

5. Тарасенко, П. Дилма Руссефф готовится к дисквалификации // Коммерсантъ. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3054390> (дата обращения: 08.01.2017).

6. Тарасенко, П. Президента Бразилии подтолкнули к импичменту // Коммерсантъ. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2967425> (дата обращения: 08.01.2017).

7. Филаткина, Г. Перевороты XXI века: латиноамериканский сценарий // Мужская работа. – 2016. – № 58. – С.57.

8. Чуриков, А. Дилма ушла с «маленькой победой» // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2016/09/07/otstranennaia-ot-vlasti-russeff-napravilas-v-gorod-portu-alegri.html> (дата обращения: 05.01.2017).

Светлана ХАРИТОНОВА

Белорусский государственный университет

ДИЗАЙН-АНАЛИЗ ПЕРВОЙ ПОЛОСЫ ГАЗЕТЫ

Современные правила дизайна первой полосы общественно-политической газеты остаются малоизученным предметом в теории отечественной журналистики. В работах белорусских и зарубежных авторов А. Балаша, А. Свороба, С. Галкина, В. Тулупова, С. Головки, Т. Харроуэра, К. Фроста, М. Картера раскрывается проблематика композиционно-графического моделирования и оформления печатных СМИ. Вместе с тем современные подходы к дизайну титульной страницы газеты в условиях динамичного развития информационного рынка Беларуси научного осмысления не получили. С целью выявления новых стилиобразующих приемов, содействующих завоеванию читателя и формированию узнаваемого «лица» издания, а также определения актуальных трендов моделирования была поставлена задача – изучить дизайн титульных страниц ведущих отечественных и европейских общественно-политических газет за 2016 год.

Первая полоса газеты выступает имиджеобразующим средством, инструментом формирования уникальной айдентики, а также обобщенным отражением визуального образа периодического газетного издания в целом. Развиваясь в пределах определенного эстетико-культурного контекста, отечественная газетная периодика стремится следовать общемировым принципам проектирования номера и одновременно использует собственные приемы оформления. Характерные зрительные образы и графические решения первой полосы привлекают взгляд читателя, позволяют ему идентифицировать газету среди прочих и закрепить визуальный образ издания в памяти, тем самым формируя современные тенденции дизайна титульной страницы, ее архитектоники, иллюстрирования, шрифтографии и цветового решения.

Иллюстрирование. Существует множество различных подходов к иллюстрированию титульной страницы, зависящих от формата и типа, целевого назначения и графической модели издания. На первых полосах крупнейших европейских газет (немецких «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Süddeutsche Zeitung»; английских «The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Times»; французских «Le Monde», «Le Figaro», «Libération»; австрийских «Kleine Zeitung» и «Kurier» и др.) крупноформатные выразительные иллюстрации выступают графической доминантой полосы, визуальным элементом медиаинформирования и медиавоздействия. В газетах «The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Times», «Le Figaro», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Kleine Zeitung», «Corriere della Sera» реалистичное, детализированное изображение, объектом которого является человек, лидирует среди других жанров фотожурналистики. Фотопортреты, фотокорреспонденции, фотозаметки первой полосы играют ведущую роль по отношению к тексту, образно передают содержание публикаций с разной степенью реалистичности и эстетической интерпретации, одновременно визуализируя медиатекст. Подчеркнутый реализм изображения действительности в фотоиллюстрациях изданий усиливает достоверность и надежность информационного источника.

Первые полосы отечественных газет долгое время представляли собой «тематический срез» – номер открывали 3-5 ключевых материалов, имеющих продолжение на внутренних страницах. В центральной части размещался основной материал с крупной полноцветной фотографией в две трети площади полосы. Определяющей особенностью композиционного решения первой страницы выступала строгая иерархичность публикаций. Четкая организация материалов выполняла задачу индивидуализации и стабилизации образно-выразительных средств титульной страницы, обуславливая тем самым основные дизайнерские подходы общественно-политической газеты. Постепенно рекламно-информационная функция первой полосы газет «Рэспублікі», «Звядзды», «СБ. Беларусь Сегодня», «Народная газета» стала превалировать над информационной. Яркие, нетипичные для прежнего титульного образа изданий стилистические приемы подачи первополосных элементов подчинились задаче эмоционального воздействия на читателя. Исходными пунктами знакомства с номерами стали фотоиллюстрации в ширину полосы с крупными контрастными заголовками, создающими эффектную плакатную композицию и высокий уровень экспрессии. Вместе с тем броская иллюстрированная «полоса-афиша» характерна в большей степени для изданий развлекательного типа, и ее наличие в композиционно-графической модели авторитетных изданий оправдано в случае

разработки четкой системы гармонирующих текстовых и изобразительных комплексов, а также соблюдении принципа единства содержания и формы.

Характерным визуальным приемом иллюстрирования титульной страницы газеты на Западе становится выявление эстетики фрагмента, включенного в целое изображение. Размещение фотоколлажа и фотомонтажа на полосе помогает достигнуть максимального визуального эффекта на читателя («Libération», «ABC», «Kurier»), но лишь в том случае, если иллюстрация, созданная из ряда других изображений или их фрагментов, оформлена в соответствии с дизайнерскими принципами целостности и контрастности, а также правилами «врезания» одних графических элементов полосы в другие [1, с. 179]. Иллюстрации, в графическую канву которых вплетены инфографические элементы – схемы, графики, диаграммы, значительно реже других видов изображений встречаются на титульных страницах в отечественной и европейской прессе. Вместе с тем одной из тенденций развития современных массмедиа является возрастающая роль инфографики как способа графического представления большого объема числовых и текстовых данных в компактной и понятной читателю форме. Эффективность инфографики, визуализирующей статичный контент первой полосы, доказана практикой издания американской газеты «USA Today». Ее детализированная и образная инфографика открывает практически каждый номер газеты. Лаконичный и емкий вид иллюстрирования занимает относительно небольшую площадь полосы, позволяя быстро воспринимать высокоинформативный контент.

В сатирико-юмористической форме изображаются на первополосных иллюстрациях газет «Libération», «Politiken», «Le Monde», «Süddeutsche Zeitung», «La Repubblica» актуальные социальные, экономические и общественно-политические события. Утрированные черты, точно переданное выражение лиц и настроение известных политических деятелей, характерные детали подчеркивают злободневность темы иллюстраций, создавая необходимый комический эффект преувеличения и заострения освещаемой проблемы. Сатирическая рисованная графика и фотографика первых полос изданий выступает средством привлечения читателя к необычной теме, изображения экстраординарных событий, каноническим и ключевым компонентом стиля. Несмотря на эффект рукотворности, присутствующий в рисованных решениях титульной страницы, ключевая идея публикации (темы номера), воплощенная в ироничном, нередко эпатажном иллюстративно-графическом решении, позволяет создать стильный образ элегантности, изысканной простоты и эстетичности издания.

При этом зрительный замысел «лица» издания удобопонятен читателю, мгновенно считывается и безошибочно трактуется.

Хочется надеяться, что количество первополосных графических иллюстраций ассоциативно-символического свойства в отечественной прессе непременно будет увеличиваться. Повышение интереса к карикатурному жанру на титульных страницах зарубежных газет демонстрирует потребность современного читателя мгновенно получать информацию в емких, но информативных визуальных формах. Графическая оригинальность «концептуальных» рисунков, основанная на отказе от консервативных стандартов в оформлении и поиске актуальных креативных визуальных идей становится не просто способом выделения издания среди конкурентов, но в первую очередь – отражением нового интеллектуального подхода к иллюстративному решению титульной полосы.

Шрифтография. Типографическая культура газет отражается в шрифтовом решении титульного и текстового комплексов первой полосы. Мировая практика придерживается малогабаритного подхода к воплощению текста на полосе. Исследователи газетно-журнального дизайна А. Балаш и В. Тулупов замечают, что применение двух-трех основных гарнитур в 70% текста формирует зрительное единство полосы [2, с. 50-51], [3, с. 84]. Заголовки, рубрики и тексты со схожим характером рисунка гармонично вписываются в динамичное композиционно-графическое решение номера, визуализируя структуру издания.

В оформлении текстовых и титульных комплексов отечественных общественно-политических газет «Рэспублікі», «СБ. Беларусь Сегодня», превалирует малогабаритность. Оформители добиваются шрифтовой гармонии без ущерба разнообразию и выразительности газетной графики, изменяя кегль и различные параметры начертания – насыщенность, наклон, регистр, характер заполнения штриха. Так, заголовки основных материалов номеров газеты набирают жирным рубленным шрифтом, что подчеркивает их общественную значимость. Тем не менее, приверженность республиканских газет использовать в заголовках одну и ту же вариацию гротескового шрифта приводит к тому, что титульная газетная типографика изданий холдинга выглядит одинаково, однообразно. При выборе шрифтов имеет значение не только наличие или отсутствие засечек, как фактора индивидуализации шрифта, но и его эстетическая оригинальность. Сегодня в газетах всех уровней наблюдается тенденция использования в титульном комплексе рубленных гарнитур, которые давно перестали служить средством индивидуализации газет. В настоящее время актуальны обновление и поиск собственного шрифта, обладающего изобразительной уникальностью и отвечающего содержатель-

ной модели и типу издания. В этой связи показателен пример использования антиквенных заголовочных шрифтов в отечественной городской газете «Минский курьер», английских «The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Times». Выбрав графически более сдержанный, консервативный стиль оформления, издания применяют менее контрастную и более схожую по рисунку с логотипом шрифтографию. Единое антиквенное типографическое решение формирует целостный визуальный образ «лица» газет. Отдельные подходы к его оформлению вполне могут быть использованы в композиционно-графических моделях республиканских изданий.

Цветовое оформление. Приемы использования цвета как сильнейшего средства акцентирования на титульной полосе в отечественной прессе имеют свою специфику. На титульной странице издания «СБ. Беларусь сегодня» постановка публикаций на цветную подложку выступает типичным средством оформления. В качестве хроматических акцентов используются жирные уголки или рамки, обрамляющие небольшие заметки и подборки. Как следствие, практически все элементы полос выделяются цветом той или иной степени насыщенности. Усиление колористичности полос за счет применения трех и более цветных элементов (заголовков, рубрик, фона, текста), каждый из которых различается по конфигурации и размеру, повышает эмоциональное воздействие публикуемой информации на читателя, однако игнорирование функциональной роли цвета (ориентирование читателя на странице и в номере), и преобладание декоративно-эстетической (украшение, привлечение внимания) негативно отражается на целостности цветового решения и степени его соответствия содержательной модели газеты. В данной ситуации важно помнить о том, что хроматических элементов на полосе не должно быть много. Цвет не может вступать в противоречие с черной графикой текстового шрифта, иначе неизбежны пестрота и конкуренция красок на одной полосе. Приверженность издания повышенной цветовой контрастности позволяет достигнуть быстрого эффекта в привлечении потенциальной аудитории к номеру газеты. Однако в полной мере выразительный потенциал цвета реализуется при соблюдении принципов функциональности и эстетичности цветового оформления, на которое оказывают влияние способы колористических комбинаций, количество акцентных элементов и характер распределения основных и вспомогательных хроматических компонентов в номере [4, с. 81].

Цветовая палитра титульных страниц газет «Звезды», «Рэспубліка» и «Народная газета» более сдержанна. В изданиях использование цвета подчиняется системе: яркие хроматические акценты – для выделения вспомогательных небольших элементов (рубрик), легкие заливки – для

акцентуации одноколонных заметок. Важным решением становится отказ от бессистемного использования разноцветных рамок, жирных линеек и контрастных подложек, которые, к сожалению, иногда появляются внутри номеров. Ведущие зарубежные газеты, в частности, английские «The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Times» и немецкие «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Süddeutsche Zeitung» обращаются с цветом, используя его, согласно рекомендациям дизайнера Т. Харроуэра, для выделения «факультативных элементов» номера: «врезок», букв, указателей, анонсов, линеек, рубрик, иллюстраций, броских заголовков (для спецрепортажей), мелких заметок (с легкой заливкой) [1, с. 190]. Такой подход к цветовому оформлению, с одной стороны, выстраивает понятную читателя систему навигации и распределения акцентов на полосе и в номере, а с другой – придает визуальному образу авторитетного общественно-политического издания сдержанность и респектабельность.

Исследование ключевых графических составляющих «лица» газет показывает, что в условиях ужесточения борьбы средств массовой информации за своего читателя, газетная периодика вынуждена разрабатывать уникальный и запоминающийся визуальный образ. Новые приемы невербальной коммуникации с читателем, разработка уникального комплекта шрифтов и приемов иллюстрирования постепенно расширяют диапазон утилитарно-эстетических средств дизайна изданий. При этом наиболее запоминающиеся и эффектные стилевые решения представляют газеты, композиционную схему первой полосы которых характеризует визуальная целостность, точность и иерархичность расположения всех элементов, отказ от мозаичности и излишней декоративности. Дизайн-анализ первой полосы современных газет позволяет прогнозировать возникновение новых вариантов воплощения стиля, основанных как на трансформации и переосмыслении традиционных приемов проектирования издания, так и специфике современных трендов оформления, принципиально новых эстетических решениях. При этом основным критерием эффективности и неизменной максимой оформления полосы остается принцип адекватности образно-выразительных средств содержательной модели газеты и эстетическим предпочтениям читателя.

Литература

1. Харроуэр, Т. Настольная книга газетного дизайнера / Т. Харроуэр. – Воронеж : Комсом. правда, 1999. – 206 с.
2. Балаш, А.В. Техника оформления газетной полосы : [учеб. пособие для вузов] / А.В. Балаш. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : Изд-во Белорус. гос. ун-та, 1977. – 223 с.

3. Тулупов, В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама: новые тенденции в издании газет / В.В. Тулупов. – Воронеж : Кварта, 2001. – 313 с.

4. Атрахович, Е.И. Композиция в дизайне : учеб. пособие для студентов вузов / Е.И. Атрахович. – Минск : Современ. знания, 2009. – 187 с.

Анна ЧЕРКАШИНА

*Белгородский государственный университет,
Россия*

ОСОБЕННОСТИ МЕДИАТЕКСТОВ «OPPOSITE-EDITORIAL» В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Термин «жанр» (от фр. «genre» – род) в западной журналистике используется не всегда, он изначально относится к теории литературы (здесь и далее перевод наш. – А.Ч.), когда в теории журналистики следует говорить о форме представления информации (forms of presentation). Новостная заметка, статья выступают в качестве текстовых форм (journalistic text forms) как в журналистской практике, так и теоретических исследованиях, в которых речь идёт именно о фиксированных формах журналистского сообщения, термин жанр может быть использован²². Следует подчеркнуть, что в российской журналистике под журналистскими жанрами подразумеваются устойчивые типы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками. Выделяют три основных способа отображения действительности в журналистском тексте: фактографический, аналитический, наглядно-образный. Таким образом, определены три жанровые группы: информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры²³.

Дифференциация новости и комментария закреплена исторически сложившейся практикой – группировать комментарии на определенных страницах издания. Профессор МГУ Т.Г. Добросклонская предлагает дифференцировать медиатексты на новостные, информационно-аналитические и «features»²⁴. Поэтому очевидны различные подходы жанрообразования,

²² Kosir, M. Towards a theory of the journalistic text. Media, Culture and Society. London. SAGE., Vol. 10: 1988. –Pp.345-361.

²³ Тертычный, А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект-Пресс, 2002. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 09.01.2016).

²⁴ Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.

*На официальном сайте газеты «The New York Times» материалы, которые будут