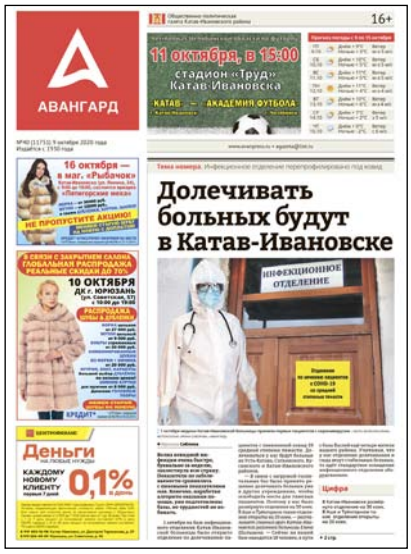
СИНДРОМ ЗАЩИТНОЙ МАСКИ

Мы прожили не самый лёгкий год жизни, и тяготы явно не кончаются, однако конкурс даёт хороший повод задуматься над дальнейшим совершенствованием наших печатных СМИ. Традиционные и новые претенденты на звание лучшей газеты России в целом показывают высокий уровень содержания и его графических форм. Это свидетельствует о верности коллег журналистскому долгу преодоления всех трудностей во имя правды, объективности и оперативности.
Между тем, нам кажется, что опыт жизни в условиях пандемии в некоторых редакциях сформировал синдром защитной маски. Близкая смертельная болезнь зародила постоянную настороженность, ментальную закрытость, а также простительность и снисходительность к себе, к своим трудам...

Владимир Скоробогатько — доцент РГГУ

АВАНГАРДНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

По характеру нынешних конкурсных газет можно сделать однозначный вывод, что, например, задача визуализации контента для большинства изданий — пройденный этап.
Многие газеты выглядят как яркие коллажи с предельно отработанными, выверенными до мельчайших деталей макетами. Здесь учтены шрифты — заголовочные и текстовые, реализуется чёткая система спусков и пробелов (без чего шрифтовая игра станет бессмысленной), максимально использованы цветовые акценты, подобраны самые выразительные (порой пронзительно) снимки...
Газета с воодушевляющим названием **«Авангард»** (Катав-Ивановск, Челябинская обл.) демонстрирует предельно осветлённую вёрстку, в которой яркими блоками выделяются публикации, оснащённые «по последнему слову» дизайна: оригинальные титульные шрифты, красного цвета рубрики, врезы, выносы, подписи под снимками. Набор навигационных элементов и их подача соразмерны (в буквальном смысле) задачам ориентации читателя на страницах издания и создания соответствующих зрительных акцентов ***(Илл. 1, 2)***.
Определённым лейтмотивом в оформлении «Авангарда» является его логотип. Его ярко-красный цвет и необычный образ


АВАНГАРД

11 октября, в 15:00
стадион «Труд» Катав-Ивановска
КАТАВ — АКАДЕМИЯ ФУТБОЛА

Долечивать больных будут в Катав-Ивановске

ИНФЕКЦИОННОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

Деньги
КАЖДОМУ НОВОМУ КЛИЕНТУ
0,1%

Илл. 1

НОВОСТИ. ОБЩЕСТВО

Школа будущего

Солнце в эфире

Илл. 2

буквы «А» (на грани мыслимого, так сказать) задают определённый авангардный тон прочему оформлению.

При этом, следует отметить, коллеги из «Авангарда» совсем не злоупотребляют, например, неформатным набором или обтеканиями текстом иллюстраций, эти приёмы используются в крайних случаях. То есть газета делается на сугубо стандартных, полиграфически привычных приёмах.

Весьма традиционно с точки зрения типографики выглядит и **«Амурская правда»** (Благовещенск, Амурская обл.). Макет реализуется на 5–6 колонках набора, и это самый оптимальный вариант размещения текстовых и иллюстративных материалов на формате А3.

При этом газета не выглядит скучно, монотонно ***(Илл. 3)***: разнообразить вёрстку помогают хорошие фотографии и различные вставки в материалы — выносы, справочные блоки, таблицы...

Свою роль играют и заголовочные комплексы: газета исполь-

Сельское хозяйство 36

Мелиорация, вирус чумы и свои овощи

10 главных проблем амурского сельского хозяйства

28

75

Илл. 3

Амурская правда

ДВА ЧАСА БЫЛ РЕДАКТОРОМ «АМУРСКОЙ ПРАВДЫ» ГУБЕРНАТОР ВАСИЛИЙ ОРЛОВ. ЧТО ИЗ ЭТОГО ПОЛУЧИЛОСЬ — В НАШЕМ СПЕЦИАЛЬНОМ ВЫПУСКЕ

К КОМУ И КОГДА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ ПРИДЕТ ГАЗ

БЛАГОВЕЩЕНСКСТРОЙ
1-, 2-, 3-комнатные КВАРТИРЫ

Илл. 4

Идёт весна - тает цена!
Подпишись
Коммуналка выросла: за что мы платим?
ВЛАСТЬ СОВЕТОВ
С Днём защитника Отечества
С долгами света не видать
В потёмках. Неплательщикам в марте отключат свет: выселковцы задолжали 9 млн рублей
8,9
8,7
8,4

Илл. 5

ОТЧИТЫВАЕМСЯ
Проблемы решаются,
Самоуправление. В поселении реализуется 18 муниципальных целевых программ. Они позволят отремонтировать детские площадки, дороги и благоустроить сельские территории

Илл. 6

ОТЧИТЫВАЕМСЯ
действуем вместе!
5300

СООБЩАЕМ
Успехи животноводов
Признание. Березанскую доярку удостоили звания Заслуженного сельхозработника Кубани
Живой концерт прошёл в Бейсуге. солдатам собрали сладости
9,4

Илл. 7

зует две титульные гарнитуры: основную, используемую для подачи главных материалов, и вспомогательную, для оформления подвёрсток. Их очевидный контраст — широкие литеры с засечками и узкие рубленые — создаёт на полосах зрительно впечатляющую картину.
Ярко оформляются в «Амурской правде» первые полосы: это всегда выразительные и содержательные композиции ***(Илл. 4)***.

Реализуемый многими газетами приём оформления подзаголовков — в сочетании с рубрикой — хорошо исполнен в газете **«Власть Советов»** (станица Выселки, Краснодарский край). Например, материал первой полосы ***(Илл. 5)***: «С долгами света не видеть.» В Потёмках. Неплательщикам в марте отключат свет, выселковцы задолжали 9 млн рублей». Вся самая важная, тревожная информация собрана в один титульный комплекс. При том, что есть и лид, сообщающий, что «Должники получили уведомления об отключении света. Подключить его можно будет только после оплаты долга, а также расходов компании, связанных с отключением и подключением электроэнергии». Такой набор навигационных элементов реализуется не только на первой полосе, как можно было бы предположить. Вот, например, разворот, посвящённый вопросам самоуправления ***(Илл. 6)***. Здесь также в рубриках и заголовках много конкретики и позитивных интонаций. Здесь хороши конкретность информации о ситуации с неплательщиками и тон, стиль сообщения: он доброжелательно-ироничный, такой, который лучше всего прочитывается и должниками, и прочими выселковцами.

И это немалый труд — создавать подобные титульные комплексы, потому что есть простое правило (о котором коллеги нередко забывают): в элементах титула — рубрике, заголовке, подзаголовках — нельзя повторять слова. Такое правило диктуется очевидной задачей: вместить в

Наша ЦРБ на Первом!

Прославились. Наш онкоцентр показали в программе «Доброе утро» по Первому каналу

Произошло землетрясение

Поддержим наших женщин в конкурсе

Радуют магазины «Агрокомплекса»

Илл. 8

короткие строки как можно больше информации, а значит, повторы слов нежелательны. «Власть Советов» среди немногих СМИ, использующих в оформлении пробельную вертикальную колонку. Основная задача при размещении такого неординарного элемента — технология наполнения пробельного пространства значимой информацией и акцентирование с её помощью важной тематики на полосах.

Для размещения подписей к фото (их можно видеть на развороте «Отчитываемся»), а также важных цифр, выносов («Господдержка»), цитат, подробностей («Детали») — как на полосе 2 из № 7 ***(Илл. 7)***. Уместно выглядит в пробельной колонке квадрат QR-кода, отсылающий читателя к видеоматериалу ***(Илл. 8)***. А возникающая местами яркая осветлённость компенсируется многострочными титульными комплексами и различными выделениями чёрным шрифтом: авторы, рубрики, врезы, подписи под снимками...

Еженедельник **«Пензенская правда»** (Пенза) выходит на 24 полосах «третьего» формата. Перелистывая номера, убеждаешься в высоком мастерстве планирования и оформления выпусков. В каждом можно найти и панораму новостей, и проблемную заметку, и зарисовку о земляке, и многое другое, что составляет хорошее, читабельное СМИ — исторические материалы, официальную информацию, телепрограмму, рекламу... Устоявшаяся структура номеров, соразмерность, адекватность публикаций заявленной теме — основа хорошего дизайна. Оформление придаёт публикациям нужную тональность. Вот, например, материал под рубрикой «Выскажись» об организации летнего отдыха детей. «Меня расстроила ситуация, которая в этом году сложилась с путёвками в детские загородные

ВЫСКАЖИСЬ

Цена детского отдыха

Красота – для любителей кальяна?

Илл. 9

ПЛАНЕТА ЛЮДЕЙ

Обоев наклеили – до Луны!

Илл. 10

БЛИЗКО К СЕРДЦУ

Берем всех четверых!

Илл. 11

лагеря. Я понимаю, что с апреля у нас в стране всё пошло не по плану, но все равно хочется справедливости», — пишет Ольга Н. Коллеги сопровождают письмо читательницы впечатляющим фото ***(Илл. 9)***.

Не могу оставить равнодушным публикации «Пензенской правды» под рубриками «Планета людей» («Обоев наклеили — до Луны!», ***Илл. 10***), «Семейный круг», «Человек в профессии», «Как живёшь, село?», «Близко к сердцу» ***(Илл. 11)*** , «Точка на карте», где рассказывается в первую очередь о людях — их судьбах, каждодневных заботах...

Максимально ярко, броско оформляется газета **«МОЁ! Энциклопедия Воронежской жизни»** (Воронеж). «МОЁ!» — представитель группы частных массовых изданий, и между тем, рассматриваемая газета всегда оставалась полной и правдивой энциклопедией жизни родного города.

Что же касается форм подачи, то, если всмотреться в полосы, они мало чем отличаются от привычных уже, давно освоенных качественными СМИ приемов: развитая навигация, яркие, эмоциональные заголовки, под стать им иллюстрации...

Но есть и свои, «фирменные» элементы. Например, «штампы» на полосах, акцентирующих внимание на самых злободневных темах: «Пандемия», «Об этом говорят», «Готовьте ваши денежки!», «Черта города» и другие ***(Илл. 12)***.

Броские цвета, многоформатные элементы, крупные заголовки...

Хорошо освоенный редакциями — участницами конкурса на звание лучшей в России набор графических элементов и их подач. Но не слишком ли редакции увлекаются визуализацией своих полос? Ведь есть ещё такое — очень важное в графическом дизайне понятие — как функциональность оформления: читабельность, эргономичность — с точки зрения вёрстки, временных затрат на неё.

Вот, например, тотальное использование **«Амурской правдой»** межколонных линеек, затемняющих полосы, превращающих их в архитектурные решётки. Дело даже не в том, что отраслевые стандарты рекомендуют выдерживать расстояние между линейками и текстом не менее 6 пунктов, а в том, что решётка, как бы это ни звучало странно, подчёркивает ментальную закрытость, в буквальном смысле замкнутость — что не хорошо в общении с аудиторией, для неё важно как раз подчеркивать открытость, доступность. Скорее всего, решетчатость оформительской модели родилась от чувства некоторой «дизайнерской» неполноценности: выглядеть слишком светлыми — это несолидно. А набор линеек затемняет, утяжеляет полосы.

Можно назвать ещё десятка два изданий из числа конкурсантов, в которых успешно реализуются нормы современного графического дизайна и где давно налажена система соответствующих публикаций — как основа стабильного оформления.

МОЁ! городское

Готовьте ваши денежки!

ЗА РЕМОНТ ДВОРОВ ВОРОНЕЖЦАМ ПРИДЁТСЯ ДОПЛАТИТЬ

По какой программе благоустроят дворы?

Как подать заявку на благоустройство своего двора?

В чём суть изменений?

Что будет, если не платить?

За какие работы придётся доплатить?

Сколько придётся доплачивать?

Илл. 12

НОВОСТИ, КОММЕНТАРИИ

Цифра

186

Экономия за свет

Илл. 13

Вот, например, **«Кыштымский рабочий»** (Кыштым, Челябинская обл.): богатая система навигационных элементов, чёткие цветовые акценты, упорядоченная вёрстка полос и разворотов ***(Илл. 13)***.

Искра

Энергетика – их стихия...

51

Илл. 14

На показанной полосе к материалу «Экономия за свет» использовано 12 содержательных ориентиров-указателей: кроме самого заголовка, снимка и подписи к нему, которые можно отнести к традиционно используемым, размещено ещё 9 (!) навигационных элементов: сложносоставная рубрика, лид, три подзаголовка, крупно поданный вынос, два справочно-информационных блока («Цифра», «Куда звонить»). Между тем, снимок взят «из открытых источников», и он абсолютно нейтрален (не видно не только лиц монтажников, но и самого монтируемого оборудования), слово «экономия» в заголовке, конечно, привлекательно, но экономить можно НА ЧЁМ-ТО, а плату ЗА ЧТО-ТО (за свет) можно снижать...
Читатель, конечно, разберётся в проблемах наружного освещения, но вот выразительность снимка и заголовка — это содержательные показатели, и они невысоки.

Хорошим уровнем оформления отличается также газета **«Искра»** (пос. Оричи, Кировская обл.). Те же электрики, посмотрите, поданы как следует ***(Илл. 14)***. На полосах используются многообразные навигационные элементы, хорошо реализуется многоцветье, вёрстка технологично размещен вертикальный пробельный модуль.

Наверное, только очень придирчивый взгляд отыщет какие-то недостатки в оформлении газет **«Заря»** (Кемерово, Кемеровская обл.), **«Звезда»** (с. Становое, Липецкая обл.), **«Ирбейская правда»** (с. Ирбейское, Красноярский край), **«Краснокамские зори», «Красное знамя»** (Республика Башкортостан) и в других. Перечисленные издания — давние участники конкурса «10 лучших газет России», и их приверженность традиционной типографике заслуживает похвал, однако в ряду прочих газет их трудно выделить чем-то особенным, оригинальным — в содержательном или графическом отношении.
На полосах в избытке канцелярски безликие заголовки: «Трудовые высоты», «Работа есть», «Работа по призванию приносит успех», «Работа во взаимодействии», «Эффективное противодействие инфекции», «С целью повышения качества жизни», «С любовью к родному краю» и множество других благостно-нейтральных слов...

ЧТО СКРЫВАЕТ МАСКА?

Важнейший содержательный элемент в системе СМИ — иллюстрации. По характеру подбора и подачи визуального материала, куда мы относим фотографии, рисунки, различную инфографику, а также рекламу, мы можем судить о типологической принадлежности издания с предельной точностью. Спортивные и научно-популярные, женские, деловые... Каждый представитель своей группы оснащает формируемые страницы (будем говорить о печатных СМИ) специфическими в формально-содержательном плане портретами, пейзажами, репортажами, этюдами, жанровыми сюжетами...
Региональные или газеты влияния, а также качественные массовые, как мы порой характеризуем издания наших конкурсантов, часто представляют некую полифонию визуальных жанров, то есть публикуют все возможные их варианты, и это создаёт редакциям некие проблемы: как часто, в каких пропорциях освещать события города или района графическими средствами?
Но вопрос не только в количестве и жанровой принадлежности того или иного «наглядного» материала, а в способах их подачи, формах преподнесения снимка, рисунка, коллажа, таблицы, графика...
Портреты, мы знаем, могут быть одиночными и групповыми, производственными (корпоративными) и жанровыми (лирическими, снятыми на природе), репортажными...

КАК ПОЛУЧИТЬ ПОВЫШЕННОЕ ПОСОБИЕ ПО БЕЗРАБОТИЦЕ

ВОРОНЕЖСКИЙ курьер

МЫ ТАК БЛИЗКИ

Почему в регионе откладывается снятие ограничений по коронавирусу

Илл. 15

20–21 ПОКОЛЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ 3–6 июня 2020 г.

75 лет ПОБЕДЫ

«ЗНАЛ, ЧТО ЖИВЫМ НЕ СДАМСЯ»

Как сражался в Великую Отечественную танкист Николай Борисов

Илл. 16

Выбор небольшой, а между тем, показ человека — земляка, героя публикаций — основная задача всякого местного издания.

В этой ситуации важно максимально изобретательно преподносить фотообразы героев. Таких примеров наши конкурсанты дают много. Вот, например, полосы **«Воронежского курьера»** (Воронежская обл.). Вертикальный, максимально обрезанный с обеих сторон, но при этом весьма выразительный портрет ветерана на первой полосе ***(Илл. 15)***, на внутреннем развороте, к которому отсылал снимок с первой полосы, публикуется другой вариант портрета танкиста Николая Борисова ***(Илл. 16)***, и здесь он держит в руке свой фронтовой снимок (хорошо проработанный по тональности и контрасту) — что также можно считать формальным приёмом преподнесения изображения.

С точки зрения жанрового разнообразия выигрышно используют коллеги архивные снимки фотокорреспондента А. Архипова под рубрикой «Тридцатилетие: в объективе». «Фотофакты из дневника» показывают жизнь земляков непарадно, с большим вниманием к их обыденным заботам. Однако **«Воронежский курьер»** использует и многие другие формы портретов. Часто

АПК 20–24 октября 2020 г.

БЕДЫ И ПОБЕДЫ

С какими вызовами времени приходится сталкиваться аграрным регионам

РАКУРС

НИКАК НЕ ОТТАЕТ

Почему накопительную часть пенсии могут заморозить в третий раз

2324,2 тыс. человек

Илл. 17

12–13 КОНКУРС 20–26 октября 2020 г.

УНИКАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В чем изюминки самых красивых воронежских сел

Большая Калитва (Павловский район)

Истобное (Репьевский район)

Отрадное (Новохопёрский район)

Щучье (Лискинский район)

Затин (Воробьевский район)

Конкурс «Самое красивое село Воронежской области» проводится с 2016 года. Организатор — правительство Воронежской области. Цель — содействие развитию местного самоуправления в сельских населенных пунктах, повышению туристической привлекательности сельских территорий и уровня их благоустройства, а также поощрение муниципальных образований за значительные достижения при решении вопросов местного значения

Победителем конкурса в 2016 году стало село Данцевка Бутурлиновского района, в 2017-м — село Алферовка Новохопёрского района, в 2018-м — село Нежка Рамонского района, в 2019-м — поселок Ясенки Бобровского района

Илл. 18

показываются, например, лица в круге ***(Илл. 17)***, причём, как видно здесь, и крупно, и мелко. Специфической, довольно оригинальной формой преподнесения персонажей публикаций в «Воронежском курьере» стали совсем небольшие портреты к цитатам ***(Илл. 18)***.

На приведённой иллюстрации кроме упомянутого виден ещё один новаторский приём подачи фотографий воронежскими коллегами: в материале, посвящённом спортивным школам, ведущим занятия в условиях самоизоляции, один из юных футболистов на центральном снимке отделён от группы небольшим пробелом, наглядно подчёркивающим необычность возникшей из-за пандемии ситуации.

Этот же прием удачно, на наш взгляд, реализован в центральном снимке номера 22, где глядящий в телефон мужчина вынесен в поле полосы, и тем самым подчёркивается необходимость дистанцирования, которая, как показывает газета, нами часто игнорируется.

Одной из важных форм освещения особых тем в прессе были и остаются фоторепортажи. Они наглядно, зримо передают атмосферу какого-либо явления, показывают людей в процессе взаимодействия, приобщают читателей к злободневным проблемам. Надо сказать, что этот традиционный, весьма почтенный журналистский жанр не нашёл широкого распространения в публикациях конкурсных газет — очевидно, по одной простой причине: коллегам хотелось представить на суд жюри как можно больше актуальных материалов, а фоторепортаж, конечно, может занять в номере большую площадь.

Однако отдельные примеры публикаций репортажного плана мы всё-таки наблюдаем, и они ещё раз убеждают нас в больших возможностях традиционного жанра.

10 ФОТОРЕПОРТАЖ

Грязная зона

Как в городской больнице работает пневмонийный госпиталь

Илл. 19

ФОТОРЕПОРТАЖ 11

Илл. 20

Липецкая газета
ГРАНТ НА МЕЧТУ

Илл. 21

Местное время
СЕЛФИ С БУНИНЫМ
ЦИФРА
120

Илл. 22

Мир увлечений
НА ОДНОЙ ВОЛНЕ

Илл. 23

Искусство фоторепортажа, как уже отмечалось, заключается в показе взаимодействия людей в определённой ситуации, передаче эмоциональной атмосферы происходящего. Такая задача во многом решена в репортаже **«Ревдинской правды»** (Ревда, Свердловская обл.) из городской больницы, превращенной в пневмонийный госпиталь ***(Илл. 19, 20)***. Здесь мы не видим и не можем увидеть лиц врачей и медсестёр, но можем, например, прочесть их имена на белых комбинезонах, «подсмотреть», как отдыхают они, присев ненадолго в пустом «буферном» коридоре...

Хорошим качеством иллюстрирования отличается и еженедельная областная **«Липецкая газета»**. Одна из форм подачи фотографий, корректно используемой изданием, являются обтравки и обтекания текстом выделенных фрагментов.

Такие приёмы встречаются в рассматриваемых газетах не часто: похоже, коллеги понимают содержательные, смысловые сложности преподнесения отделённых от фона фрагментов, а также их акцентирование наборными строками. Так вот, как раз в «Липецкой газете» подобная практика получила, на наш взгляд, адекватное решение. Например, в № 75 на первой полосе изображён молодой человек на турнике, и его голова на снимке «подпирает» логотип ***(Илл. 21)***. Таким образом акцентируются выдающиеся способности спортсмена именно в упражнениях на турнике.

А вот рассказ о выпускном вечере в Ельце «Селфи с Буниным», где движения танцующей пары подчёркнуты (почти буквально) укороченными строками набора ***(Илл. 22)***.

В представленных номерах **«Липецкой газеты»** можно встретить и другие, впечатляющие примеры осмысленных с точки зрения оформительских задач качественных изданий оборок: здесь заострённый угол доски для серфинга «возвращает» взгляд читателя к заголовку и тем самым создаёт динамичную, «плывущую» композицию ***(Илл. 23)***.

В данном обзоре нельзя, наверное, не упомянуть наблюдаемую здесь весьма своеобразную ситуацию в иллюстрировании: в каких случаях героя публикации фотографировать в маске, чтобы подчеркнуть важность её ношения, а в каких ситуациях можно обойтись и без защитной материи на лице персонажа.

Вот, например, как преподносит в конце 2020 года **«Марийская правда»** призыв носить маску ***(Илл. 24)***. Это плакатный вариант публикации, не подразумевающий изображение конкретного человека.

Илл. 24

Илл. 25

Страница создаёт определённый настрой — тревожный, дисциплинирующий. В продолжение темы в этом же номере публикуются другие материалы, показывающие (в данном случае в буквальном смысле) необходимость ношения масок в условиях пандемии ***(Илл. 25)***.

Во многих конкурсных изданиях в рамках пропагандистской кампании о мерах самоизоляции изображены люди в масках, порой даже, как нам кажется, излишне нарочито. Одно издание рассказывает о победе музыкальной школы в областном конкурсе, на фото изображена педагог, в пустом — видно — кабинете она держит перед собой диплом, и лицо её закрыто маской.

Понятно, что общение с корреспондентом газеты предполагает меры изоляции, но вряд ли надо было оставлять большую медицинскую маску на лице героини на те несколько секунд, пока производилась незамысловатая съёмка.

Примерно такая же ситуация в другой газете: здесь уже три педагога-ветерана с только что полученными дипломами в руках, и их лица наполовину, до глаз, закрыты масками; видимо, понимая нелепость ситуации, коллеги оставили снимок без подписи, не указав, кого же наградил глава региона.

Конечно, публикации газеты должны носить определённый воспитывающий эффект, но излишняя драматизация ситуации, думается, — не лучший вариант общения с читателем.

ЛОГОТИПЫ: В ОБЩЕМ И НЕПЛОХО, НО...

Уже давно мы не дискутируем — очно или здесь, в публикациях — о заглавиях наших газет. Выразительные, оригинальные и, между тем, лаконичные, ёмкие логотипы стали непременной частью хорошего дизайна большинства газет-конкурсантов. Так же, как и с визуализацией в целом, с поиском особого стиля заглавий редакции работу давно и благополучно завершили. Традиционность, т.е. преемственность в начертаниях шрифтов, соответствие композиции имени газеты — непременный минимум требований при создании заголовочного комплекса газеты, который, напомним, включает, кроме самого названия, календарные сведения, эпиграф или лозунг издания, информацию о регионе, учредителях, а также награды и прочее.

Своим опытом формирования выразительных заглавий могли бы поделиться газеты **«Борисоглебский вестник»** (Воронежская обл.), **«В 24 часа»** (Краснодарский край»), **«Воскресенская жизнь»** (Нижегородская обл.), **«Задонская правда»** (Липецкая обл.), **«Змеиногорский вестник»** (Алтайский край), **«Знамя Победы»** (Свердловская обл.) и многие другие. Если и случаются у конкурсантов в логотипах графические заковыки, то только, пожалуй, от излишнего стремления впечатлить читателя — что, отметим, в общем и неплохо, но...

Вот, например, **«Рязанские ведомости»** (Рязанская обл.) используют для вёрстки разных номеров два варианта логотипа ***(Илл. 26)***. В первом, состоящем из буквы «Р» и крупной запятой, трудно, точнее даже невозможно, угадать намёк на букву «В». Впрочем, может быть, там

и нет никакого намёка и это просто «игра»...
Во втором, развёрнутом, заглавии **«Рязанских ведомостей»** оставляет чувство некоторого недоумения окрашенная в голубой цвет буква «Е». Зачем? Чтобы спросили?.. Окрашивая одну из ряда букв, образующих слово, мы либо делим слово (в нашем случае: в-е-домости), чтобы выявить в его части какой-то особый смысл (...домости?), либо придаём фрагменту особый, символический смысл (...Е... ?). Теряемся в догадках...
Кроме проблем с начертанием, окрашиванием и пр. есть ещё один ряд возможных сложностей. Это сопряжение в одном блоке ряда элементов заглавного комплекса. Неожиданные и непродуктивные ассоциации возникают, например, с логотипом газеты **«Власть Советов»** ***(см. Илл. 5)***.
В гербе Выселковского района Краснодарского края есть изображение серебряного сокола — наряду с прочими атрибутами. Коллеги оставили в логотипе газеты лишь сокол,а и он, на наш взгляд, странно корреспондируется с названием издания. Соколиная власть? Власть сокола? Птичьи советы?..

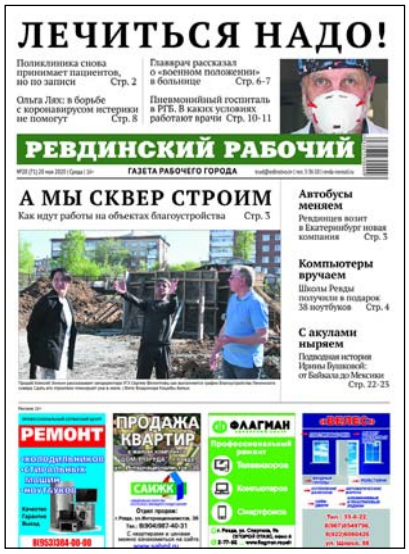
БОЛЬШАЯ ПОБЕДА В НЕСКОЛЬКО СЛОВ ВОСЬМЫМ КЕГЛЕМ

В числе конкурсантов, как отмечалось, **«Ревдинский рабочий».** Название газеты и, возможно, имя её редактора некоторым читателям хорошо знакомо. Евгений Зиновьев последнее время очень активен в Фейсбуке, собирает под своими публикациями множество комментариев. Посвящены заметки главного редактора «Газеты рабочего города» исканиям в тематике и формах подачи информации в родной газете.
Пишет коллега о спорах в редакции относительно компоновки первой полосы, приводит примеры. Процитируем: *«Чуть не подрались вчера, делая свежий #РевдинскийРабочий. Редактор Женя топил за то, что обложку надо посвятить завершившемуся в Екатеринбурге шахматному турниру претендентов. А дизайнер Катя настаивала на недавнем дне рождения Набокова (ну, читает она его сейчас и восхищается). Корреспондент Оля была вынуждена их разнимать и ставить в углы по диагонали... В эндшпиле согласились на ничью. Ну всё, теперь ваша очередь ругаться»*, — завершает коллега и публикует вышедший по итогам споров номер с весьма необычной первой полосой — действительно спорной.
В коментах это отражено: «Вёрстка трешовая?? хз к какой картинке текст»... И ещё пара десятков отзывов — одобряющих, осуждающих, предлагающих... Что для разномастной новостной ленты уже хорошо...

Но смысл нашего обращения здесь к одной из публикаций в ленте новостей Фейсбука не в том, чтобы растолковывать давние споры, а чтобы обратить внимание на момент каждодневных усилий редакции и её руководителя по поиску своего стиля, оригинальных содержательно-оформительских ходов в создаваемом номере. В этом пафос данного примера.

Илл. 26

Существует такое мнение — и автор этих строк не раз его письменно и устно поддерживал, — что меняться, обновляться надо всегда, даже тогда, когда, казалось бы, для этого нет особых причин. Почему это так? Читатель должен постоянно видеть какие-то приметы обновления медиаресурса, постоянно наблюдать движение мысли (читай — содержания) и форм подачи материалов (читай — дизайна). В этом заключается стратегическая логика массовой коммуникации: то, что не движется, то перестаёт жить, а значит, впечатлять потребителя, который находится в непрерывном, стремительном потоке информации, в первую очередь визуальной, зримой, броской.
Давайте посмотрим, что в итоге представляет **«Ревдинский рабочий»** (только три, как и у


ЛЕЧИТЬСЯ НАДО!

Поликлиника снова принимает пациентов, но по записи Стр. 2

Главврач рассказал о «военном положении» в больнице Стр. 6-7

Ольга Лях: в борьбе с коронавирусом истерики не помогут Стр. 8

Пневмонийный госпиталь в РГБ. В каких условиях работают врачи Стр. 10-11

РЕВДИНСКИЙ РАБОЧИЙ

ГАЗЕТА РАБОЧЕГО ГОРОДА

А МЫ СКВЕР СТРОИМ

Как идут работы на объектах благоустройства Стр. 3

Автобусы меняем

Ревдинцы возят в Екатеринбург новая компания Стр. 3

Компьютеры вручаем

Школы Ревды получили в подарок 38 ноутбуков Стр. 4

С акулами ныряем

Подводная история Ирины Бушковой: от Байкала до Мексики Стр. 22-25

РЕМОНТ

ПРОДАЖА КВАРТИР

САЙДИНГ

ФЛАГМАН

Профессиональный ремонт

Телевизоров

Компьютеров

Смартфонов

«ВЕЛЕС»

Илл. 27

прочих, присланных номера). Оптимален по занимаемой на странице площади логотип, при этом за счёт ярко-зеленого цвета он хорошо организует полосу ***(Илл. 27)***.

Основная тема заявлена небанальным заголовком «Лечиться надо!» над блоком анонсов публикаций, относящихся к борьбе с коронавирусом, и здесь же весьма выразительный снимок врача в респираторе к материалу о пневмонийном госпитале, развёрнутом в горбольнице (см. выше).

Кроме того, анонсировано на первой странице ещё 4 темы: «А мы сквер строим», «Автобусы меняем», «Компьютеры вручаем», «С акулами ныряем»...

Обращает на себя внимание грамматическая форма заголовков, употреблённых во множественном числе настоящего времени (строим, меняем, вручаем, ныряем) с одинаковым наклонением глаголов. Это так называемое изъявительное наклонение, представляющее процесс как реальный.

Безусловно, это далеко не традиционная форма заглавий, тут читателю предлагается некая словесная игра. Насколько она оправданна с точки зрения полезности, эффективности воздействия на читателя и затраченных сил? Данных у нас на этот счёт нет, но попробуем предположить, что новация привлекла ревдинцев и не только их. Тем более что сама редакция в сопроводительном письме сообщает, что «решение поиграть с заголовками... сделали своей фишкой. ...В результате практически каждая первая полоса **«Ревдинского рабочего»** становится вирусной».

Давайте вспомним, что в редакционной практике одним из самых распространённых жаргонизмов была и остаётся фраза «разыграть первую», т.е. сделать её яркой, оригинальной, привлекательной.

Таким образом, намеренный уход от шаблона, стандарта, нивелировки элементов оформления — это правило.

Допускаем, что и у остальных редакций вышеназванный процесс розыгрыша первой полосы (как и последующих) выливается в нешуточные споры, но вопрос в том, отчего полагаемое бурление мысли никак не отражается на полосах...

***

Реальность всегда новая — как бы мы, журналисты, ни убеждали себя в обратном, ограждаясь, иногда даже не осознавая этого, от требований жизненной конъюнктуры.

Говорить о новациях в области графического оформления газет и не касаться при этом содержания — это по крайней мере малопродуктивно.

Известно, что по-настоящему новаторское в стиль оформления привносит лишь новое содержание, но если газета в каждом материале лишь повторяет саму себя, избегая новых тем, проблем, она застывает и в графическом образе.

Казалось бы, в нынешней ситуации — COVID-19 на дворе и в офисе, стагнирующий вслед за экономикой рекламный рынок, жёсткий, а часто жестокий прессинг учредителей и властей — не располагают к «добровольному» экспериментаторству, поиску тех самых новых смыслов и форм...

Однако профилактика заболевания ковидом и меры медицинского реагирования — хотя темы, вроде бы обычные, общественно-политические — всё-таки в данном случае неординарные своей массированностью и злободневностью, как если бы мы вдруг освещали войну — что в некоторых случаях так оно и было...

И мы выжили, сохранили себя, свои редакции в этой нелёгкой ситуации — что стало большой организационной и маркетинговой победой. А будущая творческая победа будет заключаться в преодолении синдрома закрытости, в освобождении от «масочного» мироощущения. &