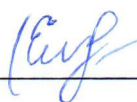


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра издательского дела, стилистики и медиаиндустрии


КУРСОВАЯ РАБОТА


ИЛЛЮСТРАЦИЯ В ГАЗЕТЕ И ЖУРНАЛЕ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «ВА-БАНКЪ»)

Работу выполнила  28.05.2018 Е.К. Фесенко  
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Факультет журналистики курс 1

Специальность/направление 42.03.03 Издательское дело

Научный руководитель  
канд. филол. наук,  
доц. кафедры издательского дела,  
стилистики и медиаиндустрии  30.05.2018 О.В. Хлопунова  
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Нормоконтролер  
канд. филол. наук,  
доц. кафедры издательского дела,  
стилистики и медиаиндустрии  28.05.2018 О.В. Хлопунова  
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Краснодар 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Иллюстрация как часть модели периодического издания.....	6
1.1 Понятие иллюстрации и её виды.....	6
1.2 Принципы оформления иллюстраций в газетах и журналах.....	9
1.3 Функции иллюстрации в периодических изданиях.....	11
2 Обзор периодического издания «Ва-банкъ» .....	17
2.1 Общие сведения об издании .....	17
2.2 Анализ композиционно-графической модели и особенности иллюстрирования газеты «Ва-банкъ» .....	19
Заключение .....	24
Список использованных источников .....	26
Приложение А. Виды иллюстраций в периодических изданиях .....	28
Приложение Б. Принципы оформления иллюстраций.....	33
Приложение В. Функции иллюстрации.....	35
Приложение Г. География газеты «Ва-банкъ».....	37
Приложение Д. Целевая аудитория газеты «Ва-банкъ».....	38
Приложение Е. Характер иллюстраций в газете «Ва-банкъ» .....	40
Приложение Ж. Виды иллюстрации в газете «Ва-банкъ» .....	41
Приложение И. Расположение иллюстраций в газете «Ва-банкъ» .....	42

## ВВЕДЕНИЕ

Печатные периодические издания являются визуальными СМИ. С течением времени и появлением новых технических средств, процесс создания и верстки журналов и газет претерпевает значительные изменения. В связи с этим уровень визуальной составляющей периодики становится все более высоким.

В данной курсовой работе рассматривается иллюстрация как одна из составляющих модели периодического издания.

*Актуальность* данной темы исследования заключается в нераздельной связи иллюстрации с современными визуальными СМИ. Существуют различные виды иллюстраций, но все они являются важной частью модели периодического издания, так как именно иллюстрации первым делом привлекают и удерживают внимание читателя.

Тема иллюстрации в периодических изданиях получила широкое распространение в научной литературе. Она отражена в трудах таких авторов как А.И. Акопов, Г.В. Алямовская, С.И. Галкин, И.Н. Табашников. Однако анализ литературы по данной теме исследования показал недостаточную *степень научной разработанности*. Несмотря на большое количество исследований, положение иллюстрации в современных периодических изданиях не обговаривалось подробно. Как правило, иллюстрацию упоминают как незначительный элемент визуального контента издания. Именно поэтому данная тема курсовой работы требует дальнейшего изучения и систематизации некоторых элементов исследования.

*Объектом исследования* являются современные печатные периодические издания.

*Предмет исследования* – иллюстрация в газетах и журналах.

*Цель исследования* – определение особенностей иллюстрации в графической модели печатного периодического издания на примере газеты «Ва-банк».

Поставленная цель определила следующий ряд *задач*:

- определить понятие иллюстрации и обозначить ее основные виды;
  - разобрать принципы оформления иллюстраций в периодических изданиях;
  - выявить главные функции иллюстрации в газетах и журналах;
  - рассмотреть графическую модель периодического издания;
  - определить особенности иллюстрирования газеты «Ва-банк»;
- Материалы исследования* – периодическое издание «Ва-банк».

*Методологическую основу исследования* составляют теоретические разработки В.В Волковой, С.И. Галкина, Н.З. Рябининой, А.Л. Свитич.

В ходе написания курсовой использовались такие *методы исследования* как описание, обобщение, классификация, системный подход и анализ. Также в данной работе будет применен синтез, так как информация из разных источников будет объединяться.

*Новизна* курсовой работы заключается в суммировании научного опыта по теме данной работы, а также в исследовании иллюстративного материала на примере газеты «Ва-банк».

*Теоретическая значимость исследования.* Суммированные данные, представленные в курсовой работе могут быть полезны студентам высших учебных заведений по направлению подготовки «Издательское дело».

*Практическая значимость исследования* заключается в том, что на примере периодического издания «Ва-банк» был проведен анализ композиционно-графической модели и выявлены особенности иллюстрирования. Данные могут использоваться в рамке практических и лабораторных работ при изучении курсов по данной теме работы, а также такие данные могут быть полезны работникам редакции, занимающихся оформлением и версткой печатных периодических изданий.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении сформулированы цель и задачи, представлены методы исследования, обоснована актуальность и новизна данной исследовательской

работы, прописаны теоретическая и практическая значимости, определен объект и предмет исследования, а также представлена структура работы.

В первой главе рассматривается иллюстрация как часть модели периодического издания.

Во второй главе на примере газеты «Ва-банкъ» проводится анализ издания.

Список использованных источников включает 20 пунктов. Приложения к работе содержат иллюстрирующий материал по первой и второй главе.

## 1 Иллюстрация как часть модели периодического издания

### 1.1 Понятие иллюстрации и её виды

ГОСТ Р 7.0.3-2006 «Издания. Основные элементы. Термины и определения» так определяет термин иллюстрации – «изображение, поясняющее или дополняющее основной текст, помещенное на страницах и других элементах материальной конструкции издания» [1, с. 7].

Иллюстрация может быть вспомогательным, равным или ведущим по отношению к текстовому материалу содержательно-смысловым компонентом и самостоятельным произведением фотографического или изобразительного искусства. Как утверждает С.И. Галкин: «иллюстрации в периодических изданиях занимают около 15 % всего номера» [3, с. 95].

Про иллюстрацию можно сказать следующее: она акцентирует внимание читателя. Фотография, рисунок часто играют роль зрительного центра полосы. В композиционном плане они замыкают на себе остальные публикации и являются исходной точкой в знакомстве с содержанием материалов полосы. Для фотографии, фотоблока, плаката, карикатуры определяется центральное место на полосе, а вся полоса монтируется вокруг нее. Такая верстка изданий называется – мельница.

Кроме того, иллюстрация помогает ориентироваться читателю. Заставочная фотография, рисованная заставка, фотомонтаж, коллаж, сразу подскажет читателю тему публикации. Заставки-символы могут выступать и в качестве постоянной, разовой рубрики.

Не менее важным моментом, который следует отметить в данном подпункте является то, что иллюстрация служит средством художественного оформления печатных полос. В этом плане она выполняет эстетическую функцию.

Текст и иллюстрации представляют собой групповое, целостное единство, которое позволяет читателю воспринимать информацию.

В периодических изданиях используются разнообразные рисунки – портретные, шаржи, карикатуры (Прил. А, рис. 1, 2, 3). Если в издательстве работает хороший художник – профессионал своего дела, то рисунки следует обязательно применять, ведь они становятся первым на что читатель обращает внимание. Это связано прежде всего с тем, что визуальную составляющую человеческий мозг воспринимает лучше, чем текстовую.

Кроссворды, различные шахматные и шашечные диаграммы не являются рисунками, они создаются при помощи технических средств, что способствует их лучшему восприятию и более красивому внешнему виду (Прил. А, рис. 4, 5).

Фотоиллюстрации, фотографии – один из существеннейших элементов графической модели периодического издания. Размещение снимков – также очень важный этап при создании макетов (Прил. А, рис. 6).

Любая газетная полоса имеет идею, оформительскую в том числе, главный материал, являющийся одновременно и графической доминантой.

В роли такой доминанты часто выступает фотография, которая является смысловым центром на полосе. Также большую роль играют снимки, информационного характера – в этом случае текст лишь дополняет или поясняет изображение.

Важным фактором при верстке изданий является композиция. Для этого существуют различные модульные сетки изданий (Прил. Б, рис. 11). Такие сетки используются не только в издательском деле, но и в сайтостроении.

Существует множество принципов подачи иллюстративного материала: наложение текста на иллюстрацию (это делается в редких случаях, так как данный прием зачастую мешает удобочитаемости), обтравка текстом, подача иллюстрации под углом и т.д. Важную роль здесь играет то, является ли изображение горизонтальным или вертикальным.

Отличительной чертой некоторых изданий является варьированность формы и размера иллюстраций. Нестандартные решения все чаще встречаются в изданиях (не только периодических), ведь такие решения помогают привлечь внимание зрителя.

Следующим видом иллюстраций является плакат (Прил. А, рис. 7). Плакатный стиль предполагает «броское, как правило, крупноформатное изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях» [19]. Дизайнеры находят новые формы подачи плаката и закрепляют их в качестве композиционно-графических доминант.

В свою очередь фотопортрет, фотоплакат, фотоинформация, могут приобретать качества репортажа.

К другим жанрам фотожурналистики, которым также не чужда публицистичность, отнесем, фоторепродукцию и фоторекламу (Прил. А, рис. 8).

В периодических изданиях также представлены и непублицистические жанры – фоторубрика, фотозаставка и фотоанонс (Прил. А, рис. 9).

Следующим видов иллюстрации можно выделить инфографику – «графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию. Одна из форм графического и коммуникационного дизайна» [18] (Прил. А, рис. 10).

Итак, рассмотрев виды иллюстраций, которые встречаются в периодических изданиях, можно сделать вывод, что именно фотография является главной константой среди прочих, так как ее основное свойство – документальность.

«Одна фотография, сопровождаемая десятью словами, может сказать больше, чем десять тысяч слов», – говорил знаменитый американский фотограф Эдвард Стейхен.

Можно утверждать, что фотография имеет двоякую форму. С одной стороны, она – достаточно объективное свидетельство реально происходящих фактов и событий, с другой – свидетельство субъективной фотографа.

Итак, в данном пункте был определен термин иллюстрации в периодических изданиях на основе данной исследовательской работы, а также выделены основные виды иллюстраций.



## 1.2 Принципы оформления иллюстраций в газетах и журналах

Следуя особенностям каждого вида необходимо разобрать соответствующие подходы использования их в периодической печати.

Иллюстрация участвует в формировании графического лица печатного издания, а также в его содержательном наполнении. Без взаимосвязи этих моментов невозможно достичь должного эффекта от использования иллюстрации. Как элемент оформления, иллюстрация выделяет публикуемый на полосе материал, привлекая к этому материалу внимание зрителя, а содержательное наполнение полосы издания удовлетворяет потребность в получении и оценке информации. Необходимо отметить, что в слитности и практической однородности двух потоков – указательного, направляющего внимания читателя, и познавательного – отличие и преимущество иллюстрации перед текстовыми элементами полосы.

Неправильное размещение иллюстративного материала на полосе издания может оттолкнуть читателя сильнее, чем ошибки и опечатки в текстовой составляющей (Прил. Б, рис. 12). Одним из правил оформления иллюстрации является то, что «иллюстрация должна смотреть на полосу» [17].

Существует ряд неприемлемых иллюстраций, и этот фактор полностью зависит от заголовка и текста самой статьи. Это обстоятельство должно быть учтено редактором при разработке номера газеты или журнала: следовательно, тема публикаций изображения и их место на полосе должны планироваться заранее.

Отметим, что при использовании иллюстраций в газетах и журналах выработались некоторые устойчивые приемы композиционного расположения их на полосе издания (Прил. Б, рис.13). Такие приемы тесно связаны друг с другом. В числе этих приемов можно выделить следующие построения:

- блоковое;
- диагональное;
- круговое;

- ленточное;
- перекрестное;
- центровое.

Указанные композиции находят разное применение в газетах и журналах. Газеты чаще используют блоковое, диагональное, и ленточное расположение иллюстраций. Диапазон композиционных решений в журналах шире, фактически может включать в себя все перечисленные приемы. Кроме того, фотографии на полосе могут сочетаться также с рисунками, схемами, диаграммами, клишированными заголовками и т.д. Это дает дополнительные возможности разнообразить графику газетных и журнальных страниц.

Основным компонентом полосы по информационной значимости является текст. Это положение обязательно учитывается при иллюстрировании периодических изданий. В то же время оформление отдельной полосы может быть выполнено с преимущественным использованием изображений. Чаще к этому прибегают в массовых журналах, размещая на страницах издания многокадровые репортажи и фотоочерки. В газетах также не исключается публикация большого количества фотографий, например, в номерах, рассказывающих о праздничных демонстрациях. Но ни в праздничных, ни в будничных номерах газета не должна превращаться в иллюстрационное издание и тем более потакать публикуемым снимками обывательским вкусам, нанося ущерб идейному содержанию газеты.

Характер иллюстративного оформления зависит также от вида и типа периодического издания, его формата, объема, способа печати. Так, например, в ежедневной газете преобладают отдельные фотоснимки с кратким пояснительным текстом, представляющие собой фотозаметки, или несколько фотографий, сгруппированных в подборке. В журналах чаще всего публикуется фоторепортажи, фотокорреспонденции и фотоочерки.

В то же время, и газеты и журналы стремятся избежать размещения на полосе однотипных изображений, создающих визуальное излишество и монотонность в оформлении, в то время как графическая разнообразность

иллюстраций наделят их зрительной притягательностью, оживляет оформление полосы.

Таким образом, мы обратили внимание на существующую разницу в оформлении иллюстраций в газетах и журналах. Иллюстрация в газете будет иметь блоковое, диагональное, или ленточное расположение, тогда как диапазон композиционных решений в журналах шире, и в них могут встречаться все принципы расположения иллюстраций на полосе.

### 1.3 Функции иллюстрации в периодических изданиях

Функция – «назначение, роль какого-либо объекта» [21]. Внешнее проявление свойств какого-либо объекта. Опираясь на данное толкование термина функции будем рассматривать основные функции в печатных периодических изданиях.

Функция иллюстрации в периодическом издании определяется направленностью конкретного издания, типом издания и многими другими факторами.

В большинстве случаев, как утверждает Г.В. Алямовская, основной функцией иллюстраций в периодических изданиях является функция пояснения.

Однако, помимо пояснительной функции изобразительный материал выполняет и другие функции.

Иллюстрация может не только пояснять содержание издания, но и дополнять, расширять его. Она активна включена в коммуникативный процесс, осуществляемый периодическим изданием.

Стоит также отметить такое важное свойство иллюстраций как эмоционально-психологическое воздействие на читателя. Обращаясь к периодическому изданию, читатель подвергается такому воздействию со стороны текстовой и графической информации.

Также изображение проявляет себя в издании как самостоятельная художественная форма, и как полноправный элемент издания.

Особенность иллюстрации заключается в том, что ее функции тесно переплетены друг с другом – из одной функции вытекает другая.

Однако стоит отметить, что в рамках данной исследовательской работы не могут быть отображены все функции иллюстрации, которых на сегодняшний день существует огромное множество.

Соотнеся вышесказанное, «можно выделить три основные функции иллюстраций в печатных периодических изданиях: информационную, эмоционально-психологическую и эстетическую» [6, с. 106]. Далее рассмотрим эти три функции более детально.

Информационная функция дополняет и расширяет содержание издания (Прил. В, рис. 14). И текст, и иллюстрация являются формами подачи информации. Причем эти две формы постоянно соревнуются друг с другом за получение главной позиции.

В первом пункте первой главы было установлено, что человеческий мозг отдает предпочтение графической составляющей, т.е. иллюстрациям, однако главную позицию в макете издания определяет редактор. Именно он может предугадать то или иное поведение читателя. При этом учитываются вид, характер, задачи и целевая аудитория издания.

Известно, что информационный эффект любой иллюстрации будет зависеть от того, насколько полно, точно и быстро читатель сможет воспринять информацию. Оценивая изобразительный материал, редактор определяет, насколько он удобен для восприятия. Малейшие затруднения при его восприятии приводят к затрате дополнительного времени читателя и снижению эффективности иллюстрации, что делает возможность быстро и в достаточном объеме отыскать необходимую информацию невозможным.

Иллюстрации могут соперничать с текстом по занимаемой площади. Часто зрительный ряд в изданиях имеет равное, а иногда даже превышающее текст информационное значение.

Действительно, роль визуальной информации нельзя недооценивать. Во многих случаях пространное объяснение удастся удачно заменить хорошей,

понятной иллюстрацией, сэкономив тем самым время, необходимое для усвоения материала, и место в издании.

Восприятие внетекстовой информации подчинено определенным законам, которые учитывает редактор при составлении иллюстративного ряда издания. Учеными доказано, что по сравнению с чертежами, схемами рисунок по скорости и точности восприятия информации менее эффективен. Недостаточная скорость и точность восприятия информации, выраженной рисунком, отчасти компенсируется большей его выразительностью.

Следует отметить, что, изучая рисунок, читатель невольно отвлекается на мелкие детали, которые не всегда важны. Схема же представляет собой сплав всего самого существенного, принципиального в изучаемом объекте. Создавая схему, опытный художник может сразу задать направление движению взгляда, сфокусировать внимание читателя на нужном фрагменте. Любая информация будет восприниматься лучше, если в ее описании или изображении отсутствуют лишние детали.

Выявлены также общие закономерности в восприятии знаковых и буквенных обозначений на всех видах иллюстраций. В восприятии как текстовых, так и графических форм информации большую роль играют контур, размер и цвет условных знаков.

Доказано, что условные знаки, контур которых образован прямыми линиями, распознаются наиболее быстро и точно. Следовательно, знаки с «острым» начертанием более предпочтительны для издания. Цифры и буквы, в графическом начертании которых использованы кривые линии, будут вызывать затруднения при распознавании и считывании. Размер знака тоже влияет на скорость восприятия – знаки более крупного начертания воспринимаются быстрее и с меньшим числом ошибок.

В издательской практике часто пренебрегают информационными свойствами цвета. Как правило, цветная иллюстрация позволяет расширить множество оформительских решений, устранить проблемы, связанные с

отысканием и опознанием необходимого материала. Цвет может выполнять важнейшую сигнальную функцию.

Следующей функцией иллюстрации была выделена эмоционально-психологическая (Прил. В, рис. 15). На эмоциональный настрой читателя оказывают влияние качество бумаги, гарнитура шрифта и другие характеристики издания. Выбирая издание, читатель неосознанно оценивает его визуальный ряд. Иногда хорошее издание не получает обратной связи от читателей из-за неинтересных иллюстраций. Излишняя строгость оформления, отсутствие иллюстраций затрудняют восприятие информации читателем. Поэтому следующую функцию иллюстраций можно назвать психологической, или функцией облегчения восприятия информации.

Существует несколько способов, позволяющих упростить восприятие информации в издании.

Установлено, что изобразительный материал, занимающий правую сторону разворота, сразу завладевает вниманием читателя, а текст, расположенный на левой стороне, воспринимается уже вслед за иллюстрацией, и наоборот. Известно также, что «один элемент, будучи единственным в плоскости, замыкает на себя все внимание зрителя. И содержание подобной композиции – уравновешенной, неуравновешенной, статической, динамической, симметричной и т.д. – определяется зрительным центром, чем его размерами и характером» [6, с. 108]. Приближая материал к зрительному центру полосы, можно подчеркнуть тем самым его важность.

Следующей рассмотрим эстетическую функцию иллюстрации (Прил. В, рис. 16).

Иллюстрация в газетах и журналах отличается от других графических и живописных изображений тем, что создается для текста и наиболее полно раскрывается только в контексте конкретной статьи периодического издания.

Достоинства иллюстраций полнее раскрываются в контексте всего издания, где они являются важным элементом композиции. Недостаточно

привязать иллюстрацию к тексту, необходимо удачно скомпоновать текстовый и изобразительный материал на полосе.

В новостных изданиях, эстетическая функция иллюстраций выражена не столь ярко. Здесь все элементы издания подчинены одной задаче – способствовать быстрому усвоению информации. Поэтому требование достоверности является основным по отношению к фотоиллюстрациям. Эстетика подобных материалов заключается в правильном выборе масштабов изображений, ракурсов, в гармоничных цветовых и графических решениях.

Деловые и общеполитические издания особо тяготеют к строгости оформления и иллюстрирования материала. Достоинства иллюстраций таких изданий заключаются в единстве и точности, даже строгости цветовых и графических решений.

Однако, при оформлении научно-популярных изданий следует избегать стереотипного подхода к иллюстрированию. В них можно показать все возможности иллюстрации, изобразив объект колоритно, необычно.

Суммируя сказанное выше отметим, что не в каждом издании иллюстрации проявляют себя всесторонне. В одном из них наиболее важным становится значение иллюстраций как дополнительного источника информации; в другом – иллюстрации помогают усвоить содержание сообщения, правильно направить внимание читателя; в третьем – на первый план выступает сам состав изобразительного материала, его эстетические достоинства. Проявляя себя неодинаково, иллюстрации никогда не бывают функционально односторонними, в той или иной мере в издании обязательно присутствует весь спектр их функциональности.

Итак, в данном пункте были выявлены основные функции иллюстрации. Функция иллюстрации в периодическом издании определяется направленностью этого издания, типом издания и другими факторами. В рамках работы были рассмотрены информационная, эмоционально-психологическая и эстетическая функции.

**ВЫВОДЫ К ПЕРВОЙ ГЛАВЕ.** Иллюстрация является частью модели периодического издания и значительным элементом визуального контента газет и журналов. Она занимает около 15 % всего пространства издания. В рамках данной главы были рассмотрены: понятие иллюстрации, ее виды, принципы оформления и функции в периодических изданиях.

В данной исследовательской работе понятие иллюстрации определяется как – изображение, поясняющее или дополняющее основной текст, помещенное на страницах и других элементах материальной конструкции издания. Основными принципами оформления иллюстраций в газетах и журналах являются приемы композиционного расположения материала на полосе. К ним относятся блоковое, диагональное, круговое, ленточное, перекрестное, центровое расположения.

Среди функций были выделены информационная, эмоционально-психологическая и эстетическая. Иллюстрация часто проявляет себя всесторонне, многогранно, и все функции присутствуют в ней в большей или меньшей мере.



## 2 Обзор периодического издания «Ва-банкъ»

### 2.1 Общие сведения об издании

Основываясь на принципах и закономерностях, рассмотренных в первой главе, проведем анализ периодического издания «Ва-банкъ».

В первую очередь необходимо ознакомиться с самим изданием, обозначить его тип, определить читателей, тираж и охват. Это поможет глубже понять назначение периодического издания и определить место иллюстрации в нем.

«Ва-Банкъ» – крупнейшая в России федеральная сеть бесплатных информационно-рекламных изданий, современная городская информационная газета, ориентированная на удовлетворение потребностей активных горожан в достоверной и качественной информации о важных событиях города и региона, предоставление аудитории удобных сервисов, помогающих решить личные или профессиональные проблемы.

«На сегодняшний день еженедельники «Ва-Банкъ» издаются и распространяются в 29 городах России совокупным тиражом более 6 000 000 экземпляров» [20].

Необходимо выделить то, что газеты выходят в цветном полиграфическом исполнении. Как говорилось ранее цвет в газете важен, так как он может привлечь и удержать внимание зрителя лучше, чем черно-белое изображение. Это связано с тем, что момент зрительного контакта с цветными иллюстрациями дольше.

«Ва-банкъ» предлагает читателям локальные новости города, ТВ-программу, а также доступ к каталогу коммерческих предложений, т.е. рекламным объявлениям. Стоит отметить, что в газете присутствует слишком большое количество иллюстраций и рекламы. Такой «информационный мусор» приводит к снижению эффективности использования иллюстраций. Из-за этого явления иллюстрация становится неэффективной, так как она должна

соответствовать тексту, но из-за большого ее количества этот момент не всегда происходит.

«Аудитория одного номера синдиката «Ва-БанкЪ» 4 715 800 человек» [20]. Отметим, что синдикат объединяет 29 изданий в регионах России (Прил. Г, рис. 17).

«Совокупный тираж периодического издания «Ва-банкъ» составляет 6 480 730 экземпляров» [20].

Преимущества рекламно-информационного периодического издания «Ва-БанкЪ» компании ИнтерМедиаГруп заключаются в единстве изданий на всей территории России, высоких показателях охвата аудитории – 5 000 000 читателей, доверии читателя к изданию, качестве редакционного контента, доказанной эффективности при построении коммуникаций с целевой аудиторией, наличии цвета, удобстве продаж через «одно окно».

Партнёрами компании являются такие крупные фирмы как Эвалар, Надом групп, РИА «Панда», Натур продукт, Альфа-банк, Росгосстрах, АвтоВАЗ, X5 retail group, Эльдorado, ИКЕА, Castorama и пр.

Рекламодатели «Ва-банкъ»: Мегафон, Мвидео, Леруа Мерлен, Спорт Мастер, Метро, Триколор ТВ, Альпен Гольд, Альфа Банк, Совкомбанк, ОБИ.

Стоит отметить что, газета «Ва-банкъ» достигает интересующей аудитории посредством большого тиража, распространения изданий в местах скопления целевой аудитории, правильного содержания и рекламирования.

Следует обратить внимание на саму целевую аудиторию синдиката «Ва-банкъ». 62 % читателей женщины, принимающие в семье решение о покупках. 55 % читателей находятся в возрасте активных покупателей – от 25 до 55 лет.

Социальный статус читателей:

- специалисты 13 %;
- служащие 12 %;
- руководители 11%;
- рабочие 25 %;
- пенсионеры 23 %;

- домохозяйки и молодые мамы 7 %;
- студенты 4 % (Прил. Д, диагр. 1, 2, 3).

Обозревая газету «Ва-банкъ» стоит отметить ее постоянные рубрики, такие как:

- строительство и ремонт;
- окна и двери;
- мебель для офиса и дома;
- бытовая техника;
- финансы и страхование;
- образование и трудоустройство;
- здоровье и красота;
- экспертный отдел;
- колонка эксперта и подборка полезной информации;
- спорт, туризм и отдых;
- развлечения и досуг.

Итак, обозначив основные аспекты и имея представление о данном периодическом издании можно провести анализ композиционно-графической модели и определить место иллюстрации в этом издании.

## 2.2 Анализ композиционно-графической модели периодического издания и особенности иллюстрирования газеты «Ва-банкъ»

В.В. Тулупов считает, что «процесс создания композиционно-графической модели газеты предполагает прежде всего теоретическую подготовку: изучение новых работ, посвященных дизайну и верстке газет и журналов; знакомство с лучшими по оформлению иностранными и отечественными (центральными и местными) газетами, чтобы у ответственных секретарей сложилось представление о современных тенденциях, методах и приемах дизайна» [13, с. 20].

Планируя газетный номер, редактор заранее знает композиционно-графическую модель. Однако иногда происходит конфликт между подготовленным материалом и такой моделью. В таком случае приходится либо быстро менять содержание, либо графическую модель издания.

Стоит отметить, что какой бы выбор не сделал редактор, такая верстка издания станет неэффективной: либо изменится смысл текстовой части, либо нарушатся правила оформления.

Многие газеты представляют собой некий смешанный тип дизайна. Обычно такой дизайн встречается у местных газет. Зачастую полоса издания излишне заполняется иллюстрациями, которые не несут в себе никакого смысла. Это приводит к затруднению восприятия текста, так как становится непонятно какая иллюстрация относится к тексту.

В рамках исследовательской работы проведем анализ композиционно-графической модели и определим особенности иллюстрирования печатного периодического издания «Ва-банкъ», делая упор на видах, принципах оформления и значении иллюстраций.

Рассмотрим те иллюстративные материалы, которые встречаются в газете «Ва-банкъ». Чтобы точнее отследить основные закономерности в оформлении иллюстраций возьмем несколько краснодарских выпусков газеты (№ 653 от 17.02 2018, № 668 от 21.04.2018, № 671 от 05.05.2018 и № 674 от 26.05.2018).

Изучив данные выпуски газеты «Ва-банкъ», можно сказать, что число страниц в данном издании обычно варьируется от 16 до 32.

Следовательно, количество иллюстраций в различных номерах будет не совпадать и зависеть от количества страниц и других факторов, например, от количества рекламодателей в том или ином выпуске. Доказано, что праздничные и предпраздничные номера имеют больший охват, чем остальные. Из этого фактора следует больший приток рекламодателей.

Как говорилось ранее «Ва-банкъ» является информационно-рекламным периодическим изданием. Из этого следует особый характер текстовой информации и самих иллюстраций.

В первой главе мы отметили, что иллюстрации как правило занимают около 15 % издания. Однако стоит сказать, что рассматривались только редакторские иллюстрации, но не были учтены рекламные объявления, приобретающие в газете «Ва-банкъ» свойства фоторекламы.

В выпуске № 653 всего 32 страницы. Иллюстраций 115, среди которых 24 редакторские (большинство из которых фотографии), остальные – рекламные.

В выпуске № 668 24 страницы. Всего 80 иллюстраций, 13 из которых редакторские, остальные 67 рекламного характера.

Выпуск № 671 содержит 16 страниц. В номере 59 иллюстраций, 8 публикаций редакторские, 51 иллюстрация – рекламный материал.

В выпуске № 674 32 страницы, количество иллюстраций достигает 117, 21 редакторские, другие – реклама (Прил. Е, диагр. 4).

Помимо количества иллюстраций и разделения их на рекламу и редакторские публикации, необходимо определить их виды, встречающиеся в данных выпусках.

Кроме фотографий и фоторекламы в газете «Ва-банкъ» присутствуют рисунки. Это помогает разнообразить еженедельную газету, когда почти каждый номер на главной странице располагаются фотоиллюстрации. Однако доля рисунков и другой графической иллюстрации в газете «Ва-банкъ» незначительна.

Фотографии в данных выпусках разделяются на фотопортрет, фотоинформацию и фоторубрику.

Стоит отметить тот факт, что в представленных номерах почти не используется инфографика. Такое недостаточное использование снижает коммуникативные возможности в газете.

Итак, определив виды иллюстрации, встречающиеся в периодическом издании «Ва-банкъ», можно рассматривать каждый номер более детально, обращая внимание на расположение иллюстраций.

Заглавная, или титульная, часть газеты занимает важнейшее место среди средств, создающих узнаваемый и привлекательный для читателя облик издания.

Так, фирменный стиль газеты «Ва-банкъ» предполагает следующее расположение материала на главной странице: на полосе издания в самом верху располагается логотип газеты. Ниже логотипа располагается главная иллюстрация, справа от нее – содержание номера. Ниже главной иллюстрации располагается реклама.

В выпуске № 674 на первой странице издания в качестве главной иллюстрации располагается фотоиллюстрация улыбающейся девочки (Прил. Ж, рис. 18). Иллюстрация занимает около 1/3 всей площади полосы. Данная иллюстрация выполнена композиционно правильно: слева располагается сама иллюстрация, взгляд девочки направлен на читателя, справа располагается содержание выпуска. Функция данной иллюстрации будет точно не определена. Тут представлены информационная и эмоционально-психологическая функции.

Информационная функция заключается в том, что на самой фотоиллюстрации располагается заголовок: «День защиты детей: где отметить праздник». Такой заголовок информирует, напоминает читателю о предстоящем празднике, что и является функцией информирования.

Эмоционально-психологическая функция выражается в самом портрете девочки. Известно, что дети и животные привлекают внимание.

Следующий выпуск возьмем с рисунком на главной странице, чтобы сравнить функций с прошлым номером (Прил. Ж, рис. 19).

Данный рисунок выполнен в стиле поп-арт. В отличие от предыдущего номера, в этом можно заметить неправильное расположение иллюстративного материала. На саму иллюстрацию накладывается реклама, отвлекающая от главной иллюстрации и затрудняющая ее восприятие. Отметим, что в данной иллюстрации наблюдается эстетическая функция. Голубой фон отлично сочетается с фирменным красным цветом издания.

Сравнивая иллюстрации на главной полосе выпусков № 674 и №668, можно сделать вывод, что фотоиллюстрация и рисунок выполняют разные функции в газете «Ва-банкъ».

Разбирая композиционное оформление перечисленных выпусков, можно сказать, что в газете используются такие приемы размещения иллюстраций на полосе как: диагональное и блоковое (Прил. И, рис 20, 21).

Также стоит отметить то, что несмотря на определенные принципы композиционного оформления газет, в издании «Ва-банкъ» присутствуют смешанные приемы верстки. Из-за этого появляются трудности в восприятии информации, а также это мешает удобочитаемости (Прил. И, рис. 22). Такое оформление является неправильным в точки зрения оформления газет и требует исправления.

**ВЫВОДЫ КО ВТОРОЙ ГЛАВЕ.** Таким образом во второй главе был проведен обзор печатного периодического издания «Ва-банкъ». Суммируя информацию, скажем, что данное издание относится к информационно-рекламным, от чего зависит характер публикаций в нем. «Ва-банкъ» распространяется в 29 регионах России. Основной аудиторией являются рабочие и пенсионеры.

В рамках данной главы был проведен анализ композиционно-графической модели и выделены особенности оформления иллюстраций. Большинство иллюстраций (83,3 %) в издании носят рекламный характер, тогда как редакторских всего 16,8 %.

При сравнении двух номеров газет было установлено, что фотоиллюстрация в данном издании выполняет информационную и эмоционально-психологическую функцию, рисунок – эстетическую.

Стоит отметить, что в газете иллюстрации оформляются блоковым и диагональным способом. Также в выпусках присутствуют нарушения в верстке полос.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной работы, опираясь на исследования С.И. Галкина, Н.З. Рябининой, А.Л. Свитич в области изучения иллюстрации в периодических изданиях и на такие работы этих авторов как «Художественное конструирование газеты и журнала», «Технология редакционно-издательского процесса», «Специфика графической иллюстрации как компонента контента качественных изданий» под иллюстрацией понимается «изображение, поясняющее или дополняющее основной текст, помещенное на страницах и других элементах материальной конструкции издания».

К основным видам иллюстрации относятся такие жанры как:

- рисунки (портретные, шаржи, карикатуры);
- кроссворды, различные шахматные и шашечные диаграммы;
- фотоиллюстрации, фотографии;
- плакат;
- фоторепродукция, фотореклама;
- фоторубрика, фотозаставка и фотоанонс.

Стоит отметить, что главным видом иллюстрации в периодическом издании будет считаться фотография, так как ее основное свойство – документальность.

Среди основных принципов оформления иллюстрации выделены приемы композиционного расположения иллюстраций на полосе периодического издания: блоковое, диагональное, круговое, ленточное, перекрестное и центровое. Для газет и журналов такое оформление может отличаться. В газетах больше представлены блоковое, диагональное и ленточное оформление. Тогда как в журналах можно увидеть все принципы оформления.

Следующим пунктом мы рассмотрели функции иллюстрации в периодических изданиях. Значение иллюстрации в периодическом издании определяется направленностью конкретного издания, типом издания и многими другими факторами.



Помимо своей основной функции – пояснения, в рамках данного исследования главными функциями иллюстрации, как оказалось, являются информационная, эмоционально-психологическая и эстетическая функции.

Особенностями в оформлении иллюстраций газеты «Ва-банкъ» является наличие большого количества рекламных объявлений, которые приобретают свойства фотоиллюстрации. В издании используется небольшое количество инфографики, что снижает коммуникативные возможности в газете.

В данном периодическом издании иллюстрации выполняют все выделенные три функции. Фотоиллюстрация выполняет информационную и эмоционально-психологическую, рисунок – эстетическую. Также было установлено, что в газете «Ва-банкъ» преобладает блоковое и диагональное оформление. Помимо этого, в газете присутствует смешанное оформление, и этот момент затрудняет восприятие информации.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 ГОСТ Р 7.0.3-2006. Издания. Основные элементы. Термины и определения – Москва: Стандартинформ, 2006. – 37 с.
- 2 Волкова В.В. Графический дизайн / В.В. Волкова, С.Г. Газанджиев, С.И. Галкин, А.В. Тарбеев, Е.В. Ситникова // Дизайн периодических изданий – М.: Ф-т журн. МГУ, 2013. – 151 с.
- 3 Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: учеб. пособие / С.И. Галкин. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 215 с.
- 4 Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие / – М.: Аспект-пресс, 2004. – 288 с.
- 5 Лазаревич Э.А. Дизайн периодических изданий М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004. – 120 с.
- 6 Рябина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса: учеб. пособие / Н.З. Рябина. – М.: Логос, 2012. – 256 с.
- 7 Свитич А.Л. Специфика графической иллюстрации как компонента контента качественных изданий: [Текст] / А.Л. Свитич // Технологии медиапроизводства. – 2015. № 3 – 9 с.
- 8 Свитич, Л.Г. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов / Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева, М.В Шкондин. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2015. – 237 с.
- 9 Свитич, Л.Г. Городская газета как фактор общественного диалога в социуме (по итогам со-циологического исследования в газетах малых и средних городов Российской Федерации) / Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева, М.В Шкондин // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. – № 5. – 156 с.

10 Смирнова О.В. Иллюстрация в местной газете: основные характеристики и коммуникационные особенности. Вестн. Волжского ун-та им. Татищева № 2, том 1, 2017 – 7 с.

11 Сулейманова С.Р. Тенденция визуализации информации в дизайне печатных медиа Узбекистана / С.Р. Сулейманова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. No 22, 313 с.

12 Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет / под ред. В.В. Тулупова. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2008. – 320 с.

13 В. В. Тулупов. Новые подходы к выпуску периодического издания: Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. 2003. № 1 – 31 с.

14 Федорова С.В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ. Тамбов: Грамота, 2014. – 14 с.

15 Хэрроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера: Воронеж, 2007 – 216 с.

16 Верстка с иллюстрациями [Электронный ресурс]. URL <https://moodle.herzen.spb.ru/mod/page/view.php?id=32287> (дата обращения 05.05.2018)

17 Инфографика [Электронный ресурс]. URL <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инфографика> (дата обращения 05.05.2018)

18 Плакат [Электронный ресурс]. URL <https://ru.wikipedia.org/wiki/Плакат> (дата обращения 05.05.2018)

19 Сеть рекламно-информационных изданий «Ва-банкъ» [Электронный ресурс]. URL: <http://gazeta-vabank.ru/geography/goroda/krasnodar.html> (дата обращения 07.05.2018)

20 Толковый словарь Дмитриева [Электронный ресурс]. URL: <http://www.endic.ru/ozhegov/Funkcija-38009.html> (дата обращения 11.05.2018)

# ПРИЛОЖЕНИЕ А

## Виды иллюстраций в периодических изданиях



Рисунок 1 – Портрет



Рисунок 2 – Шарж



Рисунок 3 – Карикатура



Рисунок 4 – Кроссворд

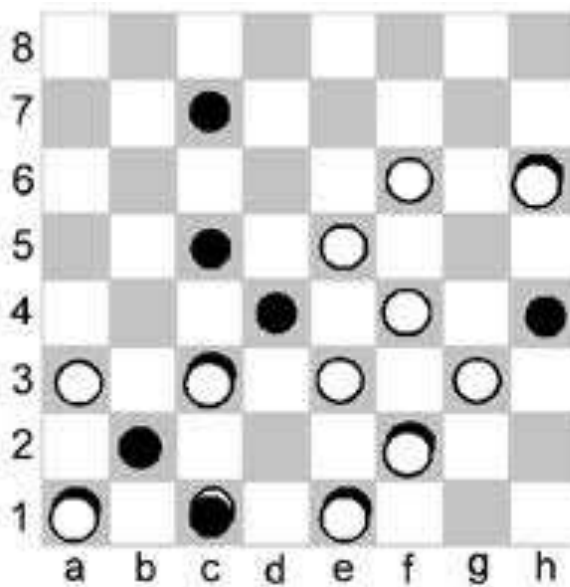


Рисунок 5 – Шахматные и шашечные диаграммы





Рисунок 6 – Фотография



Рисунок 7 – Плакат



**AETHER CONE**

Новый проигрыватель Cone как былый магнетик заставляет танцевать. Ваши намерения и мысли превращаются. Этой волшебной акустикой можно будет наслаждаться, подбирая музыку под ваше настроение. Просто нажмите центральную кнопку, и появится любимый трек или любимый стиль звука... и Cone изменит свои настройки. Он знает, что вы любите и не устанет вас радовать.

aether.cove



**GOOGLE-ПЕРЕВОДЧИК ДИЗАЙНА**

ОДИН ИЗ ПРИНЦИПОВ GOOGLE – ПРОСТРАНСТВО БЕЗ ГРАНИЦ – ОТЛИЧНО ВОПЛОЩЕНО В ДИЗАЙНЕ ТОКИЙСКОЙ ШТАБ-КВАРТИРЫ КОМПАНИИ, РАСПОЛОЖЕННОЙ НА НЕСКОЛЬКИХ ЭТАЖАХ ЗДАНИЯ HOPRONG HILLS TOWER.

Рисунок 8 – Фотореклама



**С МИРУ ПО КНИГЕ**

Известный писатель **Дэвид Митчелл** – русский переводчик и фантасмагорический автор-русский Николай Погодин

Мирозащитник... **Владимир Ермаков**... **Ирина Ковалева**...

Великий русский писатель... **Дмитрий Мамин**...

Известный писатель... **Александр Пушкин**...

Почему... **Александр Пушкин**...

Почему... **Александр Пушкин**...

Почему... **Александр Пушкин**...

**NB...** Почему мой... **Александр Пушкин**...

Рисунок 9 – Фоторубрика

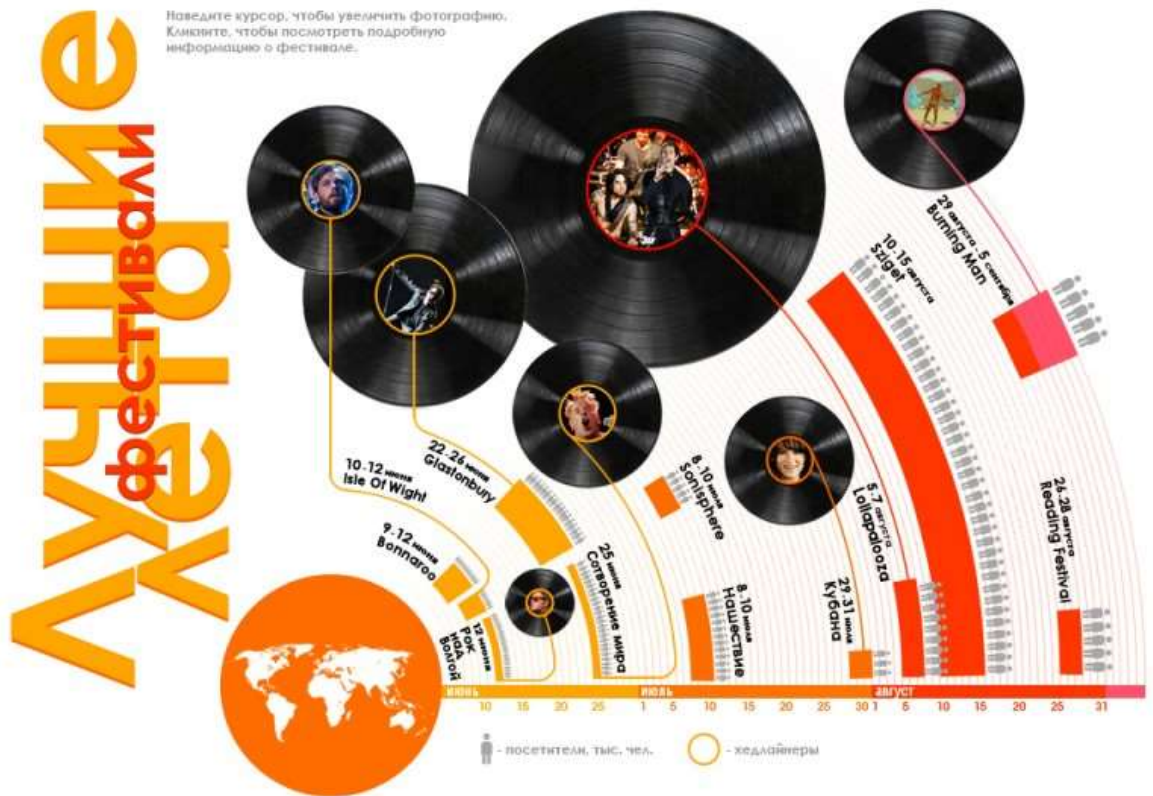


Рисунок 10 – Инфографика



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Принципы оформления иллюстраций

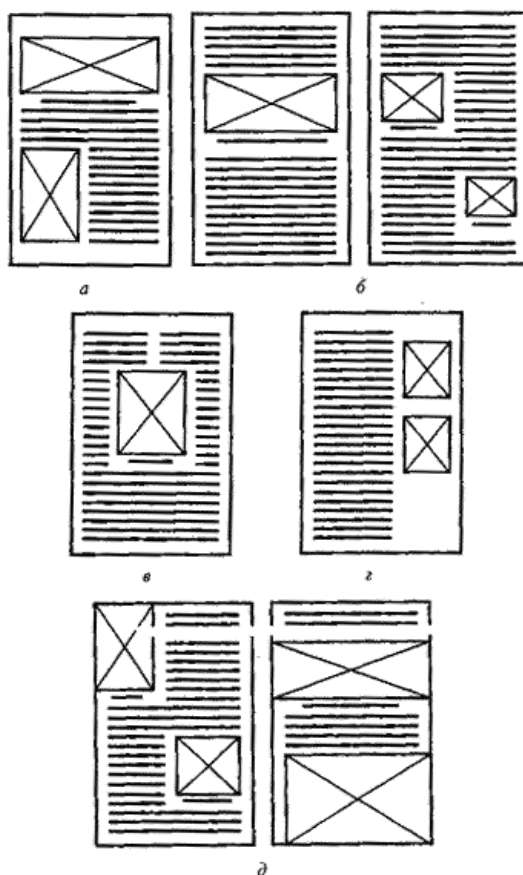


Рисунок 11 – Пример модульной сетки периодического издания



Рисунок 12 – Неправильное размещение иллюстрации

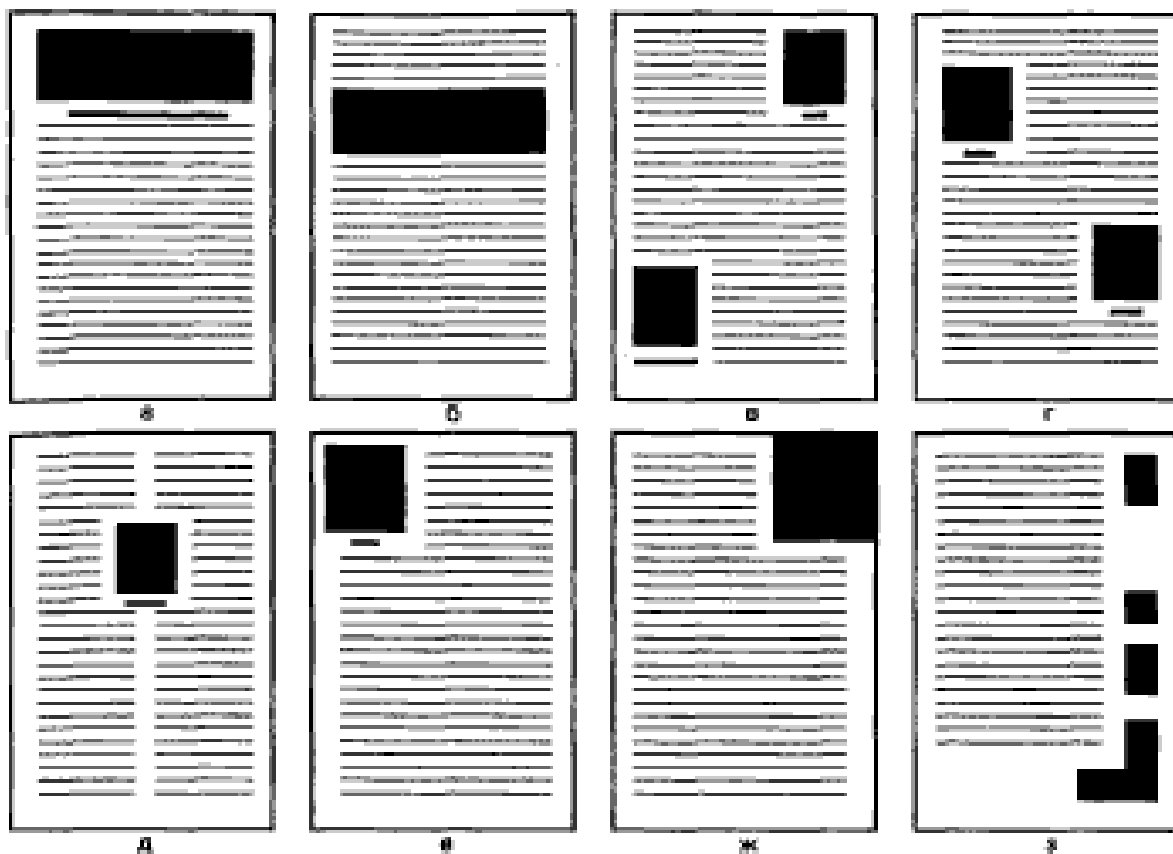


Рисунок 13 – Популярные способы композиции

# ПРИЛОЖЕНИЕ В

## Функции иллюстрации

ши. Грубо: чем меньше «буков» нужно анализировать, тем дешевле тест. Участки, участки в которых сплавляются участки на хромосомах, называются однинуклеотидными полиморфизмами (single nucleotide polymorphism, SNP или «снп»). Полиморфизм значит «разнообразие», а «нуклеотиды» — те самые «буквы», которыми написан код нашего ДНК. В 2008 году вышедшие на рынок всеобщим достоянием анализы от 500 тыс. до 1 млн SNP (сравните с 3 млрд нуклеотидов в геноме).

### НАПЛЕВАТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ

Дмитрий Попов, генеральный директор стартапа 23andMe, стал аэтомом 23andMe в 2010 году. Он называет два главных мотива, которые движут владельцев 23andMe: желание узнать, предрасположенность к заболеваниям и происхождение рода. По первому вопросу, по словам Попова, он не знает ничего, что его ослабило бы или испугало. А вот ответ на второй вопрос захватил Попова на несколько недель. Загрузив свои данные, он нашел и базу серванса 365 человек — семья и «тетеньки-дядьки» родственников по всему миру, которые также сделали тесты в 23andMe. «Я нашел людей, с которыми у нас был общий предок, в Норвегии, Великобритании, Германии, США. Это потрясающее чувство — открыть принадлежность к огромной мировой семье. Помнить, кто ты, откуда пришел», — говорит Попов. Попов уверен, что 23andMe скорее коммерческий проект, чем биологический. «В первую очередь это индустрия развлечения», — уверен он. Оказалось, что у 23andMe есть еще одна история — социальная сеть с, пожалуй, самыми крупными связями между ее членами. Куда там Facebook или LinkedIn, здесь социальный граф строится через ДНК. Дмитрий назвал все найденные родственниками. Кто-то удивился, узнав о генетической родне в России, кто-то задумался о семейных традициях, которые проливали свет на фамильные

### Рискуна здоровеем

#### Пример персонального генетического отчета

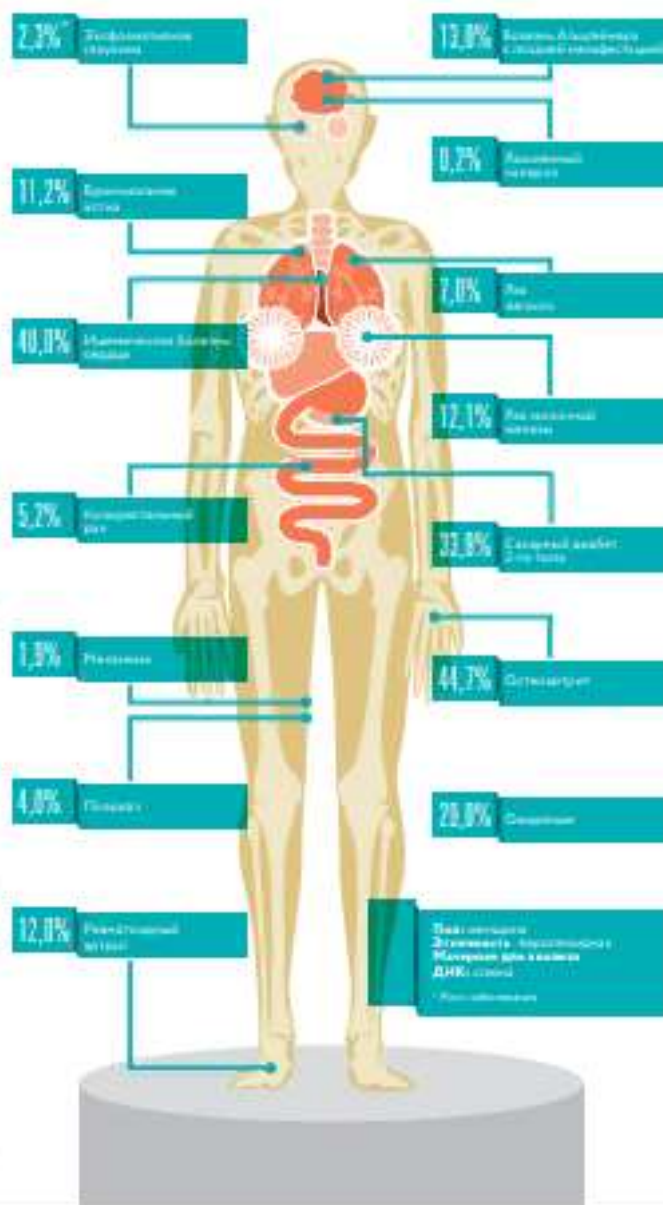


Рисунок 14 – Информационная функция

# БИТ ИЛИ НЕ БИТ

Еще недавно криптовалюта биткойн казалась замысловатым увлечением гиков. Сегодня у нее есть все шансы стать если не альтернативой доллару и золоту, то по крайней мере способом заработать. «Секрет фирмы» выяснил, как это делают самые успешные биткойн-стартапы 2013 года.

Текст: Андрей Голышев  
Интервью: Сергей Савицкий, Максим Сурин

**История биткойна** — это история не столько фантастического фаната, где на смену правительствам, корпорациям и классическим валютам приходят анонимность и альтернативным способом денежного расчета. В 2009 году программист Сатоши Накамото создал криптовалюту, состоящую из ничем не подкрепленных и децентрализованных единиц зашифрованной информации. Накамото назвал их биткойнами. Производить и зарабатывать биткойны мог любой желающий, используя для этого мощнос...

ти своего компьютера: чем больше обрабатывал информации, тем больше биткойнов можно получить. Число же биткойнов, которые могут быть произведены, конечно, не должно превышать 21 млн. В итоге, по замыслу Накамото, выжигается отличие биткойна от денег: выпускаемых государством, которые печатают новые купюры и тем...

Рисунок 15 – Эмоционально-психологическая функция



22

Стратегия  
Решение

## Переливание сока

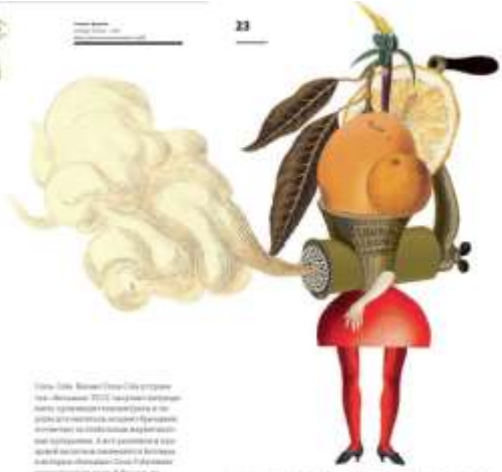
Американская Soda-Cola закрыла в России рынок переливания сока известных марок «Фруктовый» «Секрет фирмы» выяснил, почему в жаркой стране рынок оказался переливаемой на Абхазии и как это повлияло на развитие рынка напитков в стране.

Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ

23,8

Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ

Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ



Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ

Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ  
Василий КОЗЛОВСКИЙ — КОММЕНТАРИЙ

Рисунок 16 – Эстетическая функция

ПРИЛОЖЕНИЕ Г  
География газеты «Ва-банкъ»



Рисунок 17 – Регионы распространения

ПРИЛОЖЕНИЕ Д  
Целевая аудитория газеты «Ва-банкъ»



Диаграмма 1 – Пол аудитории



Диаграмма 2 – Возраст аудитории



Диаграмма 3 – Социальный статус аудитории

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Характер иллюстраций в газете «Ва-банкъ»



Диаграмма 4 – Иллюстрации в номерах газеты



## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

### Виды иллюстрации в газете «Ва-банкъ»



Рисунок 18 – Фотография на главной странице



Рисунок 19 – Рисунок на главной странице

## ПРИЛОЖЕНИЕ И

### Расположение иллюстраций в газете «Ва-банкъ»

# Как поздравляют мужчин в разных странах мира?

23 февраля мы чествуем не только мужчин в погонах, но и всех представителей сильного пола 133 миллионов лет детей до двенадцати. В других странах тоже есть праздники, на которые мужчины устраивают себе поздравления и принимают подарки. Какие, какие?

**В США, Франции, Англии, Турции, Канаде, Мексике, Китае, Греции, Японии** и во многих других странах на День отца, который отмечается десятками тысяч американцев, немцев, французов, японцев, греков и других готовится особый день. Каким он будет, зависит от культуры каждой страны, но все в этот день связано с признанием заслуг, заботы, любви, уважения к отцу.



Поздравление отца может быть разным: дети дарят букеты цветов и фрукты, делают открытки, устраивают вечеринки. В Японии дети поздравляют отца с помощью подарков и цветов. В США дети часто делают открытки и подарки, а в Европе и Азии чаще дарят цветы.



**Нарманы.** Вплоть до праздника Уэлланд, но все на День отца, который отмечается 17 мая, американцы поздравляют отца подарком, но в большинстве случаев это деньги в конверте или букеты цветов. Мужчины могут поздравить отца деньгами, подарками, цветами, открытками, но чаще всего делают открытки.



**Шведы.** Самый популярный подарок отцу в Швеции – это подарок, который дарят отцу в День отца. День отца в Швеции – это день, когда мужчины поздравляют своих отцов. В этот день мужчины дарят отцу подарки, цветы, открытки, но чаще всего делают открытки.

В Японии поздравление отцу – это подарок, который дарят отцу в День отца. День отца в Японии – это день, когда мужчины поздравляют своих отцов. В этот день мужчины дарят отцу подарки, цветы, открытки, но чаще всего делают открытки.



**Великобританцы.** В Великобритании поздравление отцу – это подарок, который дарят отцу в День отца. День отца в Великобритании – это день, когда мужчины поздравляют своих отцов. В этот день мужчины дарят отцу подарки, цветы, открытки, но чаще всего делают открытки.

Рисунок 20 – Блочное расположение

# Визуал, аудиал, кинестетик...

Как правильно общаться с ребенком в зависимости от его темперамента



Каждому из нас свойственны определенные черты характера, которые влияют на то, как мы воспринимаем мир. Эти черты характера можно разделить на три типа: визуальный, аудиальный и кинестетический.

**Первый тип – визуальный.**  
Ребенок – человек, который воспринимает мир глазами. Он любит смотреть на картинки, читать книги, смотреть телевизор. Он лучше всего воспринимает информацию, которую он видит.

**Второй тип – аудиальный.**  
Ребенок – человек, который воспринимает мир на слух. Он любит слушать музыку, рассказы, стихи. Он лучше всего воспринимает информацию, которую он слышит.

**Третий тип – кинестетический.**  
Ребенок – человек, который воспринимает мир через ощущения. Он любит играть с игрушками, делать поделки, рисовать. Он лучше всего воспринимает информацию, которую он чувствует.

Визуалы лучше всего воспринимают информацию, которую они видят. Им нравится смотреть на картинки, читать книги, смотреть телевизор. Им лучше всего воспринимать информацию, которую они видят.

Аудиалы лучше всего воспринимают информацию, которую они слышат. Им нравится слушать музыку, рассказы, стихи. Им лучше всего воспринимать информацию, которую они слышат.

Кинестетики лучше всего воспринимают информацию, которую они чувствуют. Им нравится играть с игрушками, делать поделки, рисовать. Им лучше всего воспринимать информацию, которую они чувствуют.



Рисунок 21 – Диагональное расположение

