

УДК [070:7.012.185](075.8)+[070:659.123/.125](075.8)  
ББК 76.02я73-1+30.182я73-1  
Г61

Р е ц е н з е н т ы:

доктор филологических наук, профессор *В.М. Березин*;  
кандидат филологических наук, доцент *С.И. Галкин*

Н а у ч н ы й р е д а к т о р:

доктор исторических наук, профессор,  
чл.-корр. Российской академии образования *В.С. Хелемендик*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,  
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,  
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

**Головко, Сергей Бориэльевич.**

**Г61** Дизайн деловых периодических изданий: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 423 с. — (Серия «Медиаобразование»).

ISBN 978-5-238-01477-7

Агентство СІР РГБ

В учебном пособии предлагается необходимый материал, отражающий современные требования и новые тенденции в развитии дизайна деловых периодических изданий, излагаются его основные понятия и этапы становления. Особое внимание уделяется вопросам композиции, имеющим первостепенное значение для каждого дизайнера. Рассмотрены тенденции развития категорий и пространства дизайна, специфика модульного конструирования и особенности проектно-художественного языка дизайнера, а также его роль и место в общередакционном процессе. Большое внимание уделено вопросам рекламного дизайна.

Для студентов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама», а также практиков — редакторов и ответственных секретарей, дизайнеров и верстальщиков деловых периодических печатных изданий, а также для широкого круга читателей, интересующихся вопросами графического дизайна.

**ББК 76.02я73-1+30.182я73-1**

ISBN 978-5-238-01477-7

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2008

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания.

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление С.Б. Головко, 2008

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	9
<b>Введение .....</b>	<b>23</b>
Типологические признаки деловых изданий .....	23
Деловые масс-медиа как тип качественной прессы .....	25
Социальная функция деловой прессы .....	29
Структура деловых изданий .....	30
«Легкий читатель» .....	30
Эстетика минимализма .....	32
Деловая типографика .....	32
Газеты и цвет .....	33
Фотоиллюстрация в деловой прессе .....	34
<i>Контрольные вопросы</i> .....	35
<i>Литература</i> .....	35
<b>Часть I. ПРОСТРАНСТВО ПРЕСС-ДИЗАЙНА .....</b>	<b>36</b>
<b>Глава 1. Композиция .....</b>	<b>36</b>
Закон целостности .....	39
Как это применить на практике? .....	41
Средства и приемы композиции .....	42
Композиционный центр .....	43
Равновесие .....	47
Вес .....	49
Цвет и размер .....	53
Правило рычага .....	53
Симметрия и асимметрия .....	55
Пропорциональность .....	57
Масштабирование .....	59
Контраст и нюанс .....	60
Как добиться наибольшего эффекта в применении контрастов? .....	66
Ритм .....	67
Динамичность .....	72
Статичность .....	74

Принципы композиции .....	76
Признаки состоявшейся композиции .....	77
<b>Глава 2. Зрительное восприятие .....</b>	<b>78</b>
Этапы восприятия .....	78
Законы восприятия .....	80
Типографика и зрительное восприятие .....	85
Характеристики восприятия .....	90
Читательское восприятие .....	92
Семантика восприятия .....	94
Иллюзии восприятия .....	97
Композиция и восприятие .....	101
<b>Глава 3. Изобразительная поверхность. Факторы формы .....</b>	<b>103</b>
Изобразительная поверхность и ее свойства .....	103
Форма .....	112
Форматы и пропорции .....	113
Золотое сечение .....	115
Формат серии А .....	121
Взаимодействие форматов .....	122
<b>Глава 4. Управление формой .....</b>	<b>128</b>
Конструирование на основе модульной сетки .....	128
Разработка модульной сетки .....	130
Функциональные измерения сетки .....	135
Модульная сетка как основа гармонизации .....	136
<i>Контрольные вопросы</i> .....	142
<i>Контрольные задания</i> .....	142
<i>Литература</i> .....	143
<b>Часть II. КАТЕГОРИИ ДИЗАЙНА. ШРИФТ .....</b>	<b>144</b>
<b>Глава 1. Генезис шрифтовых стилей .....</b>	<b>146</b>
Первые шрифты .....	146
Старинная антиква .....	151
Переходная антиква .....	153
Современная антиква .....	155
Шрифты XIX в. ....	156
Уильям Моррис .....	158
Неоклассические стили XX в. ....	159
Становление и развитие отечественных шрифтов .....	162

Гражданский шрифт .....	166
Русские шрифты XIX в. ....	168
Русская шрифтография XX в. ....	170
ОНШ – «ПараТайп» .....	171
<b>Глава 2. Основы шрифтографии .....</b>	<b>174</b>
Основные типометрические единицы .....	174
Метрические единицы измерения .....	175
Относительные единицы измерения .....	175
Кегельная шпация .....	175
Кернинг и трекинг .....	176
Условия графического порядка .....	177
Курсивный и наклонный шрифты .....	177
Акцидентные шрифты .....	179
Декоративные шрифты .....	181
Сжатые и растянутые шрифты .....	182
Цветной текст .....	183
Выворотки .....	184
<b>Глава 3. Классификация шрифтов .....</b>	<b>185</b>
Основные характеристики шрифта .....	185
Гарнитура шрифта .....	186
Начертание шрифта .....	187
Насыщенность шрифта .....	187
Плотность шрифта .....	188
Пропорции шрифта .....	189
Контрастность .....	189
Кегль .....	189
Комплектность .....	189
Ролевая классификация шрифтов .....	189
Историко-морфологическая классификация шрифтов ..	190
Международная индексация шрифтов – PANOSE .....	193
Неалфавитные шрифтовые файлы .....	195
Стандарты компьютерных шрифтов .....	195
<b>Глава 4. Управление шрифтами .....</b>	<b>198</b>
Рекомендации по установке шрифтов .....	198
Подключение шрифтов .....	201
Правила передачи шрифтов в типографию .....	205

<b>Глава 5. Типографика деловых изданий</b>	<b>207</b>
Эстетические системы типографики	208
Основные средства и приемы	211
Классическая типографика	212
Шрифтовое пространство модернизма	216
Типографика постмодернизма	219
Удобочитаемость	220
Удобочитаемость и эстетические качества шрифта	223
Факторы, влияющие на скорость чтения	226
Сочетаемость шрифтов	227
Живая типографика	233
<i>Контрольные вопросы</i>	236
<i>Контрольные задания</i>	236
<i>Литература</i>	237
<b>Часть III. КАТЕГОРИИ ДИЗАЙНА. ЦВЕТ</b>	<b>238</b>
<b>Глава 1. Цветовое моделирование</b>	<b>238</b>
Понятие цвета	238
Наука о цвете	239
Параметры описания цвета	239
Объективные характеристики цвета	240
Субъективные характеристики цвета	240
Хроматические и ахроматические цвета	244
Метамерные цвета	244
<b>Глава 2. Цветовые модели</b>	<b>245</b>
Систематизация оттенков цвета	245
Модель RGB	246
Модель CMYK	248
Модель CIE Lab	250
Модель HLB	250
<b>Глава 3. Цветовые сочетания</b>	<b>252</b>
Гармоничные сочетания	252
Контрастные сочетания	254
Нюансные сочетания	259
<b>Глава 4. Психология восприятия цвета</b>	<b>260</b>
Количество имён цвета	260
Наиболее распространенные цветовые ассоциации	262

<b>Глава 5. Управление цветом</b>	<b>266</b>
Калибровка устройств	268
Профилирование устройств	269
Построение профиля в PhotoShop	270
Управление цветом в графических приложениях	273
Принтерная и экранная цветопробы	281
<i>Контрольные вопросы</i>	283
<i>Контрольные задания</i>	283
<i>Литература</i>	284
<b>Часть IV. ПРЕСС-ФОТОГРАФИЯ В ДЕЛОВЫХ ИЗДАНИЯХ</b>	<b>285</b>
<b>Глава 1. Виды и жанры пресс-фотографии</b>	<b>286</b>
Роль и функция иллюстраций	286
Жанры фотожурналистики	291
Принципы фотоиллюстрирования	295
Планирование фотосъемки	299
<b>Глава 2. Средства и приемы фотокомпозиции</b>	<b>300</b>
Линия и тон	302
Контраст	303
Ритм	305
Равновесие	306
Баланс	308
Центры золотого сечения	309
Формат изображения	311
Кадрирование	314
Центр композиции	318
<b>Глава 3. Основы фотокомпозиции</b>	<b>320</b>
Линейная перспектива	320
Высота точки съемки и ракурс	326
Тональная (воздушная) перспектива	330
Светотональная перспектива	332
Световое решение снимка	333
Световые эффекты в природе	336
Характер освещения	338
Направление освещения	339
Освещенность объекта	343
Изобразительная задача фотоосвещения	343
Свет и композиция кадра	346

Электронная коррекция светового рисунка .....	347
Цветовое решение снимка .....	349
Соотношение объекта и фона .....	350
Лаконизм фотографического изображения .....	350
<i>Контрольные вопросы</i> .....	352
<i>Контрольные задания</i> .....	352
<i>Литература</i> .....	354
<b>Часть V. РЕКЛАМА И ДИЗАЙН .....</b>	<b>355</b>
<b>Глава 1. История рекламного дизайна .....</b>	<b>355</b>
Этапы становления печатной рекламы .....	356
Реклама в России .....	359
Реклама и «золотой век» дизайна .....	361
<b>Глава 2. Рекламный дизайн и психология творчества .....</b>	<b>364</b>
Управление творческим процессом .....	365
Креативные технологии .....	369
<b>Глава 3. Принципы дизайна рекламы .....</b>	<b>372</b>
Композиционные принципы .....	372
Шрифты .....	387
Цвет и цветовые гармонии .....	393
<b>Глава 4. Дизайн рекламного сообщения .....</b>	<b>396</b>
Рекламный образ .....	398
Особенности рекламного образа .....	398
Композиционные приемы .....	402
Некомпозиционные приемы .....	403
Что повышает престижность рекламного образа .....	404
Некоторые рекомендации .....	407
Образность и реальность .....	409
<i>Контрольные вопросы</i> .....	411
<i>Литература</i> .....	411
<b>Заключение .....</b>	<b>412</b>
<b>Приложения .....</b>	<b>414</b>
Общие правила верстки .....	414
Названия цветов .....	422