

не только общей рамкой, но они еще относятся к какой-то, вполне конкретной, известной читателю дате. «Рассказ, сопровождающий фоторепортаж, должен составлять вербальный контекст визуальных образов, текст, который должен обозначить то, что невозможно зафиксировать с помощью камеры» [1, с. 42].

Следовательно, можно сказать, что изображение на полосах СМИ образует сообщение, состоящее из нескольких элементов. Редкие фотографии самостоятельно являются носителями вполне конкретного текста, который в рамках кадра создается с помощью композиции, точки съемки и т. д. Большинство фотографий являются только частью сообщения, которое становится полнофункциональным лишь при добавлении вербальной части. Слово всегда порождает в уме читателя некий образ, который сформировался под действием культуры, а изображение может быть ассоциировано с несколькими словами. Важно отметить, что аудитория потребления знака в СМИ всегда больше, чем слова – все видят фотографию на первой полосе издания, но далеко не каждый прочитает содержание соответствующей статьи. При этом ракурс действительности, отображенный на фотографии, спустя время становится нормой и меняет представление массы читателей о реальной действительности.

1. Картье-Брессон, А. Воображаемая реальность / Анри Картье-Брессон. – СПб.: Лимбус-Пресс, 2008. – 128 с.

2. Лапин, А. И. Фотография как... / А. И. Лапин. – Изд. 3-е. – М.: Агентство СІР РГБ, 2007. – 321 с.

3. Лотман, Ю. М. Об искусстве / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПБ, 1998. – 704 с.

4. Нурков, В. В. Зеркало с памятью. Феномен фотографии: культурно-исторический анализ / В. В. Нурков. – М.: РГГУ, 2006. – 285 с.

Аляксандр Свораб

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

НЕКАТОРЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ СУЧАСНАЙ ГАЗЕТНАЙ ГРАФІКІ

Перыядычныя выданні на змены ў асяроддзі рэагуюць не толькі тэматыкай публікацый, пэўным ухілам, але і сваім знешнім выглядам, сваім дызайнам. Такія змены адбываюцца ў кожным часопісе ці газеце па-рознаму, але ў цэлым можна вылучыць наступныя тэндэнцыі афармлення перыядычных выданняў.

Калі ацэньваць элементы газеты па іх здольнасці прыцягваць і ўтрымліваць увагу чытача, то загаловак, нараўне з ілюстрацыяй, безумоўна, апынецца на першым месцы. Менавіта з загатоўкаў і пачынаецца знаёмства чытача з чарговым нумарам і асобнымі публікацыямі. Загаловак, у адрозненне ад фатаграфіі або малюнка, прысутнічае на паласе заўсёды, гэта абавязковы элемент афармлення. Ён сваёй графікай павінен быць звязаны з тэкстам, са зместам публікацый.

Загатоўкі ў перыядычных выданнях сталі буйнейшымі. Гэтая тэндэнцыя аб'ектыўная: асноўнай функцыяй загатоўка з'яўляецца прыцягненне ўвагі чытача. Аднак не варта забываць, што прынцып суаднесенасці розных элементаў афармлення па маштабе захоўвае сваю актуальнасць і дагэтуль. Неапраўдана вялікія загатоўкі могуць негатыўна паўплываць на імідж выдання.

Адметнай асаблівасцю сучаснага падыходу да афармлення загатоўкавых комплексаў з'яўляецца і павышаная ўвага да шрыфтавай гарнітуры. З'яўленне вялізнай колькасці камп'ютэрных шрыфтоў, практычна неабмежаваны магчымасці іх мадыфікацыі ў сучасных выдавецкіх праграмах – усё гэта патрабуе большай увагі да іх падбору і кампануюкі.

Пры гэтым па-ранейшаму найважнейшым патрабаваннем да афармлення загатоўкавых комплексаў застаецца іх адпаведнасць стылю выдання. Форма павінна «працаваць» на змест, выклікаць у чытача падсвядомае адчуванне цэласнасці ўсёй кампазіцыі і прыцягваць яго ўвагу.

Сёння часцей за ўсё выкарыстоўваюць акцыдэнтныя гарнітуры, якім уласціва разнастайнасць форм. У раённым друку ўсё яшчэ даволі шырока прымяняюцца дэкаратыўныя шрыфты, многія з якіх з'явіліся параўнальна нядаўна.

Важным аспектам газетнай шрыфтаграфіі з'яўляецца і колькасць паказчык выкарыстання гарнітур у нумары. Сучасны стыль афармлення, які атрымаў у навуковых даследаваннях назву прасветленага, характарызуецца абмежаваным выкарыстаннем розных афармляльніцкіх прыёмаў і сродкаў. Праходзіць эпоха «стракатага» стылю. І гэта не дзіўна: выкарыстанне на паласе вялізнай колькасці шрыфтовых гарнітур, розных па малюнку лінеек, разнакегельнага і рознафарматнага набору перашкаджае цэласнаму ўспрыняццю зместу публікацый. І галоўнае, не спрыяе фарміраванню непаўторнага вобліку выдання.

Традыцыі і сучасныя тэндэнцыі афармлення газеты, патрабаванні апэратыўнага выпуску нумара аб'ектыўна дыктуюць просты, разумны і ў той жа час нефармальны спосаб размяшчэння матэрыялаў.

Напрыклад, многія мясцовыя газеты фармату А3 выбіраюць шасцікалонную вёрстку. Але такая вёрстка сама па сабе не дае пераваг, іх трэба знаходзіць. А некаторыя афарміцелі па-ранейшаму «разразаюць» старонкі, ужываюць спрошчаную гарызантальную кампаноўку матэрыялаў, не пакідаюць месца для лінеек, рамак, прабелаў.

З развіццём наборнай, вярстальнай і друкарскай тэхнікі магчымасці дызайнераў прыкметна пашырыліся, але яе патэнцыял пакуль што ў поўнай меры не выяўлены, а прыёмы, апрабаваныя на «металічнай» вёрстцы, высокім спосабе друку, «спрачаюцца» з афсетнымі. Эклэктыка – часова хвароба росту. Але і ў тых газетах, што перажылі такую хваробу, ёсць свае пралікі: празмернае захапленне падложкамі, выкарыстанне інтэнсіўнага растравага фону, перанасычэнне дадатковым колерам.

Сёння мы з'яўляемся сведкамі інтэнсіўнага пошуку газетамі свайго стылю, непаўторнага знешняга вобліку. Несумненна, пошук новых прыёмаў афармлення неабходны. Можна нават разумна іх выкарыстоўваць, але пры гэтым і знаходзіць найбольш аптымальныя варыянты кампазіцыйна-графічнай мадэлі выдання. Бяда многіх мясцовых газет заключаецца ў тым, што, засвойшы прынцыпы мадэлявання газеты, яны абмяжоўваюцца беднай графічнай палітрай. Большай увагі патрабуе афармленне аб'ёмных публікацый, якім неабходна дынамічная ўнутраная кампазіцыя, дадатковыя ілюстрацыі, колер, розныя ўстаўкі і іншыя элементы.

Сучасны дызайн характарызуецца такой з'явай, як тыпаграфізацыя афармлення, калі намаганні афарміцеляў накіраваны на выпрабаванне перш за ўсё тэхнічных магчымасцей. Гэта можа суправаджацца «правясвятленнем» палос (адмова ад вертыкальных лінеек пры «светлым» наборе тэкстаў) і адначасова ўмацаваннем кантрастаў. Безлінейная вёрстка сёння ў вялікай модзе. Але ёю трэба ўмець і асцярожна карыстацца: дакладна разлічваць міжкалонныя прабелы, падбіраць неабходныя шрыфты, кампанаваць загаловачныя блокі. У адваротным выпадку парушаецца рытміка паласы. Перш чым адмовіцца ад лінеек, варта падумаць, чым кампенсавать іх адсутнасць. Безлінейная вёрстка патрабуе дадатковых прадуманых прыёмаў. Наўрад ці варта ў гэтым выпадку выкарыстоўваць насьцяжаныя падложкі і вывараткі.

Прыкметна ўзрастае роля ілюстрацый на паласе, візуальная інфармацыя ўсё больш пацяняе тэкставую. Усё больш газет засвойваюць поўнакаляровае афармленне.

У сувязі з тым, што аб'ёмы газет, асабліва мясцовых, у апошні час прыкметна павялічыліся, сталі актыўна пераймацца прыёмы часопіснага

дызайну. Першыя палосы газет фармату А3 і А4 сёння нагадваюць афішы і плакаты (вялікія фатаграфіі, «шапкі», разгорнутая анонсавая частка і інш.). Прыкметай афармлення становіцца выкарыстанне маргіналіяў – вынас рубрык, аносаў, подпісаў да здымкаў, каментарыяў на палі газеты.

Камп'ютэрны набор, электронная вёрстка забяспечваюць рытміку на газетнай паласе – раўнамерныя прабелы паміж літарамі і калонкамі. Тут важнай умовай застаецца майстэрства апэратараў-дызайнераў, якія засвоілі камп'ютэрныя праграмы і аддаюць правільныя каманды. Аднак электронныя тэхналогіі яшчэ больш прымуюць найлепшым чынам арыентавацца ў магчымасцях сучасных камп'ютэраў, пастаянна ўдасканальваць эстэтычны густ.

Сёння ўсё больш і больш персаніфікуецца інфармацыя, што яўна звязана з павышэннем увагі да пэўнай асобы, індывіду. Зараз нярэдка сустрачаеш перадавы артыкул, каментарый з фотопартрэтаў аўтара і кароткімі звесткамі пра яго. У сувязі з гэтым павялічваецца колькасць партрэтных ілюстрацый на паласе.

Камп'ютэрная вёрстка спрыяе візуалізацыі перыядычных выданняў: тэксты становяцца карацейшымі, яны дапаўняюцца або замяняюцца ілюстрацыямі (інфраграфікай), якім надаюць якасці канкрэтыкі.

Сучасныя тэндэнцыі ў афармленні газет накіраваны на тое, каб прыцягнуць да сябе ўвагу і ў той жа час палепшыць прыцягальнасць тэксту, каб чытач зноў і зноў вяртаўся да знаёмага выдання.

Наталья Тумілович

Белорусский государственный университет

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В условиях мирового финансового кризиса одной из тенденций развития рынка прессы как в России, так и в Европе является изменение периодичности выхода газет и реорганизация ежедневных изданий в еженедельные. Причиной этого становится прежде всего необходимость сокращения редакционной производственных расходов. Однако имеет смысл учитывать и меняющиеся потребности аудитории, ведь ежедневные газеты, являясь самыми трудоемкими и затратными в производстве, тем не менее не могут полноценно конкурировать с аудиовизуальными СМИ и интернетом в оперативной подаче новостей.