

ствие – нарушается композиционный закон гармонии: заголовки и рубрики полос не согласуются друг с другом, не способствуя формированию гармоничного стилевого единства номера. В результате восприятие текстового комплекса ребенком и вовсе затрудняется.

К сожалению, большинство дизайнеров из двух одинаково значимых составляющих грамотного шрифтового оформления – яркости и удобочитаемости – отдают предпочтение первому, забывая о том, что дети-дошкольники только начинают овладевать так называемыми глазомерными действиями. Исследователи зафиксировали различную структуру движения глаз дошкольников, обнаружив, что глаз ребенка трехлетнего возраста или беспорядочно блуждает по картинке, или выделяет только некоторые детали. А глаз ребенка шести лет не только выхватывает информационные детали, но и соотносит их друг с другом [см. 1, с. 22]. Следовательно, младшие дошкольники обладают способностью поиска, обнаружения и различения отдельных элементов полосы, а старшие, кроме того, – опознания и соотнесения их друг с другом. Соответственно значение броских и одновременно понятных ребенку деталей заголовков и текста одинаково важно в раскрытии сущности всей предложенной журналом информации.

Таким образом, в погоне за яркостью оформления дизайнеры забывают о стилевой выдержанности шрифтового оформления журнала, соответствии шрифта содержанию, а главное – о легкости восприятия ребенком текста издания. Дизайнерам следует выработать более систематизированный подход к шрифтовому решению полос, причем не только в подаваемых в цвете деталях заголовков, но и в выборе гарнитур и кеглей для основного текста.

1. Буковецкая, О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая. – М., 2000. – 22 с.

Игорь Чертков

Белорусский государственный университет

У ГАЗЕТ – ГЛУБИНА, У ИНТЕРНЕТА – ШИРОТА

Не первый год ведется дискуссия о перспективах печатных средств массовой информации. Но те, кто предрекал и предрекает спад в этой отрасли или даже ее гибель во время бурного развития мультимедийных техноло-

гий, глубоко ошибаются. Это показывают темпы развития отрасли за несколько последних лет.

Но игнорировать новые технологии для газетных издателей было бы большой ошибкой. Если за последние 5 лет газетные тиражи выросли более чем в 30 % стран в среднем на 10 %, то онлайн-потребление газет за этот же период выросло более чем на 200 %. В этой ситуации в газетной отрасли наметились две тенденции: интеграция печатных и он-лайн направлений и сохранение отдельных ньюзрумов.

Первое направление рассчитано на долгосрочную перспективу. Прежде всего, использование интегрированных изданий направлено на активно формирующуюся аудиторию молодых читателей, воспитанных на бумажных газетах, но хорошо освоивших мультимедийные технологии. Выбор этой аудитории в пользу двух источников информации – печатных СМИ и интернета. Для основательного и вдумчивого чтения они используют газеты, для получения оперативной информации – электронные источники: ноутбуки, мобильные телефоны и т. д.

Весьма поучителен опыт наших соседей. 8 сентября 2008 года во Всемирный день грамотности Международной премии молодых читателей в главной категории «Газета года» была удостоена польская «Gazeta Wyborcza». Ее тираж, насчитывающий почти полмиллиона экземпляров, вырос в прошлом году более чем на 3 %.

В Беларуси есть все предпосылки для развития печатных изданий в этом направлении. Прежде всего, это под силу республиканским изданиям, имеющим хорошо отлаженную инфраструктуру. «СБ – Беларусь сегодня» может и должна задавать тон в этом движении, т. к. имеет почти полумиллионный тираж, отличные мультимедийные возможности, а также сформированную обширную и структурированную читательскую аудиторию.

Хорошие предпосылки для развития у «Звезды», в свое время получившей прекрасный подарок в виде молодежного приложения «Чырвоная змена». «Народная газета», «Рэспубліка», областные газеты, имеющие хорошие технические возможности, уже сегодня могут использовать опыт и наработки своих коллег в стране и за рубежом.

Есть достаточный опыт для продолжения развития интегрированной модели у спортивного еженедельника «Прессбол»: его газетная версия не утратила за много лет конкурентоспособности среди своих коллег, а интернет-сайт является самым посещаемым в стране.

Для хорошего старта в этом направлении у газетных издателей есть еще один немаловажный фактор объективного характера. Не каждый человек даже со средним достатком может приобрести ноутбук. Но даже при его наличии не всегда есть возможность быстрого выхода во всемирную сеть. Держать при себе компьютер также не всегда удобно. Зато уровень мобильной телефонизации в Беларуси высок. Газета в мобильном телефоне – сегодняшняя реальность. Формат Mobil Press позволяет передавать информацию и иллюстрации в архивированном виде. Это большие возможности использования мультимедийных технологий для рекламирования печатных СМИ.

У белорусских издателей шансы уникальные. Проанализировав различные модели развития газетной отрасли за рубежом, их положительные и отрицательные стороны, они могут выбрать апробированные направления развития или предложить свои оригинальные схемы. Все зависит от целей и возможностей.