



Изобразительные возможности средств письма

Работа учениц 10 класса
Берещенко Екатерины и
Агарковой Александры

Своеобразие книжной графики

Книжная графика относится к изобразительным видам искусства. Она:

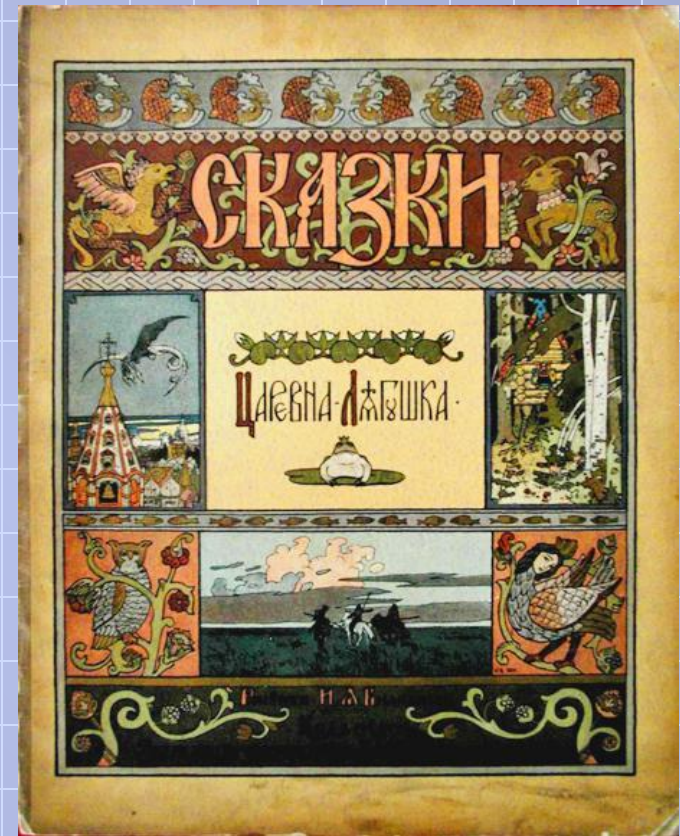
- ♥ отражает действительность через образное, наглядное воспроизведение ее зримых форм
- ♥ передает облик предметов и явлений окружающего мира
- ♥ выражает мысли художника, его отношение к изображаемому
- ♥ определяет собой сущность художественного образа
- ♥ имеет свои специфические особенности.

Графическая иллюстрация к литературному произведению

Особое значение имеет книжная иллюстрация. Она помогает наиболее ярко передать смысл произведения и его содержание.



Пьесы Мольера



Сказки

Акростих

Акростих — стихотворение, в котором первые буквы каждого стиха составляют осмысленный текст. От Античности и до Средних веков выбор этой формы чаще связан с сакральными мотивами (читается имя Христа, Девы Марии и т. п.), или с обращением поэта к своему покровителю, или с подписью, встроенным в первый столбец букв авторским именем. В функциональном отношении различают три типа акростиха.

Акростих-ключ: читаемый по первым буквам текст в концентрированном виде выражает смысл произведения и, по авторскому замыслу, должен быть замечен всяким читателем; частный случай такого решения — стихотворение-загадка с разгадкой в первых буквах:

*Д*овольно именем известна я своим;
*Р*авно клянётся плут и непорочный им,
*У*техой в бедствиях всего бываю боле,
*Ж*изнь сладостней при мне и в самой лучшей доле.
*Б*лаженству чистых душ могу служить одна,
А меж злодеями — не быть я создана.

Юрий Нелединский-Мелецкий

Акростих

Первые буквы всех строк образуют слово

Елка, помнишь, под
травой
Жил в траве приятель
твой
И гуляя в иголочках
Как живая елочка!

ЕЖИК



Использование графики средств письма характерно для русских поэтов-символистов.

Футуризм (от лат. *Futurum* – будущее), одно из основных авангардистских течений в европейском искусстве начала 20–го, получившее наибольшее развитие в Италии и России.

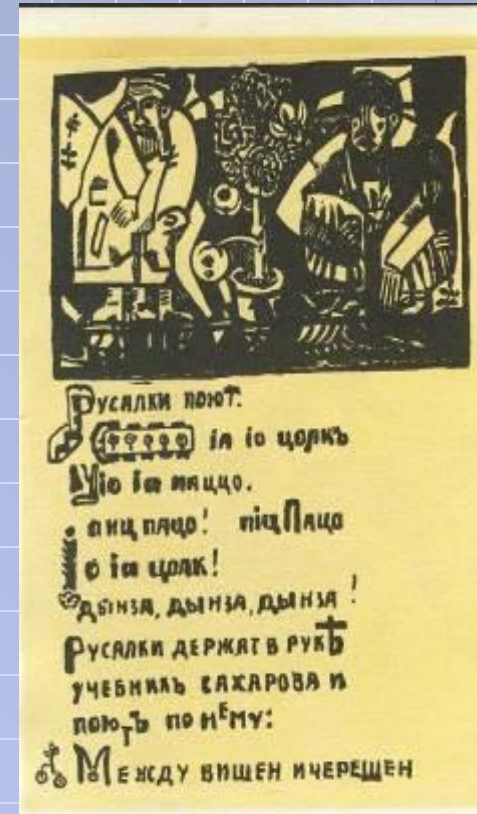


«Манифест футуризма»:

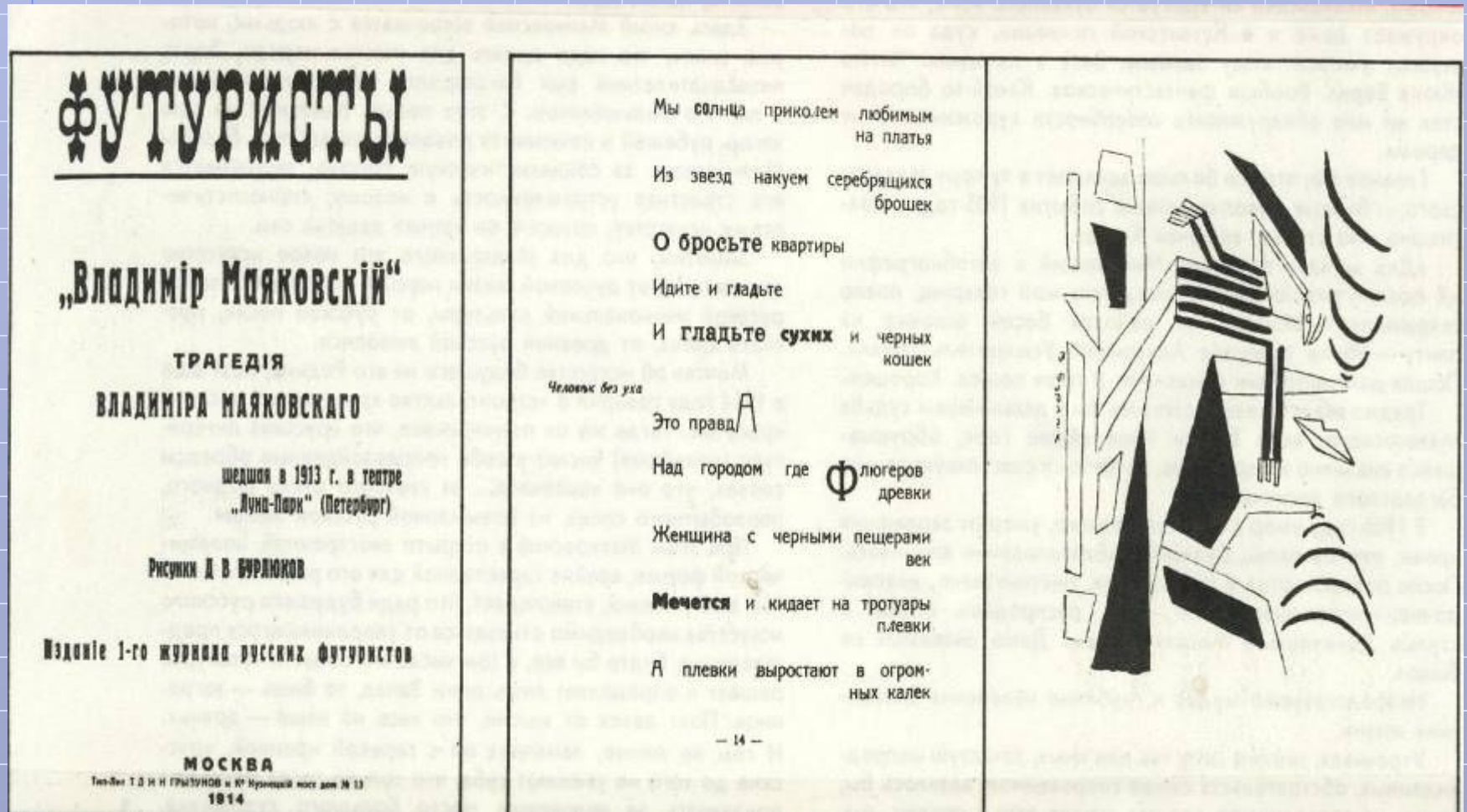
- **Разрыв с традиционной культурой;**
- **Утверждение эстетики современной урбанистической цивилизации с ее динамикой;**
- **Поиск новых средств речевой выразительности**

Русские футуристы шокировали публику

- ❖ печатали свои произведения на грубой оберточной бумаге
- ❖ Создавали непривычный тип книги.
- ❖ Набирали тексты различным шрифтом



Книга должна воздействовать на читателя не только своим содержанием, но и внешней формой



Существует три приема выражения логического ударения в письменной речи:

- 1. Перемещение выделяемого слова в ударную позицию (позиционный способ).**
- 2. Добавление слов-усилителей (лексический способ).**
- 3. Использование шрифтовых и знаковых средств (графический способ).**



Позиционный способ

Логическое ударение слову придает именно конечная позиция.

Если мы пишем: «Человек сидел в кресле» – значит, хотим подчеркнуть, что человек сидел именно в кресле, а не на стуле и не на полу. Стоит написать «В кресле сидел человек», как выделяется слово «человек».

Следите за тем, чтобы в ударную позицию не попало случайное слово, которое вы не мыслили логически выделять.

Дополнительная информация для любознательных:

1. К конечной, а стало быть и ударной, приравнивается **позиция перед запятой**, на месте которой могла бы стоять точка.
2. Логически ударной является и позиция **перед скобкой** и некоторыми другими знаками препинания.

Пример: «Медсестра не осознавала, что дает яд больному (она перепутала лекарства)». Читатель выделяет слово «больному», тогда как логически ударным должно быть слово «яд». Следует поменять эти слова местами.



Графические средства передачи ЛОГИЧЕСКОГО УДАРЕНИЯ

1. Вид. графические шрифты

Курсив, **полужирный** шрифт, ПРОПИСНЫЕ буквы. Сюда же можно отнести графическое выделение слова разрядкой и подчеркивание

При использовании выделяющего шрифта нас подстерегают две наиболее распространенные ошибки: выделение не того слова и употребление шрифтового выделения в функции, не связанной с передачей логического ударения.

Serif (classical font)
• Old Style (classical font)
• Transitional (classical font)
• Modern (classical font)
Slab Serif (classical font)
Sans serif (classical font)
Script (classical font)
Blackletter (classical font)
DISPLAY (classical font)
Monospaced (classical font)

развитие шрифтов

Появление типографских станков совершили переворот в развитии шрифтов. Со временем шрифт приобретает новые формы, входит в обиход типографских и газетных издательств и начинает использоваться, как способ индивидуализации и графического выделения.

Впервые выделение шрифтом начинается использоваться в рекламных объявлениях, что бы привлечь взор читателя. Чаще всего использовалось выделение жирным.

Этот прием современные газеты используют до сих пор.

Поглищись и выиграй мотоблок
нужно на стр. 4

№23 (517)

10 июня 2009 г. Ежедневная газета

КОЛХОЗНИЦА СОВЕТОВ

Правда-матка про колхозную жизнь

Мой короткий рассказ - о моей маме. Я помню главное последствие ирсии. Наш папа пришел без вести на войну. Мама была молодой, а папа, летей, у нее было двое. Мама работала в колхозе, а жили мы в поселке, поэтому она ездила с другими женщинами на полево в бригаду. Работая на току, сторожила солому. Кто знает, тот понимает, что это была за работа. На обед давали кашу - по ковшу на человека. Как - то раз в обеденный перерыв женщины расположились в амбаре на соломе - кушать. В углу, за столом - бригадир и прискакивший из города на лошади уполномоченный - сидит, разговаривает. Мама Мария бойкая была женщина, возьми да и скажи: «Сколько зерна уродилось, на току воруха, а людей кормят плохо. Неужели это Сталин так приказал?» Уполномоченный ей: «Ну-ка, кидте своя, красная косылка». Женщины перепугались и разбежались: времени были такие, что за колхозом утаенного зерна госторжымали. Да и за слова не жаловали. Уполномоченный и спрашивает: «Что у вас здесь, шпioni есть?». Мать ему в ответ: «Какие шпioni - вдовушки голодные, у которых дома по пять детей и больше, тоже голодные сидят. Ты вот сиди, лошадь накорми. Так и людей накорми, а потом заставишь работать. Он записал все. Через несколько дней стали печь хлеб, давать домой детям.

В конце года, как закончилась уборка, всех свозили в клуб, на собрание. На сцене сидит уполномоченный, а председатель отчитывается: сколько хлеба собрали, сколько людям выдали на трулоули. Переходящее знамя вручили. Потом предложили людям выступить. Все молчат, а мать и здесь отличилась. «Я хочу сказать». Ее приглашают за трибуну, а она: «Нет, я с места». В зале - мертвая тишина. Она и говорит: «Хорошо, что дали зерна. Но много дали тем, у кого мужья много заработали трулоулей, а вдовушки получили по мешку - полтора. Чем сами кормить? Многие женщины стали плакать.

Уполномоченный и на этот раз что-то записал. Через какое-то время влоам добинили зерна - главного продукта для детей. За такие речи молги и не пощорившись, но видно, и среди уполномоченных были люди...

Позже женщины просидели мать выступить и на других собраниях. Но она «резать правду-матку» больше не хотела. Или не считала нужным. Мало ли что...

Любовь Мазилычева ШИРЯКОВА, 75 лет
с. Дятлово, Старотрипольский край

между прошлым и будущим

15 июня (понедельник)
Петров пост (по 11 июня)
Именины: Иван

- 115 лет назад родился Федор Иванович ТОЛБУХИН (1894-1948), маршал, Герой Советского Союза. Войска под его командованием участвовали в Сталинградской битве, освобождении Украины, Молдавии, Румынии, Болгарии, Югославии, Венгрии, Австрии
- 50-летие ВДНХ (ныне - ВВЦ) в Москве

Именины: Павел

17 июня (среда)

- Всемирный день по борьбе с опустыниванием и засухой
- 80 лет назад родился Тигран ПЕТРОСЯН (1929-1984), спортсмен, чемпион мира по шахматам (1963 - 1969), журналист

Именины: Мария

19 июня (пятница)

- 90 лет назад родился Юрий ЯРВЕТ (1919-1995), эстонский актер театра и кино («Мертвый сезон», «Король Лир», «Солжарис»)

Именины: Кирилл, Фидор

20 июня (суббота)

- 340 лет назад родился Леонтий Филиппович МАГНИЦКИЙ (1659-1739), математик, педагог, автор учебника «Арифметика», по которому учились М.В. Ломоносов
- 85 лет назад родился Василь БЫКОВ (1924-2003), белорусский писатель, один из выдающихся мастеров военной прозы XX в. («Третья ракетка», «Мертвым не болонь», «Облаки», «Дождь до рассвета», «Пойти и не вернуться», «Кариер»)
 - Всемирный день бакалеив
- 75 лет назад родился Юрий ВИЗБОР (1934-1984), поэт, бард, кинорежиссер («Нюльский дождь», «Начало», «Белорусский поварь», «Семнадцать мгновенный весты»)
 - День медицинского работника

21 июня (воскресенье)

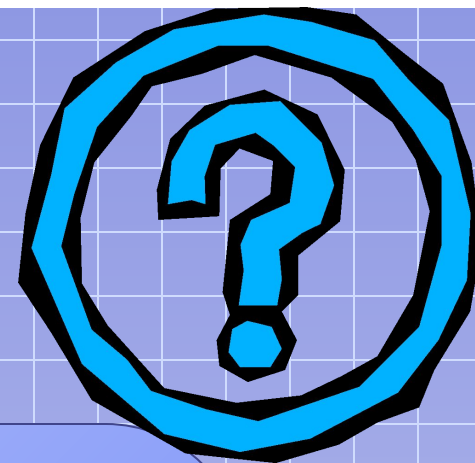
- День медицинского работника

Всех святых, в земле Российской просиявших

Зачисловность	Лассо	Ошиба прыгун	Цеплок	Спорт винограда
			о	
Делы за твердость	Штат и рева в США	Советский авиаконструктор	Сва же кровель	Статья Швейцарии

Ковч. 82

Часто ли мы задумываемся, какую роль в написании текстов играют шрифты?



Шрифт это, по сути, графический рисунок, включающий в себя начертание букв и знаков, представляя собой стилистическую систему набора определенного размера, ширины и объемности.

Важно при выделениях шрифтами не использовать все и сразу: либо шрифт, либо размер или же выделение толщиной или цветом. Нагромождение выделений приведет к обратному эффекту.

2. Знак ударения – акúт.

Иногда возникают ситуации, когда предложение написано так, как оно и должно быть написано, а логическое ударение не воспринимается читателем сразу, приходится перечитывать. Что делать? – перестановка слов порождает корявую, искусственную фразу, добавить лексический усилитель не удастся, выделяющий шрифт перебарщивает, чересчур уж выделяет, а этого вроде не требуется... Единственное средство в таких случаях – знак ударения.



Написано: «Конец показывает, что каждый может», «Сокол против воробьев, а против кошки – мышь».
(Пословицы.)

Варианты исправления: «Конец показывает, что́ каждый может», «Со́кол против воробьев, а против кошки – мышь».

3. Восклицательный знак

Если пишущий ставит в конце предложения восклицательный знак, он показывает, насколько сильно его волнует содержание собственного высказывания. В этом смысле восклицательный знак противопоставлен и точке, и многоточию, и вопросительному знаку: «— Погодите! — вскричал я. — Орла! Орла заберите! Вместе с запахом!» (А. и Б. Стругацкие).

Пример-

«При издании своего словаря В.И Даль провел четырнадцать (!) корректур трехсот тридцати печатных листов большого формата».



Восклицательные частицы – способ выражения эмоционального настроения автора, прием создания эмоционального пафоса текста: *О, как ты прекрасна, земля моя! А как хороши твои поля!*

Восклицательные предложения выражают эмоциональные отношения автора к описываемому (гнев, иронию, сожаление, радость, восхищение): *Безобразное отношение! Как можно беречь счастье!* Восклицательные предложения выражают также побуждение к действию: *Сбережем свою душу как святыню!*

Риторические восклицания – особое средство создания эмоциональности речи, выражения авторской позиции.

Какое лето, что за лето? Да это просто колдовство!

4. Выделяющее тире.

применение тире нередко связано с чисто эмоциональным или зрительным выделением ударного рекламного слова, в качестве графического средства показа членения фразы на смысловые единицы

В предложении «Исследователь установил, что это есенинское четверостишие» в ударной позиции стоит не то слово, которое требовалось.

Исправить ошибку можно с помощью тире:
«Исследователь установил, что это – есенинское четверостишие»

5. Курсив

Курсив участвует в создании *интонационного* рисунка высказывания;

- он служит средством увеличения *эмоциональной нагрузки*
- способствует *акцентированию* особенностей мыслительного процесса персонажа
- указывает *основные вехи* этого процесса
- определяет *отношение* персонажа к изображаемым действиям и ситуациям
- дает дополнительные *характеристики* личности и характера персонажа.

6. Реклама

Основная задача рекламиста — завоевание внимания потребителя среди огромного количества рекламы. Внимание можно рассматривать как механизм, который контролирует объем и характер информации, получаемой потребителем. Чтобы понять, как создается такое рекламное сообщение, которое максимально привлекает внимание, рассмотрим четыре основных мотива обращения потребителя к рекламе.



Первый

мотив.

Получение полезной информации, помогающей принимать решения.

Эффективная реклама стремится обеспечить потребителя необходимой ему информацией. Изложение информации должно **быть коротким, но напористым**



Второй

МОТИВ.

Привлечению внимания к рекламе содействуют размер и «яркость» объявления. Число людей, читающих рекламные сообщения, возрастает с увеличением их размера. Цветную рекламу читают на 50% больше, чем такую же черно-белую.

ПОЧТИ ДАРОМ! **
ВСЕГО 50 КОПЕЕК
за любую игру, реалтон, картинку, тему и т.п.
отправляй
327 на 5551

MP3 5550 отправляй SMS
с кодом на номер
ПОЛИФОНИЯ 5558
для всех типов телефонов

ТРОФИМ
Город Сочи
34111463

АРАМ ЗАМ ЗАМ
34148393

Леонид Портной
Кто создал тебя
такую 34116863

Боби-боба 34171613
к/ф Спецназ

Третий мотив.

Место расположения рекламы также играет важную роль: левая сторона страницы газеты и ее верхняя часть привлекают меньше внимания; четвертая страница обложки газеты привлекает на 65% больше внимания, чем ее середина, а вторая и третья страницы — на 30% больше. «Кричащая» реклама привлекает больше внимания, чем спокойная.



Четвертый мотив.

При высокой вовлеченности потребителей в процесс восприятия рекламного сообщения повторяющаяся реклама удерживает внимание потребителей изменением не только малозначащих элементов, таких как иллюстрации, шрифты, но также вариациями на главную тему рекламы.



Реклама должна заменить личное исследование товара и создать длительную, яркую картину. В результате исследований человеческой памяти были выявлены различные особенности ее функционирования, успешно применяемые сейчас в рекламе в целях стимуляции запоминания:



- ☺ иллюстрация запоминается лучше и дольше, чем текст, так как облегчает выработку условных ассоциаций;
- ☺ эффективна максимально приемлемая интенсивность раздражителя (наиболее чувствительными являются зрительные центры);
- ☺ сильное впечатление производят стихи, они запоминаются быстро и надолго;
- ☺ остроумная идея, комичность, юмор также являются мощным средством достижения данной цели;

СЛОГАН В РЕКЛАМЕ

Слоган- яркое, короткое, легко запоминающееся выражение. Является основным способом привлечения внимания в рекламе.

ARIEL НЕ ПРОСТО ЧИСТО, А ПЯТИЗВЕЗДНО ЧИСТО (ARIEL 5 ЗВЕЗД)

LOSK LOSK ЕСТЬ, ПЯТЕН НЕТ,

ПЕМОЛЮКС-СМЕТАЕТ ЖИР КАК УРАГАН

Таким образом графика письма является средством привлечения и акцентирования внимания к тексту, рекламе, объявлению. Является важным элементом культуры текста.