

Лектор Марина Геннадьевна Федотова

ГРАФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИЗДАНИЯ

ВЕРСТКА

- система размещения текстовых материалов, иллюстраций и заголовков на полосах, а также применение текстовых, титульных и выделительных шрифтов, использование основного - черного - и дополнительных цветов. Верстка непосредственно связана с композицией номера, газетной полосы. Составление газетных полос происходит в точном соответствии с графическим планом номера (т.е. макетом).

ЗАДАЧИ ВЕРСТКИ

- систематизировать содержание;
- направить внимание читателя на главное в номере газеты;
- улучшить восприятие газетного материала.

МАКЕТ НОМЕРА

- это графический план его верстки, который точно показывает размещение текстов и иллюстраций, заголовков, рубрик, формы подачи публикаций, места и конфигурации каждой из них, авторских подписей и других служебных деталей.

КАКИЕ МЕСТА В ГАЗЕТЕ НАИБОЛЕЕ УДОБНЫЕ?

Шпигель - место на первой полосе рядом с заголовком газеты. Хорошо, когда на нем размещают содержание газеты ("Сегодня в номере"). Физиологические и психологические особенности человеческого восприятия таковы, что мы просматриваем полосу по диагонали. Поэтому, наиболее выигрышной частью является левый верхний угол «на открытие», потом центр, потом правый верхний угол («на закрытие»). Наименее выигрышный - левый нижний угол. Этот закон действует для первой и последней полос.

А вот знакомство с правой внутренней полосой читатель начинает из правого верхнего угла, потом внимание концентрируется на центре, на верхнем левом углу. Проигрывает здесь правый нижний угол.

На левой внутренней полосе читатель прежде всего смотрит на центр, потом на верхний правый угол, на верхний левый и на нижний правый.

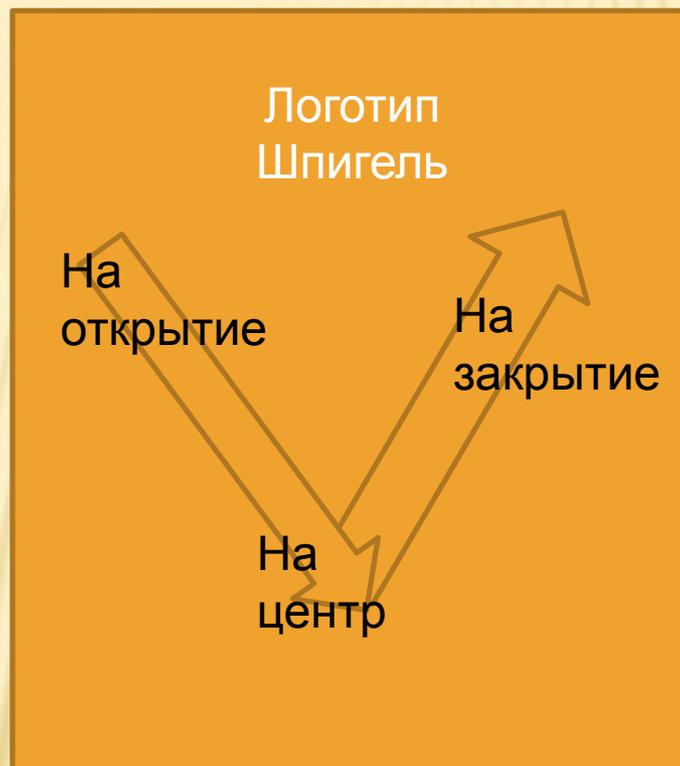
КАКИЕ МЕСТА В ГАЗЕТЕ НАИБОЛЕЕ УДОБНЫЕ?

Эти особенности восприятия обусловили три композиционные способа выделения: помещение наиболее значительных, актуальных материалов **“на открытие” (в левый верхний угол), “на закрытие” (в верхний правый) и на центр.** “На открытие” чаще всего ставят большой проблемный материал. В центре подают важные статьи, корреспонденции, обзоры. “На закрытие” часто планируют разнообразную информацию в форме подборок.

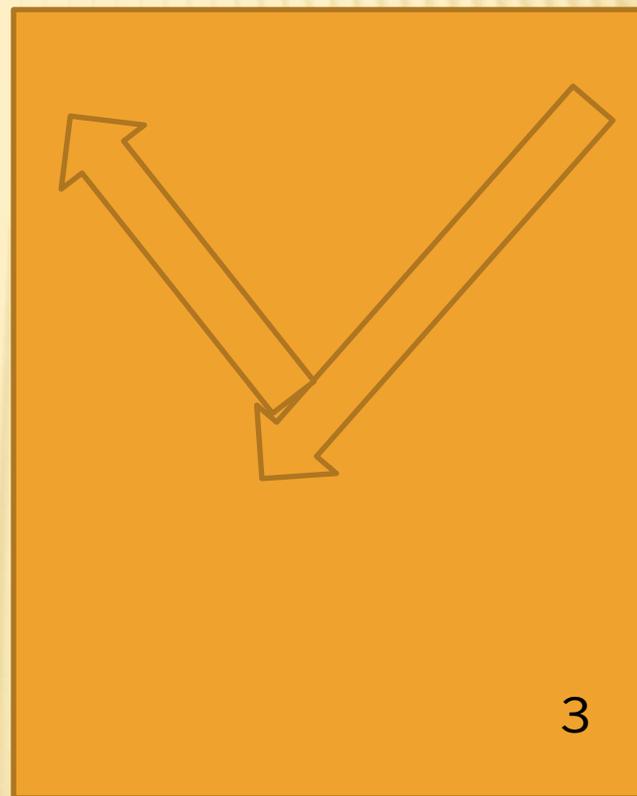
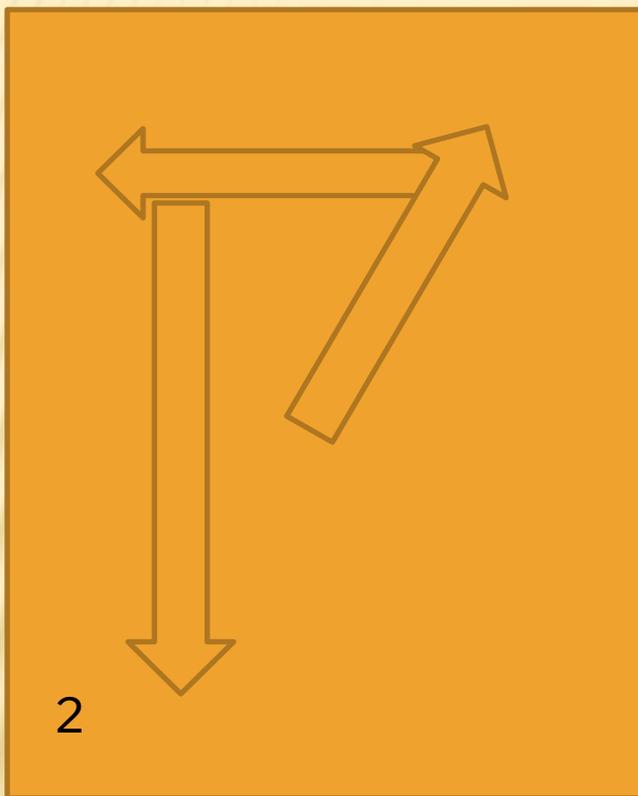
В четырехполосной газете за первой полосой, которая привлекает наибольшее внимание, идет четвертая, третья, а потом уже вторая. Сразу человек не останавливается на каком-то конкретном материале. После быстрого просмотра материалов первой страницы он, как правило, переходит к четвертой, а уже потом на разворот, причем смотрит сперва третью, а уже потом вторую страницу.

КОМПОЗИЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ВЫДЕЛЕНИЯ МАТЕРИАЛА НА ПОЛОСЕ В СООТВЕТСТВИИ С ОСОБЕННОСТЯМИ ВОСПРИЯТИЯ

□ 1,4 полоса



КОМПОЗИЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ВЫДЕЛЕНИЯ МАТЕРИАЛА НА ПОЛОСЕ В СООТВЕТСТВИИ С ОСОБЕННОСТЯМИ ВОСПРИЯТИЯ



КОМПОНЕНТЫ ГРАФИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

- Логотип издания
- размерные характеристики газеты
- постоянные элементы ее номера
- шрифтовое оформление газеты
- иллюстрирование
- заголовки публикаций
- цветность газеты.

К РАЗМЕРНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ ГАЗЕТЫ ОТНОСЯТСЯ

- **формат газеты** (размер бумажного листа – страницы номера). три основных формата газеты: большой формат А2 (420 х 594 мм), малый – А3 (297 х 420 мм), таблоидный (300 х 370 мм) и сверхмалый – А4 (210 х 297 мм).
- Стандартные форматы наших газет измеряются равнозначными величинами. Высота страницы следующего формата равняется ширине страницы предыдущего формата. Поэтому площадь страницы газеты, которая выходит форматом А 2, в 2 раза превышает площадь страницы газеты формата А 3 и в 4 раза - площадь страницы газеты формата А 4.
- Выбор формата газеты связан с ее типом. Формат газеты постоянен, однако при необходимости его могут изменять.
- Малый формат ведет к уменьшению размера материалов. За счет дополнительных средников приблизительно на 6% уменьшается емкость газетной полосы. Кроме того, некоторые журналисты и читатели считают малый формат недостаточно “солидным”. В то же время малый формат - более функционален, чем большой.
- От формата газеты, т.е. от размера ее страницы, зависит **формат газетной полосы**. Полоса — это отражение на бумаге сверстанных материалов газетной страницы. Полоса всегда меньше газетной страницы, к которой, кроме газетной полосы, входят верхнее, нижнее и боковые поля и часть средника, который разделяет сопредельные полосы газеты. Полоса в среднем занимает 4/5 площади газетной страницы.

К РАЗМЕРНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ ГАЗЕТЫ ОТНОСЯТСЯ

- ▣ **объем номера** связан с количеством его страниц и может изменяться в зависимости от типа издания и периодичности его выхода в свет. Обычно чем меньше формат газеты, тем больше страниц в ее номере. Традиционно объем газеты измеряется в страницах, но в целях сопоставимости между газетами разных форматов указывается в печатных листах, которые отвечают двум полосам формата А 2.
- ▣ **количество и размер текстовых колонок на полосе номера.** Определение параметров колонок влияет на дизайн газеты, облегчая или затрудняя восприятие читателями ее публикаций. Слишком узкие колонки мешают чтению текстов, широкая колонка воспринимается легче и при необходимости выделяет своим нестандартным форматом размещенный в ней материал.

РАЗНОВИДНОСТИ ВЕРСТКИ

- Верстка – размещение материалов на полосах номера.
- По форме, конфигурации материалов, представленных на полосе: **прямая и ломаная верстка**. Для прямой верстки характерна строго прямоугольная форма публикации, четырехугольник, обычно вытянутый в длину или ширину. При ломаной верстке публикация принимает форму многоугольника.

РАЗНОВИДНОСТИ ВЕРСТКИ

- По соотношению высоты и ширины публикации. При **горизонтальной верстке** ширина текста превышает ее высоту, при **вертикальной верстке** – его высота превышает ширину. Чаще всего в газетах сочетают вертикальную верстку с горизонтальной, получая таким образом их разновидности – вертикальную верстку с горизонтальными пересечениями (**Мешаная (брусочная) верстка**).

БРУСОЧНАЯ ВЕРСТКА

- это способ размещения газетного набора и составление частей полосы из разных по размеру (но обязательно прямоугольных) так называемых брусков.

Отмечается брусочная верстка простотой, отсутствием врезов, уступов, резко выраженной тенденцией к горизонтальному и вертикальному расположению компонентов.

ЭТАЖИ В ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ ВЕРСТКЕ

- При горизонтальной верстке полоса делится обычно на 3-4 “этажа” (ряда). Верхний этаж в такой верстке называют «чердаком», нижний – «подвалом».
- Максимальная высота “чердака” — $1/4$ полосы, минимальная — приблизительно 10 строк.
- «Подвал» занимает от четверти до трети полосы. В газетах используют несколько видов “подвалов”.
Полный “подвал” заполняет всю нижнюю часть полосы, на весь ее формат.
Неполный “подвал” (“полуподвал”) забирает лишь часть полосы, но не менее чем 3 колонки. Материал, который заполняет все нижние части колонок на полосе и несколько колонок, или же все колонки на соседней (разворот), называют **сквозным “подвалом”**.

СХЕМА ВЕРТИКАЛЬНОЙ ВЕРСТКИ

- Этот стиль верстки характеризуется вертикальным размещением материалов (“стояками”, «свечками»). Не рекомендуется размещать основные материалы полосы больше чем на 3-4 колонки. Характерной особенностью этого типа верстки является вертикальное деление полосы на 3-4 части: полностью отбиваются одна, две, три, даже четыре колонки. Иногда материалы верстаются “навертом” (“внакрут”), когда материалы размещают один за одним.

РАЗНОВИДНОСТИ ВЕРСТКИ

- По отношению к оси симметрии полосы различают **симметричную и асимметричную верстку**. К первой иногда обращаются в процессе подготовки праздничных номеров или целевых полос, стремясь привлечь внимание читателей необычностью их дизайна. Подавляющее большинство газетных полос строится на основе асимметричной верстки.

ЗАВИСИМОСТЬ СТИЛЯ ВЕРСТКИ ОТ ТИПА ИЗДАНИЯ



ЗАГЛАВНЫЙ КОМПЛЕКС

- Название газеты, исполненное привычным для постоянного читателя газеты рисованным шрифтом и расположенное на постоянном месте – сверху над всей полосой или только над его частью – логотип.
- указание типа издания (городская газета, еженедельник), периодичности его выхода, даты и дня выхода, нумерации номера, нередко – рекомендуемой цены номера, а также, если газета имеет свою страницу в Интернете, указывают ее сетевой адрес.
- В газетной практике встречается **несколько вариантов оформления первой страницы**.
- 1. фотоиллюстрация — репортажный снимок, фотопортрет, пейзаж и т.д. — занимает почти всю страницу и в этом случае сопровождается лишь небольшой текстовкой, лозунгом или «цитатой дня»
- 2. на первую страницу номера, кроме иллюстраций и подборки оперативных информационных сообщений, выносятся начала важнейших актуальных политических и экономических публикаций. Их продолжение и окончание размещаются на других его страницах.
- 3 Кроме большой фотоиллюстрации на первой странице помещают одну – две публикации средних размеров.
- Среди обязательных элементов первой страницы, который встречается практически во всех изданиях, — анонс («афишка») — указатель размещения важнейших материалов номера на его полосах.

РАЗМЕЩЕНИЕ ЗАГЛАВНОЙ ЧАСТИ ИЗДАНИЯ

- В случае необходимости можно изменять размер заглавной части газеты, однако обязательно нужно сохранять ее рисунок. Традиционное расположение заглавной части газеты - сверху, по левую сторону, над первыми колонками первой страницы. Однако во многих газетах ее довольно активно перемещают, иногда сдвигают вниз. Тогда на свободном месте размещают важные сообщения или информационную подборку. Сдвигать заглавную часть слишком глубоко не рекомендуется, чтобы не нарушить равновесия материалов на полосе.

СЛУЖЕБНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ИЗДАНИЯ

- **Колонтитул**— строка с названием газеты, ее номером, датой выпуска и указанием страниц, расположенный наверху каждой полосы или в нижнем внешнем ее углу.
- **Выходные данные:** учредитель, редактор, состав редколлегии, адрес и телефон редакции, регистрационный номер газеты, ее тираж, типография, где она печатается, и ее адреса, подписного индекса издания. Иногда здесь же указывается время сдачи материалов номера в печать и соответствие его графику. Нередко эти сведения разделяют на две части: первую — информацию об учредителе, редакторе, составе редколлегии, адрес и телефоны редакции — помещают на второй полосе номера, остальное — в конце его последней страницы.

ТРЕБОВАНИЯ К ЗАГОЛОВКУ

- он должен быть четким и коротким, побуждать читателя обратить внимание на материал;
- отображать самое главное в публикации;
- в нем не должно быть штампов и двусмысленностей;
- нужно избегать повторов;
- рекомендуется вводить в заголовок глагол;
- в заголовке нельзя употреблять сокращений.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ В ОФОРМЛЕНИИ ЗАГОЛОВКОВ

- Повторы в заголовках. Встречаются полностью повторяющиеся заголовки или заголовки с повтором одного или нескольких слов.
- Неправильное размещение газетного заголовка, особенно многословного. Разбив его на строки, нередко устанавливают их над разными частями статьи. В результате материал будто распадается на самостоятельные статьи, каждая с собственным заголовком.
- Смысловые слияния соседних заголовков. А если они расположены на одном уровне и набраны похожими шрифтами, то читаются как одно предложение, а временами приобретают двусмысленное значение. Нежелательного слияния двух заголовков можно избежать, подняв или опустив один из них, или набрав разными шрифтами и разделив линейкой.
- Двусмысленность может возникнуть из-за невнимательности относительно постановки заголовка и подзаголовка или рубрики и заголовка заметки. Иногда, сливаясь, они читаются как одно предложение.
- Иногда может возникнуть неудачное объединение заголовка и иллюстрации.

ВИДЫ ЗАГОЛОВКОВ

- основные (или главные);
 - подзаголовки;
 - внутренние подзаголовки;
 - рубрики;
 - шапки.

ПРИМЕР ВИДОВ ЗАГОЛОВКОВ

БИЛЕТ ВЪ
ПЯТЬСО

ЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ

КОНСОЛЬСКАЯ ПРАВДА
26 ФЕВРАЛЯ 2010 ГОДА
№ 7 (309)

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ФИНАНСЫ БАНКИ СТРАХОВАНИЕ

Что будет с ценами весной?

Подорожают овощи, водка и бензин

ВЫПИВКА

Реформа разогреет градус

Власти продолжают реформу алкогольного рынка. До 1 марта все спиртзаводы обязаны приобрести оборудование по переработке барды - гущи, которая остается при производстве спирта. Власти выдвинули правильное требование, признают производители. Но установить необходимое оборудование не каждому спиртзаводу по карману: на технику требуется больше миллионов долларов, а на дворе - то кризис!

- С 1 марта значительная часть спиртзаводов закроется, - оценивает ситуацию руководитель Центра разработки национальной алкогольной политики Павел Шапкин. - Конкуренция на рынке спирта снизится. Думаю, цены на водку в итоге поднимутся процентов на 10. Примерно на столько же подорожает и пиво. Каждую весну спрос на пенный напиток увеличивается. Пивовары практически ежегодно используют этот повод для увеличения цен. Другие спиртные напитки не подорожают.

ГОРЮЧЕЕ

Стоимость бензина «оттаает»

Эксперты говорят, что в весеннем росте цен на бензин мы сами виноваты. На дороги выезжают автомобилисты, которые берегут своих «железных коней» от морозов, слякоти и реагентов. Спрос на бензин растет.

- Правда, с каждым годом сезонный рост спроса на бензин снижается - автомобилистов, которые не пользуются машинами зимой, становится все меньше, - сообщил директор по развитию аналитического центра «Кортес» Павел Строков. - Но цены по весне все равно немного поднимутся.

На сколько? Нет повода для паники.

- До лета бензин подорожает максимум на 1 - 1,5 рубля за литр, то есть примерно на 5 - 7%, - считает аналитик управляющей компании «Тройка Диалог» Валерий Нестеров.

КРЕДИТЫ И ВКЛАДЫ

Займы станут выгоднее

Финансовые власти вынуждают банки снижать ставки по кредитам и вкладам. С 24 февраля Центробанк (ЦБ) сни-

ВАЛЮТА

Курс рубля - полет стабильный

- Ожидания представителей Минэкономики и Минфина по укреплению рубля, с нашей точки зрения, завышены, - заявил на днях первый зампреда Центробанка Алексей Улюкаев. - Мы увидим периоды, когда будет давление в сторону укрепления и неко-

шапк
а
рубрик
а
заголовок



ПРИМЕР ВИДОВ ЗАГОЛОВКОВ

заголовок

Сто миллионов рублей пришли из центра для омских безработных

подзаголовок

С их помощью в регионе будет создано 13 тысяч новых рабочих мест

Сергей ЧЕРНАКОВ

На пресс-конференции 16 февраля начальник Главного управления государственной службы занятости населения Омской области Михаил ДИТЯТКОВСКИЙ сообщил, что от Федеральной службы по труду и занятости регион получил первый транш в размере 100 млн рублей. Эти деньги будут направлены на реализацию программ дополнительных мер по снижению напряженности на рынке труда в 2010 году, благодаря которой, уверены в Главном управлении, удастся создать около 13 тысяч рабочих мест.



Начальник ГУ ГС занятости населения Омской области Михаил ДИТЯТКОВСКИЙ предупредил потерявших работу граждан, что господдержку нельзя использовать для приобретения бытовой техники или путевок в Турцию

Внутренний подзаголовок

Безработица уменьшится

Общий объем финансирования программы составит 285 млн рублей, из которых 250 млн рублей – средства из федерального бюджета, 35 млн рублей – деньги из областной казны и бюджетов муниципальных районов. По словам Михаила ДИТЯТКОВСКОГО, эта сумма может быть неокончательной. В прошлом году Омской обла-

рабочих граждан, но и на омичей, которые находятся под угрозой увольнения. Таких на данный момент 5,8 тысячи человек. На временное трудоустройство в текущем году запланировано 109,3 млн рублей. В муниципальных районах Омской области будут организованы общественные работы для 4,8 тысячи человек, на которые предусмотрено более 31 млн рублей.

По итогам реализации

экономически активного населения.

Сокращения на железной дороге

В то же время он заметил, что уже до конца марта более 3 тысячи человек заявлены на сокращения. Самые массовые высвобождения ожидаются в Омском пассажирском вагонном депо (более 1,3 тысячи человек), во ФГУП ОМО им. Баранова

Омской области Тамара ПОВЕЛЯЙКИНА пояснила, что в некоторых случаях высвобождение рабочей силы связано с реорганизационными процедурами на предприятиях, когда уволенные сотрудники трудоустраиваются в другие структуры этой же организации. В частности, 1092 сотрудника вагонного депо перейдут в новую Федеральную пассажирскую компанию, которая начнет работать с 1 апреля. Так что

- У нас работодатели более социально ответственны, чем в других регионах. Организации, которые испытывают трудности, преимущественно вводят режим неполной занятости либо сокращают рабочую неделю, а не увольняют сотрудников. Отмечу, что неполная занятость связана с сезонным фактором и особенно заметна в зимний период. Весной и летом ситуация улучшается, предприятия рассчитывают на получение дополнительных заказов, что исключает такие жесткие меры как высвобождение кадров, - сказал с оптимизмом Михаил ДИТЯТКОВСКИЙ.

Бизнес-проекты безработных

У ведомства Михаила ДИТЯТКОВСКОГО оптимистичные планы и в части организации собственного дела среди безработных, которые в прошлом году получили средства на реализацию 587 бизнес-проектов. По данным службы занятости, многие из вновь объявленных предпринимателей, особенно в муниципальных районах

мере 96,3 млн рублей могут рассчитывать 800 безработных. При наличии бизнес-плана они могут получить 61,7 тысячи рублей на открытие собственного дела и еще 58,8 тысячи рублей — на создание дополнительного рабочего места для трудоустройства безработного.

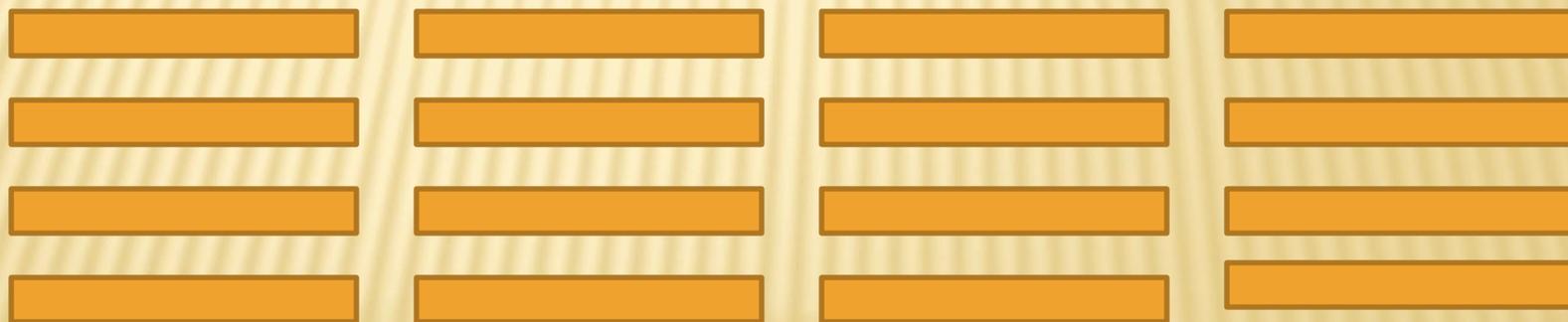
- Программа позволяет производить легализацию личных подсобных хозяйств. Ни для кого не секрет, что у нас очень много подсобных хозяйств, которые являются доходными, но которые не оформляют предпринимательство. Эта программа позволила на селе таким хозяйствам получить поддержку и оформить предпринимательскую деятельность, - заверил Михаил ДИТЯТКОВСКИЙ.

Он предостерег безработных, которые намерены получить поддержку и на эти деньги «купить телевизор, холодильник и съездить отдохнуть в Турцию» от подобных действий. Начальник Главного управления заметил, что финансовые средства необходимо использовать только по целевому назначению, то есть на реализа-

ОТКРЫТАЯ ВЕРСТКА ЗАГОЛОВКА

Это заголовок, который стоит над всем текстом. Его построение не зависит от содержания, объема и места материала на полосе.

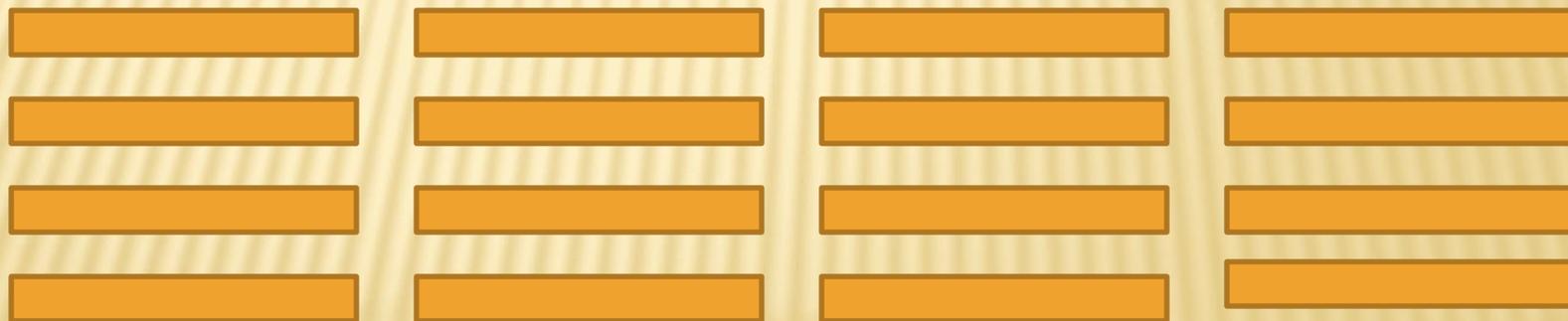
Гнутся шведы от русских «принципов»



ПОЛУОТКРЫТАЯ ВЕРСТКА ЗАГОЛОВКА

- Заголовки размещают не над всеми колонками текста, а только над их частью — по левую сторону или правую вверху материала над опущенными колонками.

Гнутся шведы от русских «принципов»



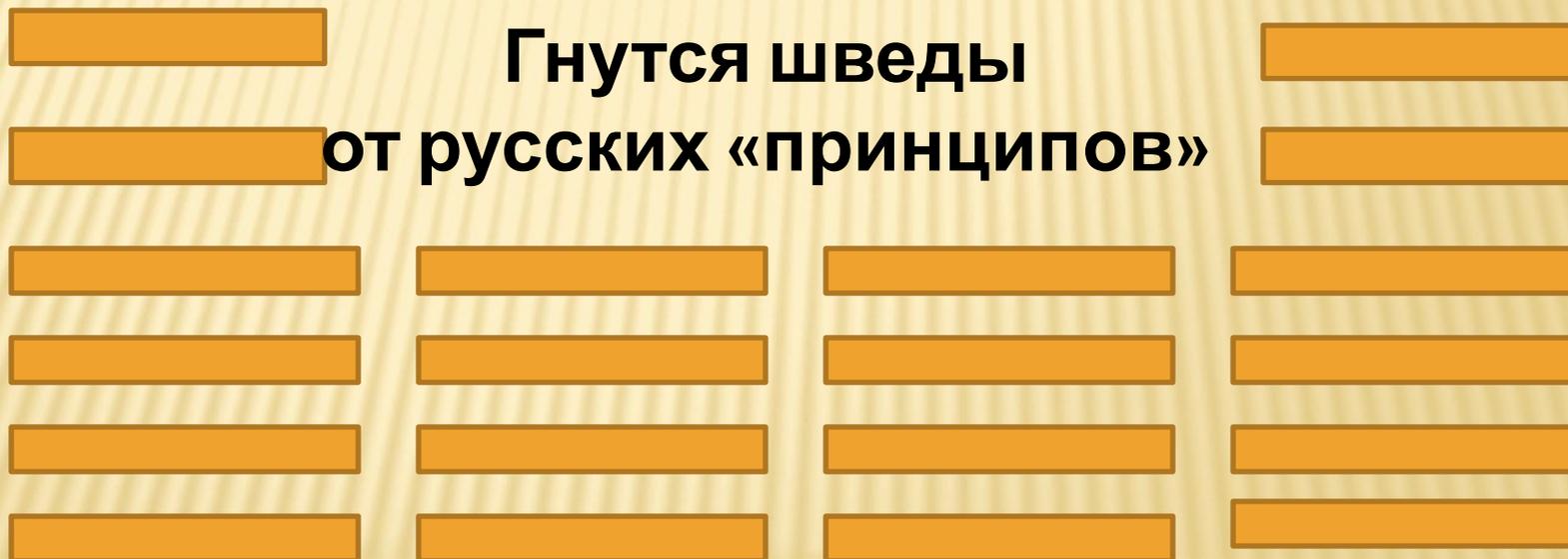
ЗАКРЫТАЯ ВЕРСТКА ЗАГОЛОВКА

- Заголовки размещают тоже вверху публикации, но между колонками текста (этот способ в редакции часто называют “впропал”).

**Гнутся шведы
от русских «принципов»**

ПОЛУГЛУХАЯ ВЕРСТКА ЗАГОЛОВКА

- Текст обрамляет заголовков с трех сторон.



ГЛУХАЯ ВЕРСТКА

- Текст обрамляет заголовок со всех четырех сторон (“погруженный” заголовок). “Погруженный” заголовок используют тогда, когда нужно избежать слияния соседних заголовков или когда нужно как-то “разрядить” текстовый массив (“кирпичину”). Для любого перемещения заголовка вглубь текста нужно непременно указывать начало материала с помощью инициала (инициальной буквы). Не рекомендуется переносить вглубь текста тот заголовок, формат которого равняется общему формату материала: такой заголовок “перерезает” публикацию, отделит верхнюю ее часть от нижней. Заголовок не следует опускать ниже от оптического центра материала, так как он нарушит его пропорции.

ГЛУХАЯ ВЕРСТКА ЗАГОЛОВКА

Ж

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

**Гнутся шведы
от русских «принципов»**

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

[]

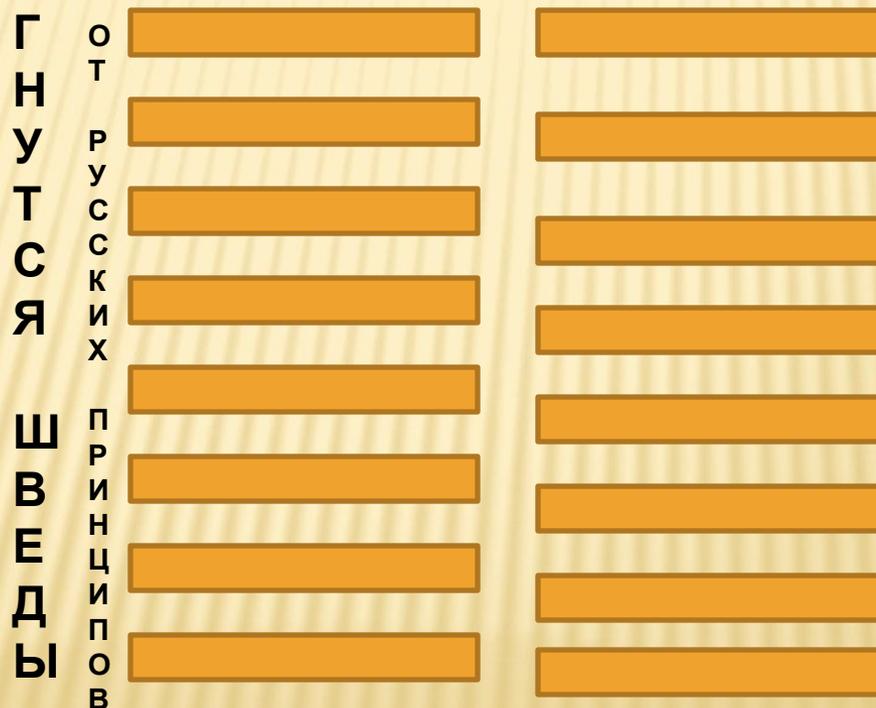
“ФОРТОЧКА”

Заголовок “форточкой” помещен внутри текста на специально оставленное белое пространство в левой или правой верхней части материала. Такой заголовок может быть накрыт сверху несколькими строками текста (не менее чем двумя).



ЖУРНАЛЬНАЯ ВЕРСТКА ЗАГОЛОВКА

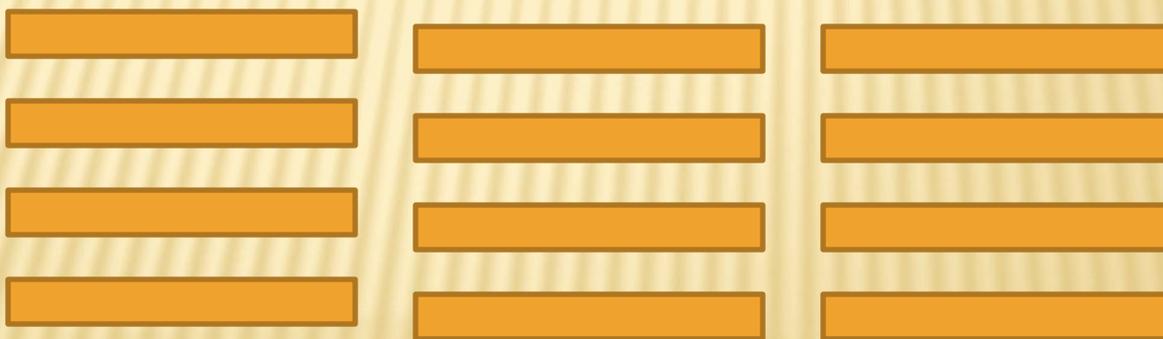
- Заголовок размещают вертикально, литера под буквой. Журнальную верстку заголовков в газетах почти не применяют.



“ФЛАГОВАЯ” ВЕРСТКА

- Это сложная форма заголовка, который размещается над большим количеством колонок, чем их забирает материал, к которому он принадлежит. Его используют тогда, когда хотят подчеркнуть актуальность и важность сравнительно небольшого материала.

Гнутся шведы от русских «принципов»



КОМБИНИРОВАННЫЙ СПОСОБ ВЕРСТКИ ЗАГОЛОВКА

- Например, “Шапка”, набранная несколькими шрифтами разных кеглей

**Гнутся шведы
от русских «принципов»**

ШРИФТ

- Шрифты используются в газете:
- для набора текстов;
- для выделения части текста или отдельных материалов;
- для набора и оформления заголовков.
- Согласно этим задачам шрифты делятся на:
- текстовые;
- выделительные;
- титульные (заглавные).

ВИДЫ ШРИФТОВ

- по насыщенности (светлый, полужирный, жирный);
- по наклону (прямой, курсивный);
- по плотности — нормальный (т.е. средней емкости, средней компактности), узкий, широкий;
- по декоративности (контурные, декоративные, штриховые).

ШРИФТОВОЕ ВЫДЕЛЕНИЕ ТЕКСТА

- Полужирные шрифты выделяют интенсивнее, чем курсив. Курсив хорошо выглядит, и с его помощью можно получить мягкое и достаточное для читателя выделения в тексте статьи, но воспринимается он тяжелее, чем шрифт прямого начертания.
- Иногда для выделения используется шрифт другой гарнитуры.
- Применение разрядки (т.е. увеличения промежутков между буквами слова) нежелательно для выделения большой по размеру части текста, так как это затрудняет чтение.

ШРИФТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ЗАГОЛОВКОВ

- В заголовках преимущественно используется кегль 24-36. Подзаголовки набирают, как правило, на две ступеньки меньше основного заголовка (заголовков, например, 36 пунктов, а подзаголовков — 24).
- Рубрики, если говорить о формате А 3, набирают кеглем 10 пунктов светлым или полужирным большим кеглем; а на формате А 2 — кеглем 12 пунктов, большим или малым, светлым или полужирным.

ВИДЫ ИЛЛЮСТРАЦИЙ В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

- **фотоиллюстрации**, оригиналы которых получают с помощью фотоаппарата. Это репортажные снимки и фотопортреты, фотонатюрморты, фотопейзажи, фотоплакаты и фоторепродукции. В роли фотоиллюстраций могут быть использованы и кинокадры, связанные с текстом кинорецензии или с рекламой нового кинофильма. При необходимости в газете могут использовать различные виды иллюстраций, подготовленные с помощью фотомонтажа – соединения нескольких фотоснимков.
- Вторая группа газетных визуальных публикаций объединяет **нефотографические иллюстрации**, оригиналы которых представляют собой рисунки или чертежи. В эту группу входят различные зарисовки (портретные, производственные, пейзажные и др.), карикатуры, шаржи, плакаты, диаграммы, карты, схемы, чертежи, технические рисунки и т.д. Роль иллюстрации в какой-то мере выполняют и рисованные заголовки.

КОЛИЧЕСТВО ФОТОСНИМКОВ В НОМЕРЕ, НА ПОЛОСЕ

- На одной полосе газеты формата А 3 размещают, как правило, две-три иллюстрации. Правда, на полосе можно дать 4-5 снимков, но только в том случае, если они однотемные. Количество снимков зависит от типа издания. Так, в молодежных, а тем более в детских, изданиях иллюстрации охватывают большую площадь, чем в газетах другого типа. Материалы вечерних изданий имеют в основном информационный характер, поэтому здесь чаще появляются самостоятельные фоторепортажи, фотозаметки. Обычно иллюстрациям отводится 15% всей площади номера газеты. В особых случаях и в зависимости от типа издания ее можно увеличивать до 25%.

СОВЕТЫ ПО ВЕРСТКЕ ИЛЛЮСТРАЦИЙ

- Размещая иллюстрацию с наружного края страницы, нужно следить за тем, чтобы изображение не “смотрело” из полосы. Взгляд изображенного на снимке человека должны быть направленным в полосу или на читателя.
- Осторожно нужно относиться к верстке фотоиллюстрации на сгибе полосы: сгиб может попасть на лицо, а это снизит эстетическое впечатление от иллюстрации. Нужно макетировать такие снимки выше или ниже сгиба полосы.

СРЕДСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТОВЫХ ШРИФТОВ

- выделение в тексте газетных материалов с помощью шрифтов других гарнитур,
- разрядки (т.е. увеличение промежутков, пробелов между буквами слов, которые их нужно выделить),
- нешрифтовых средств выделения в тексте (“воздух”, втяжки, подчеркивание линиями отдельных слов, предложений и др.).

КОЛОНКИ

- Газеты формата А 2 чаще разверстывают полосы на восемь колонок. Большинство газет формата А 3 перешли с пятиколонковой верстки на шестиколонковую, уменьшив ширину колонки. Большее количество колонок предоставляет дизайнерам более широкие возможности для композиционного решения газетной полосы. Вместе с тем, верстка на шесть колонок придает газете солидности, строгости и облегчает чтение.

НАБОРНО-ГРАФИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОФОРМЛЕНИЯ

- Линейки
- Рамки
- Подчеркивания
- Украшения

ВИДЫ РАМОК

Открытая

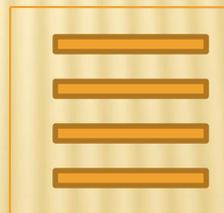
Углом

Параллельная



Полузакрытая

Закрытая



СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ НАБОРНО-ГРАФИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

ОФОРМЛЕНИЯ

▣ **Закрытые рамки** широко применяются для выделения небольших по размеру, но важных материалов.

Полуоткрытые рамки нужно подвести “хвостиками” к верхней строке заголовка.

Многочисленные **украшения** часто применяются вместе с полуоткрытыми рамками для врезов и предисловий. Здесь используют разные фигуры.

Значительно **реже используется подчеркивание** отдельных слов и предложений тонкой или полужирной линейкой. Это связано с тем, что для установления линейки нужно увеличить междустрочный пробел, что сокращает количество строк на полосе.