

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА
«ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ В ОФОРМЛЕНИИ ГАЗЕТ И ЖУРНАЛОВ»
предмет: «Технология производства электронных и
печатных средств информации»

Работу выполнила студентка 1 курс ОФО,
специальность "Издательское дело"
Факультет журналистики
Каминская Софья Алексеевна

Проверил: кандидат филологических наук,
старший преподаватель Носаев Д.А.

Оценка: 5
250516 

Краснодар
2016

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛА	5
Формат	6
Шрифт	8
Заглавная (титульная) часть	11
Заголовок	13
Иллюстрации	16
Разделительные элементы	19
Колонтитул и выходные сведения	21
Макетирование и вёрстка	22
ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	25
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	31
ПРИЛОЖЕНИЯ	33

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы связана с тем, что внешний вид печатных СМИ играет важную роль для читателей. Число периодических изданий растет с каждым годом, и для того, чтобы пресса смогла выжить при новых рыночных отношениях, она должна не только информировать, но и привлекать.

Редакторам следует обращать пристальное внимание на оформление газеты и журнала, которые представляются читателям.

Цель нашей работы заключается в выделении особенностей оформления газет и журналов.

Объектом курсовой работы стали выразительные средства оформления газет и журналов.

Предметом исследования служит дизайн газеты «Ставропольская правда» и журнала «Вокруг света».

Задачи нашей работы:

- систематизировать теоретический материал по теме;
- исследовать особенности оформления газеты «Ставропольская правда»;
- проанализировать дизайн журнала «Вокруг света»;

Литературы по макетированию и оформлению печатных СМИ очень много.

Так, в учебнике А.А. Грабельникова "Работа журналиста в прессе" раскрывается понятие макетирования, описываются виды верстки полосы и оформления заголовочного комплекса. В учебном пособии "Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты и журнала" С.И. Галкина подробно говорится о шрифтах, их характеристиках, разновидностях, об иллюстрациях и в целом об элементах оформления. В учебнике В.В. Тулупова "Дизайн периодических изданий" раскрывается тема шрифтовой политики и оформления постоянных элементов газеты. В учебном пособии С.Б. Головки "Дизайн деловых периодических изданий" приводится классификация иллюстративных элементов, описываются

функции иллюстраций и принципы фотоиллюстрирования. С.М. Гуревич в учебнике "Газета: вчера, сегодня, завтра" дает классификацию фотоиллюстраций и затрагивает тему верстки. М. Картер в своей книге "Современный газетный дизайн" дает практические рекомендации по оформлению газеты. Но следует отметить, что немногие авторы акцентируют внимание на особенностях выразительных средств печатных СМИ, так что тема раскрыта не полностью.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Практическая значимость данной курсовой работы заключается в систематизации теоретического материала об оформлении печатных СМИ.

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛА

Особенно трепетное отношение при открытии нового печатного издания вызывает дизайн журналов или газет. Отношение читателя к материалу зависит от множества незаметных на первый взгляд элементов.

Для журнала и газеты неважных элементов дизайна не существует. Даже сравнительно незаметный элемент – колонцифра или оформление выходных данных, содержания – влияет на восприятие.

Единообразие – основное требование к дизайну. Оформление каждого элемента, до последней подписи под иллюстрацией, должно быть выполнено в едином стиле. Именно разработка и четкое описание каждого элемента и является задачей разработки оформления. По готовому дизайну можно создать не один десяток выпусков, а наиболее успешные наработки применяются годами и десятками лет.

Понятие «оформление» давно и прочно утвердилось в газетно-журнальном деле. Оформление – это система размещений публикаций и их заголовков в газетном и журнальном номере и на каждой из его страниц, способы выделения важнейших материалов, выбор и применение шрифтов для набора текстов и заголовков, использование различных видов иллюстраций, а также использование основного – черного – и дополнительных цветов.

Но в последние годы и в специальной литературе, и в журналистском обиходе привычное слово «оформление» все чаще заменяется словом «дизайн». С включением в теорию и практику газетно-журнального дела метода моделирования изданий, определяющего их графическую конструкцию на годы вперед, понятия «оформление» уже недостаточно, а понятие «дизайн» в большей мере отвечает характеру и масштабу

современных подходов к выпуску изданий.

Что же, собственно, такое газета и журнал?

Журнал – это периодическое журнальное издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам и литературно-художественные произведения.

Газета - периодическое газетное издание, выходящее через краткие промежутки времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу.

Элемент оформления есть одна из составных частей внешней формы периодического издания, обладающая определенной функцией при передаче содержания, имеющая свое назначение и ряд специфических признаков, которые позволяют выделить данный элемент из всей системы оформления.

Разрабатывая дизайн газет и журналов, мы учитываем все особенности печати издания, требования к макету, размеры издания и обрезку с трех сторон. Качественный макет при грамотном дизайне газеты облегчает верстку текста в узкие и длинные колонки, позволяя размещать материал, удобный для чтения.

Формат

В газетно-журнальном производстве при обозначении размерных характеристик печатного продукта используют термин «формат». Он относится к части исходного размера бумаги, используемой для печати, в границах которой размещаются печатные элементы, образующие полосы. Кроме этого, формат – это первичная, базовая ступень материально-пространственной организации, определяющая особенности последующего формного и содержательного членения издания. Особенности формного членения выражаются в выборе размеров текстовых и иллюстративных материалов, числа и формата колонок и других составляющих формы.

Для выпуска газет используются три формата из серии А0 – А2, А3 и А4. Они более всего распространены, поскольку серией А0 как национальным стандартом пользуется большинство стран. Разумеется, они не могут удовлетворить все требования полиграфии и издателей, поэтому каждая страна использует также свои традиционные форматы.

В формате А2 (его размеры составляют 420 мм по ширине и 594 мм - по высоте) выходят главным образом ежедневные газеты: общеполитические, отраслевые, специализированные. Также это бывшие центральные издания, называющие себя сегодня общенациональными, и газеты Москвы, Санкт – Петербурга, других крупных городов (краевых и областных центров).

Формат А3 (297х420 мм) прочно закрепился за еженедельниками газетного типа – самой динамично развивающейся на всей территории страны группой изданий. В этом же формате традиционно выпускаются городские, окружные, районные, поселковые, ведомственные газеты.

Формат А4 (210х297 мм) представлен в основном рекламно – справочными, информационными, а также малобюджетными газетными изданиями.

Форматы журналов определяют размерами обрезанного с трех сторон блока. При этом первый размер относится к его ширине, а второй к высоте. Обозначается же формат издания форматом печатной бумаги в сантиметрах и долей листа, образующейся от числа сгибов при фальцовке (РИСУНОК 2).

В газете большого формата, даже если полосы предваряются общей для всех материалов рубрикой, они тематически обособлены в меньшей степени, чем в малоформатной газете и журнале. Малый формат, где тема часто занимает одну или несколько страниц, как в журнале, обуславливает большее структурно - тематическое обособление. Поэтому при малом формате чаще происходит деление на разделы и даже отдельные тетради, секции.

Первая полоса газеты А2 – это всегда несколько материалов разной тематики и размеров: от небольшого хроникального сообщения до крупного материала. В журнале, даже если он тонкий и ведет нумерацию с первой

страницы обложки, на нее обычно выносят крупную иллюстрацию и анонс главных материалов. Такое оформление выглядело бы немотивированным в серьезном еженедельнике газетного типа и в то же время обычно в изданиях бульварного толка.

С числом и размерами материалов на полосе должны соотноситься приемы и количественные характеристики дизайна. В газете формата А2 число публикаций на полосе в среднем больше, чем в изданиях других форматов. Наличие нескольких материалов разного размера позволяет использовать больше комбинационных сочетаний. Но здесь оформитель может неоправданно выделить один материал в ущерб другим. Журнал, в котором материал располагается на нескольких страницах, свободнее в выборе. Но и в этом случае продолжают действовать ограничения, связанные с тем, что каждому виду издания свойственен определенный набор норм.

Выбор формата издания может зависеть от целей и задач издателя, читательской аудитории, широты тематики, характера изложения, особенностей дизайна, области распространения и наличия других подобных изданий. Определенную роль играют финансовые возможности, технологическая оснащенность полиграфической базы, наличие рынка рекламы и множество других, более или менее существенных, факторов.

Формы книжных и журнальных изданий устанавливает ГОСТ 5773-90 «Форматы книжных и журнальных изданий».

Шрифт

Существует широкое и узкое понятие шрифта.

В широком смысле слова шрифт – это графическая форма букв и знаков какого-либо алфавита. Согласно этому определению существуют кириллические, латинские, греческий, арабский и другие шрифты (алфавиты).

В узком профессиональном значении говорят о печатных шрифтах: наборных (типографских) и цифровых шрифтах на языке Postscript, который «читают» фотонаборные машины.

В настоящее время в распоряжении издателей сотни шрифтов.

Редакторы должны знать некоторые профессиональные термины, которые относятся к шрифту, чтобы понимать, на чем базируется выбор дизайнера при верстке.

«Кегль» используется для обозначения высоты строки текста и для выражения расстояния между строками. Традиционно он выражается в единицах, которые называются «пунктами».

Промежуток между двумя строками – «интерлиньяж» - создается потому, что пространство, в котором располагается набранная строка, должно быть больше, чем высота самой буквы.

Все типографские шрифты условно можно разделить на:

- Текстовые
- Титульные
- Акцидентные

Текстовые шрифты — шрифты, предназначенные для печатания основного текста книг, журналов и газет; это шрифты сравнительно мелких кеглей — от 0 до 12 пунктов.

Титульные шрифты — шрифты более крупных кеглей — от 14 до 48 пунктов, применяемые для набора титулов, обложек, рубрик, газетных заголовков и различных акцидентных работ. Многие гарнитурные содержат титульные шрифты (по кеглю), другие же являются только титульными.

Шрифты мелких и крупных кеглей одной и той же гарнитурной могут быть использованы: первые — как текстовые, вторые — как титульные.

Акцидентные шрифты — шрифты преимущественно декоративные, имитационные, а также шрифты крупных кеглей. К акцидентным шрифтам

относятся плакатные и афишные шрифты. Кегль (размер) шрифта определяется по прописной (заглавной) букве.

Правильное использование шрифта играет важную роль. Шрифт должен быть не только красивым, но экономичным, что характеризуется емкостью и определяется средним количеством знаков, которые могут разместиться в строке, в полосе. С производственно-технологической точки зрения среди требований к шрифтам относят точность воспроизведения графики шрифта в разных видах печати - высокой, глубокой, плоской, механическая прочность и линейная точность шрифта как элемента печатной формы при получении оттисков в печатной машине. Под гигиеническими требованиями к шрифту понимается его удобочитаемость. Исследования показали, что важно подбирать правильно и длину строки, и размеры пробелов между словами. Например, для детей дошкольного и младшего школьного возраста необходимы четкие, простые по рисунку шрифты 12-16 пунктов, для взрослого читателя - шрифты 8-10 пунктов, в справочных изданиях - кегль шрифта может быть снижен. При выборе основного шрифта газетного и журнального издания следует принимать во внимание характеристики бумаги.

Когда речь идет о шрифтах для периодических изданий, на первый план выходит именно удобочитаемость, о чём писал А.Г. Шицгал в первом издании своей монографии:

«Значение эстетической стороны оформления разных типов печатных изданий тоже неодинаково. В оформлении книги, например, характер рисунка текстового шрифта часто ассоциируется с содержанием издания, кроме того, учитывается связь рисунка текстового шрифта с иллюстрацией и другими элементами оформления книги. В газете же, часто и в журнале, при выборе текстового шрифта основное внимание уделяется удобочитаемости и соответствию его рисунка производственно-техническим требованиям.

В связи с этим, в отличие от книги, главные эстетические требования к оформлению газеты или журнала, в зависимости от их типа, предъявляются не столько к рисунку шрифта, сколько к его удобочитаемости, к единству оформлению, создающего газете или журналу определенный облик в соответствии с их назначением».¹

В современных журнальных и газетных изданиях наблюдается три довольно противоречивые тенденции.

Первая – вместить как можно больше текста. Для этого уменьшается интерлиньяж, что характерно для местных газет, сужается шрифт до пограничных значений при таком же пограничном кегле. Вторая – та, о которой писал А.Г. Шицгал – удобочитаемость шрифта и единство стиля. И, наконец, встречаются издания, которые используют несколько гарнитур для выделения материала.

Ни в системе применения, ни в стилях оформления текстовых шрифтов между журналами и газетами нет принципиальных различий. Текстовый шрифт и условия его применения – это то общее, что объединяет периодические издания и отличает их от книги.

Заглавная (титульная) часть

В газете или журнале заглавная (титульная) часть, часто называемая логотипом, занимает важнейшее место среди средств, создающих узнаваемый и привлекательный для читателя образ издания.

Из заглавия и сопутствующих ему компонентов читатель узнает о тематике, идее, предмете, типе газеты или журнала. Графическая индивидуальность заглавия определяется, в первую очередь, нестандартным рисунком шрифта.

¹ Шицгал А.Г. Русский типографский шрифт. - М.: Книга, 1985. — 256 с.

В комплекс заглавия входят несколько составляющих. Главные – дата и номер выпуска – объективно необходимы. Наличие других целиком зависит от культуры издания: чем более представление о нем дает титульная часть, тем лучше.

По характеру и особенностям оформления титула, издания можно разделить на две большие группы: первую составляют газеты и еженедельники газетного типа, вторую – журналы и еженедельники журнального типа.

Специфика оформления титула в каждой группе связана прежде всего с потребительскими свойствами изданий, а также особенностями построения их лицевых сторон.

Потребительские свойства изданий первой группы невысоки. Графическая картина их лицевой стороны, представленной множеством текстов и иллюстраций, столь ярка, что требования к согласованию оформления титульной части с графикой окружающих элементов объективно не могут быть такими же строгими, как в случае с журналами.

Необходимо отметить, что журнал отличается от газеты, еженедельника прежде всего наличием обложки, на первой странице которой размещаются логотип, анонсы, иллюстрации. Обложка – это своеобразная крышка издания (декоративная или шрифтовая, рисованная или наборная), которая защищает блок от загрязнения и разрушения.

Журнальная продукция, предназначенная для относительно длительного пользования, имеет, как правило, более высокие потребительские качества за счет хорошей бумаги печати, позволяет применять соответствующие художественные и технологические приемы дизайна. В этой группе лицевая сторона всегда оформляется как обложка, то есть в единстве всего комплекса составляющих ее элементов, и требует более точных решений.

Титульный комплекс разверстывается преимущественно в верхней части полосы/ обложки либо на полный формат, либо на его часть. В газетах он, в отличие от большинства журналов, отбивается от остальной части страницы

линейками различного рисунка и кегля. Те составляющие комплекса, которые редакция считает наиболее важными, обычно выделяются. Средства выделения могут служить: увеличенный кегль шрифта, гарнитура, начертание, цвет, фон, выворотка, линейка, рамка, поворот на некоторый угол, всевозможные спецэффекты. Их выбор, как и оформление всех компонентов, должен соответствовать дизайну издания в целом.

Заголовок

Представление о содержании издания мы получаем из таких структурных элементов формы, как анонсы, указатели содержания и, непосредственно, из названий материалов – заголовков, по которым можно оценить важность публикации и быстро выбрать необходимую. Отсюда и основное требование к оформлению заголовков – они должны легко «читаться».

Заголовочный комплекс в газете самый сложный. Он может включать в себя не только название (собственно заголовок) публикации, иллюстрацию и врезку, но и все виды заголовков – от «шапки» и надзаголовка до подзаголовка и рубрики, эпиграфа, рамки и т.д. Не меньшего уровня сложности может быть и заголовочный комплекс в журнале. Это связано с тем, что оформителю газеты необходимо расставлять акценты для привлечения внимания читателя к публикациям иначе, нежели в журнальных изданиях, в которых система ориентации в большей мере сводится к содержанию номера и рубрикации. Причем во многих ежемесячных изданиях на первую страницу обложки выносят те анонсы, которые могут дать понять читателю, какие темы нашли отражение в данном номере журнала.

Некоторые сведения о материале могут дать и внешние особенности заголовков: их форма, композиция, шрифтография, стилистика оформления в целом. Например, однотипное исполнение заголовков нескольких материалов может указывать на то, что они объединены по каким-то признакам. Часто за определенными тематическими блоками закрепляются

«свои» шрифты. Если тот или иной способ оформления применяется постоянно, он становится для читателя дополнительным опознавательным знаком, ориентиром, облегчающим знакомство с номером. Композиционно заголовки являются опорными центрами страниц, усиление и ослабление интенсивности которых означает оформительно противоположные действия по руководству вниманием читателя.

Заголовочный комплекс обладает важным для каждого содержательного соединения элементов признаком: мягкостью перехода с одного уровня объединения на другой, размытостью границ между ними. Поэтому по сложности все заголовочные комплексы условно можно разделить на три разновидности:

Первый вид – простые комплексы, которые представляют собой непосредственно заголовок, состоящий из одной или двух строк.

Второй вид – сложные заголовки, а именно: объединение на плоскости заголовков нескольких видов.

Если дизайнер моделирует комплекс так, что туда вписывается еще иллюстрация, врезка и т.п., то следует говорить о составном комплексе.

Заголовочные комплексы представляют собой или единое целое, или двух-, трехчастную конструкцию, одна часть которой помещается над материалом.

Существует четыре основных способа размещения заглавий по отношению к тексту:

- 1) над текстом,
- 2) внутри текста (т.н. «утопленный» заголовок),
- 3) сбоку от материала («боковик»),
- 4) под публикацией.

Последние два – типично журнальные приемы, редко встречающиеся в газетах. Каждый из этих способов может иметь подварианты и некоторые особенности постановки.

Когда заголовочный комплекс расположен над материалом, он должен покрывать не менее двух третей ширины публикации. Максимальная длина заглавия равна ширине полосы

«Утопленный» заголовочный комплекс – довольно своеобразная газетная форма расположения. Это сильный прием выделения материала.

Использовать его следует лишь в нескольких случаях:

- 1) для создания иллюзии уменьшения крупного материала;
- 2) для равновесия графических пятен на полосе.

Длина «утопленного» заголовка не должна быть меньше четверти ширины публикации, а максимальная длина – равняться ширине материала.

«Боковик» можно признать типичным журнальным приемом размещения заголовка. Высота заглавия такого заголовочного комплекса не должна быть меньше соответствующей высоты текстовых колонок.

Что касается размещения заголовка под материалом, то этот прием появился в журналах и используется как так, если публикация занимает разворот и более. Тогда заголовок или комплекс, оформленный достаточно броско, привлекает внимание читателей, где бы его не поставили.

Как в газетном, так и в журнальном деле существует ряд стилей для оформления заголовков: одногарнитурный, малогарнитурный, многогарнитурный систематизированный и многогарнитурный несистематизированный. Встречаются также и издания «одного шрифта». Второй и третий стили могут применяться в любом издании. Что касается первого и последнего вариантов оформления, то в журналах и многостраничных газетах они используются с не меньшим успехом, чем ранее названные.

Стиль, методы, способы оформления заголовков тесно связаны с такими факторами, как формат и объем издания, количество материалов на полосе, содержание и объем публикации. Так, в газете большого формата на одной полосе размещается в среднем в два раза больше материалов, чем в

малоформатной газете; в еженедельниках и журналах один материал может занимать всю или несколько полос; информационные полосы состояются из множества небольших по объему материалов. Эти обстоятельства непосредственно влияют на выбор размеров, композицию, шрифтовое оформление заголовков.

Современные представления о культуре ведения изданий, технико-технологические и экономические особенности их производства в условиях острой конкуренции требуют стандартных приемов и средств оформления заголовков. Реализуемые и сохраняемые в так называемых стилях, они позволяют эффективнее использовать возможности компьютерных технологий, основной смысл которых в автоматизации, облегчении трудоемких процессов, где оформление заголовков занимает вовсе не последнее место.

Иллюстрации

Не менее важной составляющей оформления газет и журналов являются иллюстрации. В номере они играют огромную изобразительную и информационную роли. В зависимости от направления, характера, полиграфического исполнения издания и направления иллюстрации, она может быть вспомогательным, равным или ведущим компонентом по отношению к тексту, а также ценным произведением фотографического или изобразительного искусства. Следовательно, и уровень иллюстрированности издания зависит от его специфических характеристик. Именно поэтому журнал мод всегда богаче оформлен в этом смысле, чем, к примеру, литературно – художественный журнал.

Большую часть иллюстративного ряда в периодических изданиях занимают фотографии, а также рисунки и коллажи. Некоторые издания используют схемы, диаграммы и другие виды инфографики, получившие широкое

распространение после появления графических программ, которые упростили и их создание, и использование.

Если рассматривать иллюстрацию с точки зрения дизайна, то это самый яркий, привлекающий внимание элемент полосы, ее визуальный, а, следовательно, и композиционный центр.

Относительно строгий облик газет и журналов обогатился за последнее десятилетие новыми красками. Более свободное интегрирование графики и текста, возможность моментально менять параметры элементов дизайна, гибкие инструменты обработки иллюстрации решительно изменили облик периодических изданий. Но следует иметь в виду, что характер метода иллюстрирования конкретного издания должны основываться на четком представлении его типологических характеристиках.

Особенностями воздействия иллюстрации на читателей объясняется тот факт, что постепенно она занимает все более важное место в номере. Растет количество иллюстраций на полосах, становится все более разнообразной их форма, более ответственны задачи, которые они выполняют. Текстовые материалы, несущие главную нагрузку, являются основой любого периодического издания каждого ее номера. Из этого следует исходить, определяя оптимальную площадь, занимаемую иллюстрациями в номере.

Естественно, эта площадь может при необходимости изменяться от номера к номеру и зависит от объема издания (его формата, количества полос) и от его типа. В развлекательных газетах иллюстрации должны занимать большую площадь, чем в информационных изданиях, что определяется возрастными и психологическими особенностями читателей.

Все иллюстрации в зависимости от характера их оригиналов разделяются на две группы: фотографические и нефотографические.

Фотографии — это репортажные снимки, фотопортреты, фотомонтажи и фотоплакаты, фотоочерки, фотоэтюды и пейзажи, репродукции и т.д.

Оригиналы нефотографических иллюстраций представляют собой рисунки или чертежи. В эту группу входят различные карикатуры, шаржи, диаграммы, карты, схемы, чертежи и пр.

Выбирая форму иллюстрации, одновременно необходимо определить ее величину и размер. При этом прежде всего исходят из содержания и значения иллюстрации на полосе и во всем номере. Типичный недостаток многих газет — искажение мелких деталей на небольших иллюстрациях. Нередко одна-единственная выразительная иллюстрация большого размера производит большее впечатление и лучше смотрится на газетной странице, чем два - три крошечных снимка или рисунка.

Наиболее удобно верстать иллюстрации размеров, кратных форматам текстовых колонок. Они позволяют свободнее макетировать номер, производить при необходимости переверстку, перемещать иллюстрации на полосу или с одной полосы на другую. Но в газетных и журнальных изданиях помещают иллюстрации и нестандартного размера. Безусловно, наилучшим вариантом при определении размеров иллюстраций является сочетание стандартных и нестандартных форматов. Применяя иллюстрации в основном стандартных размеров, полезно иногда помещать на полосу и нестандартные по размеру иллюстрации.

Привлекательно выглядит на полосе узкий, сильно вытянутый по вертикали фотоснимок.

Тип, характер издания, особенности, стоящих перед ним задач определяют различия в количестве и характере иллюстраций. В любом издании можно с успехом применять разные виды иллюстраций.

Большое значение для иллюстрирования имеет ее объем — число полос и, в частности, формат. При малом формате неизбежно уменьшение количества публикуемых иллюстраций. Да и размер этих иллюстраций меньше, чем в крупноформатных изданиях. Малый формат полосы заставляет ограничивать

публикацию фотоочерков, монтажей, то есть тех иллюстраций, для которых требуется значительная площадь.

Таким образом, чтобы систематизировать использование изобразительных элементов, необходимо четко определить место всех фотографий и рисунков в структуре издания или отдельного номера в зависимости от их значения и тематики.

Необходимо определить оптимальные размеры и количество иллюстраций на каждой полосе и твердо соблюдать правило: при постановке снимков постоянно должен выдерживаться определенный уровень разнообразия в жанрах, конфигурациях и планах.

Кроме того, графические пятна, которые образуются изобразительными элементами, должны находиться в равновесии друг с другом, а также с белыми и черными площадями заголовочных комплексов.

Разделительные элементы

В дизайне периодического издания всегда решается двудеинная задача – разделение и объединение частей формы. Реализуется она помощью вертикальных и горизонтальных *линий* и образуемых из них рамок. Линии различаются по рисунку, толщине и цветовой насыщенности. Компьютерные программы позволяют создавать собственные линейки различного стиля и кегля.

Линейки – наборные печатающие элементы, рост которых равен росту литер, а длина и кегль изменяются в зависимости от вида линейки и ее назначения.

Выделяют следующие виды линеек: тонкая, полутупая, тупая, двойная, рантовая, ассюре, пунктирная, шатированная, фигурная.

Главное их назначение – разделять весь представленный материал на блоки, удобные для читательского восприятия. Вторая роль линеек (а также пробелов и украшений) – связующая. Разъединяя, они в то же время что-то и объединяют. Отделяя один смысловой блок от другого, мы тем самым и

выделяем его среди остальных. Линейки – это еще и активное декоративное средство. Принято использовать вертикальные линейки не более 2 пунктов, горизонтальные – от 4 до 12 пунктов. Использование вспомогательных графических элементов – не самоцель; основными свойствами разделительных средств должны быть нейтральность и универсальность. Украшения – усики, звездочки, ромбики, точки и т.д. – могут сделать внешний вид полосы привлекательнее, красивее (из них иногда даже составляются линейки). Но это еще прекрасные указатели, ориентиры, средства акцентировки отдельных участков текста. То есть украшения еще и руководят вниманием читателя.

Пробел – не есть нечто произвольное, случайно образовавшееся. Это вполне осмысленный элемент. Необходимое условие аккуратности, привлекательности издания – продуманное распределение горизонтального и вертикального пространств между элементами формы – свободных от печати участков полос, обычно называемых *пробелами*. Как и линейки, они могут разделять, выделять и объединять. Разнобой в применении пробелов делает полосу неряшливой, плохо читаемой. Пробелы между колонками (6-12 пунктов).

Избранный стандартный пробел должен оставаться неизменным в пределах газетного номера. Стандартным пробелом должны отделяться: заголовок от начала статьи, заголовок от фотографии, подпись к ней от самого снимка, фотографии друг от друга и так далее – то есть все элементы, относящиеся друг к другу. Расстояние, отделяющее не связанные между собой элементы, рекомендуется сделать в два раза больше. Четко выдержанные пробелы в газете – это свидетельство культуры оформления.

Вообще белое пространство – один из самых выразительных приемов в оформлении.

Колонтитул и выходные сведения

Каждая страница газеты и журнала (кроме первой) открывается указателем ее принадлежности данному изданию. Составляется он обычно из названия – колонтитула, даты выхода, номера выпуска и колонцифры (порядкового номера страницы).

Долгое время колонтитулы считались чисто служебными деталями. Чтобы они не занимали много места, их набирали шрифтами, которые мало отличались по размеру от текстовых. Сегодня колонтитулы большинства изданий стали важной составляющей частью газетно – журнальной графики. Сильно увеличенные в размерах они потребовали для своего оформления и разнообразных композиционных, графических, цветовых, тоновых и других решений. Кроме того, с развитием структуры изданий тематическим направлениям начинают отводить одну или несколько страниц, а названия полос – рубрики – вводить составной частью в колонтитулы, чтобы избежать их столкновения с заголовками материалов, располагающихся в верхней части. Возникновения такого комплекса меняет вспомогательный характер колонтитула, придавая ему смысловое значение титула, то есть заглавия этой части издания.

Размещают колонтитулы либо на полный формат, либо на его часть вверху страницы. Чаще всего они стоят над текстом, но иногда заверстываются частично или полностью в текстовые колонки. Иногда колонтитул или отдельные его компоненты переносятся на нижнюю часть полосы. Элементы его оформляют равноценно или выделяют один, например, номер страницы. Особым компонентом также являются выходные сведения. В них обычно дают адреса и телефоны редакции и типографии, информацию о месте регистрации, об учредителях, издателях, о тираже, объеме издания в печатных листах, сроке и времени подписания в печать; публикуются списки членов редколлегии или сотрудников редакции, работников коммерческих, рекламных, технических служб. В ежедневных и некоторых еженедельных

изданиях газетного типа все это размещается обычно по горизонтали в нижней части последней страницы на всю ее ширину, а в журналах – широкой вертикальной колонкой на одной из первых внутренних полос. Отдельные еженедельники совмещают оба способа. При горизонтальной разверстке выходные данные могут оформляться линейно или небольшими блоками широкого формата, выделяться цветом. Часто присутствует здесь в уменьшенном виде логотип издания. От остальной части полосы выходные сведения отделяются линейками или рамками.

При всем разнообразии содержательных и формных составляющих суть оформления выходных сведений сводится к тому, чтобы оно не выводило этот блок за рамки его функций. Выходные сведения появляются в каждом номере и относятся к элементам стереотипного оформления. Содержание их меняется минимально, поэтому для исключения рутинной работы по набору, оформлению и для ускорения процесса верстки они обычно включаются в шаблон.

Макетирование и вёрстка

Макетом называется взаимное расположение элементов макета - колонок, текстовых блоков, графического и пробельного материала, цветовых решений, а также колонтитулов, разделительных линий, рамок и других элементов оформления.

Макетирование - это процесс взаимной компоновки элементов макета с учетом баланса, формы, масштаба, пропорциональности, цвета и других факторов, определяющих восприятие, для достижения цели издания.

На макете указывают все особенности размещения и оформления текстовых, иллюстративных материалов, заголовков, линеек, рамок и т.д.

Макеты различаются по степени их разработки. Они могут быть эскизными или точными и при этом или создаваемыми всякий раз заново, или до известной степени стандартизированными.

Конечный продукт, идущий на верстку в традиционных технологиях выпуска, представляет собой подробный и точно рассчитанный план расположения на полосах всех составных частей формы. Точность обеспечивается правильным расчетом площадей, которые займут на полосе тексты, иллюстрации, заголовки, отбивки и т.д. Готовые макеты направляются на верстку.

Процесс и результат размещения текстовых, иллюстрационных материалов, заголовков и других элементов на каждой полосе в соответствии с ее макетом называется версткой. В компьютерном ее варианте тексты в полосы вводятся двумя способами – непосредственно с клавиатуры по отведенному в макете месту или импортированием созданного в текстовом производстве документа.

Основное и принципиальное отличие журнальной верстки от газетной и книжной – высокое качество полиграфии в большинстве современных журналов. Таким образом, дизайнер может задействовать большой арсенал выразительных средств. Благодаря высокому качеству бумаги становится возможным использовать тонкие элегантные шрифты, качественная печать позволяет тексту «наползать» на фотографии, дает возможность применять подложки и фоновые изображения для текста. Цветная печать разрешает не только размещать цветные фотографии и иллюстрации, но и использовать цвет для элементов оформления и для самого текста.

В остальном журнальная верстка являет собой как бы «промежуточный» этап между версткой газетной и книжной.

С газетной ее сближает многоколоночная верстка, однако для журнала, в отличие от газет, традиционно и предпочтительно применяется более свободная компоновка. Дизайнер больше не ставит себе целью максимально заполнить имеющееся в наличии место; наоборот, считается, что журнальная полоса должна «дышать». Для этого оставляют свободное пространство на

начальных полосах разделов и статей (особенно в непосредственной близости от заголовков), иногда это пространство заполняют бледным фоновым абстрактным рисунком или осветленной фотографией.

С книжной версткой журнальную объединяет способ издания – скрепленные в корешке страницы. Особенности печати журналов и книг дают гораздо большую свободу в использовании полей страницы. Дизайнер может позволить элементам оформления, иллюстрациям выходить на поля, чтобы разбить монотонность пустого пространства. В журнальной верстке также часто используется верстка под обрез, когда фотографии и иллюстрации не заканчиваются на границе полей, а заполняют страницу до самого края, или же под иллюстрацию может отводиться страница полностью, вообще без полей. Хотя изначально прием верстки под обрез считается «книжным», в книгоиздательской практике является скорее исключением из правил, в то время как в журналах употребляется достаточно часто.

Соответственно возрастанию возможностей увеличивается и арсенал выразительных средств дизайнера, работающего над версткой журнала.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Компьютерная революция внесла в издательское дело огромные перемены. Это видно по количеству появившихся красочных, разнообразных новых газет и журналов. Борьба на рынке прессы за читателя в самом разгаре, некоторые издания прекращают свое существование, не выдержав такого накала, те же периодические издания, которые завоевывали читательскую аудиторию на протяжении многих десятилетий стараются удержать своего потребителя путем новых технологий и новой подачи своей продукции. Не только качество публикаций, но и качество печати сейчас является важным. Если внешний вид газеты или журнала не привлекает внимание, его вряд ли купят. Такие газеты и журналы как «Российская газета», «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Cosmopolitan», «Крестьянка», «Traveller» тоже меняют свой дизайн, стремясь выглядеть на общем рынке прессы достойно. Газета «Ставропольская правда» и журнал «Вокруг света» не исключение. В течение десятка лет они стремились найти свое новое лицо. Дизайн периодического издания зависит от таких факторов как профессиональный уровень и вкус редакторов, занимающихся версткой и оформлением издания; от материальной базы редакции, ее оформительских, полиграфических возможностей, от графической модели издания.

«Ставропольская правда» – газета формата А2, которая выходит пять дней в неделю со вторника по субботу на 4-х полосах. Читательскую аудиторию прежде всего составляют правительство края, местные чиновники, сельские и городские жители краевого центра.

Рассмотрим графическую модель газеты 2000 года.

Заглавие газеты включает в себя логотип, герб края, информацию о целевом назначении - «Общественно-политическая газета» прописным на черном фоне, ниже слова «Газета издается с 7 декабря 1917 г. В 1967 г. награждена

орденом Трудового Красного Знамени». Через пробел и точку - день недели, число, месяц и год; через точку номер выпуска и цена. В пятничном выпуске 8 полос, а над логотипом крупно выделено слово «Пятница» и рядом в 1-пунктовой рамке число, номер и цена номера.

Выходные данные занимают подвал 8-ми колонок 4-й полосы.

Ширина колонки – 45 мм, 8 колонок на странице.

Основной текстовый шрифт, использующийся в газете – «Pragmatica c» с 8 кеглем.

В заголовках используются шрифты «Pragmatica c», «Futuris», «Rodeo», «Compact».

Подпись к текстам – Таймс п/ж, выключка вправо.

Необходимо выделить следующие особенности верстки данного печатного издания: по конфигурации материалов верстка - прямоугольная, по расположению материалов относительно друг друга – перпендикулярная, относительно вертикальной и горизонтальной осевой линии, проходящей через центр полосы, – асимметричная.

Используется 3 вида линеек – тонкая 1-пунктовая, 2-х и 4-х, материалы заключаются в рамочки, что придает полосе законченный вид.

Также нельзя обойти стороной такой важный элемент оформления, как заголовок. Выключка заголовков направлена влево, и набраны они прописными и строчными буквами на черном и сером фоне. Сами буквы в заголовке могут быть черного и серого цвета с наложением друг на друга.

Используется сжатие и растягивание букв. Заголовки в рубрике «Зеркало дня» набираются с выключкой вправо, и используется графика – черный квадрат.

При оформлении заголовков используются как черные, так и серые или же в соединении подложки. Так же они присутствуют при оформлении в подаче материала.

Газета насыщена иллюстрациями. Используются зависимые от текста фотографии, в среднем 2-3 на полосе. Кроме этого присутствуют рисованные элементы, коллажи, карикатуры, заставки к тематическим полосам, что делает газету более красочной и интересной.

Стоит также отметить, что новая подача материалов в рамке с наклоном на сером или черном фоне выгодно привлекает внимание.

Если в начале 90-х основными средствами оформления газеты были только линейки, то сейчас в ней присутствует огромное количество заставок на тематические полосы, коллажи, рисунки, которые применяются ко всем материалам.

Функциональность эстетики газетного дизайна проявляется и в соблюдении равновесия на полосе. Согласно этому правилу все части газетной полосы взаимоуравновешиваются относительно ее центра, ударные графические пятна (фото, заголовки и т.д.) располагаются примерно на одинаковом удалении от вертикали и горизонтали, делящих полосу на четыре сектора.

Что касается журнала «Вокруг света» — это старейший российский научно-популярный и страноведческий журнал. Издаётся с 1861 года. За все время существования пережил множество изменений как во внешнем, так и во внутреннем своем оформлении. В настоящее время журнал использует оформление, которое было разработано в 1897 году.

Одним из важных элементов графической модели издания является обложка журнала. Именно обложка привлекает внимание читателя, она не должна быть перегружена оформлением и версткой. Задача обложки не только привлечь внимание покупателя, но и помочь и покупателю быстро разобраться в содержании номера. Наиболее часто встречаемый тип обложки в данном журнале - это крупный яркий фотокадр. Иногда такая фотоиллюстрация — репортажный снимок, фотопортрет, пейзаж и др. —

занимает почти всю страницу и в этом случае сопровождается лишь небольшой текстовой частью.

Логотип журнала расположен на оранжевой полосе, занимаемой одну пятую часть всей обложки.

Внутри журнала все просто и строго, содержание находится в самом начале журнала, представлено в виде списка в одну колонку по всей ширине страницы. Положительными факторами является удобное распределение информационной части на протяжении всего выпуска. Заметна воздушность пространства страниц, приятное для глаза цветовое решение мягких оттенков цветов. Строгость в оформлении помогает подчеркнуть характерную особенность журнала.

Отличительной особенностью журнала является верстка. Текст набирается по ширине страницы в одну колонку, сохраняя привязку верстки журналов по изучению географии 1880-х годов. Помимо фотографий, используются графические изображения. Фотографии отретушированы, позволяют подчеркнуть идею старины журнала, цвета менее насыщенные и контрастные. Положительная черта данного журнала — стилистическое оформление, приближающее его к старинному изданию. Создание пространства на страницах делает чтение материала более легким.

Фирменные цвета позволяют своим локальным пятном привлечь внимание к логотипу, если журнал в торговых павильонах заслоняется другими изданиями.

Разрабатывая дизайн газеты «Ставропольская правда» и журнала «Вокруг света» были учтаны основные особенности оформления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате изучения и систематизации теоретического материала стало понятно, что печатные СМИ имеют большое количество выразительных средств (шрифт, форма и расположение материала, заголовочный комплекс, колонки, пробелы, линейки, иллюстрации). Основной функцией этих средств является привлечение внимания и эмоциональное воздействие. Дизайн может оказывать сильнейшее воздействие на читателя, но для этого необходимо знать особенности элементов оформления печатных изданий и грамотно их использовать.

Маркетинг и менеджмент в журналистике, представляющие собой общую редакционно-издательскую систему подготовки, выпуска, закрепления и продвижения периодического издания на информационном рынке, имеют свою специфику. Она проявляется прежде всего в характере потребления в процессе массовой коммуникации информации характеризующегося ростом влияния СМИ, наличием динамичной, гуманитарной, социально-этичной составляющих. В связи с повышением роли смыслового восприятия визуальной информации в СМИ одним из ведущих типологических признаков становится именно оформление. Этот процесс оформления начинается с внимательного рассмотрения самых простых элементов, таких как определенные пробелы между колонками, заголовки и текст, фотографии и подписи к ним. Постоянство в использовании элементов дизайна - шрифта, заголовков, фотографий, иллюстраций и пробелов - является ключевым в создании и осуществлении успешного оформления газеты и журнала. Поскольку читатели становятся зависимыми от постоянства оформления газеты, они также будут ждать последовательности представлении новостей, а это приводит к их доверию.

Отлично выполненный дизайн также способствует более легкому чтению и пониманию. Одним из самых важных факторов в оформлении является

четкость. Например, в газетном дизайне качество оформления ничего не стоит, если оно не выражает информацию быстро и полностью. У читателей нет ни времени, ни терпения преодолевать дизайнерские ухищрения для извлечения информации. Работа газетных дизайнеров состоит в том, чтобы облегчить жизнь читателей, а не затруднить.

Привлекательное оформление газеты и журнала нравится не только читателям, но и рекламодателям. Они знают, что люди, на которых ориентирована их реклама, увидят ее в радующем глаз контексте, что подтолкнет читателей внимательнее вчитаться и заметить их объявления.

Кроме того, качественный дизайн поддерживает хороший вид рекламы в газете. Когда издание не загромождено и открыто, рекламодатели вынуждены искать лучшее оформление своей рекламы, так чтобы она выделялась среди других расположенных рядом объявлений.

В практической части данной курсовой работы был проведен анализ дизайна городской газеты "Ставропольская правда" и журнала «Вокруг света». Особенности оформления были рассмотрены с точки зрения теоретических принципов дизайна.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: Учебное пособие / А.А. Грабельников - М.: РИП-холдинг, 2004.
2. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты и журнала: Учебное пособие/ С.И. Галкин. - М.: Аспект-Пресс, 2007.
3. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы / автор-составитель Малькольм Ф. Мэллет. - М.: Права человека, 2000.
4. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов/ С.М. Гуревич. - М.: Аспект Пресс, 2004.
5. Головкин С. Свойства и приемы композиции/ С. Головкин // Журналист. - 2001.
6. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Феличи Дж. - СПб.: БХВ-Петербург, 2004.
7. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий. / В.В. Тулупов. - СПб: Михайлова В.А., 2008.
8. Фрост К. Дизайн газет и журналов / Фрост К. - Издательство: Университетская книга, 2008.
9. Нестеренко О.А. Краткая энциклопедия дизайна / О.А. Нестеренко. - СПб.: БХВ-Петербург 2001.
10. Картер М. Современный газетный дизайн / М. Картер. - М.: Российско-Американский Информационный Пресс-Центр, 2000.

- 11.Скоробогатько В. Иллюстрационный комплекс сегодня/ В.
Скоробогатько // Журналист. - 2007. - №4.
- 12.Рэндалл Д. Как создавать газеты? / Д. Рэндалл [Электронный ресурс].
- Режим доступа: <http://www.journ.ru/node/95>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Таблица 2.

Размер листа бумаги, мм	Доля листа	Формат журнальных изданий		
		Условное обозначение	Размеры, мм	
			максимальный	минимальный
700 x 1080	1/8	70x108/8	265x340	257x333
600 x 900	1/8	60x90/8	220x290	205x275
600 x 840	1/8	60x84/8	205x290	200x285
840 x 1080	1/16	84x108/16	205x260	192x255
700 x 1080	1/16	70x108/16	170x260	158x255
700 x 1000	1/16	70x100/16	170x240	158x230
600 x 900	1/16	60x90/16	145x215	132x205
840 x 1080	1/32	84x108/32	130x200	123x192
700 x 1080	1/32	70x108/32	130x165	125x165

Рисунок 1. Форматы журнальных изданий

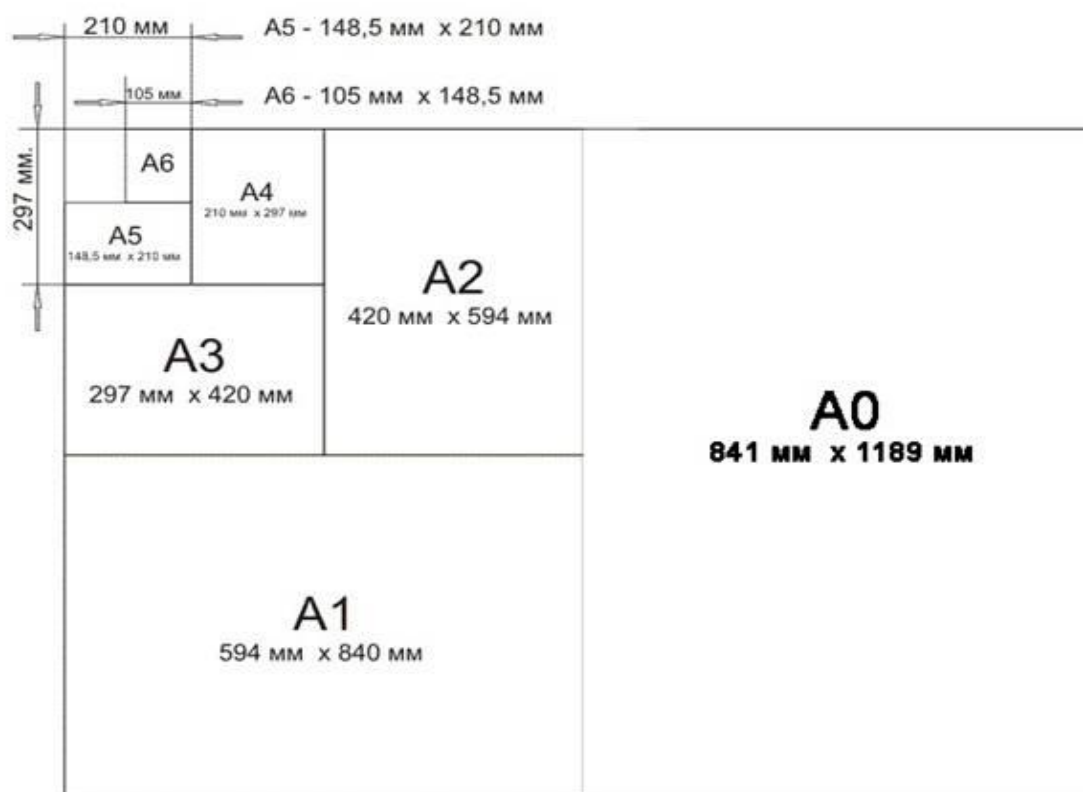


Рисунок 2. Форматы из серии A0



Рисунок 3. Обложка журнала "Вокруг света"

Станица

СТАВРОПОЛЬСКАЯ ПРАВДА

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА
СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

Издается с 31 июля 1917 г. В 1957 г. награждена орденом Трудового Красного Знамени

№ 19-0 (субот.-2 выход) Цена 7 руб.лей

ЗЕРКАЛО ДНЯ

ЛИДЕРЫ ПО ПРИРОСТУ ТЕПЛИЦ

В Краснодаре прошло 20-е краевое совещание руководителей хозяйств по выращиванию овощей в теплицах. В работе приняли участие представители всех районов края. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

ОБЩЕЛЮДИ АУМАНОВИЧЕВ И АЛЕКСАНДРОВИЧЕВ

В Краснодаре в честь юбилея юности Юрия Алексеевича Аумановича и Юрия Алексеевича Александровича состоялось совещание руководителей хозяйств. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

СВЯЗЬ ЗНАТЫ ГОВОРИТСЯ КЕЧУЗ

На юбилей в честь 100-летия со дня рождения Юрия Алексеевича Аумановича и Юрия Алексеевича Александровича состоялось совещание руководителей хозяйств. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

СУБСИДИИ ДЛЯ ПРЕДУМИН МАТЕЛЕЙ

В Краснодаре прошло совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

АГУШАНОВ

ПОКЪПЛЕВ СТАВРОПОЛЬСКОЕ

В Краснодаре прошло совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

ОКНИ ДАЮТСЯ ЛЮБИМ

В Краснодаре прошло совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

Блистательный балет под открытым небом

В Ставропольском крае заявила «Белая акция» - межрегиональный форум творческих союзов

С 27 по 29 мая в Ставропольском крае прошла «Белая акция» - межрегиональный форум творческих союзов. В работе форума участвовали представители творческих союзов из Краснодарского, Ставропольского, Ростовского и Волгоградского краев. В работе форума участвовали руководители творческих союзов, специалисты в области культуры. В работе форума участвовали руководители творческих союзов, специалисты в области культуры.



ДАТЫ

С Днем программиста!

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

С Днем химика!

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

С Днем учителя!

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

С Днем ветерана!

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

С Днем молодежи!

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

С Днем семьи!

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

АГРОНОМИИ

Жатва будет ранней

На юбилей в честь 100-летия со дня рождения Юрия Алексеевича Аумановича и Юрия Алексеевича Александровича состоялось совещание руководителей хозяйств. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

АКТУАЛЬНО

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ НА ПОРОГЕ ЗНАЧИТЕЛЬНЫХ РЕФОРМ

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

ПО ПРОБНОСТИ

ПОЗДРАВИЛИ ВЫПУСКНИКОВ

В Краснодаре состоялось совещание руководителей хозяйств по вопросу предоставления субсидий на приобретение техники. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства. В работе совещания участвовали руководители хозяйств, специалисты в области овощеводства.

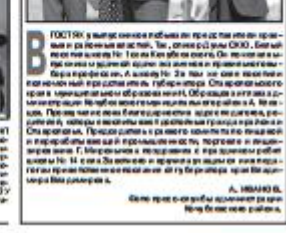


Рисунок 4. Первая полоса газеты "Ставропольская правда"

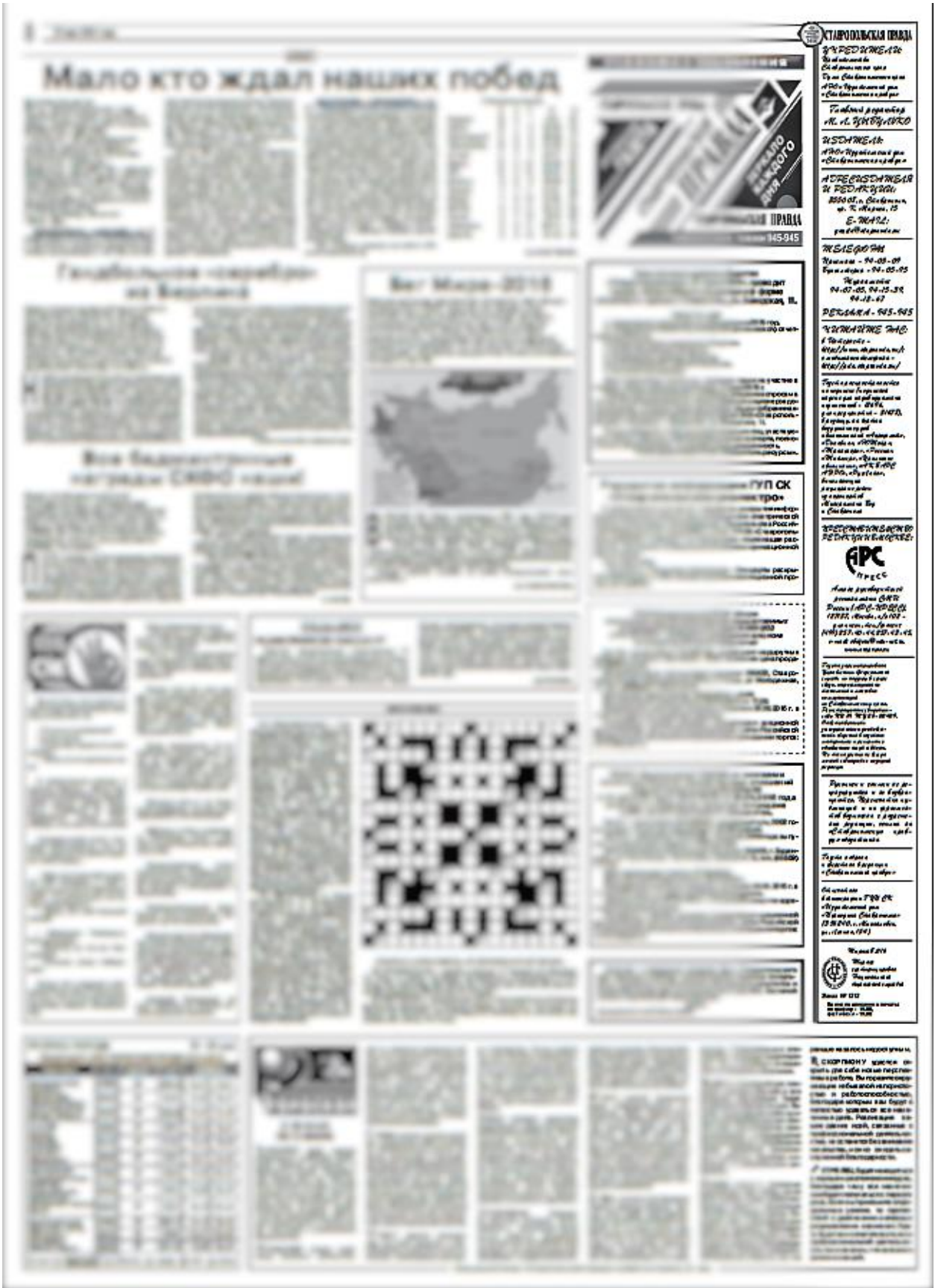


Рисунок 5. Выходные данные газеты "Ставропольская правда"