Содержание

Введение

[1. Элементы дизайна как средство воздействия на читателя](#_Toc292299266)

1.1 Элементы детерминации текста

[1.2 Шрифт как основное выразительное средство](#_Toc292299268)

1.3 Иллюстрационные элементы как средство привлечения внимания

[2. Исследование дизайна газеты "Вечерка"](#_Toc292299270)

2.1 Анализ использования выразительных средств в дизайне газеты "Вечерка"

[2.2 Результаты исследования общественного мнения о дизайне газеты "Вечерка"](#_Toc292299272)

3. Предложения по совершенствованию дизайна газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск"

[Заключение](#_Toc292299274)

Список использованных источников

[Приложения](#_Toc292299276)

Реферат

Курсовая работа \_\_\_\_ с., 4 рис., 3 табл., 25 источников, 3 прил.

ДИЗАЙН, ВЕРСТКА, ТЕКСТ, ШРИФТ, ПОЛОСА, КОЛОНКИ, ПРОБЕЛ, ИНТЕРВАЛ, ЛИНЕЙКИ, ИЛЛЮСТРАЦИИ, ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ, ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ, ВОСПРИЯТИЕ

Актуальность: дизайн СМИ (в том числе и корпоративных изданий) играет важную роль в привлечении читательского внимания и в результате читательской аудитории. PR-специалисту важно знать основные принципы дизайна, уметь правильно использовать выразительные средства, учитывая их особенности.

Объект: выразительные средства оформления печатных СМИ.

Предмет: дизайн местной газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск".

Практическая значимость: результаты данной работы могут быть применены при создании корпоративного издания, а также в работе с PR - объектом, для корректировки дизайна печатного СМИ с целью улучшения восприятия его аудиторией.

# Введение

Данная тема весьма актуальна, так как внешний вид печатных СМИ играет важную роль для читателей. Число СМИ растет с каждым годом. Для того, чтобы пресса смогла выжить при новых рыночных отношениях, она должна не только информировать, но и привлекать. Редакторам следует обращать пристальное внимание на внешний вид газеты, представляемый читателям, на ее дизайн. Одной из функций PR-специалиста является издание корпоративной газеты - одного из важнейших средств внутренних коммуникаций. Дизайн корпоративной газеты является немаловажной составляющей ее эффективности, поэтому PR-специалисту необходимо знать основополагающие принципы дизайна, макетирования, уметь правильно подбирать выразительные средства, учитывая их особенности.

Объектом исследования стали выразительные средства оформления печатных СМИ. Предметом исследования стал дизайн местной газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск".

Цель работы: выработать предложения по усовершенствованию дизайна местных печатных СМИ.

Задачи работы:

* Систематизировать теоретический материал по теме;
* Исследовать особенности дизайна местной газеты "Вечерка";
* Проанализировать недостатки дизайна местной газеты "Вечерка";
* Предложить способы улучшения дизайна;

Методы исследования - анкетирование, качественный и количественный анализ использования выразительных средств.

Литературы по макетированию и оформлению печатных СМИ очень много. Так в учебнике А.А. Грабельникова "Работа журналиста в прессе" раскрывается понятие макетирования, описываются виды верстки полосы и оформления заголовочного комплекса. В учебном пособии "Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты и журнала" С.И. Галкина подробно говорится о шрифтах, их характеристиках, разновидностях, об иллюстрациях и в целом об элементах оформления (дается их классификация, которая и была использована в данной курсовой работе). В учебнике В.В. Тулупова "Дизайн периодических изданий" раскрывается тема шрифтовой политики и оформления постоянных элементов газеты. В учебном пособии С.Б. Головко "Дизайн деловых периодических изданий" приводится классификация иллюстративных элементов, описываются функции иллюстраций и принципы фотоиллюстрирования. С.М. Гуревич в учебнике "Газета: вчера, сегодня, завтра" дает классификацию фотоиллюстраций и затрагивает тему верстки. В "Справочнике для журналистов Центральной и Восточной Европы", составленном М.Ф. Малькольм раскрываются особенности использования таких выразительных средств как колонки, заголовки, иллюстрации, делается особый акцент на функциональном использовании элементов оформления. М. Картер в своей книге "Современный газетный дизайн" дает практические рекомендации по оформлению газеты Но следует отметить, что немногие авторы акцентируют внимание на особенностях выразительных средств печатных СМИ, так что тема раскрыта не полностью.

Практическая значимость данной курсовой работы заключается в:

* систематизации теоретического материала об особенностях выразительных средств печатных СМИ;
* возможности использования материалов работы для выявления PR-специалистом печатных изданий, имеющих грамотное оформление, для дальнейшего сотрудничества;
* возможности применения PR-специалистом материалов данной работы при создании корпоративного издания;

# 1. Элементы дизайна как средство воздействия на читателя

# 1.1 Элементы детерминации текста

Прежде чем говорить об элементах дизайна, необходимо дать определение этого понятия. Графический дизайн - это создание визуально-информативной продукции, несущей также и эмоциональную нагрузку. Основной целью графического дизайна является привлечение внимания аудитории к конкретной информации с помощью изображения. [1]

От формы, расположения текста и элементов, которые его окружают, зависит обратят ли читатели на него свое внимание. Рассмотрим элементы детерминации текста, выявим их функции и особенности.

Главную роль играет макет. Макет, по определению В.В. Тулупова, это графический план полосы, предназначенный для ее верстки. [2,133] Цель макетирования - расположить текстовые и иллюстрационные материалы на полосах так, чтобы газета имела привлекательный внешний вид и читатели легко находили интересующие их публикации.

В макетировании газетной полосы используются различные приемы. [3, 205] В числе наиболее употребляемых С.И. Галкин называет:

* планово-композиционный прием (размещение материалов в той последовательности, которая обозначена в плане каждой полосы);
* традиционный прием (постановка в "чердаке" и "подвале" наиболее крупных материалов, которые по диагонали уравновешивают полосу);
* гвоздевой прием (постановка самой важной, "гвоздевой" публикации в зрительном центре полосы в окружении более мелких материалов. [4, 76]

Эти приемы касаются расположения материала на полосе. Также существуют различные способы конфигурации материалов. Газетная практика выработала многочисленные виды верстки полосы, которые характеризуются различной конфигурацией материалов:

* прямая (материалы имеют четырехугольную форму, все колонки одинаковы по высоте);
* ломаная (преобладание публикаций ступенчатой формы, колонки разновелики по высоте);
* смешанная (сочетание прямой и ломаной верстки);

По расположению текстов по вертикали и горизонтали относительно центра полосы различаются:

* вертикальная верстка (материалы на полосах вытянуты сверху вниз);
* горизонтальная верстка (публикации "растянуты" в ширину);
* смешанная (состоит из двух предыдущих). Вертикальная верстка более экономична, чем остальные, при ней расходуется меньше места на заголовки материалов, благодаря чему на полосе помещается больше текста. [3, 207]

М.Ф. Малькольм отмечает, что чем шире напечатанный материал по отношению к его высоте, тем меньшим выглядит его объем. Так как читатель всегда предпочитает короткие материалы длинным, то горизонтальное расположение выглядит для него привлекательнее. [5,140] Но В.В. Тулупов считает, что в самой природе чтения заложена как горизонтальность, так и вертикальность. Потому гармоничное сочетание горизонталей и вертикалей способствует гармонии композиционной (в графике и в газете в целом). [2,226]

С.М. Гуревич пишет, что 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. [6,157]

Простейшим средством детерминации текста являются заголовки. Они привлекают внимание читателя если не своим содержанием, то формой. [7] А.А. Грабельников выделяет такие виды верстки заголовков:

* открытая - заглавие ставится над всеми колонками текста;
* полуоткрытая - заглавие ставят над текстом и сдвигают вправо или влево, чтобы с одной стороны оно было закрыто текстом;
* закрытая - заголовок стоит над материалом в центре, но как бы утопленный в текст, с двух сторон закрытый колонками;
* глухая - заголовок верстается внутри текста, этот применяется к крупным по объемы материалам;
* полуглухая - текст окружает заголовок с трех сторон. [3, 205]

При макетировании нужно следить, чтобы два открытых заголовка, стоящих рядом материалов, не сливались и не читались, как один. В такой ситуации какой-то из них можно оставить открытым, а другой сделать полуоткрытым, разделив заголовки колонкой текста. [8]

М.Ф. Мэллет также отмечает такие приемы оформления заголовков как:

* заголовок, начинающийся с левой кромки текста. Основная концепция функционального дизайна гласит, что читающий глаз не утомляется, если имеется постоянная ось ориентации. Поэтому заголовок целесообразно начинать вровень с левой кромкой текста.
* нисходящий заголовок. В таком заголовке первое слово и имена собственные печатаются прописными буквами, а все остальное - строчными буквами. Это целесообразно делать потому, что читатель сразу узнает слово по его силуэту, и то, которое выделено, моментально привлечет его внимание. [5,102]

На подачу материалов влияет количество и ширина колонок, на которые для удобочитаемости делится текст. [6,132] Ширина колонки устанавливается в зависимости от шрифта текста. Идеальная ширина текстовой колонки - это 12-14 пик. Пика - типографская единица измерения, эквивалентная 12 английским пунктам (pt) или 4,218 мм. Дж. Феличи отмечает, что они не должны быть уже, чем 8 пик, иначе глаза читателя будут бегать вперед и назад слишком быстро и устанут. Помимо этого, в узких колонках появляется чересчур много переносов и пробелов. Это особенно заметно, если текст выравнивается по ширине. Тогда в строках, содержащих длинные слова, автоматически возникают ничем не оправданные расстояния между словами, а строки, содержащие короткие слова, наоборот, получают слишком узкие пробелы, из-за чего текст кажется скученным. Колонки, также, не должны быть шире 22 пик (около 93 мм), иначе строки будут довольно длинными, что вызовет необходимость большой амплитуды движения глаз при чтении. Кроме того, читатель может терять конец строки и возвращаться на неверную строку. [9, 345]

Определение параметров колонок влияет на дизайн газеты, облегчая или затрудняя восприятие читателями ее публикаций. Слишком узкие и слишком широкие колонки мешают чтению текстов. Поэтому дизайнеру приходится определять оптимальные для каждой полосы номера количество и ширину текстовых колонок и добиваться постоянства этих характеристик. [6, 143]

Важную роль в детерминации текста играют пробелы. Белое пространство - один из самых выразительных приемов в оформлении. [10, 89] Пробелы делают страницу более привлекательной и легко читаемой, поскольку создают условия отдыха для глаз и предоставляют контраст между текстом и незаполненным пространством. [9, 255] Во всех периодических изданиях встречаются такие виды пробелов, как межбуквенные и междусловные, междустрочные, межколонные.

С.И. Галкин пишет, что разрядка (прием, сочетающий межбуквенный и междусловный пробел) относится к типичным средствам выделения. [4, 134] В компьютерной верстке появились новые приемы: кернинг (корректировка расстояния между отдельными символами) и трекинг (автоматическое изменение величины межсимвольного интервала). [11, 103]

Межстрочный интервал должен быть пропорционален размеру шрифта, длине строки и, что наиболее важно, используемой гарнитуре шрифта. [12] Недостаток пробелов, окружающих заголовки и подзаголовки, усложняет их прочтение и, таким образом, они перестают выполнять функцию привлечения внимания читателя. Рекомендуется включать больше "воздуха" между подзаголовками статьи, строкой с указанием имени автора и вводным предложением. [13]

В.В. Тулупов пишет, что избранный стандартный пробел должен оставаться неизменным в пределах газетного номера. Стандартным пробелом должны отделяться: заголовок от начала статьи, заголовок от фотографии, подпись к ней от самого снимка, фотографии друг от друга и так далее - то есть все элементы, относящиеся друг к другу. Расстояние, отделяющее не связанные между собой элементы, рекомендуется сделать в два раза больше. Четко выдержанные пробелы в газете - это свидетельство культуры оформления. [2, 227]

Выделить текст помогают декоративные элементы. К ним относятся линейки, украшения, заставки и т.п. Они служат для выделения какой-либо содержательной части текста, отделения ее от других. Наиболее широко в периодических изданиях используются линейки. [14] Они различаются по рисунку: тонкая, двойная, рантовая, ассюре, пунктирная, шатированная, фигурная. Главное назначение - разделять весь представленный материал на блоки, удобные для читательского восприятия. Вторая роль линеек (а также пробелов и украшений) - связующая. Разъединяя, они в то же время что-то и объединяют. Линейки - это еще и активное декоративное средство. При этом вертикальные линейки в основном легкие - не более 2 пунктов, горизонтальные могут быть и жирными - от 4 до 12 пунктов. [15,231] Использование линеек (в качестве отбивок, при зарамливании) основано на свойствах зрения выделять и подчеркивать контуры. Поскольку основную часть полосы занимает текстовый шрифт, линейки, как и всевозможные "пятна" (иллюстрации, украшения), и заголовочные шрифты являются сильным средством выделения, несущим определенную информационную нагрузку. [16,112]

С.И. Галкин отмечает, что отсутствие линеек и украшений может ухудшить ориентацию читателя в издании, размыть границы между материалами, ослабить некоторые акценты. [4, 198] В то же время чрезмерное использование этих элементов может создать эффект пестроты.

Таким образом, в детерминации текста важную роль играют макет полосы и верстка. От формы и расположения материала зависит обратят читатели свое внимание на него или нет. Важным средством привлечения внимания являются заголовки. Выделить материал помогают пробелы и линейки.

# 1.2 Шрифт как основное выразительное средство

Рассмотрим такое средство выразительности как шрифты, выявим их основные характеристики. Рассмотрим требования, которые к ним предъявляют и рекомендации по их использованию.

С.И. Галкин дает такое определение шрифту - это графическая форма букв и знаков какого-либо алфавита (кириллического, латинского и пр.). [4,25] В.В. Тулупов пишет, что шрифт это комплект строчных и прописных литер (букв), цифр, знаков препинания, спецзнаков, символов, необходимых для воспроизведения какого-либо алфавита; независимо от техники его исполнения он представляет собой упорядоченную графическую форму определенной системы письма. [10,83]

Шрифт обладает следующими характеристиками:

1. Размерные характеристики:
	1. Кегль - это расстояние от самой верхней точки самой высокой буквы до самой нижней точки самого длинного подстрочного выносного элемента. [4, 65]

газета дизайн выразительное средство

* 1. Интерлиньяж - пробел между нижней и верхней линиями шрифта смежных строк. [10, 91]
1. Характеристики начертания: наклон, плотность, насыщенность.
2. Характеристики рисунка: наличие или отсутствие засечек, соотношение основных и соединительных штрихов. [16, 129]

В зависимости от этих характеристик шрифты делят на несколько групп. Ниже приводится классификация шрифтов, представленная В.В. Тулуповым.

По рисунку: рубленые, с засечками, курсивные, строчные буквы курсивного шрифта во многих случаях приближаются к построению рукописных букв.

По плотности очка (по относительной ширине, или расстоянию между основными штрихами): нормальные (свыше 60 % до 85 %), узкие (свыше 45% до 60 %), сверхузкие (не более 45 %), широкие (свыше 85 % до 105 %), сверхширокие (не менее 115%). [2, 129]

Кроме рисунка и начертания шрифты отличаются друг от друга по размеру (кеглю). С 6 до 13 пунктов - текстовые шрифты, с 14-16 начинаются титульные. Их высшая градация может достигать двух (96 п.), трех (144 п.) и более квадратов. На этом уровне они переходят в разряд афишно-плакатных (акцидентных). [14]

Гарнитура шрифта - это совокупность шрифтов, объединенных общими стилевыми признаками, отличными от других шрифтов, т.е. совокупность начертаний, объединенных общим характером графического построения знаков и решением их элементов. [16, 130]

Шрифт - основное средство формирования стиля газеты. Он может указывать на соотнесенность содержания текста, его темы с определенной эпохой, поскольку те или иные гарнитуры создавались и активно использовались конкретными художниками и верстальщиками в конкретный исторический отрезок времени. От того, насколько шрифт подходит к содержанию текста во многом зависит восприятие текста читателем.

Но кроме требований эстетического характера к шрифтам часто предъявляются требования гигиенического характера. Особенно это относится к текстовым шрифтам.

Удобочитаемость (или читабельность) - одно из главных требований, предъявляемых к шрифту, общая оценка его пригодности. Специалисты определили условия удобочитаемости текста:

* + индивидуальность графем каждой буквы;
	+ соразмерность толщины основного штриха и внутрибуквенного просвета (сверхжирные и сверхсветлые начертания снижают удобочитаемость);
	+ оптимальность межбуквенных пробелов (чрезмерная разреженность букв в строке, как и неоправданная близость, мешают восприятию слов);
	+ пропорциональность отношения ширины буквы к ее высоте (читаемость снижается в буквах сверхузких и сверхшироких);
	+ контрастность основных и дополнительных штрихов (в длинных текстах сильный контраст штрихов утомляет зрение, в коротких, напротив, может повысить удобочитаемость);
	+ размер шрифта, определяемый форматом издания, а также расстоянием между объектом - носителем шрифта и зрителем;
	+ характер засечек и контурных элементов шрифта, степень наклона (не более 75-80° к линии строки). [10, 81]

М. Картер пишет, что для обеспечения хорошей удобочитаемости величина междустрочных пробелов (интерлиньяж) должна по крайней мере равняться величине пробелов между словами. Наиболее удобочитаемым основным текстовым шрифтом в газете считается светлый, прямой, нормальный восьмого-девятого кегля. [17,54]

Дж. Феличи дает такие рекомендации:

* + газетный шрифт в кеглях 6,8,9 не должен быть узким (4: 5 или 5: 6 такова пропорция очка, а не 1: 2, что характерно для узких шрифтов);
	+ оптимальный кегль текстового шрифта - 8 или 9 пунктов;
	+ засечки повышают удобочитаемость, делают букву как бы рельефной, ее очертания выделяются на бумаге. [9, 323]

Также в ОСТ 29.125-95 указано, что в номере газеты объем текста, набранного рублеными шрифтами, не должен быть более 50%. А гарнитуры наклонного начертания допускается использовать для набора текста объемом не более 1000 знаков на полосе. [18]

А.С. Аверин советует использовать в заголовках прописные и строчные буквы. Как показывают исследования, человек читает и воспринимает слова, напечатанные только заглавными буквами, намного дольше, чем слова, состоящие из больших и строчных букв. [19]

Дизайнеру предлагается на выбор несколько способов шрифтового выделения:

* + повышение (понижение) кегля без изменения гарнитуры;
	+ изменение написания на курсивное;
	+ изменение начертания на полужирное;
	+ смена гарнитуры (иногда вместе с начертанием);
	+ разрядка. [20]

Таким образом, можно сказать, что шрифт является основным средством выразительности печатных СМИ. Существует множество шрифтов, которые различаются по размеру, начертанию, рисунку. К шрифтам предъявляются требования как эстетического, так и гигиенического характера.

# 1.3 Иллюстрационные элементы как средство привлечения внимания

Рассмотрим понятие иллюстрации, ее функции и значимость. Выявим основные виды иллюстраций. Выясним, что такое фотоштампы. Рассмотрим рекомендации по оформлению иллюстраций.

Иллюстрация - важный элемент оформления, задающий (наряду со шрифтом) эмоциональный настрой номера, ценный (при известных технических достоинствах) источник информации. [13]

Иллюстрация (от латинского - освещать, сопровождать) может быть вспомогательным, равным или ведущим по отношению к текстовому материалу содержательно-смысловым компонентом и самостоятельным произведением фотографического или изобразительного искусства (12-13% всей площади номера, как правило, занимают иллюстрации). [2, 279]

C.Б. Головко выделяет следующие функции иллюстрации:

* акцентирует внимание читателя (снимок, рисунок нередко играют роль зрительного центра полосы. В композиционном плане они как бы замыкают на себя остальные публикации и являются исходной точкой в знакомстве с содержанием материалов полосы. Для фотографии, фотоблока, плаката, карикатуры определяется центральное место на полосе, а вся полоса монтируется вокруг нее (такую верстку иногда называют "мельницей");
* ориентирует читателя (заставочная фотография, рисованная заставка, фотомонтаж, коллаж могут сразу подсказать читателю тему публикации; заставки-символы выступают и в качестве постоянной, разовой рубрики);
* служит средством художественного оформления печатных полос. [15, 312]

Все газетные иллюстрации в зависимости от характера их оригиналов разделяются на две группы: фотографические и нефотографические.

Фотоиллюстрации - один из существеннейших элементов графической модели газеты. [11, 114] C.М. Гуревич делит их на репортажные снимки, фотопортреты, фотонатюрморты, фотопейзажи, фотообвинения, фотоплакаты и фоторепродукции. [6, 125]

Среди фотоиллюстраций распространены так называемые фотоштампы - статичные, "клишированные" кадры. Например:

* "Рукопожатие и улыбка - очень распространенный штамп - двое людей пожимают друг другу руки, улыбаясь в объектив.
* "С покупкой!" - двое держатся кончиками пальцев за какую-то бумагу, что должно означать покупку, сделку;
* "Созерцатели" - трое сидят или стоят вокруг какого-то документа на столе.;
* "Награждение" - рукопожатие и передача награды, приза или грамоты. [17, 239]

Фотоштампы не несут читателю практически никакой информации, поэтому их следует избегать.

Вторая группа 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. Роль иллюстрации в какой-то мере выполняют и рисованные заголовки. [6, 128]

Практически во всех иллюстрациях присутствует "силовая линия" (или несколько таких линий), которая заставляет взгляд двигаться в определенном направлении. Эти линии создаются действием, реальным или подразумеваемым. Смотрящий куда-то или указывающий на что-то человек на снимке создает такую линию. Автомобиль, самолет, и т.п. также создают ее - и когда сняты в движении, и когда неподвижны. [21] Дизайнеру следует задумываться о правильном расположении снимка на полосе. Нельзя, чтобы герои фотографий смотрели "из полосы". Надо учитывать, что конфигурация фотографий в своих пропорциях должна приближаться к пропорциям "золотого сечения". Важно, чтобы фотографии и фотоблоки способствовали созданию уравновешенной композиции полосы. [22]

Есть много интересных приемов подачи иллюстраций: "в обтравку", под углом, с наложением на другую фотографию, с применением необычной конфигурации (многоугольник, круг, овал), с наложением на снимок текста. Отличительной чертой некоторых газет (молодежных, рекламных и других) является то, что они интенсивнее, чем другие типы газет, варьируют форму и размер фотографий, ведь нестандартные решения служат делу привлечения внимания человека. [23]

Текст не обязательно сопровождается иллюстрациями, но иллюстрация на странице газеты не может существовать без текстового сопровождения. Фотографию можно интерпретировать по-разному. А если фотография истолкована неверно, она не донесет нужной информации. Поэтому иллюстрация сопровождается объяснительной подписью, которая должна рассматриваться как неотъемлемая часть иллюстрации. Шрифт подписи должен заметно отличаться от шрифта текста статей, саму подпись следует отделять от остальных материалов на странице. [24]

Типичный недостаток многих газет - искажение мелких деталей на небольших иллюстрациях. Нередко одна единственная выразительная иллюстрация большого размера производит большее впечатление и лучше смотрится на газетной странице, чем два-три крошечных снимка или рисунка. [25]

Таким образом, иллюстрация - важнейшее выразительное средство печатных СМИ, она привлекает внимание читателей и обладает особой силой воздействия. Выделяют две основных разновидности иллюстраций - фотографические и нефотографические. При использовании иллюстраций необходимо учитывать их особенности, такие как наличие "силовой линии", форма, размер, возможность различной интерпретации при отсутствии подписи.

# 2. Исследование дизайна газеты "Вечерка"

# 2.1 Анализ использования выразительных средств в дизайне газеты "Вечерка"

В качестве объекта исследования была выбрана городская информационно-аналитическая газета "Вечерка. Вечерний Новороссийск". В период со 2 октября по 6 ноября 2010 года ее дизайн можно было охарактеризовать так (приложение А):

Основной шрифт. В газете используется два шрифта: нормальный, с засечкам, кегль - 10 пунктов и нормальный, рубленный, кегль - 10 пунктов. Таким образом, часть материалов оформляется шрифтом с засечками, другая часть - рублеными шрифтами. Но, как говорилось выше, рубленный шрифт не рекомендуется использовать в качестве основного, в общих технических требованиях к газетам допускается использование рубленного шрифта в объеме не более 50%. Изучив соотношение рубленного шрифта и шрифта с засечками в газете "Вечерка", можно сделать вывод, что эти требования нарушены - доля рубленного шрифта составляет 74% (таблица 1).

Таблица 1 - Соотношение двух видов текстовых шрифтов в дизайне "Вечерки" в номере за 6 ноября 2010 года (№41)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид шрифта | Объем материалов, в которых используется данный шрифт, см2 | Доля данного шрифта, % |
| Рубленный  | 2695 | 74,4 |
| С засечками | 927 | 25,6 |

Титульный шрифт. Тоже присутствуют два варианта: в крупных по размеру заголовках используется жирный, рубленый, от 36 до 72 пунктов; в небольших - нормальный, с засечками, размер от 24 до 36 пунктов.

Колонки. Количество колонок на полосе непостоянное, меняется от одной до пяти (таблица 2). Ширина колонок от 4 до 8,5 см, т.е. от 10 до 21 пик. Идеальная же ширина, как упоминалось выше, это 12-14 пик.

Таблица 2 - Использование колонок в номере "Вечерки" за 6 ноября 2010 года (№41)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер полосы | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Количество колонок | 1 | 5 | 4 | 4 | 52 | 41 | 4 | 3 |

В названиях всех рубрик газеты используется знак &, например, "проблема&решение", "продвинутое&формальное", "даты&люди", "дела&люди", "week&end". Символ & в названиях рубрик, создает "заграничный" акцент, не подходящий для целевой аудитории "Вечерки", относящейся скорее к людям пожилого возраста. Цветовое решение. Газета выходит в черно-белом варианте, дополнительный цвет - оранжевый. Оранжевый цвет, как пишет С.Б. Головко, "самый динамичный, молодежный и веселый цвет" [2]. Он бы идеально подошел для молодежной газеты, но совсем не подходит для информационно-аналитической. Иллюстрации. Иллюстрации в основном фотографические (таблица 3). Фотографии не отличаются высоким качеством, в основном это маленькие по размеру снимки, на которых не разобрать лиц людей. Еще хуже получается, когда фотографии низкого качества расстягивают на большое пространство. Такое явление постоянно можно заметить на первой полосе, где рядом с названием газеты располагают вырезанные из фотографий фигуры людей. Что касается портретов известных лиц города, которые публикуются рядом с их мнениями, то они тоже вырезаются из каких-то других фотографий и поэтому получаются размытыми (приложение Б).

Таблица 3 - Соотношение различных видов иллюстраций в номере "Вечерки" за 6 ноября 2010 года (№41)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № газеты | Общее количество иллюстраций | Фотографические | Нефотографические | Инфографика |
| 38 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| 39 | 17 | 16 | 0 | 1 |
| 41 | 16 | 13 | 1 | 2 |

Верстка материалов в "Вечерке" прямая, смешанная (т.е. присутствует и вертикальная, и горизонтальная). Но в целом, особенно на второй полосе, создается эффект пестроты, в основном из-за заголовков разных шрифтов и размеров и недостатка разделительных средств.

Если искать удачные элементы оформления, то во-первых, это расположение авторских подписей под лидами, в связи с чем их всегда легко найти. Во-вторых, это большие фотографии на первой полосе, обычно хорошего качества. В-третьих, это линейки, которые в какой-то мере упорядочивают материалы на полосе.

Итак, можно сказать, что такие средства выразительности как шрифт, колонки, цвет и иллюстрации используются в дизайне газеты "Вечерка" без учета их особенностей. Существует нехватка разделительных элементов и однообразие иллюстрационного материала. В то же время можно отметить и положительные моменты в дизайне этой газеты.

# 2.2 Результаты исследования общественного мнения о дизайне газеты "Вечерка"

В период с 18 по 22 октября 2010 года было проведено исследование общественного мнения о дизайне газеты "Вечерка". Общее число респондентов 50 человек, среди них 13 мужчин, 37 женщин; в возрасте до 18 лет - 2 человека, 18-25 лет - 25 человек, 26-35 лет - 9 человек, 36-45 лет - 10 человек, 46-55лет - 4 человека; 21 человек состоит в браке, 29 - нет; по социальному статусу - 26 студентов, 21 рабочий, 2 безработных, 11 домохозяек; 15 человек имеют среднее профессиональное образование, 25 - незаконченное высшее, 10 человек - высшее. Анкетирование проходило следующим образом: каждому респонденту предоставлялся номер "Вечерки" (№38, за 16 октября 2010 года) и анкета (приложение В).

Результаты анкетирования:

1. Постоянными читателями "Вечерки" являются 21 человек из числа опрошенных, среди них 9 читают ее каждую неделю. Постоянными читателями являются люди в возрасте от 36 и более лет (рисунок 1).

Рисунок 1 - Возрастное соотношение постоянных читателей "Вечерки" среди опрошенных

2.10 опрошенных считают, что дизайн "Вечерки" привлекает внимание, 36 - что отталкивает взгляд, 4 - что дизайн не имеет значения (рисунок 2).



Рисунок 2 - Отношение опрошенных к дизайну газеты "Вечерка"

3.23 человека (47%) ответили, что найти заинтересовавший материал легко, 27 (53%) - что нет. Основные причины этого:

* + Трудно найти номер страницы
	+ Материал теряется среди других
	+ Материал не отделен от других

4. Материалы, напечатанные мелким нечитабельным шрифтом заметили 98% опрошенных.

5.7 человек ответили, что им нравится оформление заголовков в "Вечерке", 22 человека считают, что шрифт заголовков слишком крупный, 16 человек - что их трудно читать, свои варианты предложили 5 человек, среди них:

* Размер заголовка то слишком крупный, то слишком мелкий
* Непонятно, заголовок это или нет
* Неподходящий шрифт
* Большинство заголовков не привлекает внимания (рисунок 3)



Рисунок 3 - Отношение к оформлению заголовков

6. На вопрос "Достаточно ли в "В" разнообразных иллюстраций?" Положительно ответили 17 (34%) опрошенных, 33 (66%) - что нет.

7.39 человек (78%) часто замечают в "Вечерке" некачественные, небольшие фотографии, 11 (12%) - иногда.

8.37 опрошенных охарактеризовало оформление "Вечерки" как хаотичное, беспорядочное, пестрое; 6 человек как строгое, простое, 6 как броское, запоминающееся, 1 человек предложил свой вариант - "скучное" (рисунок 4).



Рисунок 4 - Мнение об оформлении газеты "Вечерка"

9. Среди других недостатков газеты респонденты назвали:

* Неприятный дополнительный цвет
* Нечитабельный шрифт
* Некрасивые портреты авторов
* Переизбыток черного цвета

Итак, анализируя анкеты, можно сказать, что большинство респондентов заметило недостатки в дизайне "Вечерки" (мелкий шрифт, непривлекательное оформление заголовков, однообразие иллюстрационного оформления). Их отношение к дизайну газеты отрицательное (73%), они считают его "хаотичным, беспорядочным, пестрым" (75%).

Исследовав газету "Вечерка. Вечерний Новороссийск" с точки зрения правил дизайна и мнения читателей, можно сделать вывод, что выразительные средства в дизайне газеты не всегда используются правильно.

# 3. Предложения по совершенствованию дизайна газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск"

В данном разделе предлагается какие минимальные меры можно предпринять для улучшения дизайна газеты, сохранив ее стиль и не меняя дизайна в целом. Предлагается провести редизайн газеты, оставить удачные элементы оформления и заменить или убрать элементы, вызывающие негативные впечатления. Перед началом редизайна необходимо изучить запросы читателей.

Анкетирование, проведенное в рамках этой курсовой работы, проходило в основном среди аудитории, не читающей постоянно эту газету. Постоянные читатели ближе знакомы с особенностями дизайна и могут точнее сказать, какие еще недостатки необходимо исправить в оформлении "Вечерки". Поэтому вначале следовало бы изучить мнение постоянных читателей газеты при помощи публикации в самой газете анкеты с вопросами (возможно несколько раз), помогающими выявить недостатки дизайна и пожелания читателей. Анализ таких анкет помог бы при совершенствовании графической модели газеты. Возможно для мотивирования стоит провести среди читателей конкурс на лучшее предложение по оформлению газеты и назначить какой-нибудь не слишком дорогостоящий приз, например интервью с победителем. Это не только побудит читателей участвовать в опросе, но и может принести ценные идеи.

После анкетирования и анализа его результатов можно внести изменения в графическую модель газеты.

Графическая модель фиксирует все важнейшие характеристики дизайна издания, его внешнего "лица", главные элементы его графической формы - особенности верстки, иллюстрирования, основные текстовые и титульные шрифты и др. С помощью графического моделирования достигается постоянство художественно-технического оформления издания, привычного для читателя дизайна и устраняются случаи необдуманного, произвольного подхода к оформлению.

Предлагаются следующие изменения в графической модели газеты "Вечерка".

В качестве основного шрифта рекомендуется выбрать стандартный Times New Roman, Century Schoolbook, Palatino Linotype или какой-либо другой прямой шрифт с засечками, так как они наиболее читабельны, а читабельность является главным критерием при выборе шрифта. Кегль шрифта - 9-10 пунктов.

Рубленный шрифт не рекомендуется использовать в качестве основного, в общих технических требованиях к газетам допускается использование рубленного шрифта в объеме не более 50%. А гарнитуры наклонного начертания допускается использовать для набора текста объемом не более 1000 знаков на полосе. Жирный рубленый шрифт и курсив можно использовать для выделения лидов.

Для титульного шрифта оптимально подходит жирный рубленый шрифт типа Arial Black или какой-либо другой. Заголовки лучше писать с прописной буквой, чтобы не было эффекта незавершенности. Стоит разнообразить верстку заголовков, использовать не только открытую и глухую, но и полуоткрытую, закрытую, полуглухую. Что касается верстки материалов то предпочтительнее всего смешанная, т.е. сочетание вертикальной и горизонтальной. Оптимальное количество колонок на полосе - 4-5.

Дополнительный цвет следует поменять, может быть вернуть синий, так как он более подходит для информационно-аналитического издания. Синий цвет более официальный, символизирует спокойствие, доверие, истину, консерватизм. Так как это официальная газеты администрации города, то можно было бы добавить красный цвет, чтобы вызвать ассоциации с флагом РФ и указать на ее принадлежность к официальным властям.

Следует убрать знак &, вызывающий негативные ассоциации, из названий рубрик.

Что касается иллюстраций, то во-первых, надо добавить информационной графики (карты, таблицы, диаграммы, схемы), которая привлекает внимание читателя и наглядно иллюстрирует текстовую публикацию. Во-вторых, не стоит публиковать много мелких фотографий низкого качества, вместо них лучше поставить одну большую. В-третьих, что касается фотопортретов возле мнений, то лучше давать их в прямоугольной форме, а не вырезанными, что создает неприятное впечатление. Также конечно стоит поработать над их качеством. Это же касается и фигур людей возле названия на первой полосе. Это интересная идея, но надо поработать над ее техническим исполнением.

После того, как были внесены изменения в графическую модель газеты, необходимо поддерживать постоянство оформления.

За стабильность графического оформления газеты выступали многие исследователи, такие как А.П. Киселев, Д. Георгиев, В.В. Тулупов, М. Картер. Установив определенную систему верстки, следует постоянно ее придерживаться. Это помогает читателю сразу находить в газете то, что его интересует. В дизайне необходима стабильность, планирование как содержания, так и внешнего вида.

Таким образом, для корректировки дизайна газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск" необходимо провести исследование общественного мнения по этому вопросу, внести соответствующие изменения в графическую модель и в дальнейшем строго придерживать графической модели.

# Заключение

В результате изучения и систематизации теоретического материала стало понятно, что печатные СМИ имеют большое количество выразительных средств (шрифт, форма и расположение материала, заголовочный комплекс, колонки, пробелы, линейки, иллюстрации). Основной функцией этих средств является привлечение внимание и эмоциональное воздействие. Дизайн может оказывать сильнейшее воздействие на читателя, но для этого необходимо знать особенности выразительных средств и грамотно их использовать. В практической части данной курсовой работы был проведен анализ дизайна городской газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск". Особенности оформления газеты были рассмотрены с точки зрения теоретических принципов дизайна. Для обоснования этого анализа было проведено исследование мнения 50 респондентов о дизайне "Вечерки". В результате проведенного исследования выяснилось, что большая часть респондентов (73%) относится к дизайну газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск" отрицательно. На основе результатов конкретного исследования были предложены меры по корректировке дизайна газеты "Вечерка".

1. Исследование мнения постоянных читателей газеты (так как они вероятно могут назвать больше недостатков оформления газеты, и тем более, что они и являются ее главное целевой аудиторией);
2. Изменение в графической модели (изменения шрифтовой политики, оформления рубрик, иллюстрационной политики, цвета);
3. Постоянство оформления (это привлекает читателя, помогает ему сразу узнавать газету и находить в ней то, что его интересует).

На основе предложенных мер может быть проведена корректировка дизайна газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск". Совершенствование дизайна способно повлиять на увеличение читательской аудитории данного СМИ.

# Список использованных источников

1. Чернышев, В.А. Большой толковый словарь / В.А. Чернышев [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.e-slovar.ru /search/? words=%E4%E8%E7%E0%E9%ED
2. Тулупов В.В., Колосов А.А., Цуканова М.И., Сапунов В.И., Бобряшов А.А. Техника и технология СМИ. / под ред.В. В. Тулупова. - СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2006. - 318 с.
3. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: Учебное пособие / А.А. Грабельников - М.: РИП-холдинг, 2004. - 274 с.
4. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты и журнала: Учебное пособие/ С.И. Галкин. - М.: Аспект-Пресс, 2007. - 215 с.
5. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы/ автор-составительМалькольм Ф. Мэллет. - М.: Права человека, 2000. - 152 с.
6. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов/ С.М. Гуревич. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 195 с.
7. Головко С. Свойства и приемы композиции/ С. Головко // Журналист. - 2001. - №11. - С.89
8. Скоробогатько В. Графическое конструирование успеха/ В. Скоробогатько // Журналист. - 2005. - №12. - С.78
9. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Феличи Дж. - СПб.: БХВ-Петербург, 2004. - 496 с.
10. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий. / В.В. Тулупов. - СПб: Михайлова В.А., 2008. - 315 с.
11. Фрост К. Дизайн газет и журналов / Фрост К. - Издательство: Университетская книга, 2008. - 232 с.
12. Тулупов В.В. Не торопитесь выбрасывать строкомер, или Почему все газеты на одно лицо/ В.В. Тулупов // Журналист. - 2003. - №8. - С.82
13. 12 ошибок пресс-дизайна. /PR в России. - 2006. - №6. - С.25-28
14. Дубина Н. Основы оформления газеты / Н. Дубина [Электронный ресурс] // Еженедельник Директор-Инфо. - Режим доступа: http://www.directorinfo.ru/article. aspx? id=15300&iid=727
15. Головко С.Б. Дизайн деловых периодических изданий: Учебное пособие / С.Б. Головко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
16. Нестеренко О.А. Краткая энциклопедия дизайна / О.А. Нестеренко. - СПб.: БХВ-Петербург 2001. - 316 с.
17. Картер М. Современный газетный дизайн / М. Картер. - М.: Российско-Американский Информационный Пресс-Центр, 2000. - 198 с.
18. Российская федерация. Отраслевые стандарты. ОСТ 29.125-95 Газеты. Общие технические требования.
19. Аверин А. Шрифт в дизайне / А. Аверин [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.rupr.ru/art/dizain\_v\_reklame-shrift\_v\_dizaine. php
20. Аверин А. Шрифт и текст. / А. Аверин [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.prodtp.ru/index. php? act=recipes&CODE=03&id=20
21. Скоробогатько В. Фото в оформительком оркестре/ В. Скоробогатько // Журналист. - 2004. - №9. - С.83-84
22. Скоробогатько В. Иллюстрационный комплекс сегодня/ В. Скоробогатько // Журналист. - 2007. - №4. - С.88.
23. Рэндалл Д. Как создавать газеты? / Д. Рэндалл[Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.journ.ru/node/95
24. Тулупов В.В. Форма и содержание: вечный бой? / В.В. Тулупов // Журналист. - 2002. - №7. - С.90.
25. Скоробогатько В. Идеи для газетного оформителя / В. Скоробогатько // Журналист. - 2004. - №12. - С.80

# Приложения

**Анкета по изучению мнения аудитории о дизайне "Вечерки"**

Анкета

Здравствуйте! Я, студентка Новороссийского политехнического института, провожу исследование с целью выявления основных недостатков дизайна газеты "Вечерка. Вечерний Новороссийск". Ответьте, пожалуйста, на вопросы, это не займет у Вас много времени.

1. Пол:

 а) ж б) м 2. Возраст:

 а) до 18 б) 18-25 в) 26-35 г) 36-45 д) 46 - 55 е) 56-65 ж) свыше 65

3. Семейное положение:

а) холост/ не замужем б) женат/ замужем 4. Социальный статус:

а) студент б) квалифицированный рабочий (если да, то поясните) в) неквалифицированный рабочий (если да, то поясните) г) безработный д) домохозяйка е) военнослужащий ж) работник культуры, образования, здравоохранения з) свой вариант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Образование:

а) среднее б) среднее профессиональное в) незаконченное высшее г) высшее

6. Читаете ли вы газету "Вечерка" (Вечерний Новороссийск)?

а) да б) нет

7. Как часто вы читаете эту газету?

а) 1 раз в неделю б) 2-3 раза в месяц в) несколько раз в год г) свой вариант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8. Как Вы считаете, дизайн "Вечерки":

а) привлекает внимание

б) отталкивает взгляд

в) не имеет значения

9. Легко ли вам найти интересующий вас материал? (если нет, то почему?)

а) да

б) нет

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10. Как часто Вы встречаете материалы, напечатанные мелким или узким шрифтом, которые трудно прочитать? а) часто б) иногда в) очень редко г) никогда д) свой вариант

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11. Нравится ли Вам оформление заголовков в "Вечерке"?

а) нравится

б) нет, слишком крупный шрифт

в) нет, их трудно читать

г) свой вариант

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12. Достаточно ли в "Вечерке" разнообразных иллюстраций? (фото, схем, графиков и т.д.) а) да б) нет

13. Как часто Вы замечаете в "Вечерке" некачественные, маленького размера фотографии?

а) часто б) иногда в) очень редко г) никогда д) свой вариант

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14. Как бы Вы охарактеризовали оформление "Вечерки"?

а) солидное, четкое, понятное

б) броское, запоминающееся

в) строгое, простое

г) хаотичное, беспорядочное, пестрое

д) свой вариант

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

15. Какие еще недостатки имеет дизайн газеты "Вечерки"? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спасибо за участие!