VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

Grafično oblikovanje tedenskega časopisa in redizajn: študija primera Podjetja za informiranje – Vestnik

Kandidatka: Vanesa Jaušovec

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Medijska produkcija

Mentor predavatelj: mag. Stevan Čukalac, prof. lik. ped.

Mentor v podjetju: Dejan Šmid, univ. dipl. med. kom.

Lektorica: Maja Hajdinjak, mag. slov.

Berkovci, 2023

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisani/a Vanesa Jaušovec sem avtor/ica diplomskega dela z naslovom *Grafično oblikovanje tedenskega časopisa in redizajn: študija primera Podjetja za informiranje – Vestnik*, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom mag. Stevana Čukalca, prof. lik. ped., in Dejana Šmida, univ. dipl. med. kom.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/13, 56/15 in 63/16 – ZKUASP); prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32.a členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Berkovci, februar 2023 Podpis študentke:

ZAHVALA

Zahvaljujem se svojemu mentorju mag. Stevanu Čukalcu ter mentorju v podjetju g. Dejanu Šmidu za vso strokovno pomoč in hitro odzivnost pri pisanju diplomskega dela. Prav tako se zahvaljujem referatu Academie za vse informacije in tehnično pomoč.

Hvala pa tudi moji družini in ekipi Vestnika, ki me je motivirala in stala ob strani pri pisanju diplomskega dela.

POVZETEK

V diplomskem delu smo raziskali zgodovino časopisa in njegovo tipično strukturo. Podrobno smo nato predstavili in analizirali oblikovanje časopisa Vestnik. Ob koncu smo naredili redizajn njegove naslovnice.

Časopis Vestnik je tedenski časopis, ki izhaja vsak četrtek. Pokriva večinoma novice iz Pomurja, vendar v njem lahko preberete tudi novice iz Slovenije in sveta. V diplomskem delu bomo podrobno analizirali ta časopis in naredili redizajn naslovnice. Še prej bomo raziskali zgodovino časopisa, njegove lastnosti in celoten postopek oblikovanja. S praktičnim znanjem bomo potem naredili redizajn naslovnice. Ker s podjetjem sodelujemo, bomo izpostavili tudi trenutna opažanja in naredili primeren izdelek. Raziskali bomo tudi tisk in njegov vpliv na naravo ter trajnost.

Diplomsko delo je razdeljeno na dva dela – teoretični in praktični del. V teoretičnem delu smo raziskali zgodovino, vrsto, strukturo časopisa in njegov tisk. Nato smo si vse to podrobneje ogledali na primeru Vestnika, pri čemer smo analizirali eno številko časopisa. Natančneje smo si ogledali oblikovanje, in sicer postavitev, tipografijo, barve, fotografije … Analizirali smo naslovnico časopisa, eno od tekočih strani s pagino Aktualno in zadnjo stran. Odločili smo se za te strani, saj sta prva in zadnja stran eni od pomembnejših za bralca ter sta prav poseben izziv za oblikovalca. Tekočo stran smo izbrali, da predstavimo vsebino časopisa. Kasneje opišemo postopek oblikovanja časopisa. Natančneje smo opisali, v katerem programu najde oblikovalec članke, nato v katerem programu oblikujemo časopis, kako se lotimo oblikovanja, katere so stalnice, vnašanje samih člankov in fotografij ter oblikovanje le-teh. Dotaknili se bomo tudi priprave za tisk, kako pripravljamo fotografije in PDF formate zanj.

V praktičnem delu smo zasnovali redizajn naslovnice Vestnika. S predhodnim znanjem iz prakse ter med pisanjem diplomskega dela smo s pomočjo razmišljanja in risanja skic našli ustrezen rezultat. Predstavili smo miselni proces pri oblikovanju ter svoje ugotovitve argumentirali. Svoj izdelek smo predstavili tudi podjetju. Želeli smo nadgraditi izgled trenutne naslovnice časopisa, saj je ta že nekaj let enaka.

Ključne besede: *Vestnik, časopis, trajnost, grafično oblikovanje, redizajn*

ABSTRACT

»Graphic design and redesign of a weekly newspaper: a case study Information companies – Vestnik«

In the thesis, we investigated the history of the newspaper and its typical structure. We then presented and analyzed the design of the Vestnik newspaper in detail. At the end, we did the cover redesign.

The Vestnik newspaper is a weekly paper published every Thursday. It mostly covers news from Pomurje, but you can also read about the news from other parts of Slovenia and the world. In my thesis, I will analyze this newspaper in detail and redesign the cover. Before that, I will explore the history of the newspaper, its features and the entire process of creating a newspaper. With practical knowledge, I will then redesign the cover. Since I am working with the company, I will also highlight the current observations and make a suitable product. I will also investigate the printing process and its impact on nature and sustainability.

The thesis is divided into two parts: theoretical and practical. In the theoretical part, we investigated the history, type, composition of the newspaper, and its printing. Then we took a closer look at all of this on the example of Vestnik, analyzing one issue of the newspaper. We took a closer look at the design, namely layout, typography, colors, photos... We analyzed its front page, one of the current pages with the current page and the back page. I decided on these pages, because the first and last are the most important for the reader and are a very special challenge for the designer. I chose the running page to present the contents of the newspaper. Later, I described the process of creating a newspaper in more detail, for example in which program the designer finds the articles, then in which program we design the newspaper, how we start designing, what are the constants, entering the articles and photos and so on. I also touched on the preparation for printing, how photos are prepared and PDF formats for it.

In the practical part, I designed the redesign of Vestnik's cover. With previous knowledge from practice and from writing a thesis, I found an appropriate result with the help of thinking and drawing sketches. I presented the thought process in the design and argued my findings. I also presented my product to the company. I wanted to upgrade the appearance of the current cover of the newspaper, since it has been the same for several years.

Keywords: *Vestnik, newspaper, sustainability, graphic design, redesign*

KAZALO VSEBINE

1 UVOD 6

1.1 Opis področja in opredelitev problema 6

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve 6

1.3 Predpostavke in omejitve 7

1.4 Uporabljene raziskovalne metode 7

2 ČASOPIS KOT GRAFIČNI IZDELEK 8

2.1 Struktura časopisa 12

3 ANALIZA ČASOPISA VESTNIK 15

3.1 Analiza časopisa Večer 20

3.2 Analiza časopisa Delo 23

4 POSTOPEK OBLIKOVANJA ČASOPISA VESTNIK 27

4.1 Uporabljeni program Adobe InDesign 28

4.2 Uporabljeni templati in ostale stalnice v oblikovanju 30

4.3 Vnašanje člankov in fotografij 33

4.4 Obdelava fotografij za tisk 34

4.5 Izvažanje v PDF in priprava za tisk 35

4.6 Tisk 36

4.7 Trajnostna ekološka proizvodnja časopisa 37

5 REDIZDAJN 39

6 ZAKLJUČEK 44

7 LITERATURA 46

8 PRILOGE 48

KAZALO SLIK

Slika 1: Naslovna stran prvega časopisa na svetu, imenovanega Relation 8

Slika 2: Slovenski časopisi 11

Slika 3: Serifna in neserifna črka 12

Slika 4: Prikaz različnih poravnav 13

Slika 5: Naslovnica Vestnika 17. 3. 2022 16

Slika 6: Stran 2 – Aktualno v časopisu Vestnik 17

Slika 7: Zadnja stran Vestnika 19

SLIKA 8: NASLOVNICA ČASOPISA VEČER 21
SLIKA 9: MREŽA ČASOPISA VEČER 22
SLIKA 10: NASLOVNICA ČASOPISA DELO 24
SLIKA 11: MREŽA ČASOPISA DELO 25
SLIKA 12: UPORABNIŠKI PROGRAM EDIS 27
SLIKA 13: SEZNAM ČLANKOV S STATUSOM DTP 28
SLIKA 14: NASLOVNICA VESTNIKA V ADOBE INDESIGN, ... 28
SLIKA 15: ORODJARNA V ADOBE INDESIGN 29
SLIKA 16: PREDLOGA NASLOVNICE VESTNIKA 31
SLIKA 17: ZADNJA STRAN VESTNIKA V ADOBE INDESIGN 32
SLIKA 18: PRIMER VNAŠANJA ČLANKA 33
SLIKA 19: OBDELAVA FOTOGRAFIJE V ADOBE PHOTOSHOP 34
SLIKA 20: PRIPRAVA STRANI ZA TISK V ADOBE ACROBAT PRO 35
SLIKA 21: PROGRAM FILE ZILLA 36
SLIKA 22: SKICE NASLOVNIC 40
SLIKA 23: PRVA VERZIJA REDIZAJNA V PROGRAMU 40
SLIKA 24: TEMPLATE REDIZAJNA NASLOVNICE VESTNIKA 41
SLIKA 25: REDIZAJN NASLOVNICE VESTNIKA Z VSTAVLJENIM BESEDILOM 42
SLIKA 26: SKICE NASLOVNIC 48
SLIKA 27: PRVA VERZIJA REDIZAJNA V PROGRAMU 49
SLIKA 28: TEMPLATE REDIZAJNA NASLOVNICE VESTNIKA 50
SLIKA 29: REDIZAJN NASLOVNICE VESTNIKA Z VSTAVLJENIM BESEDILOM 51

1 UVOD

1.1 Opis področja in opredelitev problema

Časopis je grafični izdelek, ki mora bralcu posredovati sporočilo. Oblikovalec mora zato premišljeno oblikovati besedilo, fotografije, tabele in druge elemente. Oblikovanje mora najprej pritegniti bralca k branju, nato pa mu lajšati pridobivanje želenih informacij. Prav tako moramo skozi edicije in celoten časopis upoštevati določena pravila. Tvoriti se mora kot celota in se ne sme spreminjati zlahka. V diplomskem delu se bomo lotili spremembe, in sicer bomo spremenili naslovnico časopisa.

Skozi praktično oblikovanje smo spoznali, kako bi spremenili določene elemente z vidika bralcev in našega oblikovalskega znanja, ki smo ga pridobili. Zdi se nam, da je naslovnica že nekaj časa enaka in bi sprememba prinesla dobre rezultate. S spremembo bi želeli pridobiti nove naročnike, sploh mlajšo generacijo. Na ta način rešujemo problem upada števila bralcev, saj smo z analizo ugotovili, da časopis prebirajo večinoma starejši.

Ob tem moramo seveda paziti na obstoječe naročnike, kajti te lahko velike spremembe zmotijo, zato bomo najprej analizirali časopis in našli najboljšo rešitev za redizajn. Hkrati bi radi pripomogli k ohranjanju narave, zato bomo raziskali formate časopisa in sestavo papirja.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je analiziranje procesa oblikovanja časopisa. Ob tem želimo skozi preučevanje literature in praktično izobraževanje spoznati vsa oblikovalska pravila. Zanima nas, na kaj je treba paziti pri oblikovanju, da bo naročnika bolj pritegnilo k branju članka. Analizirali bomo eno izmed številk in na podlagi nje izdelali redizajn. S tem želimo vplivati tudi na mlajšo generacijo, saj nočemo, da gre časopis v fizični obliki v pozabo.

Cilj diplomskega dela se je naučiti postopek oblikovanja časopisa. Bolj kot sam postopek pa nas zanima reševanje problemov med oblikovanjem. Prav tako je cilj redizajn obstoječega časopisa, saj želimo pomagati časopisu, da bi s pomočjo sveže oblike ponovno zaživel.

- Hipoteza 1: Tipografija, barve, fotografije so v časopisu iz številke v številko konstantne oziroma podobne.
- Hipoteza 2: Naslovnica je najpomembnejša stran časopisa, z oblikovanjem le-te pritegnemo bralce k nakupu časopisa.

- Hipoteza 3: Pri oblikovanju časopisa je treba upoštevati pravila, vendar je načinov za postavitev strani veliko.
- Hipoteza 4: Papir za časopis je mogoče trajnostno proizvesti ter ga po uporabi predelati.

1.3 Predpostavke in omejitve

Predpostavljamo, da bo pri preoblikovanju časopisa z nami sodelovalo uredništvo in trenutni oblikovalec tega časopisa.

Ob uporabljeni literaturi bo pomemben vir informacij uredništvo časopisa.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

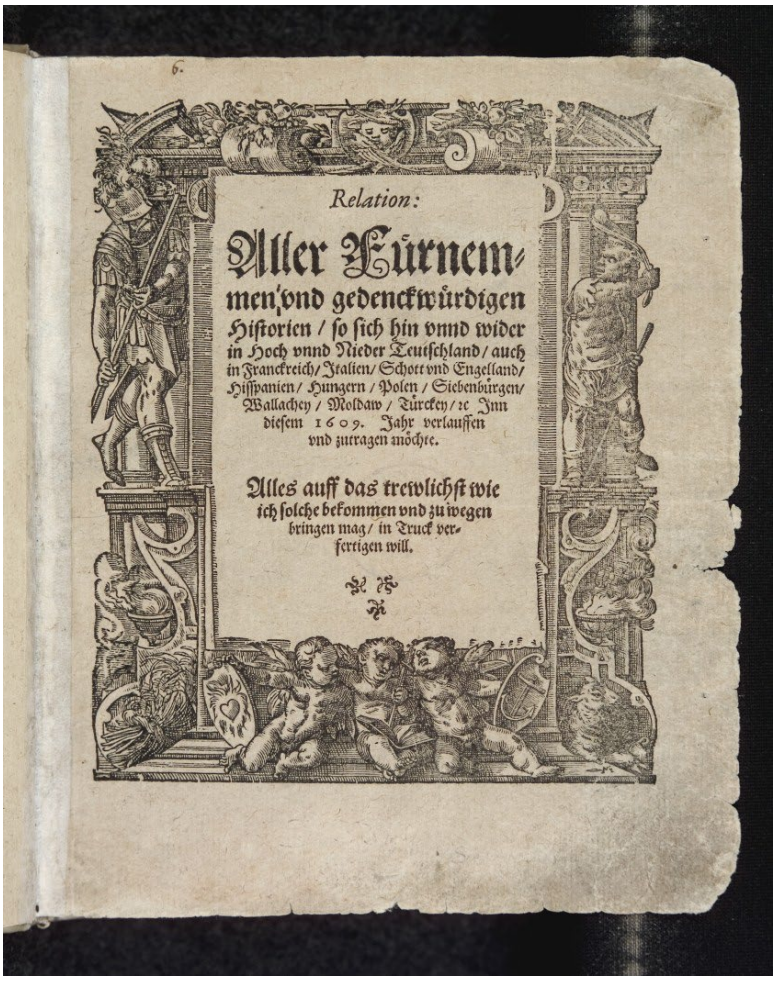
Najprej bomo v teoretičnem delu uporabili metodo študije literature. S pomočjo knjižnih in spletnih virov bomo preiskali zgodovino časopisa in tipične sestavne dele. Nato bomo analizirali časopis Vestnik s pomočjo pridobljenega znanja in uporabe osebnih zapiskov. Vse to bomo uporabili v postopku oblikovanja časopisa Vestnik, nekatere trditve in strokovne izraze pa bomo podkrepili z viri in literaturo.

Sledi praktičen del, v katerem bomo na podlagi ugotovitev iz teoretičnega dela oblikovali najboljšo rešitev za redizajn naslovnice časopisa Vestnik. Osredotočili se bomo na obstoječe znanje ter pravila oblikovanja.

2 ČASOPIS KOT GRAFIČNI IZDELEK

Časopis je periodična publikacija, ki izhaja v določenih časovnih intervalih. Izhaja lahko dnevno, tedensko ali mesečno. Vsebuje novice, informacije in oglase. Natisnjen je predvsem na poceni, umazanem belem papirju, t. i. časopisnem papirju (New World Encyclopedia, 2022).

Najprej so v Rimu leta 59 pr. n. št. uporabljali dnevne novice, imenovane Acta Diurna, leta 748 pa so v Pekingu natisnili prvi tiskani časopis. Leta 1502 je bil v Nemčiji izdan prvi časopis, za katerega so uporabili tiskarski stroj. Po Benetkah so že leta 1566 krožili ročno napisani tedenski listi z novicami, največkrat polni informacij o vojnah in politiki. Od leta 1609 je v Nemčiji začel izhajati prvi tiskani časopis in je izhajal tedensko (New World Encyclopedia, 2022).



Slika 1: Naslovna stran prvega časopisa na svetu, imenovanega Relation

Vir:
(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/61/Relation_Aller_Fuernemmen_und_gedenckwuerdigen_Historien_%281609%29.jpg)

Prvi ameriški časopis je nastal pred 300 leti. Natisnjen je bil na manjši format, podoben brošuri oziroma glasilu. Vseboval je veliko besedila, bil je brez naslovnice. Pomembno je bilo posredovano sporočilo. Po ameriški revolucionarni vojni so začeli oblikovati večkolonske časopise, naslovi so bili provokativni. Pojavili so se tudi oglasi (veliko jih je bilo na prvi strani spodaj) (Harrower, 1991).

V 19. stoletju so časopisi večinoma izgledali enako – naslov in veliko besedila v več kolonah (po navadi 5 kolon). Med državljansko vojno je bilo med naslovom in tekočim besedilom več praznega prostora. Leta 1880 je bila objavljena prva fotografija v časopisu, vendar te niso bile pogoste vse do leta 1900 (Harrower, 1991).

Po letu 1900 so časopisi postali bolj podobni današnjim časopisom. Naslovi so postali večji, bolj krepki in širši. Strani so se začele deliti po rubrikah – zločini, šport, tuje novice … Tako se je prodaja časopisa začela povečevati. Časopisi so vsebovali vedno več fotografij, oglasov in zgodb (Harrower, 1991).

Časopisi izpred 60. let prejšnjega stoletja so kljub vsemu izgledali smešno v primerjavi z današnjimi. Vsebovali so posebne oblike fotografij, moteča mašila, besedila so bila slabo urejena … Kljub vsemu pa so bile oblikovane stalnice, ki jih lahko uporabljamo še danes – več in večje fotografije, naslovi so se bolje ločili od ostalega besedila, stran je vsebovala 6 kolon, prazen beli prostor med kolonami. Z izboljšanjem tiska so v zgodnjih osemdesetih bile natisnjene barvne fotografije (Harrower, 1991).

Poznamo več vrst časopisov. Delimo jih lahko glede na regijo, tematiko ali pogostost izhajanja. Dnevni časopisi, kot nam že samo ime pove, izhajajo dnevno, nekateri z izjemo nedelj in praznikov. Tedenski časopisi so prav tako pogosti, vendar jih je manj. Vsi časopisi vsebujejo distribucijo oglasov in novic, ki pa se razlikujejo glede na območje in edicijo (New World Encyclopedia, 2022).

Aktualni Medianini podatki o branosti tiskanih medijev (obdobje anketiranja: januar 2019–december 2019. Raziskava je bila objavljena 16. marca 2020.)

DNEVNIKI – TEDNIKI – MESEČNIKI

DOSEG ENEGA TISKA	ODSTOTEK
1. Slovenske novice (tabloidni dnevni časopis)	11,9 %
2. Delo (nacionalni dnevni časopis)	9,4 %
3. Dnevnik (dnevni časopis)	6,4 %
4. Večer (splošnoinformativni časopis)	6,3 %
5. Svet24 (dnevni časopis)	4,9 %
6. Primorske novice (regionalni dnevni časopis)	3,1 %
1. Nedeljski dnevnik (vsebinsko vsestranski časopis)	13,7 %
2. Ona (revija)	11,1 %
3. Vikend (revija)	7,7 %
4. Pilot (revija)	7,6 %
5. Nedelo (časopis)	6,5 %
6. Nedeljske novice (revija)	5,6 %
24. Vestnik (pomurski časopis)	1,5 %
1. Abc zdravja (vzgojno-izobraževalna revija)	7,4 %
2. Motorevija (revija o vseh motornih vozilih)	6,8 %
3. Salomonov ugankar (ugankarska revija)	6,1 %
4. Onaplus (ženska revija)	5,6 %
5. Ognjišče (revija z versko vsebino)	4,6 %
6. Vzajemnost (revija za starejšo generacijo)	4,4 %

(Mediana, 2020)

Zgornja tabela nam prikazuje podatke o branosti tiskanih medijev v Sloveniji za leto 2019. Izbrali smo prvih šest dnevnikov, sedem tednikov (vključili smo časopis Vestnik, ki se uvršča na 24. mesto od 34.) in pa šest mesečnikov. Anketiranci so obeh spolov, razpon starosti je 15–75 let, razlikujejo se po statistični regiji in izobrazbi. Iz ankete lahko razberemo najbolj

priljubljene tiskane medije, ki pa so vezani na različni življenjski slog ljudi, demografijo. Med dnevniki so na prvem mestu Slovenske novice. Razberemo lahko, da gre za dnevnik, ki ga lahko bere vsakdo na vsakem koncu Slovenije, saj zajema novice iz celotne Slovenije. Delo in Dnevnik imata največ bralcev iz Ljubljane, kar je posledica glavnega mesta. Sledi jima časopis Večer, ki ima sedež v Mariboru (drugo največje slovensko mesto). Prav tako bi lahko rekli, da je tudi branost tednikov odvisna od demografije. Vestnik je časopis, ki ima pretežno novice iz pomurskega dela Slovenije. Po tem sklepamo, da nekdo iz Primorske ne bo kupil Vestnika (razen v redkih primerih – selitev). Vsi prebivalci Slovenije pa lahko kupijo Nedeljski dnevnik, saj so novice iz celotne Slovenije. Mesečniki se razlikujejo predvsem po vsebini, kar pa je odvisno od interesov anketiranih.



Slika 2: Slovenski časopisi

vir: (https://slovencivangliji.javnost.si/wp-content/uploads/2020/07/tiskovine_slovenia.jpg)

Tisk časopisa se je od osemdesetih let prejšnjega stoletja do danes spremenil iz nizkokakovostnega visokega tiska do visokokakovostnega štiribarvnega ofsetnega tiska. Napredovanje tehnologije računalnikov, opreme, fotografije in tiska je zelo vplivalo na časopise danes. Prav tako poznamo že spletne časopise, kar bi lahko privedlo do izumrtja tiskanega časopisa (New World Encyclopedia, 2022).

2.1 Struktura časopisa

Časopisne strani so ponavadi razdeljene na šest ali več ožjih stolpcev. Ker so vrstice krajše, je tudi velikost pisave manjša. Večjo pazljivost je treba posvetiti deljenju besed in razmikom med črkami in besedami (Parker, 1997).

Optimalna širina stolpca je odvisna od črkovne vrste, koliko stolpčni časopis je in koliko besedila vsebuje. V Vestniku se giblje od 33 do 38 znakov.

Bralec med prebiranjem časopisov in drugih tiskovin ne zaznava videza besedila in naslovov oz. tipografije. Tipografija je veda o črkah, ki preučuje izdelavo črk, pisav ter njihovo uporabo v besedilu. Parker: »Oblika črk, ki sestavljajo besedilo in naslove, ter način, kako so predstavljene, vplivata na obliko in sporočilnost bolj kot katerikoli drugi vizualni element« (Parker, 1997).

Poznavanje tipografije je za oblikovalca izjemnega pomena, saj jo mora uporabiti na pravilen način, kajti od načina zapisa besedila je odvisno, kako bo sporočilo prebrano. Tudi Mesaroš trdi, da nekatera besedila preberemo podzavestno, za nekatera si ne zapomnimo, kaj smo prebrali, ali pa jih sploh ne preberemo (Mesaroš, 1986).



Slika 3: Serifna in neserifna črka

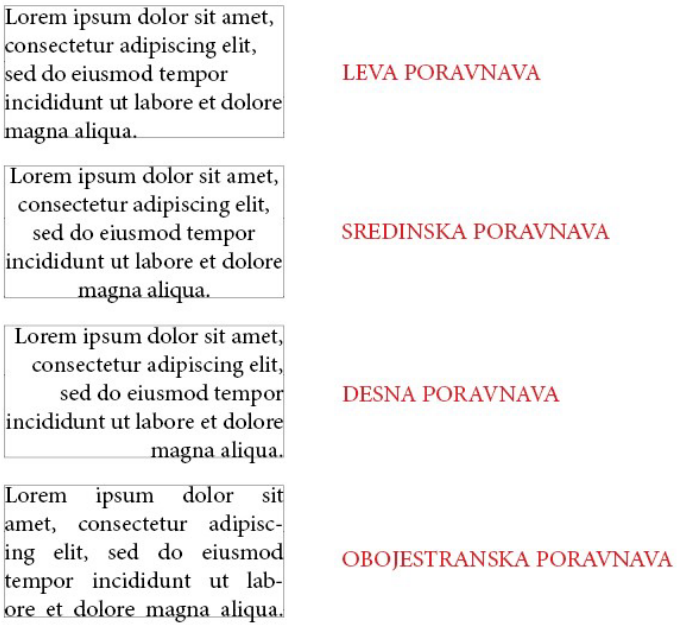
vir: (https://propiar.com/wp-content/uploads/2019/08/1-2.jpg)

Parker: »Za oblikovalca časopisov je izdelava hierarhične lestvice naslovov za raznolike članke na isti strani pomemben izziv« (Parker, 1997).

Naslovi so pomemben dejavnik branosti časopisov, večja velikost članka pa odraža večjo pomembnost članka. Prav tako je pomembna kompozicija članka. Na vrhu naj bo najpomembnejši članek z največjim naslovom. Najpomembnejši članek velikokrat vsebuje inicialko. Inicialka je začetna črka v prvi vrstici besedila, ki pa je za več stopenj večja kot glavno besedilo (Grafičar, 2018).

Parker omenja pomembnost naslovov, in sicer da morajo biti hitro berljivi in takoj razumljivi. Njihova jasnost in preprostost sta zelo pomembni, saj prav to spodbudi bralca k branju. Razlika med naslovom in ostalim besedilom mora biti jasna, tako bo dosežen največji učinek. Velikost naslova mora biti večja od ostalega besedila, tako bo bralec bolje razumel sporočilo. Bolj so kratki in udarni naslovi, boljše je (Parker, 1997).

Prav tako je pomemben odmik med vrsticami. Ta se meri v tipografskih točkah oziroma v določenem odstotku glede na velikost pisave. InDesign izračuna določen odstotek sam. Standardni odmik za tekoče besedilo je ponavadi 120 % vrednosti velikosti pisave. Tako znaša odmik med vrsticami 12 pt z velikostjo pisave 10 pt (Valdec, 2009).



Slika 4: Prikaz različnih poravnav

vir: (Lastni vir)

Zelo pomemben del časopisa so tudi fotografije. Fotografija potrdi resničnost članka. Bralec bo bolj zaupal članku ali oglasu, če je podkrepljen s fotografijo. Velik vpliv ima fotografija na naslovnici, saj že s tem prepriča bralca k nakupu.

Poleg tekočih strani s članki so del časopisa tudi napovedniki, oglasi, koledarji prireditev. Ti so za bralca velikokrat pomembnejši, zato je pomembno, kako jih oblikujemo. Bralec želi do informacij priti hitro in učinkovito.

Najprej opaženi elementi so v zgornjem levem kotu. To je povezano z našo kulturo, kajti beremo z leve proti desni in od zgoraj navzdol. Bralci najprej opazijo fotografijo, trdi Gnidović, šele nato iščejo razlago pod njo, zato je podpis pod fotografijo treba napisati tako, da se bralec seznani s podrobnostmi, ki bi jih moral opaziti. Fotografije je tako primerno postaviti na vrh strani, saj pritegnejo bralčevo pozornost. Če fotografije postavimo na zunanji del strani, pritegnemo bralce ob naključnem listanju. Zadnji prostor, ki ga zazna bralec, je dno, zato tja uvrstimo manj pomembne fotografije (Gnidović, 2005).

Posebnost časopisov so nadaljevalni članki. To so daljši članki, ki se razvrščajo na več straneh (na primeri na naslovnici je začetek, nadaljevanje pa na strani 3). Pri vsakem takem delu oblikovalec jasno označi nadaljevalno vrstico, ki mora biti drugačna od ostalega poznanega oblikovalskega načina.

Pri vnašanju tekočega besedila pazimo, da se nam ne pojavita pankrt ali vdova. Pankrt je prva vrstica novega odstavka in hkrati zadnja vrstica na strani in obratno vdova – zadnja vrstica odstavka in hkrati prva vrstica na novi strani (Možina, 2003).

Pagina so elementi, postavljeni zunaj mreže (vsebujejo npr. ime rubrike, številko strani, logotip, naslov spletne strani). Postavimo jih lahko na levo, desno stran ali v sredino roba papirja, in sicer na zgornji ali spodnji del papirja. Besedila, ki se nanašajo na podobno temo, uvrščamo na enako stran in jim pripišemo ustrezno rubriko. Cilj rubrike je, da pomaga bralcu najti teme, ki ga zanimajo, saj so vedno pod istim imenom. Prav tako je osnovni funkcionalni element številka strani. Priporočljivo za bralca je, da jo uvrščamo na dno, na zunanjo stran roba ali v sredino (Primorac, Šimeg, & Šojat, 2010).

Časopisu preživetje prinesejo oglasi. Kakšne velikosti in koliko jih bo, je odvisno od posamezne številke. Za njih si vsaka časopisna hiša pripravi velikostne standarde, ki ji olajšajo postavitev strani (Parker, 1997).

3 ANALIZA ČASOPISA VESTNIK

Svoje praktično izobraževanje v času šolanja na Academii smo opravljali v medijski hiši Podjetje za informiranje Murska Sobota oz. pri bralcem iz tega okoliša bolj znanem časopisu Vestnik. Vestnik je tedenski časopis, ki izhaja vsak četrtek in bralcem Pomurja prinaša novice iz tega konca.

Podjetje za informiranje Murska Sobota izdaja časopis Vestnik. Pri podjetju smo začeli praktično izobraževanje in od takrat se naše sodelovanje nadaljuje. Vestnik izhaja že več kot 70 let, trenutno pod vodstvom Adriane Gašpar. Podjetje zaposluje skupaj z zunanjimi sodelavci okoli 20 ljudi. Časopis izhaja v povprečni nakladi deset tisoč izvodov. Naročniki so predvsem upokojenci, vendar en izvod prelista celotno gospodinjstvo. Vestnik pokriva življenje v 27 občinah pomurske regije. Letno izide 52 številk in v vsaki je povprečno sto avtorskih člankov. Tednik nagovarja vse generacije, saj uravnoteženo predstavlja različna mnenja o družbeno relevantnih vprašanjih s področja politike, gospodarstva, kulture, izobraževanja, religije, sociale. V časopisu redno spremljajo narodnostno problematiko, ki zajema tudi Slovence v Porabju, hrvaško, madžarsko in romsko skupnost v Prekmurju. Poleg tiskanega medija imajo tudi spletno stran vestnik.si, ki je bolj priljubljena med mlajšimi bralci, objavljajo pa dogajanja v lokalnem okolju, Sloveniji ter tudi po svetu.

V dveh letih sodelovanja smo se tudi sami naučili oblikovati časopis, zato bomo kot analizo uporabili edicijo, ki je produkt našega dela. Gre za enajsto edicijo iz leta 2022, ki je izšla 17. marca. Oblikovali smo časopis na 24 straneh na formatu 311 x 491 mm. To je tudi standardna edicija, kajti vsak zadnji četrtek v mesecu izhaja zraven še priloga Pen. Ob posebnih priložnostih izhaja časopis na 32 straneh ali z drugimi prilogami. Za vsako od teh so vnaprej pripravljene predloge, ki pa jim seveda ni mogoče vedno točno slediti. Prav tako se iz edicije v edicijo lahko spreminjajo vnaprej pripravljene paginacije (Aktualno, Gospodarstvo, Kmetijstvo …).

Oblikovanje časopisa je za oblikovalca vsakič znova izziv, saj nikoli ne ve, koliko besedila, fotografij in ostalih izjem bo moral postaviti na stran. Pri tem pa mora biti pozoren na tehnična pravila.



Slika 5: Naslovnica Vestnika 17. 3. 2022

vir: (Lastni vir)

Vestnikova naslovnica sestoji iz dveh člankov, nosilnega s fotografijo (vsaj trikolonsko) in stranskega. Vsebuje tudi oglase in napovedi člankov. Logotip, črtna koda, edicija, datum, cena in ostale informacije so pozicionirane pod napovedjo in nad glavnim člankom, prav tako aktualna naslovnica revije Stop, ki izhaja skupaj s časopisom. Spodaj in zgoraj sta dodani liniji, da ločita logotip od člankov.

Na naslovnici opazimo različno serifno in neserifno tipografijo. Tipografija je črkovne vrste, pripravljena prav za časopis Vestnik.

Pri nosilnem članku so nadnaslov, naslov in podnaslov, medtem ko sta pri drugem članku samo nadnaslov in naslov. Vsi naslovi so kratki in hitro razumljivi, da bralec lahko takoj sklepa, o čem članek govori. Oblikovalec velikokrat prosi lektorja ali urednika, da mu naslov ali podnaslov skrajša ali doda. Lahko pa tudi že z delitvijo besedila vpliva na izgled strani. Kot že omenjeno, je nosilni članek največje velikosti, saj je najpomembnejši. Ugotovimo lahko tudi, da se prvi odstavek razlikuje od ostalega besedila – ostali odstavki imajo odmik, medtem ko ga prvi nima. Besedilo je poravnano obojestransko v celotnem časopisu, saj tako vzdržujemo preglednost nad kolonami.

Svoj stil ima tudi podpis pod fotografijo skupaj z avtorjem fotografije. Podpis pod fotografijo je napisan krepko, da se takoj loči od ostalega besedila. Zapis avtorja fotografije se zopet razlikuje, in sicer je napisan v verzalkah in ne krepko.

Zanimivost nosilnega članka je misel, ki ima svoj stil in s tem poudari del članka. Oblikovana je v drugem fontu, večji pisavi, naslonjena na levo poravnavo in v modri barvi.

Oba članka se nadaljujeta na naslednje strani, zato imata pod besedilom jasno izraženo, na kateri strani se nadaljujeta.

Fotografija naslovnega članka je velika, s čimer še bolj poudarimo pomembnost in resničnost članka. Ostali dve fotografiji sta samostoječa portreta.

Pomembni so tudi odmiki, saj ti izražajo urejenost in razvidnost člankov.



2 | Vestnik | 17. marec 2022 AKTUALNO www.vestnik.si | e: vestnik@vestnik.si

v premislek

ZATIŠJE

Ines Baler

Vestnikova osebnost Pomurja 2021

Vesel, da je mladim zgled

Med predlaganimi osmimi kandidati vas je najbolj prepričal nogometaš Žiga Kous

Nadaljevanje s 1. strani

Pomembno je, da pridno trenirajo in v nogometa užitkajo,« svetuje mladim športnikom. O prepoznavnosti v tej nadi nogometom navdušeni pokrajini prav tako ni treba izgubljati besed. »Prekmurje živi za nogomet, z Muro pa so nam uspele odlične stvari. Na ulicah Murske Sobote me kdaj ustavijo neznanci, kaj vprašajo, kar se mi zdi lepo, saj smo vsi veseli, če nas kdo prepozna.«

Še ima rezerve

Devetindvajseletni bočni branilec, ki marsikaterega navijača navduši s hitrimi prehodi iz obrambe v napad in natančnimi podajami v kazenski prostor, poudarja, da je nogomet njegov način življenja in si ne predstavlja druge poklicne poti. Potek njegove nogometne kariere s fotografijami in izrezki prispevkov iz medijev skrbno dokumentira njegov oče. »Zelo sem vesel, da to zbira. Mogoče mi zdaj te stvari še ne pomenijo toliko, mi bodo pa čez nekaj let nedvomno vec, ko bom gledal vse te spomine.« Pri tem poudari, da je bolj kot na posamične nagrade, ki jih je deležen prejel kar nekaj, ponosen na doseženo ekipe. »Nogomet je kolektivni šport in največje nagrade so pokalni in državni naslovi,« poudari. Kot tudi, da je še vedno lačen novih izzivov.

»Mura je v preteklem obdobju res dosegla vrhunske rezultate, ampak tu se nameravamo ustaviti. Zavedamo se, da imamo dosti rezerv, tudi jaz osebno, moramo le pametno, skromno in ponižno delati naprej in verjeti, da le kdaj pozitivno uspehe.« si želi sogovornik. Kot eno večjih preloznic v profesionalni karieri navede Murin nadov državnega prvaka v drugi ligi v sezoni 2017/18. »Takrat se je pozitivna zgodba začela. Temelji so bili vrhunsko postavljeni, za kar se zahvaljujem upravnemu odboru in strokovnemu vodstvu, potem pa so vsako leto sledili vrhunski dosežki.« Z njimi pa je rasla tudi nogometna evforija v Murski Soboti, Prekmurju in širše.

Kous, ki je za Muro zbral 227 nastopov in v Evropi zabil največ zadetkov – štiri, omeni dva iz letošnjih kvalifikacij za nastope v Evropi. »Najbolj pomemben je bil gol proti Žalgirisu, saj smo se uvrstili v evropska tekmovanja, najlepši pa gol proti Tottenhamu v Londonu.« Tekma, ki se je bo vedno spominjal, pa je finale slovenskega pokala leta 2020, v katerem sta se pomerila NŠ Mura in Nafta 1903. »Ker smo po dolgem času vrnili lovoriko v klub, katerega navijači si to zaslužijo, pa tudi zaradi prekmurske note.« Po tihem si želi, da se Lendavčani vrnejo v prvo ligo, saj so to derbiji z izrednim nabojem, polnimi tradicij in fantastično atmosfero.

Zgodovinski podvigi pritiskajo velik čustven naboj, pa tudi pritisk. Z zadnjim se je Vestnikova osebnost Pomurja 2021 kar hitro naučila soočati. »Na začetku sem ga občutil, sedaj pa vem, da je to sestavni del športa. Pritisk je treba obe-

Z zmagovalcem smo se srečali na nogometnem igrišču na Tišini, kjer je naredil prve nogometne korake. FOTO: ALEŠ OPOT

Kdo je bil med kandidati?

Glasovali ste lahko za Vero Granfol, učiteljico Osnovne šole Gornja Radgona in aktivno članico Kluba učiteljic in učiteljev globalnega učenja, za Klementa Casarja, predsednika komisije za delo z mladinci pri Gasilski zvezi Šalovci in pobudnika akcije zbiranja odpadnih pločevink, za Ilonijelo Hozjan, dolgoletno vodjo Žrebe kulturnih društev Lendava, za Srečka Kalamarja, ustanoviteljia podjetja Goričanka Kalamar, ki je z odprtjem trgovine v središču Murske Sobote pomagal oživiti mestno jedro, za Zlatko Lebac, prejemnico zlatega znaka, najvišjega priznanja Zbornice zdravstvene in babiške nege, za Žigo Kousa, nogometaša Nogometne šole Mura, za Saro Sukič, mlado podjetnico, ki je odprla prvo »zero waste« trgovino v regiji, in za Lenona Novaka, škofa Evangeličanske cerkve na Slovenskem in duhovnika Evangeličanske cerkvene občine Murska Sobota, ki je dal pobudo za obuditev ekumenskih sprehodov verskih voditeljev po mestu.

Včasih za sok in sendvič

Nogometaša aktualna pogodba s prvoligašem iz Murske Sobote velja do konca maja 2025. »Stoti vprašanj, s čim se bom ukvarjal po karieri, sem že dobil. Se vidi, da nisem več tako rosno mlad,« se pošali Kous in nadaljuje, da želi biti v nogometu še naprej aktiven, ulivati in biti zdrav, potem pa bo videl, kam ga bo pot zanesla. Ure, ki jih ne preživi na nogometnih zelenicah, preživlja z družino. »Doma imam navihanega sina in veliko časa preživimo z njim. Dolgčas nam ni, z prvi Žiga Kous, ki sedaj s partnerico živi na Tišini. Ali tudi sin kaže navdušenje za nogomet? »Star je dobri dve leti in poleg gradbenih strojev ter traktorjev ga zanima tudi žoga. Skoraj vsak dan jo moramo brcati. Mene niso silili v nogomet, tudi jaz ne bom njega. Želim si edino to, da bi se ukvarjal s kakšnim športom,« razkrije 29-letnik.

Nato se je še enkrat vrnil k svojim začetkom, ko so bile razmere za treniranje čisto drugačne. »Komaj smo čakali, da gremo s kolegi na igrišče in igramo. Spomnim se, da smo se najbolj veselili, ko smo po koncu turnirja dobili sok in sendvič. Ti je bilo glavno, za to smo se bojevito borili. Res pa je, da se tedaj razmere nikakor ne morejo primerjati s temi, kot jih imajo fantje sedaj,« sagotavlja.

Kous bo s soigralci v domači Fazaneriji na delu spet v začetku aprila, že v soboto bodo gostovali v Šenčani. »Sedaj časa je potrebnega, da se prilagodiš zahtevam novega trenerja, ampak mislim, da imamo odličnega in ambicioznega mladega trenerja, in upam, da bomo nadaljevali serijo pozitivnih rezultatov,« se je navezal na minule kadrovske spremembe v klubu. Končal pa z besedami, da bodo šli do konca sezone korak za korakom, in dokler obstajajo matematične možnosti za ubanitev državnega naslova, tako dolgo je treba upati in za to delati.

Ines Baler

Reševanje Ceropa

Premiki mimo lastnega roka

Nov odlok javnega podjetja predvidoma do poletja v veljavi

Zanima jih Murska Sobota

Osnutek novega odloka predvideva tričlanski nadzorni svet, ki bi ga sestavljala dva predstavnika občin ustanoviteljic in en predstavnik delavcev. Župani pa so izrazili željo, da bi v nadzornem svetu sedelo šest članov.

Druga pripomba, ki jo navaja Ficko, je predvideni 70-odstotni kvorum za odločanje v svetu ustanoviteljic. V starem odloku namreč velja, da svet ustanoviteljic veljavno odloča, če je na seji navzočih toliko županov, da imajo več kot 50 odstotkov vseh glasov. Svetniki pucomske občine se bodo na današnji seji že seznanili z osnutkom odloka, čeprav ta, kot rečeno, še ni bil uskljajen. Po pojasnilih Ficka želijo od svetnikov slišati njihova morebitna dopolnila, sicer pa naj bi se v enem tednu vse občine izrekle glede pripomb in bi po optimistični oceni lahko novi odlok začel veljati do julija.

Rok Šavel

Slika 6: Stran 2 – Aktualno v časopisu Vestnik

vir: (Lastni vir)

Sledi analiza tekoče strani 2 s paginacijo Aktualno. Natančneje v časopisu Vestnik uporabljamo živo pagino, kar pomeni, da poleg zaporedne številke strani uporabimo tudi besedilo.

V našem primeru poimenujemo strani glede na vrsto članka. Besedilo pagine oziroma kategorija se iz edicije v edicijo minimalno spreminja glede na število novic v določeni kategoriji. Po navadi si sledijo v vrstnem redu: Naslovnica, Aktualno, Gospodarstvo, Kmetijstvo, Izbrano, Ljudje in zgodbe, Iz naših krajev, Mnenja, Kultura, Na sceni, Šport, Razvedrilo, Preprosto uporabno, Zahvale in Nenazadnje.

Poleg zaporedne številke pagina vsebuje tudi pripis Vestnik, datum izdaje, kategorijo člankov, povezavo spletne strani vestnik.si in elektronski naslov Vestnika. Pagino od člankov loči linija.

Stran ima 5 navideznih kolon in to načeloma velja za vse strani Vestnika.

Zanimivost te strani je V premislek. V vsaki ediciji novinar napiše svoje mnenje na neko temo, zato je izbrana drugačna tipografija, in sicer je poševna in serifna. Poravnava je leva, prav tako odstavki nimajo odmika; prvi se začne z inicialko.

V našem primeru sega čez 4 vrstice besedila. Menimo, da je izbor tipografije in poravnave primeren, saj nas na neki način spominja na rokopis, kar lahko povežemo z dnevnikom, v katerem se pisec razpiše subjektivno. V premislek po navadi vsebuje misel, s katero novinar podkrepi članek.

Opazimo lahko, da je edina barva, ki se ob črni pojavi v časopisu Vestnik, modra. To je v skladu s celostno grafično podobo podjetja. Tudi logotip Vestnika je moder. Na tej strani sta dva okvirja s podlago modre barve, enake kot je misel.

Na strani imamo dva članka, in sicer nosilnega, ki se nadaljuje z naslovne strani. Ponovijo se nadnaslov, naslov in podnaslov z enakimi karakteristikami. Pred prvim odstavkom je jasno označeno, da gre za nadaljevanje članka s 1. strani. Članek ima dva mednaslova, ki imata ustvarjen poseben stil.

Poravnava besedila in odmiki so enaki kot že na prvi strani. Obojestranska poravnava daje formalen videz.

Posebnost nosilnega članka je fotografija, ki je trikolonska, kar je dokaj veliko glede na to, da je na fotografiji samo ena oseba. Načeloma se držimo pravila, da so fotografije večje, ko so skupinske. V tem primeru pa sem argumentirala velikost fotografije z njeno vsebino in vsebino članka, kajti gre za nogometaša, ki je osvojil naziv Vestnikove osebnosti Pomurja 2021. Na fotografiji stoji pred golom, z žogo in na igrišču na Tišini, kjer je naredil prve nogometne

korake. Ravno ta primer je izjema, ki kaže na to, da se oblikovalec ne more držati vseh pravil, temveč mora poznati tudi vsebino članka, saj bo le tako stran pristna in prijazna bralcu.

Drugi članek je ločen z linijo in nosi manjši naslov.



Ana Protner – nova slovenska vinska kraljica

V vinarstvo vpeta že od malega

Prizadevala si bo predvsem za kulturo uživanja vina pri mladih

«Spijemo manj, a pijemo bolj kakovostno. In to je pot k uspehu.«

Za svoje vino je izbrala renski rizling, letnik 2019.

Slika 7: Zadnja stran Vestnika

vir: (Lastni vir)

Zadnja stran časopisa Vestnik se razlikuje od tekočih strani, in sicer ima zraven članka na desni strani dodane posebne rubrike. Te so pozicionirane na levo stran in so stalnica vsake edicije. Najbolj zgoraj imamo rubriko Vestnikov utrinek, kjer objavimo fotografijo, ki nam jo posredujejo bralci. Besedilo se razteza čez dve navidezni koloni in je levo poravnano. Pomembne informacije so odebeljene.

Linija spet loči rubriki; pod Vestnikovim utrinkom je anketa, ki je objavljena na spletni strani vestnik.si. Najprej je aktualna anketa, nato anketa prejšnjega tedna z rezultati. Anketa je postavljena dvokolonsko in ima prav tako odebeljene pomembne informacije.

Sledi vreme, in sicer najprej napoved od četrtka do ponedeljka za Mursko Soboto. Vreme je spet na modri podlagi, zapisani sta najnižja in najvišja dnevna temperatura ter ikona, ki prikazuje, kakšno vreme bo kateri dan (sončno, oblačno, deževno …). Potem sledi fotografija Slovenije in za vsak večji kraj najnižja in najvišja temperatura z ikono vremena za četrtek. Na desni strani imamo še informacije o vzhodu in zahodu sonca ter dolžini dneva. Vse te informacije so oblikovane tako, da so bralcu hitro jasne. Sledi besedilo o vremenu in počutju, potem pa spet vremenska napoved za tri določene kraje (Lendava, Radenci in Krajinski park Goričko). Nato zopet sledi besedilo.

Na desni strani zadnje strani je vedno Vestnikov koledar – dnevi od četrtka do srede z imeni, ki godujejo na posamezni dan.

Na desni strani so trikolonsko uvrščeni članki. V tej ediciji je eden, lahko pa jih je tudi več. Na zadnji strani so izbrani posebni članki, kajti lahko bi rekli, da je za naslovnico zadnja stran druga najpomembnejša stran časopisa, zato mora pritegniti bralčevo pozornost.

3.1 Analiza časopisa Večer

Vestnik je edini časopis, ki pokriva severovzhodni del Slovenije, natančneje Pomurje, zato ga bomo primerjali s štajerskim časopisom Večer, s katerim večkrat tudi sodelujemo (ena od strani v Večeru se nanaša na pomurski konec, kjer so objavljeni naši članki in fotografije). Časopis Večer pokriva novice predvsem z območja Štajerske ter izhaja dnevno. Vsebinsko je podoben časopisu Vestnik, le da je ciljna skupina širša, saj gre za večji konec Slovenije. Format je enak kot pri Vestniku – 311 x 491 mm.



BOBdneva

Boris Petković, filmski režiser: "Mislim, da je bil prostor osebne svobode takrat v osemdesetih mnogo večji, kot je danes, ko vendarle na vsakem koraku vlada neka cenzura ali avtocenzura."

STRAN 9

Šport

Messi in druščina v finalu

STRAN 14

V žarišču

Pahor vrnil odlikovanja

STRANI 2, 5

VEČER

SREDA, 14. DECEMBRA 2022

LXXVIII 289 (23756) vecer.com 1,70 € (20 HRK)

Šport

Najboljša med najboljšimi

Atlet Kristjan Čeh, smučarska skakalka Urša Bogataj in mešana ekipa v smučarskih skokih so športniki leta

Društvo športnih novinarjev Slovenije je izbralo najboljše športnike v minulem letu. V moški konkurenci je svetovni prvak v metu diska Kristjan Čeh s 174 točkami premagal prvega kolesarja na svetovni jakostni lestvici Tadeja Pogačarja (141) in srebrnega veleslalomista z olimpijskih iger Žana Kranjca (119).

V ženski konkurenci je 109 novinarjev najbolj prepričala Urša Bogataj, ki je na olimpijskih igrah osvojila zlati medalji tako v posamični konkurenci kot z mešano ekipno tekmo. V slednji so sodelovali še Nika Križnar, Peter Prevc in Timi Zajc ter postali najboljša športna ekipa leta. Bogatajeva je z 231 točkami v posamični konkurenci tesno slavila pred zmagovalko svetovnega pokala v športnem plezanju Janjo Garnbret (229), tretja je bila še ena smučarska skakalka Nika Križnar, ki se je ob ekipnem zlatu ovenčala še s posamičnim olimpijskim bronom.

Nagrado za obetavno športno osebnost leta je prejela Pia Babnik, ki se prebija med najboljše golfistke na svetu, nagrada za fair play pa je pripadla biatlonki Poloni Klemenčič in njeni fizioterapevtki Uli Hafner, ki sta kasnejši olimpijski prvakinji Marte Olsbu Roiseland našli in vrnili izgubljeno merilno napravo za puško. **(šr)**

STRANI 14, 15

V žarišču

Golob po vzgledu Drnovška?

Preverili smo, ali pri organiziranju Golobovega varovanja res zgolj sledijo zgledu iz časa Janeza Drnovška

STRAN 3

Črna kronika

Sporno ugašanje luči na avtocestah

Nad delno ugasnjeno razsvetljavo na avtocestah in hitrih cestah na AMZS niso navdušeni, za odločitev Darsa so izvedeli iz njihovega sporočila za javnost.

STRAN 13

Po svetu

Skrajna desnica v Trstu nagaja

Kako je biti Slovenec v Italiji v času vladanja desničarske vlade Georgie Meloni

Predsednika Pahor in Mattarella sta z gestami sprave odprla pot sožitju, dialogu in bolj sproščeni klimi, da je naše sobivanje lažje, pravi predsednica SKGZ Ksenija Dobrila.

STRAN 7

V žarišču

Dežurni zdravniki ostajajo

Po silovitem uporu lokalnih skupnosti proti ukinjanju dežurnih zdravnikov delovna skupina ministrstva za zdravje išče nove rešitve. Uradno bodo predlog predstavili januarja. Spremembe dostopnosti dežurnih zdravnikov, ki so neuradno pricurljale v javnost, so sprožile plaz ogorčenja, protestnih pisem in opozoril lokalnih skupnosti. Na okope so se postavili župani in direktorji zdravstvenih domov, kjer bi ponoči in ob koncu tedna po predlogu delovne skupine na ministrstvu za zdravje, ki smuje spremembe, ostali brez dežurne zdravniške službe. Nov predlog, ki ga je skupina včeraj imela na mizi, naj bi predvideval, da noben kraj, ki ga že ima, ne bi ostal brez dežurnega zdravnika. Vendar pa bodo poskušali doseči, da se prav vsi kraji vključijo v dispečersko službo. Tako želijo pridobiti podatke o tem, kaj se točno dogaja na terenu. **(dr)**

STRAN 4

Slika 8: Naslovnica časopisa Večer

vir: Facebook Večer



Slika 9: Mreža časopisa Večer

vir: (Lastni vir)

Večerova naslovnica ima na vrhu izjavo dneva in dve napovedi člankov s slikama in stranjo, kjer se članka nahajata. Vse skupaj je nato ločeno z linijo, ki je na naslovnici večkrat uporabljena z namenom večje preglednosti. Prav tako je posebnost časopisa Večer oranžna barva; spomnimo se, da je pri Vestniku modra. Sledi črtna koda, logotip in datum izvoda. Zraven nosilne fotografije na levi strani se nahaja še kolofon. Naslovna fotografija je največja in s tem sporoča, da je najpomembnejši tudi članek. Kategorija članka, naslov in podnaslov so uvrščeni na fotografijo. Kategorija članka je vedno na oranžni podlagi z belim napisom. Pod fotografijo je že nekaj besedila članka v štirih kolonah, na koncu besedila pa je označeno nadaljevanje tega članka. Pod glavnim člankom se nahaja še drugi najpomembnejši članek, ki vsebuje dvokolonsko fotografijo, nato pa zraven kategorijo in naslov, nekaj besedila in

nadaljevanje. Kot smo lahko opazili, ima tudi časopis Večer 5 navideznih kolon. Zadnja kolona, čisto desna stran časopisa, vsebuje še tri napovedi člankov. Prva vsebuje kategorijo članka, naslov, fotografijo in podnaslov. Naslednja vsebuje samo naslov ter nekaj besedila, zadnja pa naslov, podnaslov, fotografijo in že nekaj glavnega besedila. Prav tako imajo vse na koncu zapisano stran, na kateri najdemo celotni članek. Opazili smo, da so avtorji fotografij navedeni na desni strani le-te, v glavnih dveh člankih pa je ob koncu besedila v oklepaju navedena začetnica avtorja članka.

Če primerjamo časopisa, lahko najprej opazimo podobnost v njuni zgradbi – napovedi, logotip in nato nosilni članek. Prav tako oba vsebujeta linijo med napovedmi in logotipom. Oba imata 5 navideznih kolon in od tega je zadnja, čisto desna, ločena. Vestnikova naslovnica na desni strani vsebuje vodoravni članek, Večerova pa vodoravne napovedi člankov. Za samo strukturo bi torej lahko rekli, da je precej podobna, opazimo pa takoj, da Večer nima podpisov pod fotografijami. Prav tako smo izbrali edicijo Večera, ki ne vsebuje nobenega plačanega oglasa. Zanimiva razlika se nam zdi nosilni članek pri časopisu Večer, saj fotografija vsebuje naslov, kar se nam zdi, da zelo dobro poudarja pomembnost članka.

3.2 Analiza časopisa Delo

Časopis Delo je slovenski nacionalni dnevni časopis. Izhaja v glavnem mestu, torej v Ljubljani, kar nam lahko sporoča tudi, da gre za najpomembnejši oziroma najbolj prepoznaven časopis v Sloveniji. Delo je večjega formata, in sicer 380 x 580 mm.



DELO

VEDETI VEČ POMENI IMETI MOČ

Najbolj sijali zvezdi Čeha in Bogatajeve

Športnik leta V Cankarjevem domu so razglasili najboljše po izboru športnih novinarjev – Ekipa leta so zlati skakalci

ŠPORTNIK LETA

Vse večja odvisnost od tuje roke

Bobnarjeva spet v policijo

Martina Dalić, šefica Podravke

Znane bodo podrobnosti stavke

Fides Danes naj bi se sestal stavkovni odbor

Argentinci končali sanje Hrvatov

Delova osebnost leta 2022

ZDA se vidijo kot favorit pri gradnji Neka 2

Evropska solidarnost le v območju udobja

Zamejska gospodarska koordinacija

Tudi Trubar je poznal poprtnik

Staro mesto, ki ljubi tudi mlade zgodbe

Ko se vse dovoli in vse odpušča

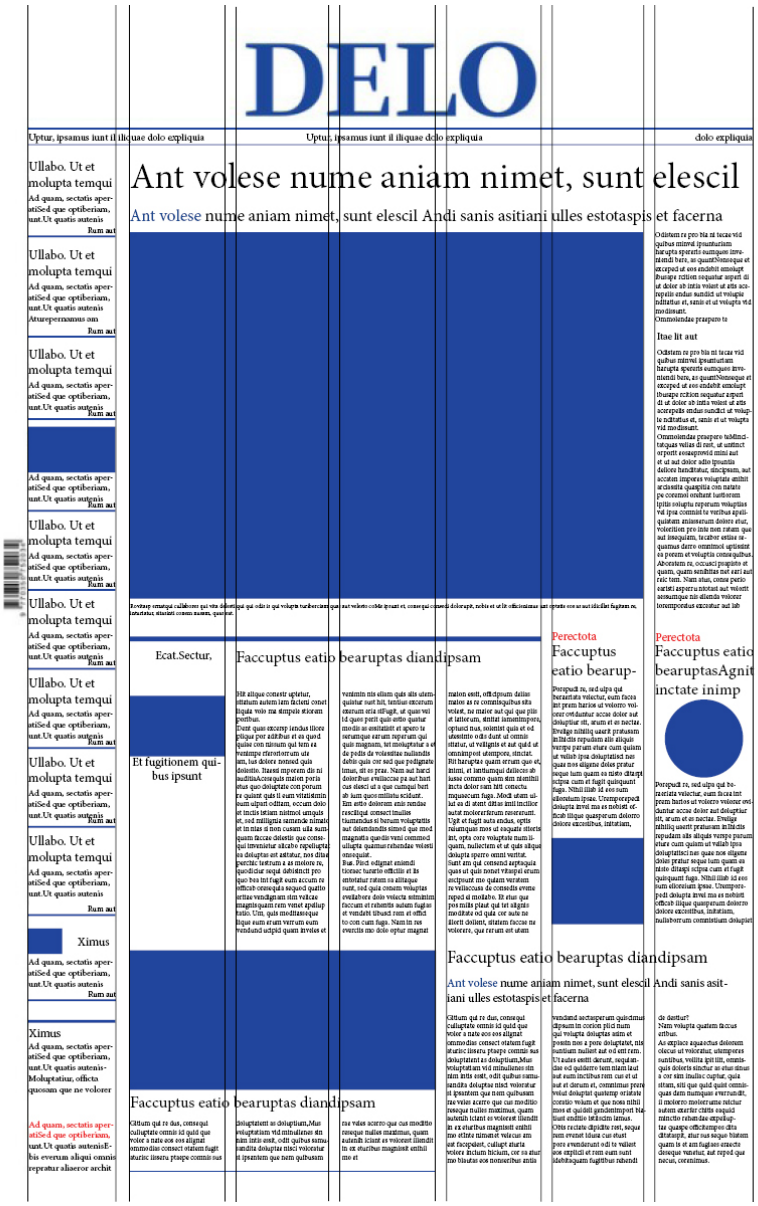
Nagajiva deklica in cirkuški upokojenec

Iskrica

Morda se sliši arogantno, vendar sem kot Mount Everest.

Vladimir Kličko

vir: (https://www.delo.si/tisk/viewer?source=delo&y=2022&md=1214#pagemode=thumbs)



Slika 11: Mreža časopisa Delo

vir: (Lastni vir)

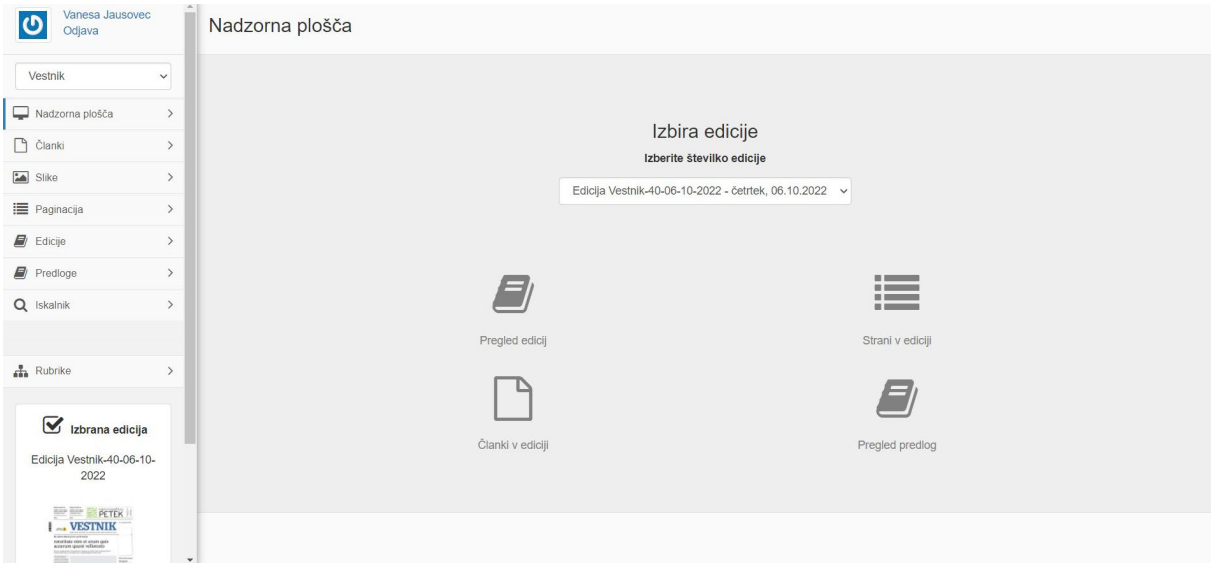
Naslovnica časopisa Delo se na prvi pogled kar razlikuje od naslovnic časopisov Vestnik in Večer. Najprej lahko opazimo logotip, nato linijo in pod njo kolofon ter spet linijo. Na čisto levi strani, v prvi koloni, se navpično nahajajo napovedi člankov. Te vsebujejo naslov, podnaslov, kategorijo in stran. Ločuje jih linija, ki je modre barve tako kot tudi logotip Dela. Ravno zato se modra barva večkrat ponavlja. Na desni strani se nato pod linijo nahaja nosilni članek, ki vsebuje naslov, podnaslov, fotografijo in desno ob fotografiji besedilo. Fotografija ima podpis. Pod nosilnim člankom lahko v štirih kolonah opazimo temo dneva, ki vsebuje fotografijo avtorja, besedilo in misel. Pomembna razlika je ta, da ima naslovnica časopisa Delo kar 7 kolon. Poleg teme dneva sta tako še dva različna vodoravna članka. Vsebujeta kategorijo,

označeno z rdečo barvo, naslov, besedilo, fotografijo ter stran. Pod temi tremi članki se nahajata še dva članka. Prvi s fotografijo, naslovom in besedilom, drugi pa z naslovom, podnaslovom, besedilom, portretom in stranjo.

Opazimo lahko, da ima časopis Delo med vsemi tremi časopisi na naslovnici največ vsebine, kar je posledica tega, da gre za najpomembnejši časopis. Vsi trije časopisi imajo skupno točko – linije ter svojo osnovno barvo poleg črne. Opazimo lahko tudi to, da Delo nima neke močne predloge, po kateri izhajajo edicije, kajti pomembni sta jim vsebina in količina člankov. Ima precej več elementov, kar pa po našem mnenju predstavlja oblikovalcu tudi večji izziv.

4 POSTOPEK OBLIKOVANJA ČASOPISA VESTNIK

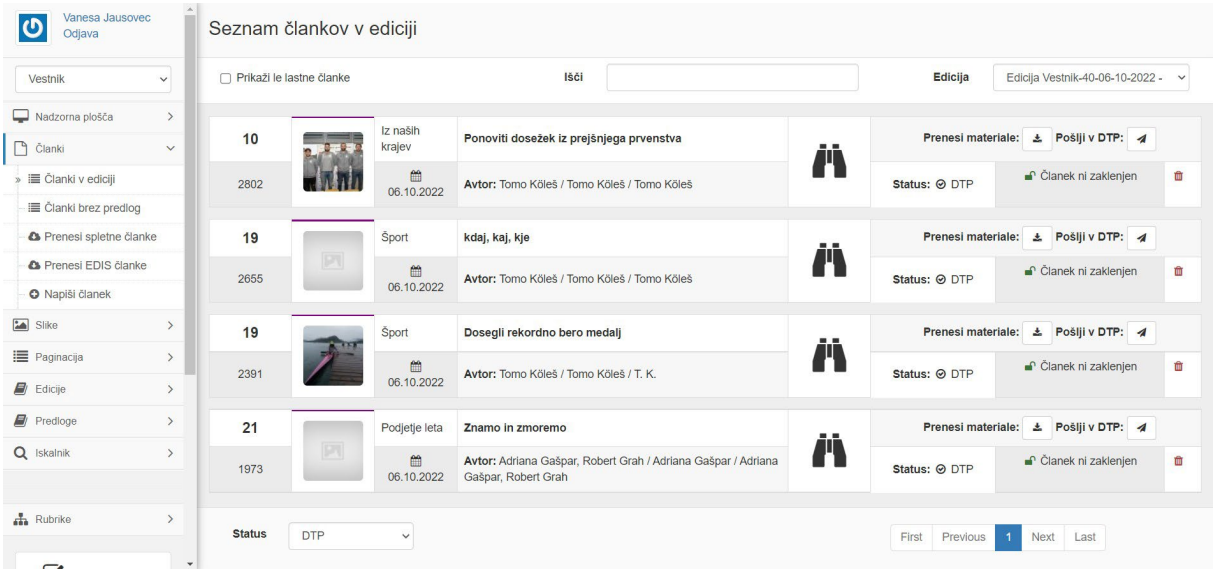
Za začetek oblikovanja je kot prvo potreben material – v našem primeru članki. V našem podjetju jih najdemo v uporabniškem programu, imenovanem Edis. Uporabljamo ga vsi zaposleni (novinarji, urednik, lektor, fotografi in oblikovalci). V programu najdemo arhiv edicij časopisa, fotografije, članke, predogled strani časopisa.



Slika 12: Uporabniški program Edis

vir: (Lastni vir)

Za grafičnega oblikovalca je najpomembnejša mapa Članki, in sicer status DTP. Statusi člankov si sledijo: novinar, urednik, lektor in nato DTP. Če pogledamo spodnjo fotografijo, nam ta prikazuje seznam člankov, ki so pripravljeni na postavitev. Za lažjo orientacijo imamo že označeno, na katero stran je posamezni članek umeščen, koliko je znakov, ali ima fotografijo, kako se imenuje paginacija, kdo je avtor članka … Oblikovalec klikne funkcijo »pošlji v DTP« in se mu avtomatsko prenese v ustrezno mapo na računalnik.



Slika 13: Seznam člankov s statusom DTP

vir: (Lastni vir)

Oblikovalec v mapo prav tako ročno kopira ustrezne vnaprej pripravljene predloge tekočih strani v programu Adobe InDesign.

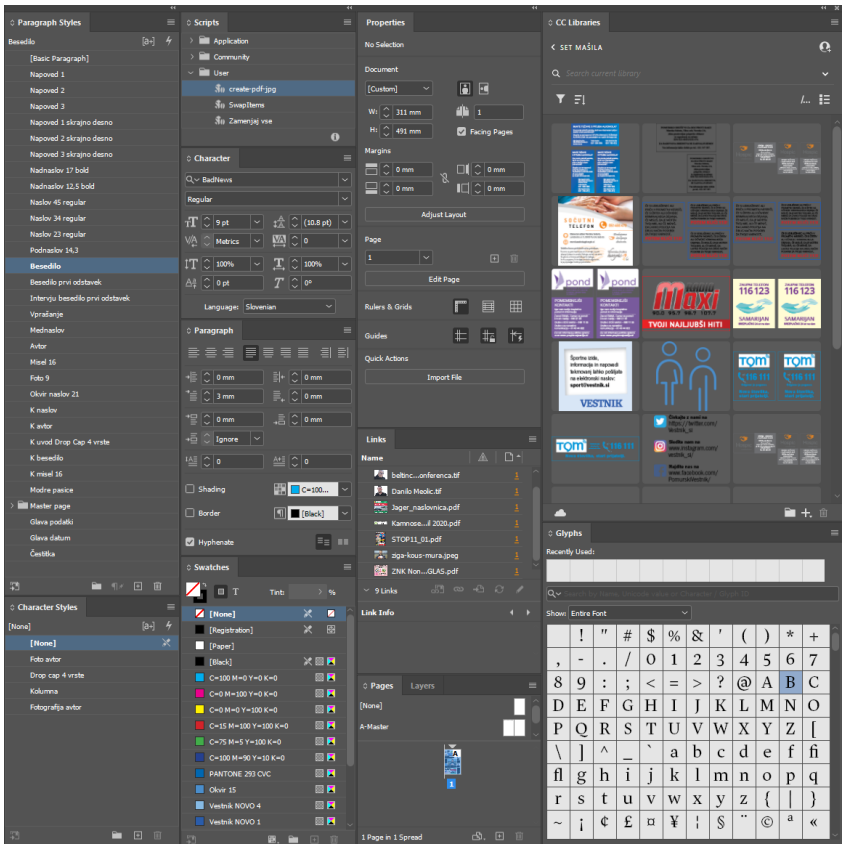
4.1 Uporabljeni program Adobe InDesign

Uporabljamo vodilno programsko opremo za postavitev in oblikovanje strani za tiskane in digitalne medije. Z Adobe InDesign lahko ustvarimo raznoliko grafično oblikovanje. Vsebuje namreč vse, kar potrebujemo za izdelavo tiskovin in interaktivnih dokumentov (Adobe, 2022).



Slika 14: Naslovnica Vestnika v Adobe InDesign,

vir: (Lastni vir)



Slika 15: Orodjarna v Adobe InDesign

vir: (Lastni vir)

Zgornja fotografija prikazuje naslovnico v programu Adobe InDesign, spodnja pa del orodij za oblikovanje le-te. Kot lahko vidimo na zgornji, je Vestnik razdeljen na 5 navideznih kolon, druga fotografija pa prikazuje najpogosteje uporabljena orodja, in sicer Paragraph in Character Style – orodja z določenimi stili besedila. Tukaj je vnaprej določeno, kako velika bo pisava, katera tipografija je izbrana, kakšne barve je besedilo … V drugi vrstici zgoraj je okence Scripts. Tukaj uporabljamo naložene 3 skripte – skripto »zamenjaj vse« uporabimo, ko uvozimo besedilo iz mape v program. Skripta deluje tako, da vso besedilo »očisti« nepotrebnih znakov, ki se lahko uvozijo iz drugih programov, v katerih je bil napisan članek. Skripta »Swap Items«, kot nam lahko že samo ime pove, nam olajša oblikovanje dveh objektov. Primer: fotografijo smo že namestili na željeno mesto, a jo hočemo zamenjati z drugo, zato označimo obe fotografiji, poženemo skripto z dvojnim klikom in zamenjali bosta poziciji druga druge. Skripta »Create-pdf-jpg« pa naredi predogled strani v uporabniškem programu Edis. Tako je torej stran vidna vsem zaposlenim.

Character, Paragraph in Swatches imamo tudi na prvi fotografiji zgoraj, le da imamo tukaj še dodatne možnosti, sploh možnost Hypenate v okencu Paragraph uporabimo velikokrat. S tem

označimo, če besedilo delimo ali ne. V okencu Properties nastavljamo osnovne nastavitve dokumenta (velikost, položaj, margine, strani, ravnilo, mrežo …). V okencu Links so vidne vse fotografije in oglasi z zunanjo povezavo. V tem okencu lahko hitro preverimo, ali so vse fotografije v ustreznem barvnem prostoru za tisk – CMYK.

Pages nam sporoča, na kateri strani delamo, s pomočjo A-Masterja pa nam oblikovanje gre hitreje, saj iz številke v številko v A-Masterju ostajajo stalnice, kot npr. pagina, naslovje, linije … Layers nam pretvori vsak del v svoj objekt – besedilo, fotografijo, podpise, naslove … Layerje lahko združujemo, zaklepamo, skrijemo …

V CC Libraries oziroma knjižnicah se nahajajo objekti, ki jih večkrat uporabimo. Na fotografiji na primer vidimo mašila. Ta nam velikokrat pomagajo pri oblikovanju, ko ne vemo, kako bi drugače zapolnili prostor. V knjižnicah imamo tudi set oglasov. S tem si oblikovalec pomaga, koliko prostora mu bodo zasedli oglasi in da na njih ne pozabi. Zadnji okvirček Glyphs vsebuje posebne znake in črke. Osebno smo iz tega okvirčka največkrat uporabili narekovaje.

Vredne omembe so tukaj tudi bližnjice. Med delom smo se priučili hitrih bližnjic do orodij. Tako delo poteka hitreje, hkrati pa na neki način bolje spoznamo program.

4.2 Uporabljeni templati in ostale stalnice v oblikovanju

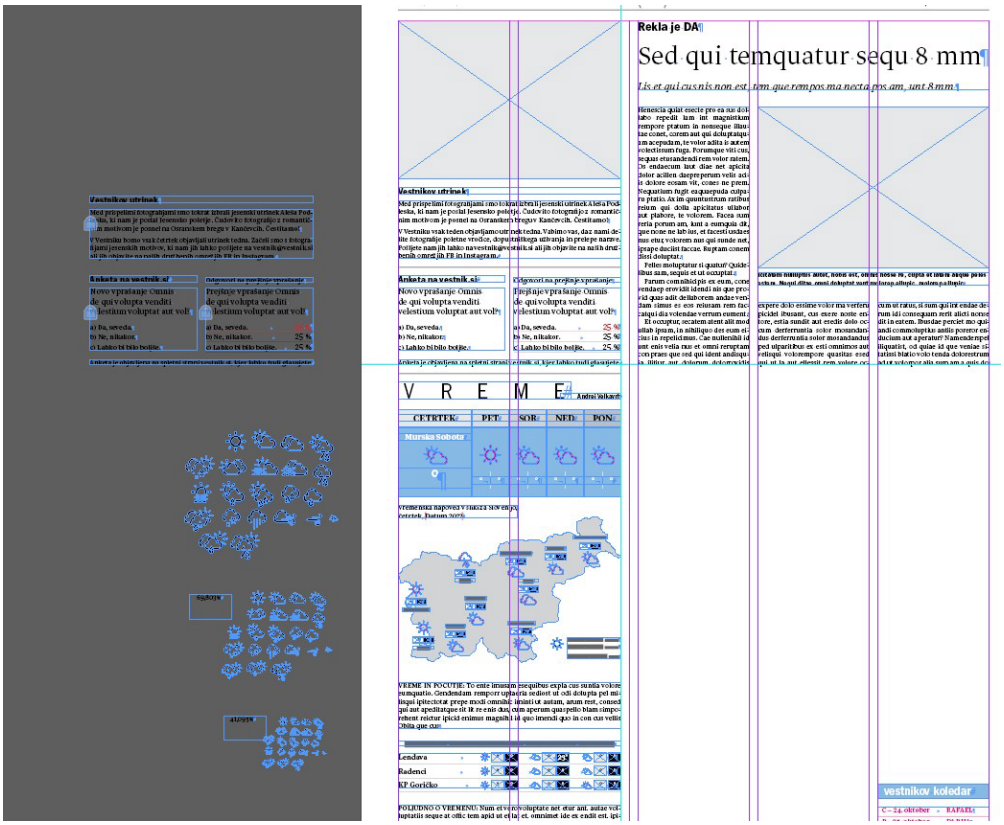
Da je oblikovanje iz številke v številko enostavnejše, imamo pripravljene template oziroma predloge.



Slika 16: Predloga naslovnice Vestnika

vir: (Lastni vir)

Tako na primer izgleda prva stran, ko začnemo z oblikovanjem. Pomembne stalnice na prvi strani so črtna koda, vrednost časopisa v Media baru, naslov, kraj, leto, številka edicije, ime glavnega urednika, cena in datum. Ostalo – napovedi in članka – je nastavljeno približno oziroma tako, kakor bi bilo idealno, vse pa je kasneje odvisno od materiala, ki ga dobimo. Pripravljen je tudi prostor (na desni strani) za naslovnico revije Stop, ki izhaja skupaj z Vestnikom. V predlogi sta dva pravokotnika za naslovnico, saj poleg Stopa lahko izhaja še kakšna priloga; konec meseca vedno Pen.

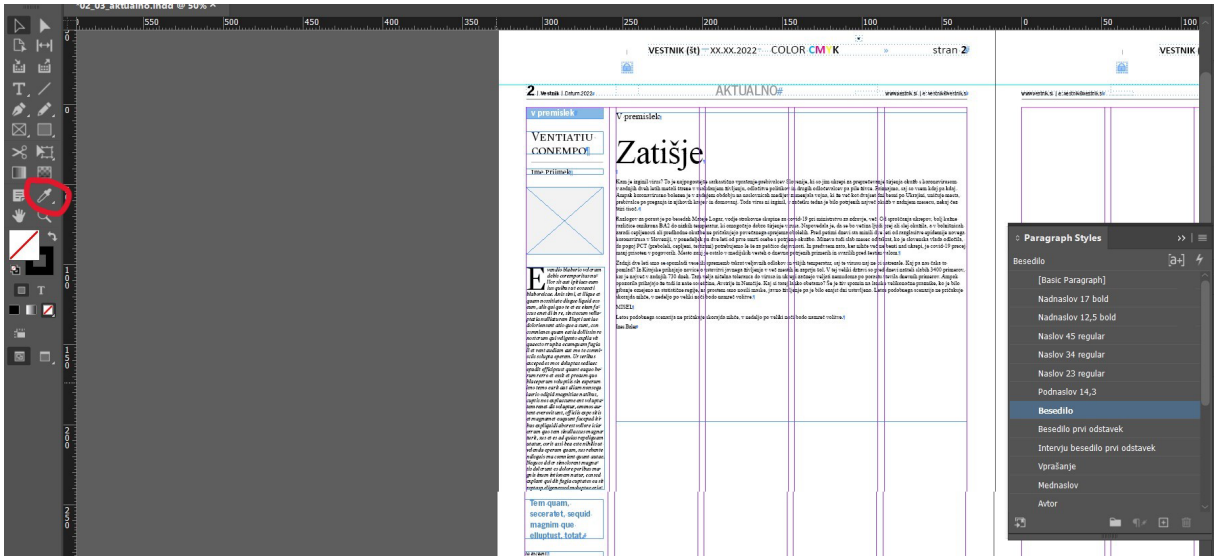


Slika 17: Zadnja stran Vestnika v Adobe InDesign

vir: (Lastni vir)

Prav posebna predloga je zadnja stran. V delovnem okolju izven strani se nahajajo namreč vse ikone za pripravo vremena, najlažje in najhitreje pa jih menjamo z zgoraj navedeno skripto Swap Items. Pri anketi vnesemo rezultate zadnji dan pred izdajo časopisa. Koledar in utrinek ponavadi vnesemo že takoj v četrtek, s pipeto prenesemo stil na vneseno besedilo in zamenjamo. V predlogi je prostora za dva članka ali več, lahko pa je v končni obliki tudi samo eden.

4.3 *Vnašanje člankov in fotografij*

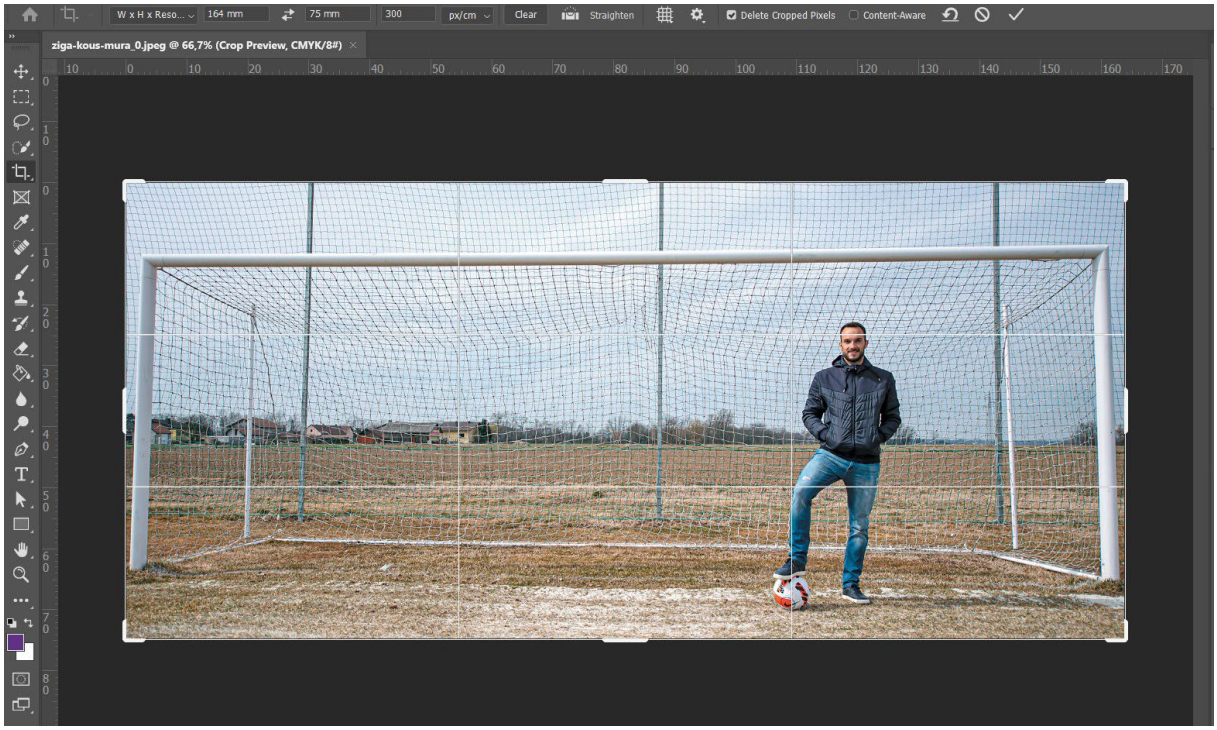


Slika 18: Primer vnašanja članka

vir: (Lastni vir)

Fotografija nam prikazuje, kako izgleda besedilo, ko ga vnesemo v program. Nato uporabimo skripto »zamenjaj vse« in označimo naslov ter uporabimo orodje, ki je označeno na fotografiji (pipeto). Stil prenesemo tako, da kliknemo na naslov iz predloge. Tako nadaljujemo z vsem besedilom, lahko pa tudi označimo vneseno besedilo in kliknemo na izbrani stil iz okvirčka na desni – Paragraph Styles. V predlogi so pravilno nastavljeni tudi odmiki, vendar pozicija misli ni vedno smiselna. Lahko jo premikamo, odmaknjena pa mora biti zmeraj 8 pt od besedila. Fotografija v premisleku je že obdelana za tisk, saj so vsi portreti novinarjev pripravljeni v ta namen. Ostale fotografije se nahajajo v mapi zraven članka. Kot oblikovalec določimo ustrezno mesto le-te. Osebno obdelamo fotografijo, ko članek ustrezno vstavimo.

4.4 *Obdelava fotografij za tisk*



Slika 19: Obdelava fotografije v Adobe Photoshop

vir: (Lastni vir)

Fotografije urejamo v programu Adobe Photoshop. Najprej jo obrežemo na približno enako velikost, kot smo si pustili prostora v Adobe InDesignu (osebno si raje pustimo malenkost več fotografije, da jo potem lahko urejamo še naknadno). Pri tem pazimo na resolucijo 300 dpi. Uporabljam še orodja Levels, Shadows/Highlights, Color Balance, Selective Color, Unsharp Mask in pa kot zadnjo spremenimo fotografijo v barvni prostor CMYK. Fotografije za tisk posvetlimo toliko, da izgledajo mogoče malenkost presvetljene, saj jih tisk potemni. Če je le delček fotografije pretemen ali presvetel, uporabimo še orodje Quick Selection (s tem orodjem označimo določeni del in urejamo samo tisti del). Velikokrat uporabljamo tudi Red Eye orodje, da popravimo rdeče oči. Prav tako portretnim fotografijam velikokrat odstranimo ozadje.

Našteli smo orodja, ki jih uporabljamo vsakodnevno. Izjemoma seveda uporabljamo tudi druga, saj kot oblikovalec nikoli ne veš, kakšno fotografijo boš dobil.

V podjetju uporabljamo enak sistem za barvno upravljanje kot v tiskarni. Sistem skrbi za konsistenco barv med različnimi napravami, kar pomeni, da nam skuša prikazovati enake barve na zaslonu, kot bodo potem v tisku. To se imenuje barvni profil ICC, ki ga morajo vsebovati

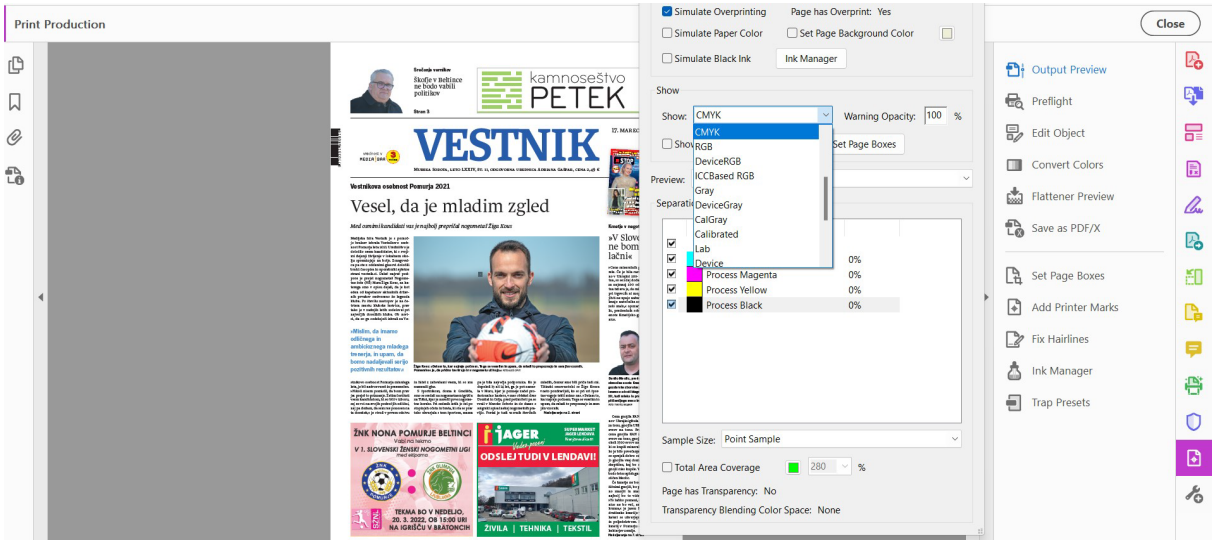
vsi programi za obdelovanje datotek z barvami, sicer ne bo pravega učinka. Tudi izhodne naprave ga morajo vsebovati (Adobe, 2000).

4.5 Izvažanje v PDF in priprava za tisk

Ko oblikovalec stran dopolni, delo še ni končano. Najprej vsako stran po zapolnitvi natisne, nato jo pregledata urednik in lektor. Oblikovalec vnese popravke in nato stran izvozi v PDF.

PDF (Adobe Portable Document Format) je format, ki ni odvisen od tipa izhodne naprave, operacijskega sistema ali računalnika. Datoteke s tem zapisom si lahko ogledujemo, arhiviramo in tiskamo. Prav tako z zapisom v PDF tiskovino ohranimo najvišje kakovosti tipografije, barve in grafike (Adobe, 2000).

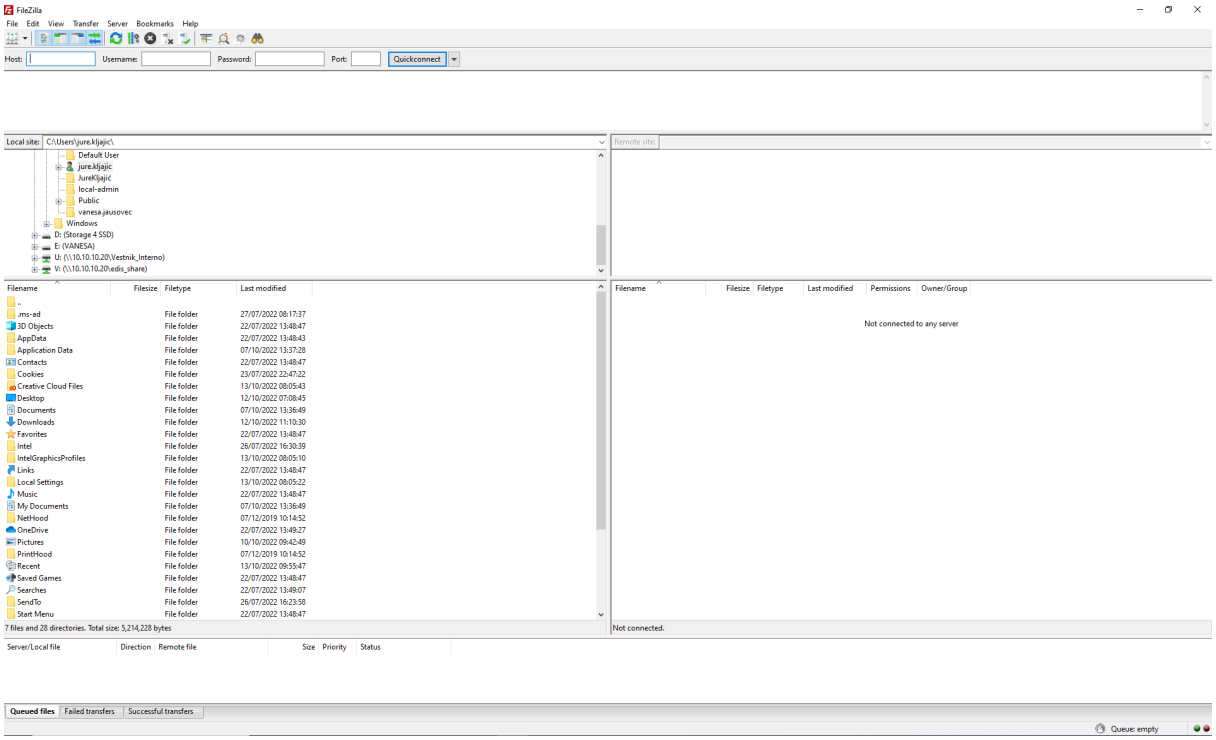
Vsaka stran se posebej izvaža v ustrezen PDF, ki so nam ga predpisali v tiskarni. To storimo v programu InDesign – file – adobe PDF presents in izberemo ustreznega. Shranimo ga v ustrezno mapo in pazimo, da izvozimo samo eno stran. Nato odpremo izvoženo stran v Adobe Acrobat Pro, izberemo orodje Print Production in funkcijo Output Preview. Odpre se nam okence, v katerem preverimo barve CMYK (ne sme se nahajati nobena druga barva) ter preverimo, če ni nobene fotografije v RGB.



Slika 20: Priprava strani za tisk v Adobe Acrobat Pro

vir: (Lastni vir)

Ko se v mapi Tiskarna nahajajo vsi dokumenti (ponavadi je to 24 dokumentov/strani), pošljemo te v tiskarno. To storimo s programom File Zilla.



Slika 21: Program File Zilla

vir: (Lastni vir)

4.6 Tisk

Časopis Vestnik se tiska v Ljubljani v tiskarni Salomon, d. o. o. Veljajo za ene vodilnih slovenskih tiskarjev na področju rotacijskega tiska (tako imenovani »offset tisk«). Ukvarjajo se ravno s tiskanjem visoko nakladnih dnevnih in regionalnih časopisov, revij, katalogov, letakov in brošur. Zagotavljajo tehnično in vsebinsko urejanje tiskovin, oblikovanje, grafično pripravo za tisk, tiskanje in distribucijo na točno določene naslove (tudi v tujino) (Salomon, 2022).

Offset tisk zagotavlja visoko kakovost, a hkrati je njegova značilnost hitrost. Ime izhaja iz sestave stroja – tiska se iz dveh valjev. Prvi valj z matrico prenese obarvani motiv na drugi, offset valj pa motiv odtisne na podlago. Pri tem pa je najpomembnejša kombinacija barve in vode. Offset tisk velja za cenovno najugodnejšega pri večjih nakladah (Dikplast, 2022).

Časopisni papir je specifičen papir, sestavljen pretežno iz recikliranih vlaken v kombinaciji z mehanskimi vlakni. Izbiramo lahko med več gramaturami (40/42,5/45/48,8/52 …) in belino (55–60 %, 65 %, 70 % ...) (Vipap Green Solutions, 2022).

Vestnik je natisnjen na papir gramature 45 g/m^2 in ima belino 55–60 %.

Vestnik se na koncu vlaga pola na polo (vlaganje), kar pomeni, da ne potrebuje nadaljnje dodelave (šivanja z žico, sponkami, lepljenja v hrbet …).

4.7 Trajnostna ekološka proizvodnja časopisa

Ljudje se vedno bolj zavedamo svojega vpliva na okolje, zato je tudi pri tisku treba paziti na količino odpadkov. Napredek tehnologije omogoča dobaviteljem tiska okolju prijaznejše načine tiskanja ter proizvodnjo trajnostne tiskovine brez vpliva na kakovost.

Eden od načinov je vsekakor izbira papirja. Kot smo lahko prebrali v prejšnjih poglavjih, je časopisni papir iz recikliranih vlaken. Danes lahko izbiramo tudi med papirjem, narejenim iz bambusa, sladkornega trsa, manga … Kot pravi predsednica zaveze Two Sides North America, kjer vidijo papir kot okolju prijazen material, Kathi Rowzie: »Papir je eden redkih izdelkov, za katerega že lahko trdimo, da ima resnično krožen življenjski cikel.« Papir pridobivajo iz dreves, ki nenehno rastejo, energija, s katero ga pridelujejo, pa je ogljično nevtralno biogorivo. Rabljeni papir se nenehno reciklira v druge materiale, hitreje kot kateri koli drugi material (vodilna v tem je Kanada, ki reciklira 70 % papirja in kartona v druge materiale) (SJC, 2022).

Z leti je naraslo tudi zanimanje za brezdrevesni oziroma alternativni papir. Kot alternativa za izdelavo papirja je možna uporaba rastlin, kot so navadna konoplja, pšenica, industrijska konoplja … Vpliv kmetijske celuloze kot zamenjave za lesno celulozo za izdelavo papirja še ni znan, lahko pa povemo, da ima ogromen potencial (Jedlička, 2009).

Tisk še danes izstopa kot sredstvo množične komunikacije, in sicer zaradi namere in oprijemljivosti. Mnogo ljudi še v digitalni dobi želi prejeti informacije na papirju, kar ni narobe, saj digitalno ne pomeni tudi prijaznejše okolju (leta 2016 je bilo zavrženih 435 tisoč ton mobilnih telefonov) (KPM, 2022).

Naslednji način je izbira črnila. Danes obstajajo že nestrupeni tonerji na osnovi soje in zelenjave (Multi Print Media, 2022). Če hočemo tiskati s sojinimi črnili, moramo sicer izpolnjevati določene standarde. Vsebnost soje v črnilu se mora gibati od 7 do 40 % (Jedlička, 2009).

Trajnosten je tudi LED UV način tiskanja, saj z uporabo ultravijolične svetlobe barve takoj posušimo in ni potreben premaz. Porabi tudi manj energije zaradi takojšnjega vklopa/izklopa med opravili in tako zmanjša skupne emisije CO_2. K ohranjanju okolja pripomoremo tudi s tem, da tiskamo obojestransko (B&B press, 2022).

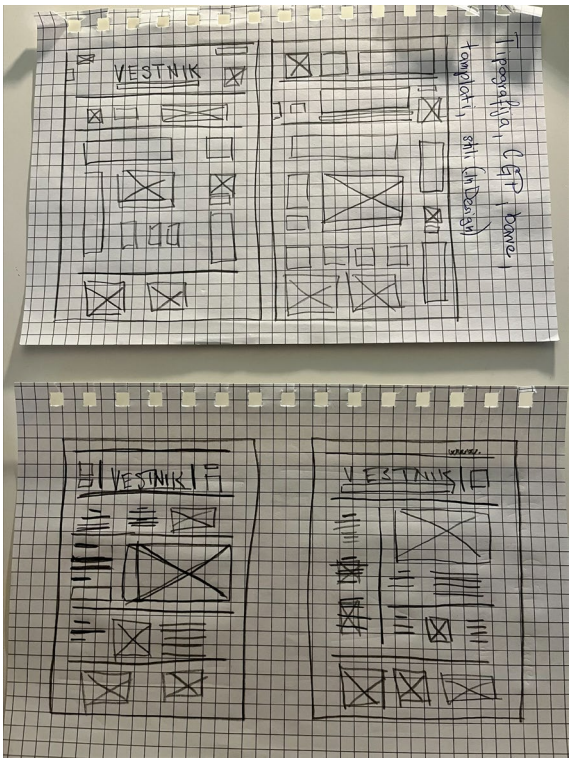
K zmanjšanju odpadkov pripomoremo tudi v zaključnem postopku obdelave. Papir lahko preprosto vlagamo in ne šivamo, različne premaze opustimo, časopisa pa ne pakiramo v plastične ovoje.

5 REDIZDAJN

Naslovnica je najpomembnejša stran tiskovnega materiala (ne samo časopisa, tudi revije). Prvi stik, prvi vtis je prvo zaznavanje vsebine, ki jo ponuja časopis. Naloga naslovnice je, da privabi bralce k branju, vsebina pa mora biti zanimiva, privlačna in vizualno mikavna. Raziskava pravi (sicer velja za revijo, vendar ni drugače pri časopisu), da ko človek kupuje katerokoli revijo, potrebuje 15 sekund, da izbere točno določeno. Človeško oko zajema majhno področje, a kljub temu hitro zajame informacije in sprejme vizualne dražljaje po pomembnosti. Na naslovnici bralec vedno najprej opazi fotografijo, trdijo avtorji knjige »Grafično oblikovanje«. Ta je dominanten element vsakega dizajna naslovnice, zato je izbira fotografije najpomembnejša. Bralci na naslovnicah najraje vidijo ljudi, zato je to najpogostejša fotografija na naslovnici (Dabner, Calver, & Casey, 2011).

Pod točko 3 smo podrobno analizirali časopis Vestnik. Na podlagi tega in teoretičnih načel smo izdelali redizajn naslovnice. Uporabili smo znanje, pridobljeno v tem časopisnem podjetju, in znanje, pridobljeno med pisanjem diplomskega dela. Kot že omenjeno, se je pri oblikovanju težko držati vseh pravil, saj se vedno pojavlja vrsta vprašanj – katero pisavo izbrati, kakšne barve, kakšna naj bo mreža, koliko naj bo slikovnega in tekstovnega materiala … Osebno nam je bil največji izziv, kako preoblikovati naslovnico, ki se bo izšla v vsaki ediciji.

Pri preoblikovanju smo morali najprej odmisliti vsa pravila, ki se jih ponavadi moramo držati pri oblikovanju časopisa Vestnik, saj nas je to omejevalo pri t. i. brainstormingu. Če pravil nismo odmislili, se nam je začelo pojavljati veliko vprašanj, kot na primer kako oblikovati plačane oglase na naslovnici, saj te po navadi že dobimo oblikovane, tako da bi za njih morali že vnaprej imeti pripravljen prostor. Vse to smo si skicirali na papir in nato poskusili narediti končni produkt v programu. Ker nam sprva redizajn ni odgovarjal oziroma nam ni bil zadosti spremenjen, smo vsa pravila odmislili. Vzeli smo papir in še enkrat skicirali naslovnico, kot bi bila všeč nam (seveda z upoštevanjem oblikovalskih pravil). V pomoč so nam bili tudi drugi primeri časopisov in revij, najdeni na spletu ali v fizični obliki.



Slika 22: Skice naslovnic

vir: (Lastni vir)



Slika 23: Prva verzija redizajna v programu

vir: (Lastni vir)



Slika 24: Template redizajna naslovnice Vestnika

vir: (Lastni vir)

17. MAREC 2022

vrednost v MEDIA BAR 3 TOČKE

VESTNIK

MURSKA SOBOTA - LETO LXXIV - ŠT. 11 - ODGOVORNA UREDNICA ADRIANA GAŠPAR - CENA 2,49 €



Srečanje vernikov

Škofje v Beltince ne bodo vabili politikov

Škofje poudarjajo, da gre za versko srečanje v duhu solidarnosti in enotnosti

Stran 3

Reševanje Ceropa

Premiki mimo lastnega roka

Nov odlok javnega podjetja predvidoma do poletja v veljavi

Stran 2

Tragedija dobila epilog

Dve leti zapora za smrt prijatelja

Prometna nesreča se je zgodila 2. maja 2020 na lokalni cesti med Vaneč o in Šalamenci

Stran 3

Visokovodni nasipi ob Muri

Za izboljšanje poplavne varnosti

Na območju štirih občin bo obnovljenih ali na novo zgrajenih okoli 40 kilometrov nasipov

Stran 4



FOTO: ALEŠ ČARGO

Vesel, da je mladim zgled

Žiga Kous: »Delam to, kar najraje počnem. Tega se veselim in upam, da mladi to prepoznajo in sem jim vzornik. Pomembno je, da pridno trenirajo in v nogometu uživajo.«

Medijska hiša Vestnik je s pomočjo bralcev izbrala Vestnikovo osebnost Pomurja leta 2021. Uredništvo je določilo osem kandidatov, ki s svojimi dejanji življenje v lokalnem okolju spreminjajo na bolje. Zmagovalca pa ste z oddanimi glasovi določili bralci časopisa in uporabniki spletne strani vestnik.si. Daleč največ podpore je prejel nogometaš Nogometne šole (NŠ) Mura Žiga Kous, za katerega smo v opisu dejali, da je kot eden od kapetanov aktualnih državnih prvakov nedvomno že legenda kluba. Po številu nastopov je na četrtem mestu klubske lestvice, prav tako je v zadnjih letih sodeloval pri največjih dosežkih kluba. Ob novici, da so ga sodelujoči izbrali za Vestnikovo osebnost Pomurja minulega leta, je bil nadvse vesel in presenečen. »Nikoli nisem pomislil, da bom prav jaz prejel to priznanje. Želim čestitati vsem kandidatom, ki so bili v izboru, saj so vsi na svojih področjih odlični, naj pa dodam, da sem res ponosen na ta dosežek,« je strnil v prvem odzivu in hitel z zahvalami vsem, ki so mu namenili glas.

S športnikom, doma iz Gradišča, smo se srečali na nogometnem igrišču na Tišini, kjer je naredil prve nogometne korake.

Nadaljevanje na 2. strani

»V Sloveniji ne bomo lačni«

Danilo Meolic o tem, kakšne posledice bo imela rast cen mineralnih gnojil in energentov za slovensko kmetijstvo

»Cene mineralnih gnojil so ponorele. Če je bila rast cen pred vojno v Ukrajini 200- do 300-odstotna, so se zdaj dodatno dvignile še za najmanj 200 odstotkov. Dodatna težava je, da mineralnih gnojil pri trgovcih ni mogoče dobiti, saj jih ti ne upajo nabaviti, razen če že imajo naročnika zanje. Teh pa je zelo malo,« opozarja Danilo Meolic, predsednik soboške območne enote Kmetijsko-gozdarske zbornice.

Cena gnojila KAN se je pred vojno v Ukrajini gibala okoli 650 evrov za tono, gnojila UREA pa okoli 900 evrov na tono. Prejšnji teden je cena gnojila KAN narasla na 900 evrov na tono, gnojila UREA pa na okoli 1500 evrov na tono. »Kmetje, ki so kupili mineralna gnojila lani, ko je bilo povečanje 300-odstotno, so sprejeli dobro odločitev in imajo gnojila vsaj doma. Sem pa zelo skeptičen, kaj bo s kmetijami, ki gnojil niso kupile. Vprašanje je, ali bodo letos sploh gnojili,« je pesimističen Meolic.

Če kmetje ne bodo gnojili z dušičnimi gnojili, bo pridelek bistveno manjši in manj kakovosten, najbolj bo to vidno pri pšenici. »To lahko pomeni, da krušne pšenice ne bo več, ampak bo samo krmna,« je jasen Meolic, ki vodi družinsko kmetijo v Bakovcih, na kateri se ukvarjajo s prašičerejo in poljedelstvom. Kot ena večjih kmetij v Pomurju obdelujejo 230 hektarjev zemlje. Razmere na kmetijskih trgih so se po ruski invaziji v Ukrajini še zaostrile. Ukrajina je namreč pomembna izvoznica žita, a danes se ukrajinski kmetje bolj kot s poljedelstvom ukvarjajo z odvažanjem ruskih tankov.

Nadaljevanje na 7. strani



Slika 25: Redizajn naslovnice Vestnika z vstavljenim besedilom

vir: (Lastni vir)

Naslovnico smo preoblikovali tako, da smo logotip umestili na sam vrh. Tako smo pridobili prostor za glavno fotografijo. Pomembno je, da je glavna fotografija kolikor se da velika in da ni v sredini formata. Trenutno se časopis prepogne ravno na glavni fotografiji, kar pa zmanjša njeno vidnost. V preoblikovanem osnutku pa bralec najprej zagleda celotno fotografijo. Napovedi, ki so prej bile na vrhu, smo umestili navpično na levo stran časopisa. Vse skupaj smo ločili z linijo. Linijo smo uporabili večkrat, saj z ločitvijo posameznih delov časopisa stran izgleda urejeno. Najpomembnejši je naslovni članek z udarnim naslovom, ki smo ga umestili v sredino (med besedilo). Prav tako smo spremenili margine in kolone same naslovnice. Prej je bila naslovnica zgrajena iz 5 navideznih kolon, sedaj smo jih spremenili na 4. Tudi razmik med kolonami (gutter) smo povečali, saj se nam zdi pomemben tudi prazen prostor. Tako stran bolj diha in besedila niso videti natlačena. Nadaljevanje besedila bo na naslednjih straneh, kot je to že sedaj, vendar ker smo dali prednost praznemu prostoru in večjim fotografijam, bo posledično manj besedila na naslovnici. Podpis pod fotografijo smo uvrstili med samo besedilo, le da je ta del besedila odebeljen. Avtorje fotografij smo navedli na zgornji desni strani fotografije. V spodnjem delu naslovnice smo imeli v mislih prostor za dva oglasa, ki pa ju zlahka nadomestimo s še enim ali dvema člankoma. Odmike med besedili in fotografijami smo spremenili na 10 pt in 5 pt. Prav tako smo spremenili vrsto pisave. Za naslove in tekoče besedilo smo izbrali Ratio Modern, ostalo besedilo pa je črkovne družine Futura PT. O izbiri fonta smo se odločali na podlagi zgodovine časopisov. Zdi se nam, da časopisi delujejo bolje v serifnih vrstah, informacijski del besedila pa v neserifnih, te so bralcu hitro razvidne. Tekoče besedilo smo poravnali obojestransko.

6 ZAKLJUČEK

Med pisanjem diplomskega dela smo raziskovali zgodovino časopisa, njegovo strukturo in pravila oblikovanja. Pridobljeno znanje smo uporabili pri preoblikovanju časopisne naslovnice Vestnika v praktičnem delu naloge.

Na podlagi edicije Vestnika, ki je nastala lani marca, smo raziskali pravila oblikovanja in strukturo oblikovanja časopisov. Podrobneje smo si ogledali sam postopek oblikovanja časopisa – od pisanja člankov pa vse do pošiljanja končnih grafičnih strani v tiskarno. Tako smo spoznali tudi programe, s katerimi upravlja ta medijska hiša.

V praktičnem delu smo se lotili preoblikovanja naslovnice tega časopisa. Na podlagi predhodnega znanja in zastavljenih ciljev v diplomskem delu smo izbrali najustreznejšo.

Da smo prišli do najustreznejše rešitve, smo si pred začetkom oblikovanja zastavili štiri hipoteze, na katere smo bili osredotočeni med samim oblikovanjem.

Prvo hipotezo potrjujemo, saj smo med raziskovanjem oblikovanja časopisa Vestnik spoznali pravila, ki jih ima ta časopis. Videli smo vnaprej pripravljene stile za besedila (Paragraph, Charachter Style) in pa shranjene barve v orodjarni Swatches. Fotografije se navezujejo na samo vsebino članka, oblikovane pa so po istem principu – portreti manjši, skupinske fotografije večkolonske …

Drugo hipotezo prav tako potrjujemo. Naslovnica pritegne bralca do branja. Bralca z našo izbiro prepričamo že v 15 sekundah.

Tudi **tretja hipoteza** drži, saj smo pri analizi spoznali, da lahko isti časopis z istimi članki in pravili postavimo na več različnih načinov.

Četrto hipotezo smo potrdili, saj je časopis eden bolj trajnostnih načinov komunikacije. Papir ima krožen življenjski cikel in je tako prijazen do okolja. Mogoči so še trajnejši načini tiskanja časopisov, na primer izbira ekoloških črnil.

Med preoblikovanjem naslovnice smo izbirali med več oblikami, da smo prišli do primerne. Morali smo skoraj popolnoma odmisliti dosedanja pravila oblikovanja, saj sicer nismo prišli do idealne rešitve. Poglobili smo se v sedanjo obliko in si začrtali, kaj nas moti in kako bi to spremenili. Začrtali smo si nove cilje in cilje podjetja oziroma bralcev. Prav tako smo si ogledali obstoječe časopise na našem trgu.

Med pisanjem diplomskega dela in preoblikovanjem naslovnice časopisa smo pridobili veliko novega znanja ter predhodno nadgradili, predvsem pa smo stopili iz okvirjev in pogledali na oblikovanje časopisa z druge strani. Med delom v tem podjetju smo bili namreč osredotočeni na njihova pravila. Med pisanjem diplomskega dela smo raziskali še druga pravila in drugačne načine oblikovanja. Bolje smo spoznali zgodovino časopisa in drugih tiskovin, hkrati pa nas je veselilo sodelovanje s podjetjem, s katerim smo uspešno sodelovali ves čas nastajanja tega dela in sodelujemo še sedaj. Pomagali so nam spoznati celoten postopek oblikovanja časopisa in nam pomagali pri nadgradnji znanja.

7 LITERATURA

Adobe. (2000). *Od zamisli do tiskovine.* Ljubljana: Pasadena.

Adobe. (15. oktober 2022). *Adobe*. Pridobljeno iz Adobe InDesign: https://www.adobe.com/si/products/indesign.html

B&B press. (18. november 2022). Pridobljeno iz 5 of the Latest Sustainable Printing Methods: https://www.bbpress.co.uk/news/sustainable-printing-methods-used-in-the-printing-industry

Dabner, Calver, & Casey. (2011). *Grafično oblikovanje.* London: Tehniška založba Slovenije, d. d.

Dikplast. (18. november 2022). Pridobljeno iz Dikplast: https://www.dikplast.si/kaj-je-offset-tisk

Gnidović, G. (2005). *Dizajn za časopise.* Magazine Training Institute.

Grafičar. (20. november 2018). *Grafičar*. Pridobljeno iz Tipografski geslovnik: https://www.graficar.si/index.php/geslovniki/19-tipografski-geslovnik#p

Harrower, T. (1991). *Newspaper designers handbook.* Dubuque, IA: Dubuque, IA : Wm. C. Brown Publishers.

Jedlička, W. (2009). *Sustainable Graphic Design.* New Jersey: John Wiley&Sons, Inc.

KPM. (18. november 2022). Pridobljeno iz Print sustainability: https://kpmgroup.co.uk/print-sustainability/

Mediana. (16. marec 2020). *Mediana.si*. Pridobljeno iz AKTUALNI MEDIANA TGI PODATKI O BRANOSTI TISKANIH MEDIJEV: https://www.mediana.si/aktualni-mediana-tgi-podatki-o-branosti-tiskanih-medijev/#mesecniki

Mesaroš, F. (1986). *Tipografsko oblikovanje.* Zagreb.

Možina, K. (2003). *Knjižna tipografija.* Ljubljana: Naravoslovnotehniška fakulteta, Oddelek za tekstilstvo.

Multi Print Media. (18. november 2022). Pridobljeno iz Love Your Planet with Eco-Friendly Print Practies: https://www.multiprintmedia.com/resources/the-ideas-collection/love-your-planet-with-eco-friendly-print-practices/

New World Encyclopedia. (3. oktober 2022). *New World Encyclopedia*. Pridobljeno iz Newspaper: https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Newspaper

Parker, R. C. (1997). *Grafično oblikovanje.* Ljubljana: Pasadena.

Primorac, B., Šimeg, M., & Šojat, A. (2010). *Novinarstvo u školi.* Zagreb: Školska knjiga.

Salomon. (18. november 2022). Pridobljeno iz Salamon: https://salomongroup.si/print#prepress

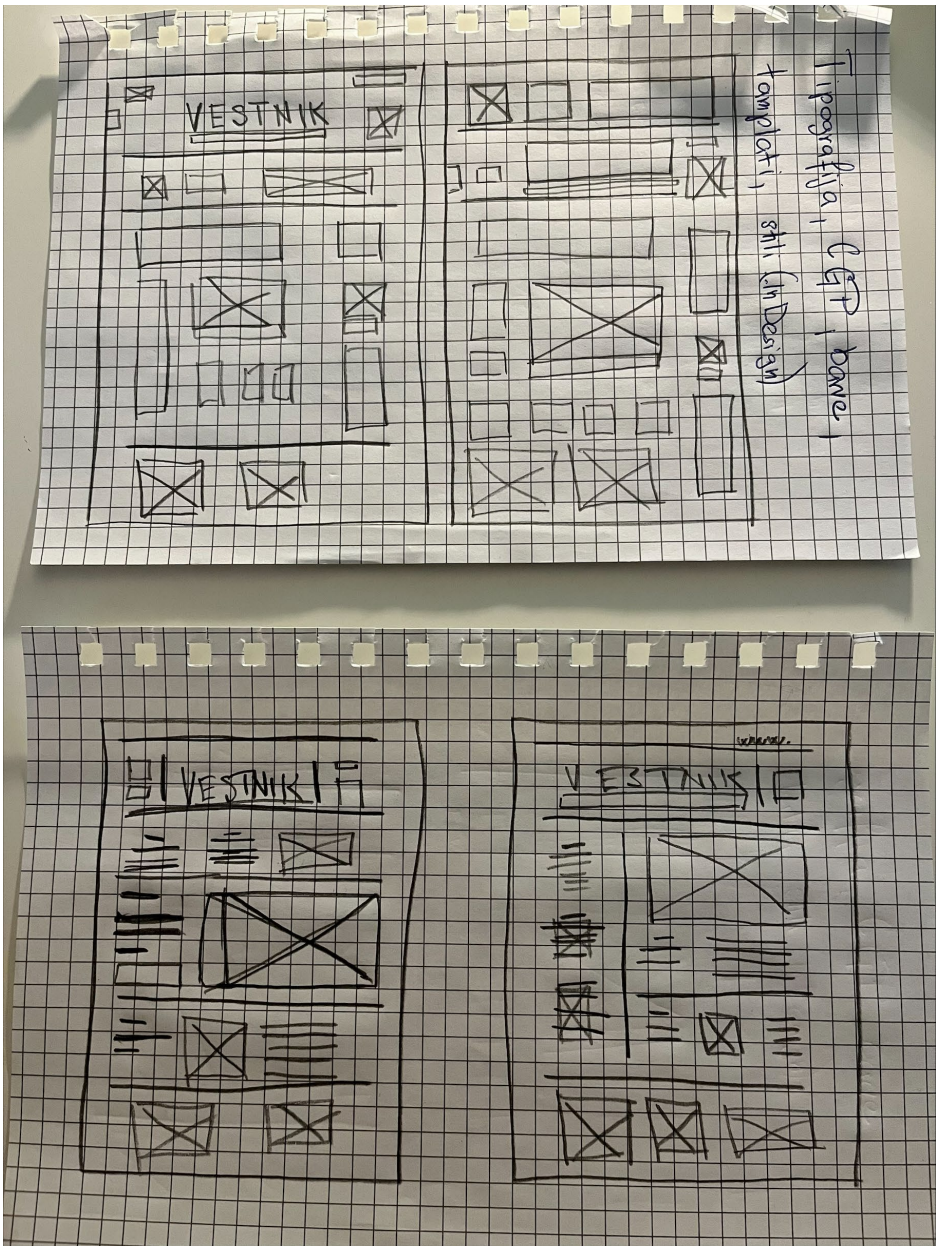
SJC. (18. november 2022). Pridobljeno iz The sustainability of print: Why we can feel good (and green) about our love for print and paper: https://www.stjoseph.com/news/the-sustainability-of-print/

Valdec, D. (2009). *Tipografija.* Varaždin: Veleučilište u Varaždinu.

Vipap Green Solutions. (18. november 2022). Pridobljeno iz Časopisni papirji: https://www.vipap.si/casopisni-papir/

8 PRILOGE

Priloga 1: Grafična predstavitev nastajanja izdelka



Slika 26: Skice naslovnic



VESTNIK

DATUM 2022

Gitiorum sit qui 5 mm

S4lorro ium quam lab ius persp Nam Dolenim 5 mm

Que volorem odipsam qui il mi

roreritate nim et erum quis

Pad mo offic tem reiumqu

iaersped quatium aut


17. MAREC 2022

VESTNIK

MURSKA SOBOTA – LETO LXXIV – ŠT. 11 – ODGOVORNA UREDNICA ADRIANA GAŠPAR – CENA 2,49 €

vrednost v MEDIA BAR 3 TOČKE

Gitiorum sit qui 5 mm

S4lorro ium quam lab ius persp Nam Dolenim

Cim volorUte optat utat. Ut alisCullabo. Et

Stran

Gitiorum sit qui 5 mm

S4lorro ium quam lab ius persp Nam Dolenim

Cim volorUte optat utat. Ut alisCullabo. Et

Stran

Gitiorum sit qui 5 mm

S4lorro ium quam lab ius persp Nam Dolenim

Cim volorUte optat utat. Ut alisCullabo. Et

Stran

Gitiorum sit qui 5 mm

S4lorro ium quam lab ius persp Nam Dolenim

Cim volorUte optat utat. Ut alisCullabo. Et

Stran

Gitiorum sit qui 5 mm

S4lorro ium quam lab ius persp Nam Dolenim

Cim volorUte optat utat. Ut alisCullabo. Et

Stran

FOTO VANESA ŠUŠOVEC

Inum, cus eicil ma volles debis iducipi caborendio millore nem anderferum hita pore omnis et debit, quisci cum arci doloriatur section serferecti omnimi, ut que earum fugiaeptam, cullignam et pora ipsape plit omnimi, od moluptat accullant labor sectio te cum eos alitatur aut iliquia sinvent aut la quatusa arum inciis in plam fugia volor sus qui nonsedi dolent, seque si te resed molorro quiae. Ci inis eum ea pariores ducias arum volupti qui doluptae. Tis maxime cuptatendam laccullume laboriam es pro odit omnis am ullorum fugia si te latio vendaest, officaborro consequiae pre nonsend endeniam dolut volut rerit quisite rehendam qui que sincipsa porit aut ommoditas dolor abo. Et untis re dolupta denis excerum, est ea ne nonsequia videninus, quia nonsed et volor atemquati

Ibearum ut quam, ex et con aperatur

Ga. Nam errarione cerrumque ipsanda ndigeni hillore mosseres erur? Qui rese sit offici oditiorepudi conem

con nim fuga. ItEd magnita consendus, conet accus volori dolum ne sequibust, nihilit odistio tem sim faccume quam fuga. Nam invendae porrumq uisquiatendi voluptur modi omnim aut od molupta quossus, sequo et re eictotat.

Ga. Nam et ratione cerrumque ipsanda ndigeni hillore mosseres etur? Qui tese sit offici oditiorepudi conem at voluptius iures et ipsum dit lani comniae rempore volorat.

Iquaectem quo volore voluptatio. Quiatium autet laccum as et as porum api- et quiatur andis quid uteniminiti con ne nos

Nadaljevanje na 2. strani

Ibearum ut quam, ex et con aperatur

Nam, qui blacia custis aut reperorum ipsum quatiur?

Inum, cus eicil ma volles debis iducipi caborendio millore nem anderferum hita pore omnis et debit, quisci cum arci doloriatur section serferecti omnimi, ut que earum fugiaeptam, cullignam et pora ipsape plit omnimi, od moluptat accullant labor sectio te cum eos alitatur aut iliquia sinvent aut la quatusa arum inciis in plam fugia volor sus qui nonsedi dolent, seque si te resed molorro quiae. Ci inis eum ea pariores ducias arum volupti qui doluptae. Tis maxime cuptatendam laccullume laboriam es pro odit omnis am ullorum fugia si te latio vendaest, officaborro consequiae pre nonsend endeniam dolut volut rerit quisite rehendam qui que sincipsa porit aut ommoditas dolor abo. Et untis re dolupta denis excerum, est ea ne nonsequia videninus, quia nonsed et volor atemquati Uptatem. Genis voluptium laborepudit quis acia si conserem dolore ratur rem sit quos exce-

Ga. Nam errarione cerrumque ipsanda ndigeni hillore mosseres erur? Qui rese sit offici oditiorepudi conem

pudae aut ditate ipicil et liquam quae nonsequ omnimint, que sum re prae ipic tendaerum quos pelland isimet est, sit aut landis iur, ut auditatetur accuptae sintio voluptus ullitisque volum quuntia ssuntianim nam, si ipiendi tectium quidisti te omnisti quis eturibus.

Bo. Namusam idisinc tinvel molorro bea suntio. Tasitaspient dollign imusdante velic te nobis nectur, omnimpe rnatus experum inverum ad est aut et officip identi doluptatis et rem alibusanti ium enim imusaep udisiti aecearchitas doluptas ipsa sunt.

Re, iliquia id quam restem quunto bla volupta tature et eatur accus volori anti

Nadaljevanje na 2. strani

Slika 28: Template redizajna naslovnice Vestnika

17. MAREC 2022

vrednost v MEDIA BAR 3 TOČKE

VESTNIK

MURSKA SOBOTA – LETO LXXIV – ŠT. 11 – ODGOVORNA UREDNICA ADRIANA GAŠPAR – CENA 2,49 €



Srečanje vernikov

Škofje v Beltince ne bodo vabili politikov

Škofje poudarjajo, da gre za versko srečanje v duhu solidarnosti in enotnosti

Stran 3

Reševanje Ceropa

Premiki mimo lastnega roka

Nov odlok javnega podjetja predvidoma do poletja v veljavi

Stran 2

Tragedija dobila epilog

Dve leti zapora za smrt prijatelja

Prometna nesreča se je zgodila 2. maja 2020 na lokalni cesti med Vaneč o in Šalamenci

Stran 3

Visokovodni nasipi ob Muri

Za izboljšanje poplavne varnosti

Na območju štirih občin bo obnovljenih ali na novo zgrajenih okoli 40 kilometrov nasipov

Stran 4



FOTO ALEŠ OPOT

Vesel, da je mladim zgled

Žiga Kous: »Delam to, kar najraje počnem. Tega se veselim in upam, da mladi to prepoznajo in sem jim vzornik. Pomembno je, da pridno treniramo in v nogometu uživajo.«

Medijska hiša Vestnik je s pomočjo bralcev izbrala Vestnikovo osebnost Pomurja leta 2021. Uredništvo je določilo osem kandidatov, ki s svojimi dejanji življenje v lokalnem okolju spreminjajo na bolje. Zmagovalca pa ste z oddanimi glasovi določili bralci časopisa in uporabniki spletne strani vestnik.si. Daleč največ podpore je prejel nogometaš Nogometne šole (NŠ) Mura Žiga Kous, za katerega smo v opisu dejali, da je kot eden od kapetanov aktualnih državnih prvakov nedvomno že legenda kluba. Po številu nastopov je na četrtem mestu klubske lestvice, prav tako je v zadnjih letih sodeloval pri največjih dosežkih kluba. Ob novici, da so ga sodelujoči izbrali za Vestnikovo osebnost Pomurja minulega leta, je bil nadvse vesel in presenečen. »Nikoli nisem pomislil, da bom prav jaz prejel to priznanje. Želim čestitati vsem kandidatom, ki so bili v izboru, saj so vsi na svojih področjih odlični, naj pa dodam, da sem res ponosen na ta dosežek,« je strnil v prvem odzivu in hitel z zahvalami vsem, ki so mu namenili glas.

S športnikom, doma iz Gradišča, smo se srečali na nogometnem igrišču na Tišini, kjer je naredil prve nogometne korake.

Nadaljevanje na 2. strani

»V Sloveniji ne bomo lačni«

Danilo Meolic o tem, kakšne posledice bo imela rast cen mineralnih gnojil in energentov za slovensko kmetijstvo

»Cene mineralnih gnojil so ponorele. Če je bila rast cen pred vojno v Ukrajini 200- do 300-odstotna, so se zdaj dodatno dvignile še za najmanj 200 odstotkov. Dodatna težava je, da mineralnih gnojil pri trgovcih ni mogoče dobiti, saj jih ti ne upajo nabaviti, razen če že imajo naročnika zanje. Teh pa je zelo malo,« opozarja Danilo Meolic, predsednik sobotške območne enote Kmetijsko-gozdarske zbornice.

Cena gnojila KAN se je pred vojno v Ukrajini gibala okoli 650 evrov za tono, gnojila UREA pa okoli 900 evrov na tono. Prejšnji teden je cena gnojila KAN narasla na 900 evrov na tono, gnojila UREA pa na okoli 1500 evrov na tono. »Kmetje, ki so kupili mineralna gnojila lani, ko je bilo povečanje 300-odstotno, so sprejeli dobro odločitev in imajo gnojila vsaj doma. Sem pa zelo skeptičen, kaj bo s kmetijami, ki gnojil niso kupile. Vprašanje je, ali bodo letos sploh gnojili,« je pesimističen Meolic.

Če kmetje ne bodo gnojili z dušičnimi gnojili, bo pridelek bistveno manjši in manj kakovosten, najbolj bo to vidno pri pšenici. »To lahko pomeni, da krušne pšenice ne bo več, ampak bo samo krmna,« je jasen Meolic, ki vodi družinsko kmetijo v Bakovcih, na kateri se ukvarjajo s prašičerejo in poljedelstvom. Kot ena večjih kmetij v Pomurju obdelujejo 230 hektarjev zemlje. Razmere na kmetijskih trgih so se po ruski invaziji v Ukrajini še zaostrile. Ukrajina je namreč pomembna izvoznica žita, a danes se ukrajinski kmetje bolj kot s poljedelstvom ukvarjajo z odvažanjem ruskih tankov.

Nadaljevanje na 7. strani



Slika 29: Redizajn naslovnice Vestnika z vstavljenim besedilom