

ДИЗАЙН НА МОРАЛЬНО- ВОЛЕВЫХ

Анна Молодожен, главный специалист по верстке,
веб-редактор газеты «Нейва», Новоуральск, Свердловская область

Не знаю, как у вас в редакциях, но у нас в «Нейве» настал период «нет времени объяснять». Нам некогда примерно все: долго думать, обсуждать, раскачиваться, планировать проекты тщательно и загодя. Дизайн дизайнить — тоже некогда.

Причина? Активное развитие соцсетей и перевод наших сил в онлайн.

При этом, как и во многих других редакциях, соцсети — это чтобы мелькать у горожан в умной ленте, а не зарабатывать.

А продает рекламу и продается по-прежнему принт — газета. И ее нужно делать так, чтобы ни читателю, ни экспертам не было заметно, как мы, прямо скажем, задолбались

*Издание — победитель
в номинации
«Лучший дизайн»
конкурса
«Вся Россия — 2023» —
3-е место*



«НАДО ДУМАТЬ»

— Надо думать над проектами, которые можно сверстать красиво! — который год подряд после

сочинского фестиваля говорит вдохновенный редактор.

— Надо думать... — отвечаем мы, сматывая удочки после планерки.

И уходим заниматься повседневным. Пилить контент в сети. Писать редакционный рэп. Придумывать сценарии клипов. Снимать. Монтировать. Плани-

ровать посты. Наполнять сайт. Общаться с клиентами по рекламе. Разбираться с маркировкой. Писать отчеты. Отвечать в мессенджерах и на звонки по двум телефонам. Вести конкурсы. Следить за статистикой. Мониторить конкурентов и модерировать комментарии. Верстать полосы...

А потом, как в той песне про очень эффективного школьника с легкими ужинами и бесконечными тренировками: «и снова»... Так, по кругу, проходят недели. Пока однажды...

«НЕТ ВРЕМЕНИ ОБЪЯСНЯТЬ!»

...Пока однажды редактор не кричит что-нибудь неотвратимое, вроде:

— Нет времени объяснять! Срочно надо сделать два разворота по селу и нацпроектам! Чтоб красиво!

Ты поднимаешь красные глаза и, не отрывая от подбородка руку, которая поддерживает голову, бормочешь: «Когда?»

— Это. Надо. Делать. Быстро, — безапелляционно цедит редактор и сверкает глазами.

Отрицание, гнев, торг, депрессия... (10 секунд).

Берешь бумажку, вспоминаешь, что макет всему голова, плетешься в кабинет редактора (10 секунд).

На внеплановой планерке с журналистом и редактором определяетесь, какие инфоблоки должны быть на развороте (15 минут). Рисуешь примерный план на бумажке (30 секунд). Обсуждаете детали (5 минут). Спорите на повышенных тонах



Илл. 1

Пример разворота, который был сверстан в сжатые сроки благодаря использованию прошлых наработок. Так, круговая диаграмма была отрисована за 5 лет до первой своей публикации в газете. А визуализация переключалась из прошлых разворотов о ремонте, но была доработана для целей актуального разворота

про иллюстрации для инфографики (2 минуты).

— Да это уже было! Мы два месяца назад публиковали этот эскиз! Ну и что, что на черно-белой полосе и половина его была закрыта заголовком! Ставили же! — кричит журналист.

— Да ну и че! — орете вы с редактором. — Никто не помнит уже! Переупакуем, чтобы понятнее было людям, че в городе-то делаться будет, секешь поляну? Дописываете пару идей (2 минуты).

— Расходимся! — удовлетворенно кричит редактор. Занавес.

Так у нас устроен подготови-

тельный этап редакционно-издательского процесса работы над сложными разворотами в последние два года.

НИ «ВОРОВАТЬ», НИ РИСОВАТЬ...

Четыре года назад после такой планерки я бы ушла на три дня в интернет — воровать, как художник, а потом в Adobe Illustrator — рисовать оригинальное. Сейчас у меня нет времени ни воровать, ни рисовать: надо выдать в онлайн минимум пять постов в день. И много чего еще надо (смотрите список выше).

Что же делать, если времени на дизайн в обрез?



Илл. 2
Пример использования хороших снимков для быстрого оформления полос, которые могли бы выглядеть скучно, если бы иллюстрации и текст располагались стандартно, по сетке

Способ первый. Очень хорошо, если существуют наработки, оставшиеся с того периода, когда время на дизайн — было. У нас они есть, и мы этим пользуемся. Особенно это касается инфографики, на разработку которой тратится много времени. Так мы сверстали разворот, где наглядно представили читателю городской бюджет (**иллюстрация 1**). За основу взяли идею диаграммы, которая разрабатывалась пять лет назад. Тогда она не пригодилась, лежала мертвым грузом на жестком диске, а в нужный момент стала центральным элементом разворота.



Илл. 3
Этот разворот удалось сверстать быстро, благодаря четкому делению на блоки на этапе планирования и макетирования. А также благодаря использованию отрисованных ранее элементов

Благодаря возвращению к старым наработкам удастся сэкономить время на поиске идей и отрисовке отдельных блоков. Единственное правило — обязательно в старой иллюстрации нужно что-нибудь переделать. Перекрасить, заменить часть картинки, поместить ее в новый контекст. Переупаковать.

Способ второй. Если в редакции есть хороший фотограф, можно выстроить верстку вокруг его снимков. Или вообще вписать в фотографию саму верстку. Так мы поступаем с материалами проекта про путешествия «Почувствуй Урал!» (**иллюстрация 2**). Используем коллаж,

чтобы показать больше фото, чем могло бы поместиться на полосе, если бы мы ставили каждый снимок отдельно по сетке.

Способ третий. Перед сном искать интересные идеи в Pinterest и сохранять то, что пришлось по вкусу. Периодически пересматривать. Когда требуется быстро создать новый дизайн, я вспоминаю про этот «сундук с сокровищами», роюсь там 10 минут и обязательно выживаю какую-нибудь ценную идею. Придумываю, как ее применить и переделать для целей материала, а дальше — макетирую.

Способ четвертый. Собственно, макетирование — это и есть лучший способ сэкономить всем в редакции время и нервы. Если все четко видят, как выглядит разворот или полоса, то контент можно готовить прицельно. Журналист не пишет лишнего. Верстальщик не впихивает невпихуемое (иллюстрации 3, 4).

КАК МАКЕТИРОВАТЬ?

Не претендую на экспертность в этом вопросе. Просто поделюсь своим способом.

Шаг 1. Делю разворот или полосу на большие смысловые блоки

(какие — мы уже обсудили на планерке). Чтобы смотрелось красиво, помню про пропорции. Чаще всего пользуюсь правилом третей.

Шаг 2. Определяю место для главной иллюстрации, заголовка, основного текста.

Шаг 3. Рисую сетку внутри больших блоков. Определяю, где внутри них будут иллюстрации поменьше и какие. Если будет инфографика, оставляю для нее место.

Шаг 4. Вставляю блоки с «рыбным» текстом, размеченным

нужными стилями. Считаю количество знаков, подписываю, какие нужны фото. Отдаю распечатанный макет журналисту, который будет готовить материалы.

ВСЕ «ПО ФЭНШУЮ» ВСЕ РАВНО НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ

Когда приходит время отправлять наши газетные полосы на конкурс, я начинаю себя ругать. Ну, можно же было сделать круче?! Красивее. Интереснее. Глубже по смыслу. Проще для восприятия.

Наверное, можно было. Но в условиях ограниченного времени это максимум, на который я пока способна.

Остается только понять и простить себе все, что «не по фэншую». И искать ресурсы и стимул для выхода на новый уровень верстки и дизайна.

У НАС В ПЛАНАХ:

- **переделка модели всей газеты** с изменением шрифтов, кеглей, стилей оформления;
- **изменение принципов верстки 2—3 полосы:** планируем верстать их единым разворотом, который показывал бы информационную картину жизни города за неделю;
- **возврат к небольшим инфограммам** в качестве иллюстраций к материалам на постоянной основе (то есть в каждом номере).

Илл. 4

Пример визуализации темы национальных проектов. В развороте необходимо было отразить реализованные мероприятия в рамках нацпроектов в Новоуральске, а также сформировать планы на будущий год. Основная сложность была в том, чтобы разнообразно подать однотипную информацию, которая изначально была представлена в скучной и трудновоспринимаемой табличной форме с большим количеством цифр

