

ЛУЧШЕЕ – ВРАГ ХОРОШЕГО

Ура! Вы научились верстать в Word'e, не боитесь слов Page Maker, Corel Draw и InDesign. Конечно, стремитесь использовать все рамки, шрифты, эффекты; статьи, поэмы, научные труды... в пределах одного номера. И сами не замечаете, как ваше жизнерадостное «Ура!» на глазах переходит в недоуменное «Увы...». Рассмотрим основные ошибки.

В оформлении:

- *Рамки.* На каждой странице – своя, куча врезов всех цветов радуги, сияющее разнообразие шрифтов (надо же все перепробовать!) – они притягивают взгляд, увлекают в лабиринт и... полностью лишают ориентации. С тем же успехом вы можете, например, броситься на шею директора с криком «Привет!» вместо сдержанного подхода и вежливого «Здравствуйте».
- *Подложка и выворотка.* Прежде чем использовать их, проверьте: выдержит ли ваша техника, реально ли прочитать текст. *Внимание!* Для чистоты эксперимента проверка таких спецэффектов должна проходить на человеке, не знакомом с текстом.
- *Постоянное использование* однажды опробованного удачного приема. Это могут быть фотоленты (493)*, нумерация мыслей и вопросов (421), даже рисунки детей (386). Нельзя утверждать, что подобные приемы запрещены – ни в коем случае! – но для каждого конкретного выпуска следует продумать: действительно ли они подходящие или просто традиционные?
- *Попытка уместить* в одном выпуске все принесенные в редакцию материалы. Вы это делаете, чтобы не обидеть юнкора? Поверьте, на конструктивную критику дети реагируют значительно адекватнее взрослых.
- *И маленький совет:* не пытайтесь фотографировать со вспышкой страницы глянцевого журнала или что-либо через стекло. В первом случае поможет сканер, во втором – штатив.

В содержании:

- *Материал* взят из Интернета и подписан вашим именем. По закону – это кража. Кража интеллектуальной собственности. Вы можете брать информацию из любых открытых источников (разглашать государственную тайну, само собой, не следует), но обрабатывать ее нужно самим.
- *Статьи* притянуты за уши к теме номера. Мы верим, что автор связь с темой чувствует, но чувствовать должен читатель!
- *Информация* понятна только «для своих» (чаще всего школьников, но могут быть, например, рокеры или фотолюбители). Да, каждое издание должно ориентироваться на определенную целевую аудиторию. Но если она состоит только из представителей одной школы, то газета рискует быть интересной только этой школе. Хочется порадоваться за газету «Перемена» (1011): ребята героическими усилиями переписали все статьи «с русского – на русский понятный».
- *Самовосхваление и пропаганда.* Крики «Мы самая лучшая школа (область, страна)!» обычно приятны только самим кричащим, у окружающих же «сила действия равна силе противодействия».

* В скобках – регистрационный номер издания



Из портфолио газеты «Окно»,
школа № 1354, Москва