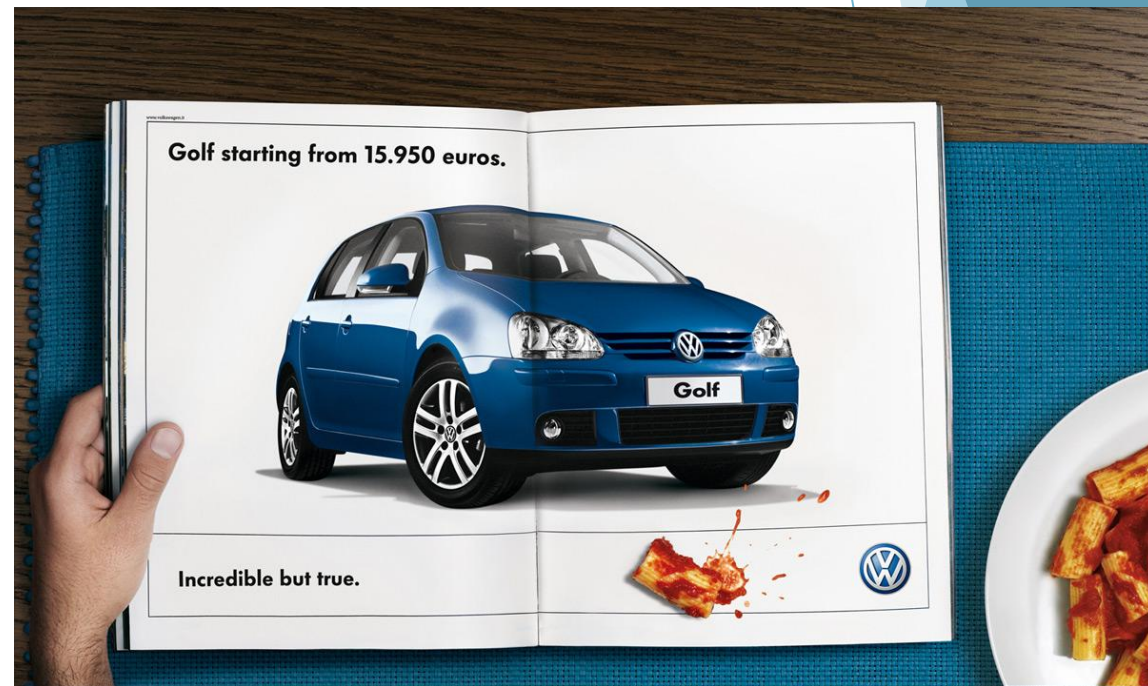


Параллельно с остальными выставками для любителей сербской литературы в библиотеке была организована выставка-портрет «Даниил Гранин: солдат и писатель», на которой были представлены широкого известности книги писателя: «Искатели», «Река времени», «Выбор цели», «Наш комбат» и другие.

окончание на 4-й стр.

Под обрез

- ▶ **Макет «реклама под обрез»** – этот макет обычно дается в журналах на целую страницу или в полный разворот двух страниц; главная роль здесь отводится изображению, текст может полностью отсутствовать или быть минимальным по объему.



Полоса

- **Полоса** – для этого макета характерны простота расположения и наглядность. Иллюстрация обычно расположена вертикально и занимает половину страницы, на второй половине приводится небольшой текст



Hair Lux

Продажа материалов для наращивания и афроплетения в Сибири

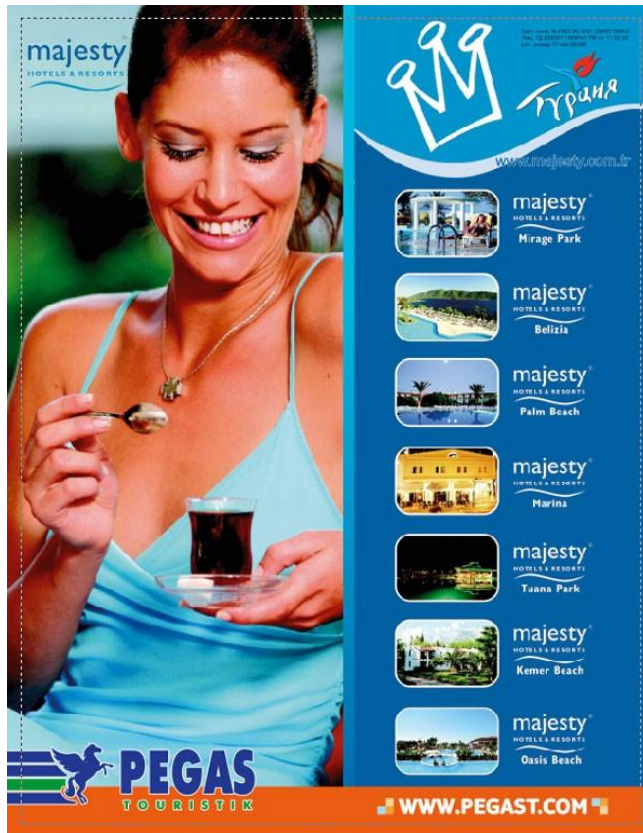
КАНЕКАЛОН АНДА ЗИЗИ ЛОКОНЫ ДРЕДЫ более 80 цветов

НАТУРАЛЬНЫЕ ВОЛОСЫ В КАПСУЛАХ И ТРЕССАХ HAIRSHOP - более 30 цветов

Бесплатная доставка по городу и России

Обучение всем видам наращивания и афроплетения

Новосибирск ул. Советская 64, офис 701 Тел.: 8 (383) 392-39-30
Красноярск ул. Маркса 95, офис 207 Тел.: 8 (923) 373-88-83
Омск Проспект Мира 24 Тел.: 8 (391) 605-777



majesty HOTELS & RESORTS

ТУРЦИЯ

www.majesty.com.tr

- majesty HOTELS & RESORTS Mirage Park
- majesty HOTELS & RESORTS Belizis
- majesty HOTELS & RESORTS Palm Beach
- majesty HOTELS & RESORTS Marina
- majesty HOTELS & RESORTS Tiansa Park
- majesty HOTELS & RESORTS Kemer Beach
- majesty HOTELS & RESORTS Oasis Beach

PEGAS TOURISTIK

WWW.PEGAST.COM



16°

ВАШ ГИД ПО СВОБОДНОМУ ВРЕМЕНИ

ТОП

8 - 21 декабря 2014

(358)

Тел: +7 384 2000 7000

terra-sar.ru

SALE 30%

50%

oblique®

Polina boutique

ВОЛЖСКАЯ, 21
(УГОЛ НЕКРАСОВА)
TEL: 23-28-04

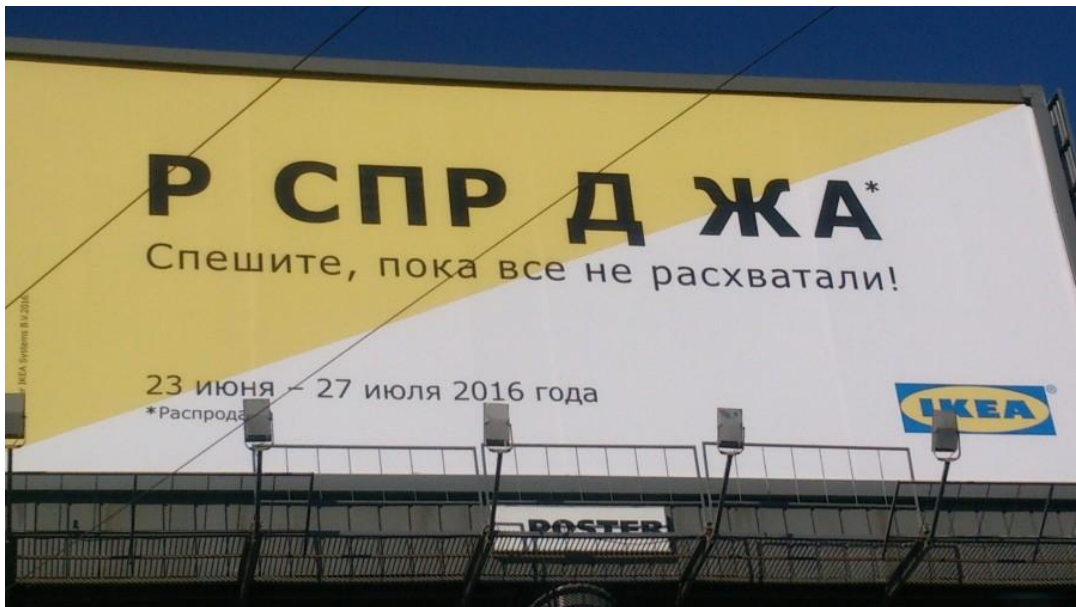
Аксиальное расположение

- ▶ **Макет «аксиальное расположение»** – в этом макете иллюстрация дается вертикально по центру страницы; текст – двумя столбцами по бокам от изображения. Рекомендуется обязательно оставлять свободное пространство поблизости от рисунка



Алфавит

- ▶ **Макет «алфавит»** – текст в рекламном объявлении распложен таким образом, что своими очертаниями и формой напоминает какую-либо букву алфавита



Силуэт

- ▶ **Макет «силуэт»** – на белом фоне рекламного объявления дается очень крупное, во весь лист, изображение одного предмета, небольшой по объему текст может находиться в любом месте по отношению к изображению

LOSE WEIGHT, FAST?

Unless you've been living inside a McDonald's for the past two months, you probably know that the most buzzed-about diet craze is something called intermittent fasting (IF), and that it's different from any other diet you've ever read about. IF lets you eat anything you want—just not when you want. And despite the “fasting” label, you don't ever have to go completely without food. Confused? The non-feeling frenzy has been fueled in part by *The Fast Diet*, a best-selling book from England. (The U.S. edition was released in February.)

The idea behind it is simple: You can eat normally on five days out of the week, but on two nonconsecutive days (you pick them) you are limited to two small meals totaling just 500 calories (600 for men). Coauthors Michael Mosley and Mimi Spertus, both journalists, insist that this 5:2 eating pattern not only helps you lose weight, it improves a range of metabolic and even cognitive function, and may even help delay aging. The good news is that their claims seem to be backed up by a growing body of scientific research. Even better, the diet doesn't entail a usual long-term fasting, you're not going without food, you're just going with less food. Finally, intermittent fasting is almost infinitely flexible, and you can use it to design an eating program that fits your goals and your level of willpower. Recent 5:2 studies have shown success with alternate-day dietary restriction, and even with overnight fasting, where you limit your food intake to an eight-hour “window” each day—which basically amounts to skipping late-night snacking and eating a late breakfast. Some scientists believe that by alternating our eating patterns, we more closely mimic the feast-or-famine cycles that our prehistoric ancestors knew: those cycles, in turn, helped shape our DNA. “We are not wired to eat all the time,” says Satchin Panda, a biologist and associate professor at the Salk Institute in San Diego. Panda recently coauthored a study that found that mice on a high-fat diet gained far less weight when their eating hours were restricted to an eight-hour period than mice with 24/7 access to the same high-fat food—begin consuming the same number of calories. “Just like you need a good light/dark cycle to regulate your sleep, your body needs an eating/fasting cycle,” Panda explains. During the fasting part of the cycle, scientists believe, our cells gradually

switch over to a kind of survival mode, activating chemical reactions that not only burn off excess fat but also have been shown to combat the effects of aging. Studies have found that brief periods of fasting bring some of the same benefits of longer-term calorie restriction, such as increased insulin sensitivity, improved cholesterol profiles, better cognitive function, and, of course, weight loss. Animal studies have even shown a reduced risk of cancer. “Why? Like exercise, fasting induces a mild stress,” says Mark Mattson, a neuroscientist at the National Institute on Aging. “The cells are responding by producing antioxidants.” In other words, it's good stress. “It's much easier, mentally, than being on a diet,” says Alison Sputh, 34, a mother of three who has been fasting intermittently for two years, after losing 11 pounds in three months on IF. Sputh practices a moderate form of the diet, restricting her food intake to between the hours of 11 a.m. and 7 p.m., drinking coffee, water, and tea the rest of the time. “What's so great about it is that when it's time to eat, I get to eat normally,” she says. Is IF right for you? That depends. “We've recommended a vegetable-heavy, high-protein diet of 1,000 calories two days a week to some patients, in some cases, and we've seen it work,” says Louis Aronne, an internist and director of the Comprehensive Weight Control Program at New York-Presbyterian Hospital/Weill Cornell Medical Center. “But I don't think you can eat whatever you want the other five days of the week.” Aronne says he typically finds fasting diets to be most useful in heavier patients who have failed at other dietary regimens. Indeed, the most successful fasting-diet studies have been done with obese subjects. For normal-weight people, the jury is still out. Loren Greene, a New York endocrinologist, discourages fasting if you are already very thin, have struggled with an eating disorder, or are diabetic (or especially pregnant). “It's also important to stay well hydrated,” she says. Moreover, experts caution against the days-long juice fasts popular in Hollywood and the fashion world. “People say, ‘I went on a long fast, and I lost all this weight,’” says Aronne. “But that's because you're burning muscle and you lost water weight. It's almost an illusion of success.” Forget illusions. We'll take real, cheater-free weight, even if we have to wait a few hours to eat. ■



Linea B5 Varietale
Malbec - Cabernet Sauvignon | Syrah - Tempranillo | Chardonnay - Semillon | Malbec - Pinot Noir

BODEGA SEPTIMA
www.bodega.com.ar

КОМИКС

- ▶ **Макет «комикс»** состоит из серии мелких рисунков с текстом, рассказывающим занимательную историю о чем-либо или о ком-либо. Текст может быть дан в виде диалога действующих лиц, изображаемых на картинках

ВИРУСЫ ГРИППА! ОСТОРОЖНО!

Автомобиль наш!

Вы окружаете слева и справа

А-пчхи!

Жители города пытаются защитить себя...

АРПЕТОЛ ЛЕЧИТ
а не просто облегчает симптомы

10 ТАБЛЕТОК
арпетол

АРПЕТОЛ 100мг

Активный ингредиент: Арпетол

ЛЕКОФАРМ

ОТ ПРОСТУДЫ, ГРИППА, ГЕРПЕСА, БРОНХИТА

Противовирусное и иммуномодулирующее средство

ЛЕКОФАРМ

АРПЕТОЛ

Лекарственное средство. Перед применением проконсультируйтесь с врачом. Внимательно читайте инструкцию. Рег. уд. МЗ РБ №07/08/1485 от 28.09.2007 действ. до 28.09.2012. Производитель СООО "Лекфарм", Беларусь.

Снимите боль с горла

Однажды осенью две подружки пошли гулять в парк аттракционов.

Не хочешь. Горло болит.

Давно прокатилась? Отвечай. Прокажи.

Попробуй Гексорал.

Ммммммм!

За одну-две секунды распыления Гексорал достигает очага инфекции и уничтожает бактерии, облегчая боль в горле.

Гексорал действует быстрее, чем можно ожидать.

Гексорал табс

Гексорал аэрозоль

Активен в течение 12 часов

40 шт.