

СОДЕРЖАНИЕ

Введение………………………………………………………………………3

1. Особенности оформления первой полосы газетного номера………..............................................................................................................6
   1. Основные понятия и определения……………………………….........6
   2. Структура первой полосы современного газетного издания………..7
   3. Дизайн перовой полосы………………………………………………..9
   4. Особенности верстки …………………………………………….......13
   5. Первополосные иллюстрации и их принципы……………………...13
   6. Модель первой полосы и ее компоненты……………………….......15
2. Особенности оформления первой полосы газетного номера на примере газеты «Комсомольская правда» ………………………….....................20
   1. Особенности заголовочного комплекса……………………………..20
   2. Календарные сведения………………………………………………..21
   3. Разделительные средства…………………………………………. …21
   4. История оформления первой полосы «Комсомольской правды»………………………………………………………..…………………… 23
   5. Положительные стороны оформления………………………………23
   6. Отрицательные стороны оформления……………………………….23

Заключение …………………………………………………………………..24

Список использованных источников.............................................................26

Приложение 1. Газета «Комсомольская правда»………………………….27

Приложение 2. Обложка «Комсомольской правды»……………………...28

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы исследования**. Актуальность выбранной мою темы очевидна. Она обусловлена тем, что первая полоса газеты является так называемым «лицом», дающим представление читателям о содержании всего издания. Первая полоса отвечает прежде всего за уникальность внешнего оформления, за привлечение внимания читателя к изданию, а потому так важно уделить максимальное внимание данной теме исследование. Встречая на витрине газету, читатель первым делом выбирает издание глазами, не заглядывая во внутрь, и не вникая в само содержание, поэтому задача верстальщиков, оформляющих издание, отдать как можно больше внимания именно первой полосе. Чтобы зацепить внимание на первую полосу помещаются самые оперативные, самые важные новости, сообщения, касающиеся большего количества людей. Яркие иллюстрации, необычные заголовки – вот, что точно привлечет выбирающих газету людей. Важно подумать, какая новость из всех является достойной первой полосы, какая именно заинтересует. Обычно самая острая новость и иллюстрация к ней и составляет то самое «лицо» всего номера. Заголовки первой полосы особенно важны, т.к. именно они дают представление о всей теме номера. Составление первой полосы требует большего внимания, но на ее отводится и меньше всего времени, т.к. ее часто оставляют напоследок, ожидая самые горячие новости. Поэтому и складываются приоритетные формы построения. Но как же расположить материалы, чтобы получить наиболее эффектную первую полосу? Самым первым шагом является определение количества материалов, затем нужно расставить приоритеты и выбрать из них ведущий, который и станет смысловым центром всей страницы.

Тема «дизайн» и «газета» сейчас неразрывно связаны между собой. Исследователи в области периодической печати сошлись на мнении о том, что внешний вид газеты и дизайн – два понятия, равноценные друг другу. Дизайнер в сложном процессе оформления газеты объединяет части в единое целое. Под «частями» подразумеваются тексты, различные элементы оформления, иллюстрации, а под «целым» – газетная полоса, номер.

**Объект исследования.** Объектом моего исследования выступает область науки - полиграфия.

**Предмер исследования.** Предметом исследования выступает еженедельная российская газета «Комсомольская правда».

**Цель.** Целью нашей работы является рассмотрение особенностей оформления первой полосы и проведение ее анализа.

В процессе нашей работы следует решить следующие **задачи**:

1. Изучить литературу по теме.
2. Рассмотреть основные понятия, касающиеся проблемы исследования: первая полоса газетного номера, процесс оформления первой полосы.
3. Изучить процесс оформления и исследовать его значимость.

**Методы исследования**. Для решения поставленных в работе задач нами были выбраны следующие методы исследования: анализ теоретических научных трудов и литературы, сравнение теории на конкретном примере, а также рассмотрение проблем, с которыми есть возможность столкнуться при работе с оформлением первой полосы газеты.

**Степень изученности темы.** В ходе данной работы мною был проведен анализ научных работ и публикаций, посвящённых данной теме. Исходя из этого могу сделать вывод о том, что научной литературы по данной теме существует совсем немного. Наша работа будет интересна для студентов высших учебных заведений, а также для преподавателей и всех желающих получить новую информацию в этой области.

**Описание структуры работы.** Наша курсовая работа состоит из частей: введение, которое дает краткое понимание всей работы и показывающее план; главы, в первой из которых представлены теоретические понятия, а вторая отражает практическую часть; заключение, в котором мы подвели итоги проделанной работы; список литературы, который содержит 15 наименований.

**Новизна работы.** В проведенной мной работе я выражаю собственную точку зрения на существующие особенности оформления первых полос в газете.

**Глава 1. Особенности оформления первой полосы газетного номера**

**1.1. Основные понятия и определения**

Первую полосу газетного номера обычно называют лицом или витриной, ведь именно она дает понимание и представление читателям о содержании всего номера. Первая полоса – это первое, что мы видим, взяв газетный номер в руки, и именно от нее зависит желание у покупателя приобрести и прочитать газету. Работа над ней является самой ответственной и самой минимальной по количеству времени, отведенной на ее создание. Как правило, оформление первой полосы осуществляется в самый последний момент, на случай появления самых острых новостей.

Сегодня существует немало вариантов оформления первой полосы газетного номера. Чтобы эффективнее рассмотреть нашу проблему, и основательно в ней разбираться, нам следует знать основные понятия и определения, существующие в данной области.

**Передовая статья** – это один из важнейших компонентов, формирующих лицо газеты.

**Шпигель** – участок, находящийся сбоку от заголовочной части газеты, над начальными колонками полосы.

Как и многие другие понятия первая полоса имеет множество различных толкований. Наиболее актуальным является такое определение: «**Первая полоса** – это скомплектованная часть наборной формы, включающая заголовки, клише, колонцифры, формулы и др. элементы».[[1]](#footnote-1)

Первая страница любого периодического издания несет за собой сложное своеобразное дизайнерское решение. «Существует **несколько вариантов оформления первой полосы**, выделяемые учеными, занимающимися изучением проблем графического дизайна и дизайна периодики:

- обложка (таблоидная) – иллюстрация занимает от половины до 2/3, кроме нее в анонсах может быть несколько небольших фотографий;

- пестрая (массовая) – для нее характерна обильная иллюстративность, обычно на первой полосе расположены фотографии разных размеров;

- традиционная – содержит главный материал или колонку редактора, несколько небольших фотографий, подборка заметок + репортаж + корреспонденция;

- качественная (консервативная) – практически не содержит иллюстраций, три-четыре средние публикации, подборка из 3-4 заметок».[[2]](#footnote-2)

«Также встречается и другая классификация:

- традиционная – в ней размещаются лишь главные новости дня; фотографии, заголовки и текст, сверстанные в прямолинейном стиле;

- журнальная обложка – упор делается на качество, а не на количество, это может быть одна статья в самом центре с крупным иллюстративным заголовком;

- информационный центр – смешение графики, фото, анонс-блоков, кратких сводок становится проводником к основному содержанию газеты».[[3]](#footnote-3)

* 1. **Структура первой полосы современного газетного издания**

При составлении первой полосы газетного номера нужно учитывать, что ее пространство меньше, чем у остальных полос, потому что здесь размещается заголовочная часть газеты. Первым делом обдумываются вопросы, связанные с оформлением и версткой. Передовица помещается под заглавием газеты и выделяется крупным и ярким шрифтом. Передавая статья – один из важнейших компонентов первой полосы, выбрав один раз оформление, которого необходимо придерживаться и в дальнейшем, не видоизменять в следующих номерах. Немаловажным компонентом остается и *шпигель* – пространство сбоку от заголовочной части газеты, над начальными колонками полосы. В нем обычно помещается наиболее актуальная фотография, отражающая главную тему номера. На первой полосе можно указать читателям тематику номера, используя афишу (сообщение о наиболее острых материалах, указывая страницы). Если в номере публикуется интервью, то на первой полосе располагают его часть.

Яркое и запоминающееся иллюстрирование – вот, что необходимо первой полосе. Задача этих изображений прежде всего привлечь внимание покупателей и украсить полосу.

Заголовочная часть является началом газеты. Она занимает либо всю ширину полосы, либо ее часть. К основным компонентам относятся: название газеты, постоянный призыв, название организации (органа), календарные сведения и номер выпуска.

«*Передовая статья (передовица)* располагается в левой верхней части первой полосы. Она выражает мнение редакции по первоочередным вопросам в данный момент. Набирается наибольшим форматом и заверстывается на одну или несколько колонок.

*Подборка* – это однородный по теме материал, который размещен на нескольких колонках и соединяемый одним единым заголовком – шапкой. Подборки существуют как тематическими, так и различными по теме. В ней традиционно соединяют не очень большие статьи информационного характера (к примеру, заметки, интервью, репортажи). Подборку заверстывают вверху или внизу полосы и конкретно отделяют от иного материала.

*Окно* – изображение либо статья, прямоугольно заверстываемые в верхнем правом углу полосы. Оно постоянно отбито от текста снизу и сбоку жирными линейками.

*Фонарь* – статья или же изображение, заверстанные по центру или же внизу полосы на две-три колонки. Ширина данной статьи обычно меньше ее высоты.

*Подвал* – статья, которую помещают в нескольких колонках внизу полосы. Отделяют подвал от предшествующего текста линейкой; заголовок располагают над первыми двумя-тремя колонками, а высота обязана быть не более 1/3 и не меньше ¼ высоты полосы.

*Стояк* – статья, которую заверстывают на две-три колонки по всей вышине полосы.

*Уголком* называется статья или иллюстрация, которые располагают в одном из углов полосы, не считая правого верхнего.

*Подверстка* – это материал, которым заполняют пустое место статьей, тематически с ним не связанной.

*Колонтитулы* - располагают или на весь формат полосы, или внизу с заверсткой в углу на формат одной колонки: на четных страницах – в первой колонке, на нечетных – в последней. В колонтитуле находится заглавие печатного издания, ее номер, дата и колонцифра.»[[4]](#footnote-4)

**1.3. Дизайн перовой полосы**

Термин «дизайн» возник в конце XVI века в Европе. В Италии он значил рожденную у живописца и внушенную Всевышним мысль – концепцию произведения искусства. В конце 1960-х гг. на Международном совете организаций по дизайну пришли к принятию общего определения: «Дизайн – это творческая деятельность, задача которой – определение формальных качеств вещей, производимых промышленностью». [[5]](#footnote-5)

«Сегодня понимание самого дизайна очень расширилось. В современном мире этот термин используется в разнообразных областях, начиная от искусства и строительства, заканчивая политикой. Объектом дизайна может стать любой предмет в любой сфере деятельности. Дизайн является неотъемлемой частью газеты. Дизайнер в процессе оформления газетного издания объединяет несколько частей в одно единое пространство. Тексты, иллюстрации, оформительские элементы объединяются в газетную полосу, целый номер. Главной задачей данной работы является предоставление читателю материалов, которые воспринимались бы им наиболее логично и просто. На первой полосе должны располагаться элементы, которые привлекут наибольшее внимание покупателей. Обычно это на себя берет графика, иллюстрация, лид и тд. Нельзя не отметить функциональность газетного дизайна. Все дизайнерские решения должны облегчать читателю процесс усвоения информации, которую он найдет в газете».[[6]](#footnote-6)

Расположение одного материала на полосе – это самая простая по своей конструкции газетная полоса. Чаще всего ее используют многостраничные издания с форматом А3 и А4. При всем при этом, расположение компонентов может быть разнообразным: заголовок может располагаться в середине текста, а не сверху; и сама композиция будет усложняться по мере увеличения ее элементов. Но именно эта конструкция воспринимается легче остальных.

Усложнение конструкции происходит при расположении на полосе нескольких материалов. Например, если на полосе располагается один большой материал, то он не требует никаких вспомогательных приемов. Печатается такой материал более крупным шрифтом. Большой объем материала, потребует более крупного заголовка, а это, несомненно, привлечет внимание читателя в большей степени.

Два доминирующих материала на одной полосе – более всего характерно для газетной полосы. Здесь дизайнеру предоставляется больше выбора действий: он может как разместить их рядом, так и поместить их в разные концы полосы, использовать одинаковое оформление (кегль, выключка заголовков), показывая этим равноценность двух материалов, или же провести некое сравнение, использовав разные параметры.

Самой сложной конструкцией является «мозаичная», когда на полосе располагается несколько материалов. Это может быть, как расположение равноценных материалов, и, следовательно, ни одному из них не нужны акцентирующие средства, так и материалы, имеющие разную ценность, которые нуждаются в различных выделительных приемах.

Существует несколько зон внимания, которые необходимо учитывать при расположении материалов на полосе. Например, 61% отводится верхней части левой полосы разворота, а 39% - нижней. Но такое деление относится не ко всем газетным полосам.[[7]](#footnote-7)

Дизайнеры, чтобы обеспечить успех газете, используют «золотые» принципы дизайна, как основу своей работы. К ним относится: контраст, сбалансированность, направление взгляда, пропорциональность и целостность. Теперь разберем подробнее.

*Сбалансированность* – это компоновка частей, при помощи которой достигается приятное для глаза месторасположение их на полосе. Бывает два вида баланса: *формальный и неформальный*. Формального баланса возможно достичь распределением компонентов одного объема по обе стороны от оптического центра. Особой чертой формального баланса считается жесткость структуры. Неформальный баланс отличает размещение частей различной величины, формы, интенсивности. Такой баланс является более увлекательным, динамичным с точки зрения восприятия.

*Контраст* - сочетание различных размеров, форм, цветов. Образцом могут быть заголовки и подзаголовки, набранные различными кеглями.

*Направление взгляда* – очень важно обращаться с этим фактором осмотрительно. Задача дизайнера сделать оформление материала привлекательным, интересным для читателя, чтобы он непременно его прочитал. Но зачастую дизайнеры делают ошибку, привлекая внимание техникой приема, что совершенно неправильно.

*Пропорциональность* - соотношение объектов между собой, ведь именно пропорциональные полосы являются самыми интересными и привлекательными. Еще древними греками были установлены «хорошие» пропорции выражаются отношениями 2:3, 3:5, 4:6, и т.д.

*Целостность полосы* можно достичь единообразным стилем и простым оформлением. Заблаговременно решаются такие вопросы, как варианты компоновки материала и иллюстрации, размещение заголовков, использование линеек, и др. Затем из выбранных вариантов остаются те, благодаря компоновке которой и достигается целостность, единство полосы.[[8]](#footnote-8)

Дизайн печатного издания бесспорно требует от дизайнера чувство стиля, особого вкуса, и конечно мастерства в работе. На оформление также оказывают большое влияние и общие направленности, характерным для определенного периода, а задача дизайнера тщательно отслеживать эти изменения, не отставая от них. Так называемые общие тенденции изменяются под влиянием различных изменений в сферах общественной жизни. Так, в конце 80-х гг. XX в. многие издания переформировались в еженедельники, а у некоторых ежедневных газетных изданий появились специальные выпуски выходных дней, далее образовались новые, независимые издания, отличавшиеся новизной стиля и дизайнерского оформления. Для них характерна и смена названий, графических форм логотипов. Получили большую популярность логотипы, например, «МК» - «Московский комсомолец» и др.

Новые, более свободные газетные издания отличались смелыми графическими решениями: нестандартное расположение заголовков, необычное оформление логотипов и др. В 90-х гг. XX в. появилась возможность использования компьютерных технологий в оформлении. Именно они и сегодня определяют стиль газетного издания, его внешний облик. Дизайнерам с появлением новых, постоянно изменяющихся технологий, издательских программ, открылись совершенно новые возможности в оформлении.

В начале 90-х годов некоторые издания изменили свой формат, став еженедельниками, а большинство ежедневных большеформатных газет обзавелись так называемыми «толстушками» - специальными выпусками по выходным дням, из которых в последующие годы образовались самостоятельные, независимые издания. Они желали своим внешним отличаться от привычных официальных изданий. Самой характерной деталью таких изданий стала смена названий газет. Теперь аббревиатура становится основным смысловым элементом логотипа: «МК», «СМ-сегодня».

* 1. **Особенности верстки.**

*Верстка* – составление печатной формы полос из гранок текстового набора, заголовков, клише, линеек, украшений и пробельного материала.

Главная задача верстки – правильное размещение основного материала на полосе. Чтобы достичь желаемого результата применяются всевозможные способы выполнения макета, дозволяющие акцентировать материал, - шрифт надлежащих характеристик, выделение заголовков на полосе при помощи композиционных способов, внедрение надлежащих значимости материала, иллюстраций. Материалы имеют возможность располагаться вертикально и горизонтально, их можно поместить в рамки либо обрамлять линейками. Большая часть дизайнеров, и это можно пронаблюдать в имеющих место быть на рынке издания, применяют сочетание горизонтального вертикального расположения, позволяя себе рамки. [[9]](#footnote-9)

Отличительной чертой газетной предписанной подготовки считается довольно немаленький размер правки в последствии расположения материала во время верстки. Это случается в связи прибавления свежей информации, применения отличных от имеющихся иллюстраций, некоторых конфигураций макета, комплекта отличительным от обычных полос шрифтом, выделения материала графическим методом.

**1.5. Первополосные иллюстрации и их принципы**

«Иллюстрирование – представление наглядного примера».[[10]](#footnote-10) Существует несколько принципов иллюстрирования, которые важно учитывать при создании композиционно-графической модели.

«Термин «иллюстрация» может применяться ко всем фотографиям и рисункам только в теории книжного оформления. Что же касается газет и журналов, то здесь следовало говорить об изобразительном материале или соответственно изобразительных элементах. В связи с этим большинство изобразительных материалов приходилось рассматривать в двух аспектах: как элемент оформления и как подсистему, т. Е. отдельную публикацию, самостоятельное журналистское произведение».[[11]](#footnote-11)

Первым делом стоит определиться с аудиторией, и направить все иллюстрирование на удовлетворение их потребностей.

Также стоит уделить внимание принципу *организованности* и *целостности*. Важно учитывать тот факт, что наше сознание воспринимает сначала картинку в целом, и лишь потом акцентирует внимание на деталях. Все вместе: фото, рисунки, заголовки, различные элементы оформления – помогают читателю достичь эстетического удовлетворения. Иллюстрации должны смотреться органично, чтобы верно передать весь оформительский замысел и правильно сочетаться с текстом. Всего этого можно добиться верным размещением иллюстраций, их подачей читателю. Чтобы достичь целостности, нужно заранее проработать композиционно-графическую модель, где немаловажную роль играет расположение иллюстраций. [[12]](#footnote-12)

Чтобы избежать проблемы монотонности и неяркости издания, на страницах должны присутствовать различные жанры фотопубликаций. Следовательно, очень важен принцип жанрового разнообразия в иллюстрировании. Дизайнер должен отбирать фотоснимки, исходя из выразительности фотопубликаций. Он может также внести свои изменения в снимок.

Фотоиллюстрация – это мощный выразительный элемент оформления газеты. Термином «фотоиллюстрация» обозначаются все фотографии, представленные на страницах газет. Они имеют следующие назначения:

1. Способ заострения внимания читателя.

Фотографии, которая выделяется из общего ряда снимков, отводится центральное место полосы, а вся полоса располагается вокруг нее.

2. Способ ориентации.

Нередко фотоснимки используют как заголовочный иллюстрационный материал к тексту. Заголовочная фотография всегда говорит читателю, о какой теме идет речь.

3. Способ художественного оформления газетных страниц.

Для создания эстетической привлекательности нередко используют специальные фотоснимки, так называемые фотозарисовки.

Современные газеты стремятся дать читателю увидеть то, о чем написан текст. Дать читателю прочувствовать не только, прочитав, но и посмотрев. В этих случаях сам текст и фотография составляют содержательное единство, раскрывают одну тему. Фотография может лишь усилить воздействие текстового материала, но значения самостоятельной публикации иметь не будет. Текст без фотосопровождения будет выглядеть незавершенным.

С другой стороны, роль фотоснимков не ограничивается лишь одним иллюстрированием.

Сейчас все большее значение приобретают информационные снимки. Многие издания используют их в качестве основных иллюстраций. Происходит переход от иллюстрации к информации. Информационный снимок нередко представляет композиционный центр всей газеты.

**1.6. Модель первой полосы и ее компоненты**

Самым главным в создании композиционно-графической модели газетного издания является системное представление и нем.

«Модель – образец, кого-либо тиражируемого объекта, некий аналог этого объекта».

Выделяют несколько функций композиционно-графической модели. Первым делом она должна создать газете индивидуальный, неповторимый облик, который будет легко узнаваем читателем на прилавке магазина. Вторая, не менее важная функция, состоит в создании наиболее удобной для читателя формы самого издания. Например, одна тематика должна располагаться на полосе в определенном месте, и при это сами формы не сложны, постоянны и имеют некую выразительность. Третьей функцией является рациональная организация работы выпускающего редактора. В каждом варианте продумываются все элементы модели: от логотипа до постоянных рубрик издания. Работая над очередным номером редактор совместно с дизайнером выбирает наиболее удачный вариант полосы, при необходимости он может корректироваться (уточнение площади, замена рубрики, например), и нужно будет лишь загрузить новые тексты и обработать их, что существенно сократит время верстки. [[13]](#footnote-13)

Раньше считалось, что полосы номеров, следующих последовательно, обязаны выделяться по композиции. Однако сегодня газетный дизайн выработал другой подход: вероятен и один, фактически неменяющийся макет для одной газетной полосы. Очевидный пример этого – первая полоса газеты «Комсомольская правда» (достаточно стабильная композиция).

«**Логотипом** является собственное название издания, выраженное в графической форме. Однако существует и иное определение: логотип издания в целом – это композиция, которая состоит из нескольких основных элементов. Именно: собственное название, обозначение вида издания, выходные данные, графические элементы.»

**Вид издания** – информация о том, какая газета представлена перед читателем: ежедневная, вечерняя, краевая и тд. Но это необязательно, так что этого может и не быть на полосе.

**Выходные данные**

К ним относятся: год издания, порядковый номер, дата. Сейчас можно встретить оформление выходных данных отдельно, в виде календарного листа. Но выходные данные – это часть логотипа, которая имеет определенное место, причем все сведения обязаны находиться в одном месте. Понятное дело, что номер и дата будут всегда изменяться. Иногда может быть указана и цена издания. Но сегодня все чаще обозначение цены располагается в блоке служебных сведений. Но все же указание цены должно быть, согласно Закону о СМИ.

**Графические элементы** – это все возможные линейки, рамки, рисунки и фотографии. В этой общей композиции логотипа может быть включен еще и призы газеты. Основная задача – расположить все эти части так, чтобы композиция газеты выглядела законченной.

Графическое и шрифтовое оформление должно быть согласованным с уже избранными графическими элементами модели газеты.

Размер и размещение логотипа в различных изданиях выглядит по-разному. Например, если формат газеты А2, ширина логотипа соответствует пяти-шести колонкам из восьми. Ширина логотипа в газете формата А3 чаще всего равна самой ширине полосы. Высота логотипов обычно находится в пределе 6-10 см. Размещение логотипа обычно верхняя часть полосы. Не нужно без особой необходимости располагать логотип внизу полосы. По крайней мере, это не несет никакой логики, поскольку первым делом логичнее всего представиться читателю, и очень часто сдвиг логотипа вниз разрывает саму полосу на две части, уничтожая основной принцип – целостность. И наконец третий аргумент: читатель, выбирая газету, прежде всего ориентируется по названиям, и, если логотип будет располагаться внизу, он попросту не поймет, что за газета находится перед ним, а, следовательно, не отдаст ей предпочтение.

При создании логотипа нужно помнить о некоторых принципах дизайна: пропорции, баланс, контраст – поскольку композиция составлена из нескольких элементов. Каждый элемент должным обладать собственным местом и размером. Очень важно соблюдать точный расчет пробелов между элементами. Важно не спешить помещать композицию в рамку или на четырехугольную подложку. Намного интереснее и необычнее смотрится композиция, в которой несколько элементов вырываются за эти пределы. Важно также помнить о гармонии, сочетаемости шрифтов.

**Колонтитул**

Составление колонтитула производится определенным образом. В него входят такие элементы, как логотип, порядковый номер страницы и дата выхода данного номера газеты. Располагается колонтитул внизу или вверху полосы. Он может быть, как разверстан во всю ширину полосы, так и занимать место в углу. В многостраничных газетах ставится на всех полосах, кроме первой.

**Блок «адрес и служебные сведения»**

«Размещен обычно через всю ширину последней полосы внизу или вертикальной колонкой. В современных изданиях появилась тенденция перенесения этого блока на вторую или предпоследнюю страницу. Определенного объема не существует, у каждого издания по-разному. Но основная часть должна быть едина у всех, поскольку это определено Законом о СМИ. Важно соблюсти следующую последовательность:

1. Название самой газеты (здесь логотип повторяется), сообщение об учредителе издания, регистрационный номер и место регистрации, а также издательский индекс.
2. Редактор издания, редакционная коллегия.
3. Непосредственного адрес редакции, телефоны и другие формы связи, координаты собкоров и представителей газеты.
4. Дежурная бригада, подготавливающая данный номер.
5. Дни выхода газеты, тираж, цена.
6. Сообщение об издательстве с указанием адреса; заказ и время подписи в печать (по графику и фактическое).[[14]](#footnote-14)

**Анонс**

Анонс – это яркое сообщение о каком-либо наиболее интересном, важном материале, расположенное на первой полосе.

Обычно это одна-две фразы или заголовок публикации, набранный очень крупным шрифтом, с указанием страницы, где непосредственного и находится данный материал. Очень часто в оформлении анонса используется фотография или рисунок. У анонса две *задачи*: привлечь внимание читателя к необходимой публикации, а также помочь наиболее интереснее оформить первую полосу.

Прежде всего для анонса необходимо найти правильное расположение. Чаще всего размещают в верхней части полосы. Анонс уместен в многостраничных изданиях, а вот в газете, состоящей из 4 полос, к примеру, анонсы совсем не нужны.

Более эффективным будет анонс публикации, предложенного вниманию читателей в следующем номере. В данном случае размещение анонса будет уместнее на последней странице. Очень актуален и такой метод: анонс будущей публикации расположен рядом с текущим материалом, если эти публикации объединен одной темой.

Многие многостраничные газетные издания дают на первой или второй полосе содержание номера. Это перечисление все материалов с указанием страниц, не выделяя при этом ни один из них.

**Глава 2. Особенности оформления первой полосы газетного номера примере газеты «Комсомольская правда»**

«Комсомольская правда» - общественно-политическая газета, выпускающаяся ежедневно. Основана в 1925 году как официальный печатный орган ВЛКСМ и была ориентирована на молодежную советскую аудиторию. Первый номер вышел 24 мая 1925 года. В газете присутствовало жанровое своеобразие и печаталось много научно-популярных и приключенческих статей. На протяжении четырех лет штатным работником газеты был Владимир Маяковский, который сочинял подписи к карикатурам, выделял аншлаги к газетным полосам, а также публиковал собственные стихотворения. В печатном издании публиковались армейские очерки Аркадия Гайдара, главы из романа Александра Фадеева «Молодая гвардия».

**Модель «Комсомольской правды»**

*Назначение*

Модель газеты «Комсомольская правда» действительно обеспечивает ей индивидуальный облик, привлекательный для читателей, легко узнаваемый ими на прилавке магазина.

*Элементы*

Логотип издания «Комсомольская правда» выражен оригинальным способом. Название ярко выделяется на фоне других заголовков первой полосы, а слово «правда», где окончание «да!» выделено совсем другим шрифтом и цветом, сразу обращает на себя внимание.

Сюда же входит и сообщение о виде издания – еженедельник.

Выходные данные газеты расположены сразу под наградами.

Графические элементы данного номера представлены фотографиями, а лозунг «Любимая газета страны» располагается над логотипом.

*Анонсы*

Анонсы расположены по всей полосе. Количество в данном номере – 8.

**1.1. Особенности заголовочного комплекса**

Заглавие всегда оформлено одинаково и находится в верхней левой части полосы. Сразу под ним располагается год начала издания. А вот цена отсутствует. Здесь же указывают и периодичность выхода газеты – еженедельная. Также помещены и изображения правительственных наград.. Над заглавием помещен постоянный слоган газеты «Любимая газеты страны». Он набран светлым шрифтом простого четкого рисунка размером 10-12 пт. поверх синей полосы (приложение 1).

**1.2. Календарные сведения.**

Под изображением наград находится дата основания газеты, и числа недели, на которую выпущен номер. Цена не упоминается. Немного выше, набранная более маленьким кеглем располагается строка, в которой упоминается начало и конец недели, на которую выпущен данный номер, а также в скобках номер по счету с начала издания данной газеты. В верхнем правом углу написан тираж газеты «Самый большой тираж – 35 миллионов экземпляров в месяц в России и СНГ», а также сайт «www.kp.ru» и международный стандартный книжный номер (ISBN) (приложение 1).

**2. 3. Разделительные средства.**

В «Комсомольской правде» используются межколонные пробелы в качестве разделительных средств. Благодаря этому газета смотрится привлекательнее, чем с линейками.

Анонсы самых острых статей с указанием страниц расположены сверху, справа и внизу (сопровождаются иллюстрациями). Публикацию всегда сопровождает фотоснимок, практически всегда лид, выключка заголовка по центру.

Под датой основания газеты расположена главная иллюстрация номера, она больше по формату остальных иллюстраций полосы. Сразу под ней расположен штрих-код и анонс одной из статьи (приложение 1).

**2. 4**. **История оформления первой полосы «Комсомольской правды»**

Но так выглядит современная «Комсомольская правда», а раньше первая полоса газеты выглядела совсем по-другому. Самые первые выпуски выглядели следующим образом: заглавие располагалось в левом верхнем углу полосы, слово «правда» выделялось более крупным и жирным кеглем. В правом верхнем углу находился краткий анонс выпуска «Сегодня в номере».

Затем награды стали располагаться в верхней части полосы, а название чуть ниже, справа (приложение 2).

Задачи, поставленные руководством партии перед газетой, заключались в осуществлении управления и партийного воздействия в союзе, в поднятии политического кругозора, подходить к собственной ежедневной работе, увязав все союзные вопросы с задачами и политикой партии.

С самого первого дня газета и ее организаторы уделяли первоочередное внимание тиражам и стремились захватить лидерские позиции – стать самой лучшей молодежной газетой СССР.[[15]](#footnote-15)

«Комсомольская правда» смогла облечь единые направленности и призывы в определенные фактические формы действия. Сама того не предполагая, газета на годы перед заложила фундамент почти всех грядущих молодежных акций. В 1927 году «Комсомольская правда» поставила вопрос об ускорении комсомольских ударных бригад – прообраза комсомольско-молодежных бригад 60-70-х годов XX века, тех трудовых соединений, которые потом стали крупнейшей работающей силой целинной эпопеи, которые строили сибирские города и промышленные станции.

**2. 5. Положительные стороны оформления.**

На мой взгляд, первая полоса «Комсомольской правды» привлекательна. Яркий красочный заголовок главной статьи сразу бросается в глаза, обращая на себя внимание в первую очередь. Межколонные пробелы, которыми разделены остальные анонсы статей, позволяют рассмотреть каждую новость по-отдельности. Острые заголовки к ним интригуют читателя, заставляя его если и не купить газету, так заинтересоваться данной темой, как минимум.

**1.6. Отрицательные стороны оформления.**

Нельзя забывать, что горизонтальный сгиб газеты не должен проходить по фотографии, в особенности если это снимок-портрет. Теряется эффект «лица газеты», эффект испорчен. В данном газетном выпуске половина лица изображенного на снимке человека ушла под сгиб. На мой взгляд, это смотрится некрасиво.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Итак, в данной курсовой работе нами подробно были исследованы особенности оформления первой полосы газетного номера. Мы тщательно рассмотрели все аспекты, касающиеся данной темы.

Все задачи, поставленные нами в начале исследования, выполнены. Литература изучена, основные понятия рассмотрены, процесс оформления показан и выявлена его значимость. Нами был проведен полный анализ первой полосы еженедельной российской газеты «Комсомольская правда».

Проделав данную работу, мы пришли к следующим выводам. Во-первых, на оформление первой полосы требуется малое количество времени, в отличие от остальных страниц, но при этом нуждается в максимальном внимании. Во-вторых, сам процесс является очень сложным и одним из самых важных.

Первая полоса газеты - лицо всего номера. На прилавках магазинов важно найти «свою» газету среди других. Чтобы сделать первую полосу наиболее привлекательной на фоне других, команда верстальщиков, редакторов, дизайнеров прорабатывает все возможные варианты, разрабатывает макет первой полосы. Одним из непростых решений является выбор наиболее острой темы. Это очень важно, ведь нужно выбрать актуальную тему номера, такую тематику, которая бы заставила читателя купить газету. Нужно помнить, что первая полоса имеет меньшую площадь, чем остальные полосы газеты. Одна из причин этого факта – наличие логотипа (название газеты).

Эстетическая привлекательность перовой полосы создается за счёт правильно подобранных иллюстраций. Очень важно выбрать такие, которые будут максимально соответствовать тексту. Ведь текст без фотосопровождения будет выглядеть незавершенным, неполным и скудным.

Цель всего издания – сделать печатный продукт более привлекательным. И это не всегда работа одного дизайнера. Слаженное сотрудничество всей команды, соблюдение всех требований, норм и правил, дает положительный результат.

Данная тема является крайне важной для издательской сферы в общем и для каждого специалиста в отдельности. Ее изучение требует максимальной отдачи и заинтересованности. Проанализировав научные труды и литературу по данной теме, мы можем сделать вывод, что оформление и дизайн первой полосы – сложный процесс, который, однако не лишен своего интереса. Газеты существуют на протяжении нескольких столетий, и будут, бесспорно, существовать еще не один век, а значит всегда будет актуален вопрос об особенностях оформления первой полосы газетного номера.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акопов А. И. Периодические издания. – Ростов - на - Дону : Книга, 1999. – 92 с.
2. Боумен У. Графическое представление информации. – Москва : Мир, 1971. – 227 с.
3. Большая советская энциклопедия. М., 1969-1978.
4. Васильев С. Ориентирование читателя в информационном пространстве газеты и журнала. – Тюмень : Мандр и Ка, 2006. – 112 с.
5. Волкова В. В. Дизайн газет и журналов. – Москва : Аспект-Пресс М, 2003.
6. Галкин С. И. Структура и композиция издания. – Москва : Аспект-Пресс М, 2003.
7. Д. А. Носаев Дизайн периодической печати: учебное пособие. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016.
8. Золотарев Д.А., Белько Т.В. Особенности дизайн-структуры современных периодических изданий. 2011. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://www.confcontact.com/20110531/ik\_zolotar.htm (дата обращения : 6.05.2017 ).
9. Киселев А. П. От содержания – к форме. Основные понятия и термины газетного оформления. – Москва: Изд-во Моск. ун-та,, 1974. – 48 с.
10. Ныркова Л. М. Как делается газета. – Москва : Гендальф, 1998. – 66 с.
11. Старобогатов И. И. Техника оформления газеты. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1959. – 188 с.
12. Фильчикова Н. Б. Реклама в прессе. – Москва : Высшая школа, 1977. – 164 с.
13. Хэрроу Т. Настольная книга газетного дизайнера. Воронеж, 2007. С. 7.
14. « КомпьюАрт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://compuart.ru/article/16440](https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fcompuart.ru%2Farticle%2F16440&cc_key=) (дата обращения 16.04.2017).
15. Дизайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дизайн> - Википедия ( дата обращения 18.04.2017).

**Приложение 2**

****

**Приложение 1**

1. Большая советская энциклопедия. М., 1969-1978. [↑](#footnote-ref-1)
2. Галкин С. И. Техника и технология СМИ. С. 122-127. [↑](#footnote-ref-2)
3. Хэрроу Т. Настольная книга газетного дизайнера. Воронеж, 2007. С. 7. [↑](#footnote-ref-3)
4. [http://compuart.ru/article/16440](https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fcompuart.ru%2Farticle%2F16440&cc_key=) (дата обращения 16.04.2017). [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дизайн> ( дата обращения 18.04.2017) [↑](#footnote-ref-5)
6. Д. А. Носаев Дизайн периодической печати: учебное пособие. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016. [↑](#footnote-ref-6)
7. Л. М. Ныркова Как делается газета. М., 1998. [↑](#footnote-ref-7)
8. Л. М. Ныркова Как делается газета. М., 1998. [↑](#footnote-ref-8)
9. Киселев А. П. От содержания к форме. МГУ., 1974. [↑](#footnote-ref-9)
10. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/16926> (дата обращения 27.04.17) [↑](#footnote-ref-10)
11. Г. А. Галкин Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М., 2005. [↑](#footnote-ref-11)
12. Д. А. Носаев Дизайн периодической печати: учебное пособие. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016. [↑](#footnote-ref-12)
13. Л. М. Ныркова Как делается газета. М., 1998. [↑](#footnote-ref-13)
14. Л. М. Ныркова Как делается газета. М., 1998. [↑](#footnote-ref-14)
15. <http://synonyma.ru/tools/synonymize/> (дата обращения 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-15)