**Интернет и журналистика**

Елена Дудинова, к. фил. н., доцент кафедры периодической печати

**Дизайн и оформление периодической печати**

Курс "Дизайн печати и Веб-дизайн" изучает одну из актуальных для средств массовой коммуникации проблему создания газетного образа с точки зрения теории дизайна. Дизайн относится к числу модных, "ультрасовременных" и, одновременно, малопонятных видов деятельности. Основная задача курса - систематизировать представления обучающихся,расширить их знания в области технической оснащенности современных допечатных и печатных процессов.

Неоднократно предпринимались попытки более или менее точно определить дату возникновения индустрии дизайна. Одна из первых концепций трактует дизайн как обязательный атрибут созданного человеком объекта - извечное качество вещей. Это объясняется тем, что одним из первых видов дизайна был промышленный дизайн. Но сводить целую индустрию к приданию внешней формы объектам искусственной среды неправомерно. Другие концепции называют точную дату возникновения индустрии дизайна. В Германии - 1907 год, в США - 1929-й и т.д. (более подробно в книге Глазычева В. Л. "О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе". М., 1970).

С течением времени дизайн расширял сферу своего применения. Постепенно от чисто оформительских задач - стайлинга - он перешел к конструированию и проектированию своих объектов. Формировался новый вид дизайна - системный дизайн. Его основа - комплексное проектирование всех направлений деятельности по созданию и функционированию объекта, конструирование всех его составляющих, научная организация труда. Особенности развития дизайна во второй половине ХХ века позволяют исследователям говорить о нем как о "синкретическом виде творческой деятельности, основная цель которой - функциональная организация внешней среды, в том числе предметной, коммуникативной, политической и т. д." ( Волкова В. В. "Дизайн рекламы" М., 1999 г.). Данное определение основано на базовом признаке, позволяющем в любом контексте отличить произведения дизайна от произведений изобразительного или декоративно-прикладного искусства, - функциональность.

На первом этапе своего развития дизайн был привязан к конкретным объектам: промышленным изделиям, книжно-журнальной продукции и т.п. - их созданию или изменению. Поэтому первый уровень так и назван - "предметным" и ограничивает представленные виды дизайна проблемами формы и конструкции. Классическое определение дизайна принято в 1964 году на международном семинаре по дизайнерскому образованию в Брюгге: "Дизайн - это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя".

Постепенно выделяется новое направление дизайн-деятельности, где дизайнер предстает не столько разовым исполнителем, сколько руководителем созданной им для данного случая группы специалистов. В силу этого второй уровень развития дизайна в целом был определен как дизайн межпредметных связей. Принципиальным моментом было возникновение нон дизайна (проектирование межличностных отношений), конечным продуктом которого является документ, текст. Название "недизайн" подчеркивает его удаленность от разработки определенного продукта, различие традиционных и современных объектов и функции дизайна.

В последние десять - пятнадцать лет глобальное усложнение созданной человеком среды обитания расширило границы дизайна до разработки средовых и отраслевых программ, а также комплексных проектов жизнедеятельности, реализация которых возможна на государственном уровне. Дизайн уже сегодня пытается выйти на новый уровень - мегадизайн человека. Такие гуманистические проекты осуществляют крупные международные организации. Например, ЮНЕСКО.

Разговор о дизайнерской деятельности в периодической печати, мы должны начинать с понимания формулы "содержание + форма = концепция". Именно во взаимосвязи и взаимозависимости содержания и формы рождается необходимость художественного видения замысла и типографского воплощения такового в готовом продукте. Дж. Нельсон, автор книги "Проблемы дизайна" (М.,1971г.), основоположник зарубежного дизайна, писал, что не имеет значение, кем себя считает человек: фермером, механиком или дизайнером, главное, что он может и хочет дать форму замыслу.

В периодической печати термин "дизайн" и "дизайнер" часто используются вместо слов "оформление" и "оформитель". Это действительно очень сходные понятия, но синонимами их считать нельзя. Тот же Дж. Нельсон считает, что дизайнеры пришли из таких неожиданных областей, как театр, кино, реклама и издательское дело. Таким образом пионерами новой области человеческой деятельности были и журналисты, но не репортеры, а оформители.

Исходя из классического определения дизайна, организацией структуры печатного издания, должен заниматься дизайнер. В газете этим всегда занимался ответственный секретарь или его заместитель, "выпускающий", главный художник, художественный редактор, технический редактор в журнале, "делающие" номер. В начале ХХ века оформление периодических изданий складывалось из двух составляющих: традиций данного издания и вкуса выпускающего. Газеты верстались на основании устных указаний выпускающего, что в значительной степени обедняло лицо периодики. Впервые верстка на основе предварительно разработанных схем, ставшая традиционной практикой в большинстве зарубежных изданий, упоминается в книге Керженцева П. М. "Газета.

Организация и техника газетного дела" (М., 1924 г.) Логическим развитием идеи макетирования стали макеты-стандарты. В 60-е годы вновь обращаются к проблеме комплексного решения выпуска периодических изданий, утверждаются принципы композиционно-графического моделирования. Особенно актуальным стало формулирование общих требований к конструированию и оформлению изданий в постсоветский период. Проблема самоокупаемости ставит периодические издания в жесткие условия борьбы за читателя. Выбирая издание, читатель обращает внимание на его оформление, специфику графической подачи иллюстративного и текстового материала, а потому в последние годы более пристальное внимание стали уделять эстетической стороне дизайна средств массовой информации.

Введение в редакционную практику методов системного проектирования позволяет более эффективно организовать процесс создания и последующего выпуска изданий, связав все его этапы в единую функциональную цепочку.

Редакционный дизайн - целенаправленная оформительская редакционная деятельность, работа сотрудника секретариата на основе имеющейся стратегии оформления, планомерное выявление и проявление стиля издания, управление оформлением, создание оформительской модели.

Дизайн в таком случае, это оформление на основе моделирования. Дизайнер - конструктор формы, а не художник-конструктивист, стремящийся передать содержание формалистическими средствами. Систематизация теоретического материала и формирование практических навыков оформления газетной полосы на занятиях по курсу "Дизайн печати и Веб-дизайн", должны способствовать пониманию необходимости системного подхода к издательской деятельности. Для этого необходимо использование различных методов обучения, способствующих практическому закреплению теоретического материала, выработке навыков компьютерной верстки, макетирования, работы с фотографиями и иллюстрациями, художественного оформления издания и др.

Компьютерная сеть Интернет с ее популярной эмблемой "World Wide Web", стремительно растет и становится основой глобальной информационной инфраструктуры. Современный журналист должен не только приобщиться к современной паутине, использовать ее богатейшие ресурсы в повседневной профессиональной деятельности, но и знать азы Веб-дизайна, приемы работы по созданию простых страничек, особенности подготовки информации для всеобщего обзора.

**Тематическая структура номера**

**Приемы выделения текста на полосе**

Работу над макетом в секретариате начинают с распределения материалов по полосам. Полоса не является механическим конгломератом разнородных материалов. Ее цельность требует внимательного подбора материалов по тематике, жанрам, географии, авторам; требует ликвидации ненужных повторов, творческого поиска оформительских компонентов. Поэтому у работников секретариата вырабатывается особая форма чтения рукописи (имеются в виду авторские экземпляры текста, набранные на компьютере, с указанием количества знаков), во время которого происходит внутренняя ассимиляция материала с поисками газетной полосы: какую роль сыграет материал в этой композиции, каким должно быть его внешнее и внутреннее оформление. Фактически уже во время чтения часто решается вопрос о формате набора, месте и верстке.

В современной газете уже не придерживаются строгих правил относительно того, на какую страницу должен быть помещен, например, официальный материал. Порой даже, так называемые передовицы, практически утраченный газетный жанр, помещают не на ударную первую полосу. Газетные материалы чаще размещаются так, чтобы каждая полоса была завершенной, интересной и содержательной, привлекательной по композиции и другим деталям оформления. Однако следует учитывать, что сами полосы просматриваются читателем в определенном порядке:

- первая полоса - визитная карточка газеты;

- физиологические и психологические особенности человеческого восприятия таковы, что мы просматриваем полосу по диагонали,

- наиболее выигрышной, ударной частью полосы считается левый верхний угол полосы, именно с него начинается просмотр страницы и чтение текста; затем центр, затем правый верхний угол и т.д.

Приемы выделения отдельных материалов на полосе:

Три композиционных приема

- "на открытие" - верхний левый угол;

- "на отлет" - верхний правый;

- "на центр".

Шрифтовой метод

Шрифтовый метод выделения предполагает набор другим шрифтом, который отличается от шрифта наиболее часто употребляемого газетой.

Приемы:

1. курсив;

2. разрядка;

3. прописными;

4. полужирным;

5. жирным; и т.д.

Форматный метод

Форматный метод заключается в наборе текста или части текста на колонки, которые уже или шире стандартных.

Графический метод

При графическом методе материал подчеркивают, отбивают уголком, т.е. горизонтальной и вертикальной линейками, создают рамки. Дизайнер на компьютере может выполнить художественно-графические обрамления, фоновые подложки.

Комбинированный метод

Обычно это синхронное использование вышеназванных методов, а также выделение материала на полосе с помощью заголовка. Здесь вариантов великое множество, ясно, что самый крупный заголовок на полосе быстрее всего привлечет внимание читателей. А сделанный при помощи современных компьютерных технологий сложный заголовок украсит полосу и заинтересует читателей. Однако необходимо помнить, что особо "навороченные" художества дизайнеров не всегда хорошо смотрятся на газетной или журнальной странице. Кроме того, необходимо учитывать технические возможности принтера и типографии. Обидно, когда в последний момент, при снятии на пленку, не читается сложный заголовок. Второпях его приходится менять на простой. И все ваши труды пропадают даром. О шрифтовом исполнении и композиции заголовков мы поговорим в одной из следующих лекций.

**Приемы оформления отдельных материалов и блоков материалов на полосе.**

В практике периодических изданий существуют определенные приемы оформления одного или нескольких материалов на полосе.

Первым из них является так называемое "окно". "Окном" - называют материал, поставленный в верхний левый или правый угол и заверстанный на одну-две (не более) неполные колонки, выделенный линейками и набранный шрифтом, отличным от основного текстового шрифта полосы. Нижняя граница "окна" должна лежать примерно на линии оптической середины полосы (см. словарик). Минимальная высота - 46-48 строк, а максимальная - не больше ? высоты газетной площади, (в пределах 90-95 строк петита).

Следующий прием оформления материала на полосе - подвал. Подвалом называется материал, поставленный в самом низу полосы и разверстанный на такое число колонок, которые занимают больше половины ширины газеты (при 5-тиколонной верстке - подвал должен занимать не менее трех колонок, при 6 - не менее 4). Повал, занимающий не весь низ полосы, называется неполным, а разверстанный на все колонки - полным. Обычно от других материалов на полосе подвал отделяется линейкой. Подвал должен быть не более 1/3 газетной полосы (31-43 строки петита) и не менее? Однако встречаются и более низкие подвалы. Однако существует предел - 20-15 строк петита.

Подвал, поставленный вверх полосы, называют "чердаком". Он должен иметь не менее 4 колонок. Максимальная высота - ? газетной полосы или чуть ниже (до 35 строк), минимальная - строк 10. Иногда чердак делают сквозным, в этом случае не рекомендуется верстать его на все колонки: могут стушеваться, стать незаметными остальные материалы полос. Лучше дать 4 колонки на второй и 4 на третьей.

Словом "подборка" принято называть публикации, которые существенно отличаются одна от другой, как по технике подготовки, так по тематике и жанрам.

По технике подготовки различают:

- плановые

- текущие, т.е. скомпонованные из стихийно поступивших в редакцию материалов.

По тематике и жанрам можно выделить:

- тематические - схожие по тематике, например, спортивная хроника,

- оперативные,

- сборные подборки - группируются по одному из следующих признаков: времени ("Вчера в столице"), географии ("Вести из стран содружества"), авторству ("Дети пишут"), цели (сатирические отделы в газетах), появление информационного повода (например, эпидемия гриппа).