

Název a adresa školy:	Střední škola průmyslová a umělecká, Opava, příspěvková organizace, Praskova 399/8, Opava, 746 01
IČO:	47813121
Projekt:	OP VK 1.5
Název operačního programu:	OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
Typ šablony klíčové aktivity:	III/2 Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT (20 vzdělávacích materiálů)
Název sady vzdělávacích materiálů:	<b>Technologie grafiky III</b>
Popis sady vzdělávacích materiálů:	Technologie grafiky III, 3. ročník
Sada číslo:	<b>B–04</b>
Pořadové číslo vzdělávacího materiálu:	<b>19</b>
Označení vzdělávacího materiálu: (pro záznam v třídní knize)	VY_32_INOVACE_B–04–19
Název vzdělávacího materiálu:	<b>Základní pravidla úpravy textu</b>
Zhotoveno ve školním roce:	2011/2012
Jméno zhotovitele:	Mgr. Lenka Kašpárková

## Základní pravidla úpravy textu

### Plán učiva

- Pravidla sazby písma.
- Pravidla lámání sazby.
- Zvláštnosti grafické úpravy poezie.
- Grafická úprava periodik.
- Zásady grafické úpravy periodik.
- Čím se časopisy od sebe liší?
- Pojmy z oblasti periodik.
- Grafická úprava a sazba akcidenčních tiskovin.
- Druhy akcidenčních tiskovin.
- Zásady úpravy akcidenčních tiskovin.
- Otázky pro zopakování učiva.

### Pravidla sazby písma

Dobrá grafická úprava nespočívá jen v dobrém výtvarném nápadu, ale i v dodržování určitých typografických pravidel, která vznikala v průběhu dlouhodobého vývoje na základě potřeb fyziologie lidského zraku a estetických zákonitostí:

- Celá tiskovina se má sázet z písma jedné rodiny (*rodina písma* = skupina písem stejného řezu, jež obsahuje i kurzívy, tučná, polotučná i zúžená písma)
- V sazbě *verzálek* a *kapitálek* se musí vyrovnat rozpaly mezi písmeny. U náročné sazby (obálka, titulní list apod.) se musí vyrovnávat i *minusky* od 16 bodů výše.
- Jednohláskové předložky a spojky (např. v, k, s, i, u, z) nesmí zůstat na konci řádku (s výjimkou spojky a).
- Zarážky (stránkové i řádkové) musí být v celé knize stejné.
- Titulky dělíme na řádky podle smyslu a estetického působení. Slova v nich nedělíme.
- Jako vyznačovací verze písma smíme použít kresbové verze základního řezu: *kurzívu*, *kapitálky*, *polotučné* nebo *tučné*, mimořádně lze použít i *prostrkané*. Vyhýbáme se *podtrhávání*, neboť zhoršuje čitelnost písma. Pro vyznačení v textu nikdy nesmíme použít jiný druh písma!

## Pravidla lámání sazby

Lámání (zalamování) je úprava (umístění) sloupcové sazby do stránek tak, aby byl na stránkách vždy stejný počet řádek a tím i shodná výška textového sloupce. Text se zalamuje do předem stanovených zrcadel sazby.

- Všechny důležité části knihy (první kapitola, obsah, motto, úvod apod.) by měly začínat na pravých stranách.
- Vakát v textové části musí být vždy vlevo.
- V knize se musí krýt v průsvitu řádek na řádek (řádkový rejstřík) a také obrazce sazby na stranách (stránkový rejstřík).
- Východová strana (na konci kapitoly) musí mít nejméně 5 řádků textu.
- Úprava titulků musí být v celé knize jednotná.
- Žádná strana nesmí začínat východovým (neúplným) řádkem odstavce.
- Poznámky a popisky pod obrázky se sází z menšího stupně písma než hlavní text.

## Zvláštnosti grafické úpravy poezie

Z hlediska typografie jsou typickým znakem básnických textů volně vybíhající řádky. Formu básně určuje už sám básník. Grafik ji musí respektovat, aby nenarušil básníkův záměr.

- Stanovení velikosti písma, prokladu řádků, počtu řádků na straně a umístění titulků musí vyhovovat většině básní v knize.

- Při lámání básní do stran dbáme, abychom je nedělili v místech, kde jsou řádky vázány rýmem. Nerýmované celky se dělí podle logiky, rytmů a optického působení řádků.
- Pokud básně zalamujeme na samostatné strany, neměla by mít východová strana méně než 3 – 5 řádků.
- Pageace se musí v knize umístit jednotně. Můžeme s ní pracovat volněji, dekorativněji než u prózy. Tvoří na dvoustraně významný typografický prvek.
- Volba písma je závažnější než u prozaického textu, neboť volně vybíhající řádky více soustředí pozornost čtenáře na kresbu písma.
- Verše musí zůstat na jednom řádku. Pokud to není možné (příliš dlouhý řádek), rozdělíme jej do dvou řádků. Na další řádek se přenáší pouze celá slova a umísťují se k pravému okraji sazby. Je důležité, aby čtenář poznal, že oba řádky patří k sobě a tvoří jeden celek.

## Grafická úprava periodik

Periodika jsou tiskoviny, které vycházejí pravidelně, nejméně 2 × do roka. Mají typickou úpravu i obsah. Mohou to být deníky, týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky, ale mohou vycházet i jednou za dva měsíce, za čtvrtletí nebo za půl roku. Mezi periodické tiskoviny patří noviny a časopisy. Noviny obvykle vycházejí častěji než časopisy.

## Zásady grafické úpravy periodik

Každé periodikum má svou tvář, své místo mezi množstvím ostatních. To musí platit jak po stránce obsahové, tak i z hlediska grafické podoby. Úprava periodika by měla být natolik osobitá a výrazná, abychom ho mezi konkurencí nepřehlédli a spolehlivě jej od ostatních periodik odlišili. Z toho, jak je titul upraven, musí být na první pohled zřejmé, pro kterou cílovou skupinu je určen a jaké je jeho zaměření. Největší důraz při grafické úpravě klademe na hlavičku, logo či titul periodika a na celou titulní stranu.

## Čím se časopisy se od sebe liší?

- Obsahem.
- Zaměřením.
- Cílovou skupinou, pro kterou je určen.
- Rozsahem (počtem stran).
- Grafickou úpravou.

- Knihařským zpracováním (vazbou).
- Polygrafickým zpracováním (tiskem).
- Cenou a hodnotou.

Formáty časopisů vycházejí většinou z řady A nebo B (nejčastěji A5, B5, A4, B4). Formát by se stejně jako jejich grafická úprava neměl zbytečně měnit. Na jakékoliv změny v obvyklé grafické úpravě by měla redakce čtenáře dopředu připravit.

Titulky volíme úměrně rozsahu a obsahu článku, můžeme u nich s rozvahou kombinovat velikosti písma stejného řezu a rozdělení na více řádků (titulky mohou být jednoduché a složité – s podtitulky). Lámání je v zásadě stejné jako u knih, u vícesloupcových periodik je obtížnější. Hlavní články bývají sázeny v širším sloupci a z většího stupně písma. Méně podstatné články v užších sloupcích a z menšího stupně písma.

Základem pro lámání časopisu je zrcadlo s šablonami pro stálé rubriky a prvky, které má redakce stabilně v počítači. Do něj se v počítači umisťují obrázky a texty nebo jejich obrysy.

## Pojmy z oblasti periodik

**Hlavička** – logo, název periodik, datum vydání časopisu či novin, v záhlaví na přední straně či v tiráži, cena.

**Dementi** – úřední sdělení v tisku, jímž se vyvrací určitá zpráva nebo odmítá nějaký názor.

**Fejeton** – krátké vtipné pojednání o nějakém společenském jevu apod.

**Inzerát** – placené oznámení v tisku.

**Entrefilet** – zvlášť zajímavá zpráva uváděná na začátku denního zpravodajství.

**Mutace** – část nákladu periodika s pozměněným obsahem.

Regionální mutace se vyskytuje u celostátních deníků, které se liší několika stránkami připravovanými regionální redakcí.

Cizojazyčné mutace jsou vydávány u časopisů, které vychází současně ve více zemích.

## Grafická úprava a sazba akcidenčních tiskovin

Akcidenční tiskoviny (merkantil, příležitostný tisk) jsou obvykle tiskoviny malého rozsahu. Jsou to příležitostné tiskoviny sloužící k vzájemnému styku v soukromém i veřejném životě, mezi jednotlivci i organizacemi.

## Druhy akcidenčních tiskovin

### Osobní

Oznamují různé osobní změny a informace. Bývají většinou tištěny v malém množství. Patří sem např. vizitka, svatební oznámení, poděkování za blahopřání, novoročenka, promoční oznámení a poděkování, osobní dopisní papír a obálka, úmrtní oznámení a poděkování za projevenou soustrast apod.

### Společenské

Informují širokou veřejnost o různých společenských záležitostech. Patří sem např. pozvánka, program, výstavní katalog, diplom, čestné uznání, pamětní listy, vysvědčení, osvědčení, jídelní a nápojové lístky, hotelové a restaurační tiskoviny apod.

### Hospodářsko – administrativní

Formuláře pro obchodní styk, které slouží ke korespondenci a administrativě. Např. hlavičkový papír, dopisní papír, dopisní obálka, objednávka, faktura, dodací a přijímací list, různé formuláře apod.

### Propagační

Propagují výrobky, služby a upozorňují na ně. Tisknou se obvykle ve velkých nákladech. Patří sem různé propagační prostředky, např. inzerát, leták, plakát, prospekt, průmyslový katalog, ceník, propagační brožura, kalendář apod.

## Zásady úpravy akcidenčních tiskovin

Při úpravě akcidenčních tiskovin vycházíme z textu, který na ní má být. Rozdělíme si ho na hlavní sdělení a ostatní text. Hlavní sdělení musí tvořit základ, při jeho úpravě respektujeme pravidla úpravy titulků a krátkých textů (do bloku, na zarážku, asymetrický apod.) V akcidenční sortě se zásadně vyhýbáme dělení slov.

### Těžiště = optický střed stránky

Lidské oko směřuje při pohledu na stránku k určitému místu – optickému středu (těžišti). V typografii a zejména při tvorbě akcidenčních tiskovin je tento optický střed velmi důležitý. Není totožný s reálnými vypočítaným středem. Nachází se v horní třetině stránky, v místě, které dělí stránku v poměru 3 : 5 (5 : 8) – zlatý řez.

## Otázky a úkoly k zopakování učiva

1. Co jsou to periodika? Jak často mohou vycházet?
2. Čím se od sebe liší časopisy?
3. Co je to cizojazyčná mutace periodika?
4. Co všechno patří mezi akcidenční tiskoviny?
5. Co je to optický střed stránky?

## Seznam použité literatury

- BERAN, V. *Aktualizovaný typografický manuál*. 4. vyd. Praha: Kafka design, ISBN 2005. 80-901824-0-2.
- BLAŽEJ, B. *Grafická úprava tiskovin*. Praha: SPN, 1990. ISBN 80-04-23201-9.
- DUSONG, J. - L., SIEGWARTOVÁ, F. *Typografie - od olova k počítačům*. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. ISBN 80-7180-296-4.
- ELIŠKA, J. *Vizuální komunikace; písmo*. 1. vyd. Brno: CERM, 2005.
- FORŠT, J. *Abc DTP, zadání a zpracování reklamních tiskovin*. 1. vyd. Praha: Grada, 1995. ISBN 9788071692225.
- KOČIČKA, P & BLAŽEK, F. *Praktická typografie*. Praha: Computer Press, 2002, ISBN 8072263854.
- RYBIČKA, J. *Pokročilé zpracování textů a DTP*. 2004.  
Dostupné z <https://akela.mendelu.cz/~rybicka/prez/zpract/kap1234.pdf>.
- ŠALDA, J. *Od rukopisu ke knize a časopisu*. 4. přeprac. vyd. Praha: SNTL, 1983.