



Как создавать газету

Философия

Образ газеты

Первые страницы

План

Структура

Макет

Дизайн

Цвет

Редактор — это работник газеты, чье занятие — отделять зерна от плевел и следить за тем, чтобы плевелы попадали в печать.

Элберт Хаббард

- История успехов в газетном деле — это история самозабвенных прыжков в неизвестное. Там есть все: яркие идеи, упреждение читательских запросов, своевременность, везение, хороший вкус — а подчас и дурной, есть отвага или безумие необходимого риска. Либо все это у вас есть, либо — нет. Этому нельзя научиться на занятиях или по книжке. И существует только один способ выяснить, обладаете вы этим или нет, — **воспользоваться случаем и попробовать**, не задумываясь о последствиях



Философия

- В начале была идея... В наши дни, при огромной конкуренции среди средств массовой информации, желательно, чтобы эта идея была очень хорошей. В чем бы ни была ее суть и для чего бы она ни предназначалась — для еще одной общенациональной газеты с сотнями тысяч экземпляров тиража, для узко ориентированной газеты или для чего-то еще, — идея эта должна предлагать читателям либо такое, чего они не могут узнать больше ниоткуда (а знать хочется), либо доступное также из других источников, но выданное быстрее или в более удобной форме. Если вы не убедите читателей по той или иной причине предпочесть вашу газету, вы напрасно потратите свое время и деньги.

ТИПЫ ГАЗЕТ

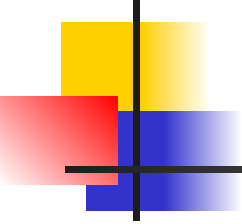


Предположим, у вас именно такая идея. Далее следует тщательно продумать содержание будущей газеты.



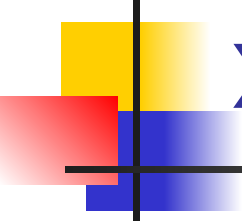
- содержание должно быть на высокохудожественном, качественном уровне. А это значит, что в газете должны быть свежие идеи — новые способы подачи старых тем и новые темы, поданные со вкусом.

Задайте себе следующие вопросы:

- 
- Что нужно освещать в конкретной области из не затронутого еще?
 - Как это следует делать?
 - Следует ли вводить колонки и какие создавать отделы?
 - Кто (потенциальные) читатели? Каков их образ жизни? Какая информация им нужна? Каким образом газета сможет ответить на их запросы? Есть ли у них интерес в областях, ранее не освещавшихся в печати?
 - Что нам больше всего нравится у конкурентов?
 - Какие темы носят в воздухе, но еще не освещались в прессе?
 - Какие иные проблемы не освещаются или освещаются плохо?
 - Что наши (потенциальные) читатели любят смотреть по телевидению?
 - Каковы привычные способы освещения того, что собираемся освещать мы?

Составьте список и поглядите, нельзя ли как-нибудь в корне изменить привычные подходы.

И, наконец, одна маленькая хитрость.



- Вы, конечно, можете быть гением, который перевернет всю журналистику. Но точно так же вы можете быть ничем не лучше всех нас и проводить массу времени за изучением других периодических изданий, особенно иностранных. **Никогда не стесняйтесь украсть хорошую идею.**

Вторая часть газетной философии — это подходы к делу, которые формируют лицо газеты.

- Газеты в этом отношении — как люди. Читатели должны воспринимать газету не только как поставщика интересной информации, но и с точки зрения интересных, оригинальных способов подачи этой информации. Читатели тянутся к своей газете по тем же соображениям, что и к общению с другими людьми.



А чтобы газета производила на читателей то же впечатление, что интересный собеседник, у нее должно быть вот что:

- 1. **Оригинальное и свежее содержание.** Помнить о читателях очень важно, однако, планируя новую газету или переделывая старую, недостаточно просто удовлетворять угаданные вами запросы. Прежде всего, у вас должно быть что сказать ценного и нового.



2. Самостоятельные взгляды (идеология).

Очень важны убеждения газеты, ее позиция по тому или иному вопросу, мнение о том, что важно в этой жизни (увлекается ли, к примеру, газета потребительской культурой или пренебрежительно относится к материальным благам как основе жизни), а также другая, возможно, не столь очевидная сторона: чутье на возможность или невозможность как-то изменить то, что газета считает неправильным, и защитить правое дело. Иными словами, какая это газета: активный борец или бесстрастный наблюдатель?

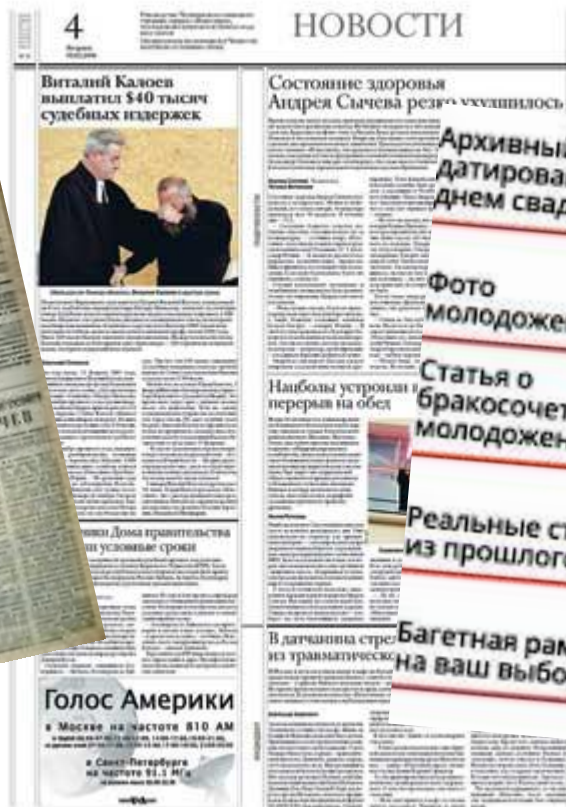


3. Привлекательный голос (тон) и внешний вид (дизайн).

- Голос газеты — это тон, заданный общим стилем ее материалов. Это не значит, что каждая статья в газете попадает в тон, но большинство их обязательно попадет. Что еще более важно — этому тону будет вторить и голос заголовков. Вопрос о характере обычно даже не возникает, когда идет речь о выпуске газеты. Он может быть каким угодно — властным, наглым, ерническим, ироничным, серьезным и так далее, но он должен быть, его следует тщательно продумать. Лицо газеты должно быть интересным и узнаваемым. Этот фактор определит также ее дизайн, поскольку он — главный в решении вопроса, будет ли она иметь классический, расхожий, авангардистский вид, наступательный или мирный.



Во всех эти трех аспектах самое важное то, что ваша газета должна быть **ЯСНОЙ**, со **СВОИМ ЛИЦОМ**, **ЛЕГКО ОТЛИЧИМЫМ** от конкурирующих изданий.



Архивный номер датированный днем свадьбы

Фото молодоженов

Статья о бракосочетании молодоженов

Реальные статьи из прошлого

Багетная рамка на ваш выбор



Образ газеты

- Размышляя о том, какую материальную форму примет ваша газета, прежде всего надо подумать о читателях. Кого среди них больше — мужчин или женщин? Когда они будут читать газету? Где будут ее читать? Будут ли они читать ее наскоро или растянут на несколько дней? Молодые они или пожилые? Богатые или бедные? Высокообразованные или нет?



фото: Дмитрий Багзин





- Все эти и многие другие вопросы повлияют на облик вашей газеты. Молодые читатели, например, могут читать более мелкий шрифт, чем пожилые. Те, кто читают газеты в толкучке — в поездах или в метро, — предпочитают малоформатное издание. Содержание и лицо газеты также повлияют на ваше решение. Если, к примеру, вы намереваетесь публиковать очень большие статьи, небольшой формат газеты может затруднить их восприятие.

Существуют три элемента материальной формы

газеты:

1. Формат

- Два основных типа газет — **полноформатная (А2)** и **малоформатная (А3)**. Каждый из них дает вам массу возможностей, но налагает и ограничения. Полный формат означает, что вы можете печатать более объемные статьи и более крупные фотографии. Этот формат обычно (но не исключительно) используется во всем мире в "серьезных" (иначе — "качественных") газетах, и если в вашей газете много страниц, то полный формат очевидно означает, что при малом формате потребовалось бы вдвое больше страниц. Этот формат дает также более широкие возможности для макетирования, верстки и дизайна. С другой стороны, полноформатные газеты могут быть слишком громоздкими для читателей и не позволят публиковать столько же статей и разделов, сколько малоформатные.
- Малоформатные же более компактны и более приспособлены для коротких, "ударных" материалов.



2. Форма



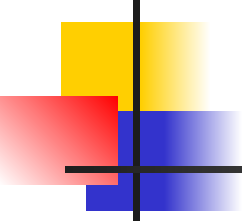
- Раньше газеты состояли просто из **одной "тетрадки"**, а то и просто из одного листа (т.е. из четырех страниц). Теперь возможности в области формы практически не ограничены: одна тетрадка, две, три или четыре, полноформатная газета со вложенной внутрь малоформатной; полноформатная с приложениями, малоформатные и полноформатные с приложениями журнального типа всевозможных размеров и т.д.

3. Объем

Это общее количество страниц во всей газете и в каждой тетради. Здесь никак не избежать коммерческих соображений, поскольку объем определяется не только нуждами редакции, но и количеством рекламы. Однако некоторые разделы, популярные у читателей, но привлекающие мало рекламодателей, могут быть "субсидированы" остальными частями газеты.



Первые страницы

- 
- **Как правило, решая, покупать газету или нет, читатели смотрят только на первую страницу. Таким образом, она обладает властью убеждения: брать — не брать.**
 - Зависит это во многом от того, где и как люди приобретают газеты в вашей стране.
 - Вам нужно провести небольшое исследование — где и как продаются газеты. Как продаются газеты в тех местах, где выходит ваше издание, — со столов, в кассах, в киосках, в магазинах или уличными торговцами, держащими газеты в поднятой руке, напоказ? В последнем случае вам придется подумать над тем, чтобы сделать первую страницу максимально броской.

Существует три вида первых страниц:

1. Текст

- Это самый традиционный тип первой полосы, когда на странице помещаются статьи. Эти статьи (или одна статья) могут быть даны в полном объеме, либо можно разместить на первой странице начало, а затем “перепрыгнуть” на вторую или еще дальше. На первую полосу такого типа можно поставить в рамке содержание номера — как в виде текста, так и иллюстраций. Эта рамка может располагаться и рядом с названием газеты, и под ним — где угодно, но обязательно в верхней половине страницы.



2. Афиша

- Эта первая страница выступает в роли афиши, объявляющей о статьях внутри газеты. Некоторые газеты дают на первой странице такого типа “рекламу” небольшого числа статей, другие — особенно испанские и итальянские — многих материалов.

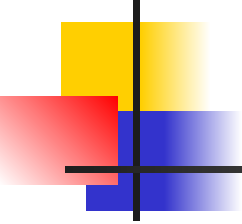


3. Плакат

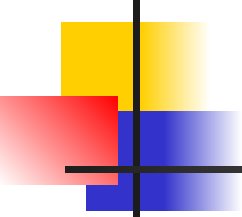
- Это первая полоса, на которой представлен один материал номера, причем — что характерно — в графически завлекательном виде. Это может быть либо один большой заголовок, либо — что чаще — фотография и сопровождающий ее заголовок. Там же можно поместить и заголовки меньшего размера, привлекающие внимание к другим статьям.



План

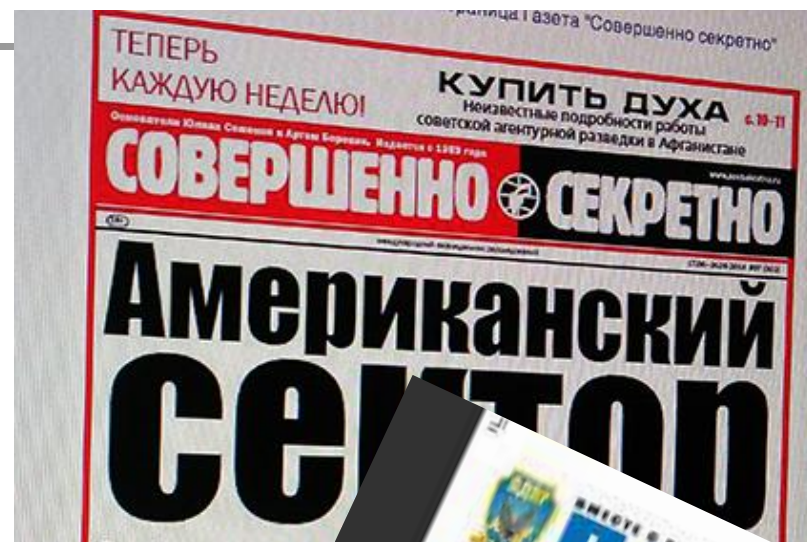
- 
-
- План газеты состоит из двух частей: структуры, то есть порядка, в котором идет ее содержание, и дизайна — облика газеты. К тому моменту, как вы начнете детально обдумывать эти вещи, следует определиться относительно содержания, формата, "лица" газеты, формы и объема.

Структура

- 
- Если вы не хотите сбивать читателей с толку и раздражать их, у вашей газеты должна быть структура, которой следует придерживаться в каждом номере. Разумеется, будут исключения — специальные выпуски, крупные события, объемные материалы, которым вы захотите уделить больше места. Но газета должна обладать постоянной структурой, нарушать которую можно лишь сознательно и крайне редко.
 - Изучать структуру газет можно, составляя списки, представленных статей по страницам.
 - Другой способ, зачастую более удобный, — нарисовать на листе бумаги небольшие прямоугольники, обозначающие страницы, и составлять структурный план газеты с их помощью. Это — план-схема (или "клетка"). Благодаря ему вы можете с одного взгляда определить, насколько логична структура газеты.

1. Структура должна быть понятной.

- Суть в том, чтобы через несколько номеров постоянные читатели **смогли запомнить мысленную "карту" газеты**. Это позволяет им находить то, что им нужно, ориентироваться. В этом поможет ясное наименование разделов.
- 2. Планировать структуру будет проще, если вы станете думать о содержании газеты как о **строительных блоках: внутренние новости, зарубежные новости, комментарии, очерки, спорт, культура, бизнес, объявления и др.** Не забывайте о таких блоках, с которыми связано большое количество рекламы и объявлений, — например, автодело или путешествия. Большое количество рекламы, примыкающей к данному разделу, делает желательным, чтобы он находился где-то ближе к концу газеты.



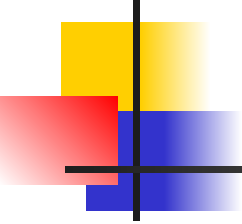
3. Планируемая вами структура должна быть логичной, независимо от количества тетрадок в газете.

в газете.

- Не надо, например, начинать один блок, перебивать его другим, затем вновь возвращаться к первому. Располагайте блоки, сходные по содержанию (например все, что связано с отдыхом), в одном месте. Вам также следует убедиться, что новый блок начат правильно. Если объем блока всего две страницы, он чаще всего начинается на левой стороне разворота. Если же в блоке одна страница, три или более, его следует начинать на правой стороне.



5. Следует знать приблизительный объем рекламы, сопровождающей каждый блок.

- 
-
- **6. Если вы сможете давать в своей газете различные разделы, не ограничивайтесь обычными.**
 - Как правило общенациональные газеты регулярно публикуют следующие тематические блоки: новости, спорт, бизнес, работа, книги, культура, телевидение, компьютеры, окружающая среда, детская полоса, средства массовой информации, семейные проблемы, путешествия, объявления, зарубежные новости, отдых, афиши, мода, автодело, продукты, финансовые новости для частных лиц, гороскопы, политика.

Макет

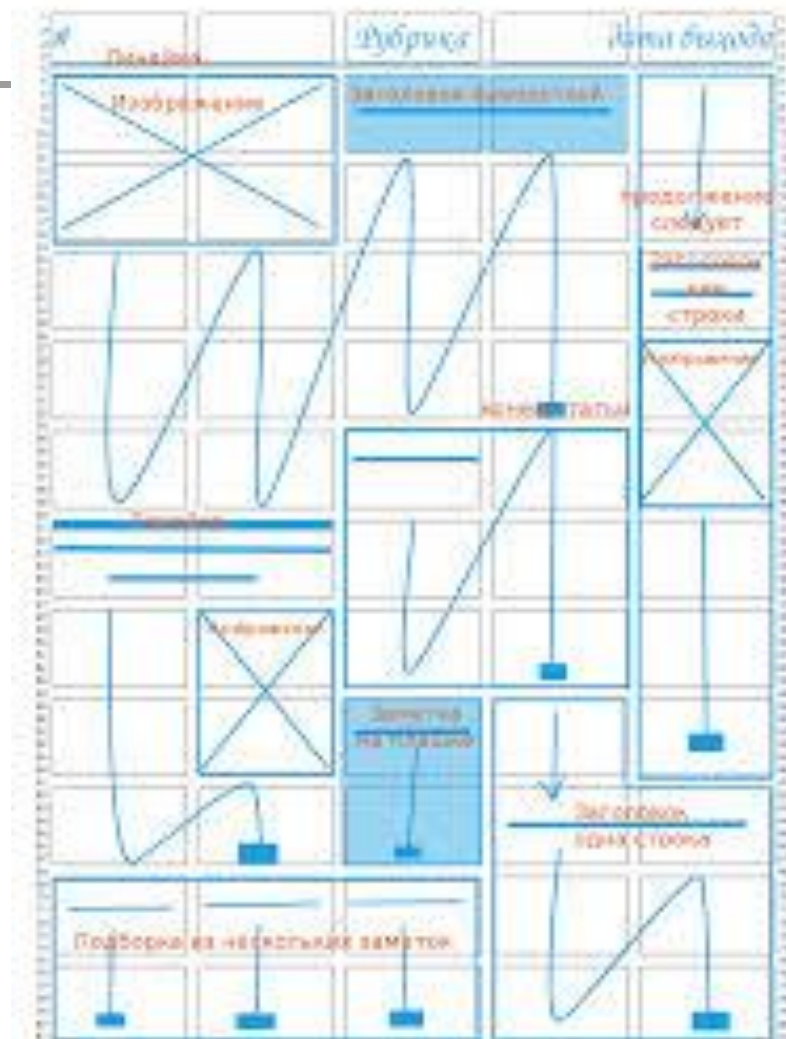


НАЗВАНИЕ ИЗДАНИЯ

Заголовок передовой статьи

Заголовок статьи

Заголовок статьи





Ряд правил

- 1. В целом в газете должно быть оговорено соотношение между рекламой и редакционными материалами.
- 2. После того как определены секции и блоки материалов, следует прийти к соглашению относительно соотношения рекламы и редакционных материалов в каждом блоке (секции).
- 3. Следует оговорить максимальный размер и объем рекламы, публикуемой на главных полосах — первой, третьей, начальных страницах секций (блоков), центральном развороте и т.д.
- 4. Следует установить максимальную высоту колонки рекламы на каждой странице
- 5. Там где это возможно, настаивайте, чтобы реклама шла вдоль нижней части страницы, а не вертикально по краям.
- 6. Не допускайте никаких вольностей в размещении рекламы на полосе

РОДНОЙ ГОРОД

Долгопрудный

РОДНОЙ ГОРОД

Долгопрудный

ТАКСИ СТРЕКОЗА 669-83-83

В Долгопрудном может появиться новый парк

В долгопрудномском школах собирают звезды

В долгопрудномском школах собирают звезды... (text continues)

Личный кабинет жителей в Долгопрудном

Личный кабинет жителей в Долгопрудном... (text continues)

Женщина у Калужского подорожала за девять лет

Женщина у Калужского подорожала за девять лет... (text continues)

МОЛОДЫМ СЕМЬЯМ - СКИДКИ ДО 20%

МОЛОДЫМ СЕМЬЯМ - СКИДКИ ДО 20%... (text continues)

РЕМОНТ КВАРТИР

РЕМОНТ КВАРТИР... (text continues)

СТРЕКОЗА

СТРЕКОЗА... (text continues)

Телефон такси «Стрекоза»: 669-83-83

Проект парка отдыха в Долгопрудном с из номинации Всероссийского конкурса индустриальных проектов «Архитектурный образ России»



Что ожидает от участия в Всероссийском конкурсе индустриальных проектов «Архитектурный образ России» в проектном конкурсе «Город»?

В 2013 году в связи со сложившейся ситуацией в экономике, российские промышленные предприятия вынуждены искать новые пути развития. Одним из таких путей является создание новых объектов инфраструктуры, которые могут стать источником дохода и создать рабочие места. В рамках проекта «Архитектурный образ России» мы предлагаем разработать архитектурный образ для нового парка отдыха в Долгопрудном. Проект включает в себя разработку концепции, архитектурных решений, ландшафтного дизайна и инженерных решений. Мы предлагаем разработать архитектурный образ для нового парка отдыха в Долгопрудном. Проект включает в себя разработку концепции, архитектурных решений, ландшафтного дизайна и инженерных решений.

Левый архитектор: Евгений Козловский, Руководитель проекта: Дмитрий Сидоров



Мы предлагаем разработать архитектурный образ для нового парка отдыха в Долгопрудном. Проект включает в себя разработку концепции, архитектурных решений, ландшафтного дизайна и инженерных решений. Мы предлагаем разработать архитектурный образ для нового парка отдыха в Долгопрудном. Проект включает в себя разработку концепции, архитектурных решений, ландшафтного дизайна и инженерных решений.

РОДНОЙ ГОРОД

Долгопрудный

ТАКСИ СТРЕКОЗА 669-83-83

В Долгопрудном может появиться новый парк

В долгопрудномском школах собирают звезды

В долгопрудномском школах собирают звезды... (text continues)

Личный кабинет жителей в Долгопрудном

Личный кабинет жителей в Долгопрудном... (text continues)

Женщина у Калужского подорожала за девять лет

Женщина у Калужского подорожала за девять лет... (text continues)

МОЛОДЫМ СЕМЬЯМ - СКИДКИ ДО 20%

МОЛОДЫМ СЕМЬЯМ - СКИДКИ ДО 20%... (text continues)

РЕМОНТ КВАРТИР

РЕМОНТ КВАРТИР... (text continues)

СТРЕКОЗА

СТРЕКОЗА... (text continues)

Телефон такси «Стрекоза»: 669-83-83

Дом при виде газет точен мак при статинте газет

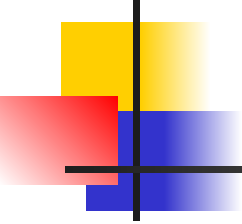
Газета

заголовок

С тех пор, как существуют газеты в России, «слово» было важнейшим. Сильные и прочно установившиеся литературные традиции помогали создавать газеты, которые являлись для читателей даже в самые мрачные дни надзора за прессой. Однако в российской жизни происходят значительные изменения и газеты не могут устоять перед ними. Для того, чтобы пресса смогла выжить при новых рыночных отношениях, она должна не только информировать, но и привлекать. Сегодня редакторам следует обратить внимание на то, как газета выглядит на внешнем виде, на внешнем представлении читателям, на ее дизайне. Редакторам начинают понимать необходимость

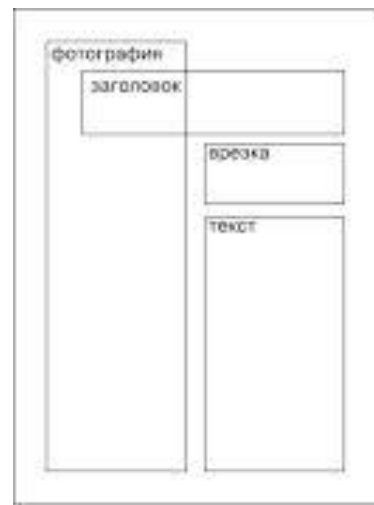
и заголовок

образом, тогда ментонс привлекат и передат идо наиболее шно, ший дизайн более заметным. Этот процесс начинается с внешнего дизайна, рассмотренных самых простых элементов, таких как оформление заголовка, проблем между колонками, заголовки и Другой заголовок текст, фотографий и дизайн к нему. Постепенно в использовании элементов дизайна / шрифтов, проблем/ - это основная идея книги, так как она является ключевой в создании и осуществлении успешного оформления вашей газеты. Поскольку читатели становятся вымышленными от постоянства

- 
-
- Дизайн — особая область деятельности, и он требует навыков, которые не приобрести с ходу. Кроме того, нужен вкус в выборе различных компонентов дизайна. Будучи однажды выбраны, эти компоненты сохраняются в каждом номере газеты. Меняют их только тогда, когда меняют весь дизайн издания.

1. Каркас

- Это число колонок на полосе. Цифра эта, соответственно, определяет ширину колонок. В малоформатных газетах на странице обычно бывает от четырех до шести колонок, в полноформатных — от семи до девяти. Если колонок на странице больше, это будет производить впечатление нарочитой пестроты и затруднит чтение. Каркас с меньшим числом колонок можно использовать на страницах со специальными материалами; будучи использован по всей газете, он снижает, причем значительно, постраничный темп изложения.





2. Литеры текста

прстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмно
прстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
ParaType Newton

- Гарнитуру шрифта и общие характеристики текста следует выбирать очень внимательно. Шрифт должен легко читаться — и быть экономным, то есть в отведенное пространство должно вкладываться побольше слов. Главный фактор “читабельности” шрифта — так называемая “высота х”, что означает высоту литеры “х”. Гарнитура текста отличается по дизайну от гарнитуры заголовочного шрифта.

Это гарнитура Times New Roman, вероятно, наиболее распространенная засечная гарнитура.

Это засечная гарнитура под названием Georgia, поставляемая с последними версиями Windows.

Засечная гарнитура Lazursky названа по фамилии разработавшего ее художника Лазурского.

Это засечная гарнитура OfficinaSerif. У этой гарнитуры два варианта: с засечками и без.



3. Шрифт заголовков

- Существуют сотни тысяч различных шрифтов, и некоторые газеты меняют шрифт заголовков настолько часто, что кажется, будто они решили за возможно более короткое время перепробовать их все. Газеты же, обходящиеся одним базовым набором шрифтов для каждой тетради или блока газеты, обычно выглядят лучше, более цельно. Использовать необычный шрифт в заголовках специальных материалов значит подготовить читателя к чему-то неординарному. Если же вы используете такие шрифты беспорядочно, эту функцию они выполнять не смогут.

“Воздух”

- Главное в дизайне — как газета использует незаполненное пространство полосы (воздух). Подходить тут нужно конструктивно: оставлять воздух там, где он выполняет какую-либо функцию — например, выделяет заголовок, дает отдых глазу или создает рамку для фотографии или текста. Важно даже не то, как именно вы используете воздух, но чтобы вы использовали его осознанно, а не случайно.

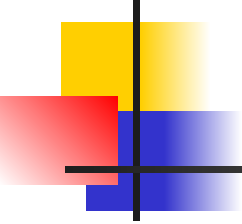


факторы хорошего газетного дизайна

1. Содержание важнее формы.
2. Хороший дизайн узнаваем и отличим.
3. Каждая страница газеты должна обладать собственным характером.
4. В газете должным образом расставлены указатели, и читателям легко ориентироваться.
5. Внешний вид должен быть естественным, непринужденным.

- Цвет следует использовать для основных эффектов, а не разбрасывать цветные пятна повсюду. Во-первых, если цветов слишком много, они визуально глушат друг друга, а, во-вторых, вы не можете всякий раз проконтролировать цветовую гамму каждой страницы, поскольку основной цвет на фотографии выявляется слишком поздно.



- 
-
- *Редактор в газете — это человек, который точно знает, чего хочет, но не вполне в этом уверен.*

Уолтер Дэйвенпорт