

1 Особенности графического и текстового наполнения СМИ

В рамках построения дизайна в печатных СМИ есть тонкость называемая «Имидж полоса».

По существу, все наполнения издания делятся на:

- **Текстовое** это статьи, новостные блоки и т.д.;
- **Графическое**, к которому относятся рекламные блоки, рекламные модули, реклама в виде инфографики.

1.1 Отличия текстового и графического наполнений

Разница этих двух видов наполнения в том, что текстовое наполнение неизменно оформляется по правилам фирменного стиля издания, в то время как графическое являет собой уникальную разработку в процессе разработки данных объектов могут быть использованы разные шрифты, не входящие в фирменный перечень. Большая часть рекламных модулей является «Имидж полосами» - именно по тому факту, что они уникальны.

Примеры графического и текстового наполнения СМИ:



ВОЖДЕНИЕ В СТИЛЕ ЛЮКС

Респектабельная внешность, надежность и непревзойденный комфорт в управлении — яркие достоинства Lexus ES 250

Люксовый седан ES, выпускаемый Lexus с 1989 года, не перестает восхищать роскошью, помпезностью на мощи. Это уверенность, которая впечатляет, и комфорт, обеспечиваемый продуманностью каждой детали. Легкий и компактный, он обладает мощностью 184 л.с. Шестиступенчатая трансмиссия

снабжена секвентальным режимом переключения, за счет чего обеспечивается исключительная плавность работы и сокращается расход топлива — всего 7,9 литров на 100 км. Искусственный интеллект AI Shift отслеживает особенности покрытия, индивидуальный стиль вождения и выбирает оптималь-

ный режим переключения передач. Совершенство аэродинамики достигается плавными контурами обтекаемого кузова, инновационно плоским днищем и скошенным профилем боковых окон. В салоне всё располагает к комфортному времяпрепровождению: мягкое светодиодное освещение, климат-контроль, регулируемые сиденья, роскошный и функциональный дизайн. Этот автомобиль создан для легкого и приятного вождения.

мил. ???, сайм ???

ЛЕГЕНДА СПОРТА

Лучшие традиции и последние инновации спортивных авто Toyota воплотились в спорткаре GT86

GT86 чтит традиции и предвосхищает будущее. Модель создана по мотивам легендарных Toyota Sports 800, Toyota 2000 GT и AE86. Нефункциональный дизайн GT86 сразу дает понять перед нами авто, готовое ко всему. Усиленная нижняя решетка радиатора делает его «улыбку» еще более дерзкой, притягательной и обеспечивает восхитительную аэродинамику. Спорткар оснащен расположенным спереди двухлитровым бензиновым двигателем с горизонтально-оппозитными цилиндрами, системой прямого впрыска топлива D-4S и задним приводом. Трансмиссия — 6-ступенчатая автоматическая для комплектации «Люкс» и механическая для «Экстрем» и «Престиж». За счет низкого центра тяжести и малой массы четырехместного кузова обеспечивается максимально возможная успешная мон-

ность. Поражают в автомобиле выходящие за обычные динамические характеристики. GT86 одинаково откровен и уверен в себе как в городе, так и на гоночной трассе. На что способен спортивный автомобиль Toyota GT86? На всё, к чему готов его владелец!

мил. ???, сайм ???



154 Я ПОКУПАЮ / ОКТЯБРЬ

Разработка, производство и поставка оборудования для теле и радиовещания:

Цифровые ТВ передатчики серии «Полярис ТВЦ» и «Полярис ТВЦ Эко» мощностью 10Вт – 10кВт

Аналоговые ТВ передатчики обновленной серии «Полярис ТВП» мощностью 1Вт-25кВт

РВ передатчики обновленной серии «Полюс ПТ» мощностью 30Вт – 5кВт

Новейшие транзисторы
Высокий КПД
Надежные компоненты
Оперативная техническая поддержка

Триада ТВ

А также:

- Системы мониторинга для сетей вещания
- Пассивные устройства (мосты сложения, полосовые фильтры, трансформаторы сопротивления, переходы, нагрузки)
- Системы автоматического резервирования ТВ и РВ передатчиков

630087, г. Новосибирск, ул. Новогодняя, 26/1,
Тел. (383) 204-89-83, 204-89-85
info@triadatv.ru, www.triadatv.ru

Рекламный модуль - это рекламный блок в любом печатном издании, в основном это понятие относится к рекламе в прессе. При разработке рекламного модуля необходимо четко понимать рекламную задачу: поддержание имиджа, информирование о новинке, стимулирование продаж, анонсирование акции и пр. Наличие четко сформулированной цели помогает верно расставить нужные акценты в модуле.

1.2 Главные задачи имиджевой рекламы:

- Убеждение в том, что работа фирмы полезна обществу;
- Увеличение осведомленности партнёров, потребителей о фирме, создание мнения о фирме как о значимой, надёжной и преуспевающей компании;

- Образование у широкого круга партнёров по маркетинговому каналу, потребителей, поставщиков хорошего мнения о фирме;
- Формирование у покупателей ассоциации имени фирмы и её товарного знака с удовлетворением потребительских потребностей и определённым качеством услуг и товаров.

Средства реализации задач имиджевой рекламы в СМИ

- Выделения цветом
- Контраст и сочетания цветов
- Вырезанные объекты
- Буквица (применительно к тексту или цифрам)

Примеры имиджевой рекламы:

**БОЛЬШИЕ ВИДЫ
НА ЖИЗНЬ.
И НА ЗАЛИВ**

ЛЕОНТЬЕВСКИЙ
Мисс

1
ДОМ
108
ИДЕЙ

999-44-00

ДОМСТРОЙ СОВРЕМЕННИК
МИКРОРАЙОН

**ХОЧЕШЬ
2Х-УРОВНЕВУЮ КВАРТИРУ?
ПОКУПАЙ**

LOFT!

ДО 4,7 М

1'400
ОТ МЛН.РУБ

733-333
ИРКУТСК-ЕДИННЫЙ НОМЕР

Проектные декларации на сайте domstroy38.ru

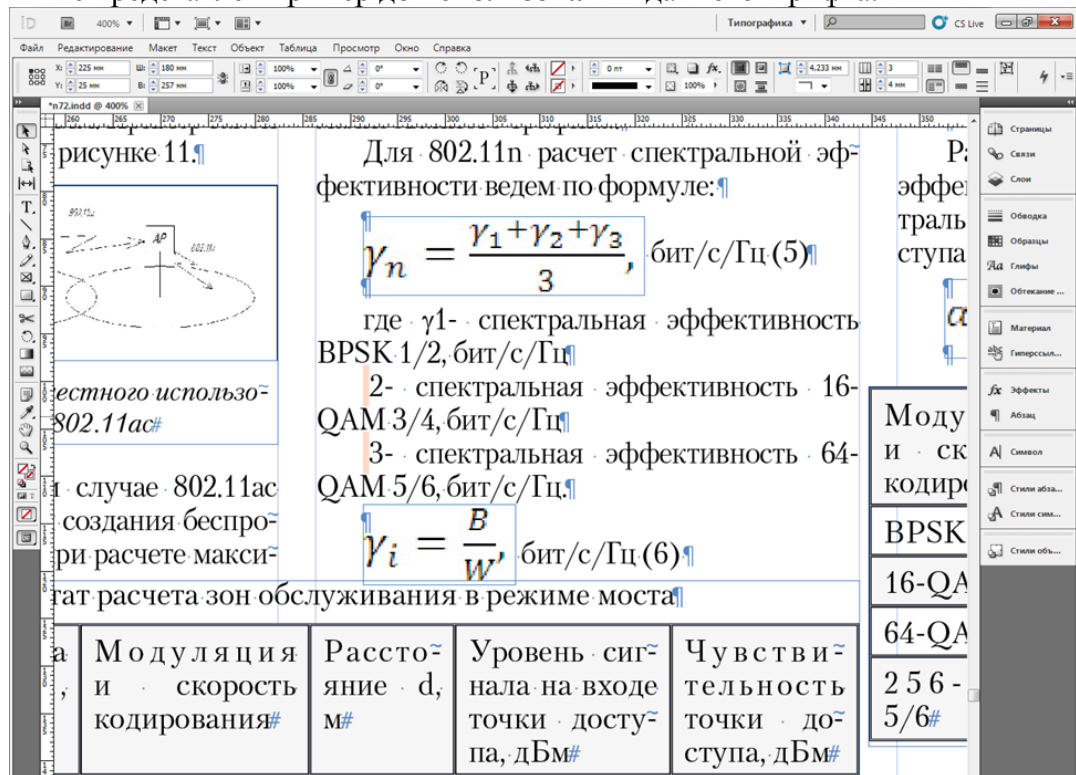
Специальные символы и формулы

В современных СМИ есть ряд случаев когда при копировании текста есть фрагменты обозначенные розовыми прямоугольниками. Данный символ обозначает специальный символ из математического перечня.

Использования шрифта Symbol

Суть данного шрифта в программе Adobe InDesign - это корректное отображения специальных символов, которые часто используют при написании научных и публицистических трудов.

Ниже представлен пример до использования данного шрифта.



И после его активации в отношении отдельно взятых символов.

