Властивості композиції.

Ø Засоби композиції.

Ø Конструктивні особливості композиції полоси.

Ø Особливості композиції номера газети.

Ø Композиційно-графічна модель видання.

Термін «композиція» широко використовується в теорії всіх видів мистецтва. У найзагальні-шому і найкоротшому визначенні він означає побудову твору мистецтва. Композиція — найважливіший синтезуючий компонент художньої форми, який надає твору єдності й закінченості, організує сприйняття його змісту. Встановлюючи зв'язки між різноманітними елементами форми, підпорядковуючи їх один одному і загальному, виділяючи головне, композиція надає твору стрункості, гармонії, забезпечує його цілісність.

У кожному виді мистецтва композиція виявляється специфічно. Оформленню періодичних видань властива композиція, котра об'єднує за законами гармонії текстові колонки, ілюстрації, заголовки та інші графічні елементи на площині кожної сторінки, у просторі всього номера видання і водночас створює необхідний порядок сприйняття інформації, вміщеної в номері.

Створюючи композицію газетного чи журнального номера, оформ-лювач свідомо (а часом й інтуїтивно) керується закономірностями побудови художньої форми, враховує психологію читацького сприйняття з тим, щоб композиція була не тільки гармонійною, естетично бездоганною, а й відповідала б функціональному призначенню видання.

Специфіка композиції розкривається в її властивостях і засобах.

4.1. Властивості композиції

Графічна композиція у періодичному виданні має такі основні властивості: цілісність, стильова єдність всіх елементів, сталість та універсальність елементів і засобів композиції.

Цілісність композиції — це внутрішня єдність, яка виникає завдяки підпорядкуванню її частин.

Цілісна композиція вирізняється такими якостями, як організованість, гармонійність та образність.

Під організованістю слід розуміти упорядкованість розміщення частин композиції, яка допомагає читачеві розібратися, де головне, а де другорядне, зрозуміти логіку поєднання чи протиставлення частин. Так, групуючи, скажімо, 10 листів у добірку, оформлювач використовує для цього спеціальні засоби (клішовану рубрику, рамку, єдиний для всіх заголовків шрифт тощо), які, з одного боку, вказують на єдність частин добірки, а з іншого — відокремлюють її від інших матеріалів полоси.

Гармонійність можна вважати основною естетичною властивістю композиції. Злагодженість частин виникає внаслідок взаємодії ритму, пропорції та масштабу, тону і кольору, контрасту і нюансу, симетрії та асиметрії.

Цілісна, добре продумана у функціональному, та естетичному аспектах композиція періодичного видання має свою, особливу образність, яка відрізняється від образності чистих видів мистецтва

— живопису, графіки, скульптури тощо. За своєю природою образність зовнішньої форми газет і журналів є приблизно такою ж,як в архітектурі та дизайні. Композиція періодичних видань ще доознайомлення читачів зі змістом номера здатна на емоційному, чуттєвому рівні проінформувати про типологічні особливості видання

— його призначення, адресованість певній аудиторії- про характернадрукованих матеріалів тощо.

Стильова єдність усіх елементів. Арсенал засобів оформлення дуже різноманітний. Тому оформлювачі постійно стикаються з проблемою їх відбору. З текстових і заголовних шрифтів, форматів набору, лінійок, пробілів, відбивок треба відібрати наинеобхідніші для втілення композиційного задуму. Які ж критерії відбору стосовно кількості елементів оформлення?

Можна, звісно, обійтися й мінімумом засобів, але тоді виникає небезпека отримати бідну, аскетичну форму, позбавлену виразності. Надмірність оформлювальних засобів нерідко обертається зайвою розкішшю, позбавленою смаку, і утруднює сприйняття читачами змісту запропонованих матеріалів. Як у рядку вірша порушується розмір, якщо додати чи викинути хоча б одне слово, так і для композиції періодичного видання однаково шкідливі і нестача, і надлишок засобів.

Вибір кожного оформлювального засобу залежить від того, наскільки він відповідає задумові композиції, функціональним та естетичним вимогам і характерові видання. Елементи композиції сприймаються не ізольовано, а у взаємодії між собою. Вони можуть бути найрізноманітнішими, але загальне правило, без дотримання якого композиція втрачає свою цілісність, — це єдність усіх засобів, вибір елементів і деталей, які не суперечать одне одному і поєднуються з загальною картиною.

Сукупність усіх елементів оформлення утворює стильову єдність, без якої композиція не може бути цілісною.

Звернімо увагу на сталість та універсальність елементів композиції. Специфіка періодичної преси полягає в тому, що загальне в ній проявляється через одиничне; іншими словами, загальне ми знаходимо в кожному окремому номері, хоча за загальним змістом один номер зовсім несхожий на інший.

Читач тим глибше проникає в сутність періодичного видання, чим з більшою кількістю його номерів він ознайомлюється. Іільки поступово, від номера до номера він осягає і тематичну спрямованість, і проблематику, і порядок чергування та розміщення постійних розділів і рубрик. Читач звикає до видання, як до власного будинку, де все йому знайоме, все під рукою. Це стає можливим завдяки сталій тематиці, структурі й композиції видання.

Але композиція одного номера відрізняється від композиції іншого вже тому, що не повторюється зміст матеріалів, співвідношення їхніх розмірів тощо. Однак у композиції всіх номерів є багато спільного, що дозволяє нам з першого погляду безпомилково визначити, з яким виданням ми маємо справу (якщо, звичайно, ми до цього були знайомі з ним). Спільність композиції номерів досягається завдяки єдності стилю оформлення. Ті самі елементи (шрифти, лінійки, формати набору тощо) використовуються в аналогічних ситуаціях — для оформлення постійних і тимчасових розділів, а також матеріалів, що друкуються з продовженням у декількох номерах. Єдність стилю оформлення підтримується також із допомогою постійних способів верстки та інших засобів композиції. Усе це має не лише естетичне, а й велике функціональне значення: читач може й не усвідомлювати, що ж допомагає йому безпомилково і швидко орієнтуватися у номері, але безперечним є те, що це здійснюється завдяки звичному розташуванню розділів і звичним способам їх оформлення.

Отже, постійність композиційних елементів і засобів сприяє збереженню індивідуального стилю оформлення — одного з найважливіших компонентів обличчя видання.

Необхідно зробити одне зауваження. Стабільність елементів композиції слід розуміти як відносне явище, тому що з часом стиль оформлення вдосконалюється, змінюється; відбувається або модифікація, або, що буває рідше, заміна одного стилю іншим.

Ще одна суттєва ознака більшості елементів і засобів композиції — універсальність, пристосованість до різних ситуацій, що виникають під час складання номерів. Як взаємодіятимуть постійні елементи та засоби композиції в тих чи інших сполученнях, чи не заважатимуть вони один одному? Чи не стануть деякі з них перешкодою для переверстки номера, що є характерним для газетярської практики?

Наведемо такий приклад. Під час випуску газети нерідко трапляється, що необхідно терміново переносити матеріал або частину його з однієї полоси на іншу. І якщо для газети характерна різка індивідуалізація в оформленні полос (наприклад, різняться формати набору, прийоми оформлення заголовків тощо), то в подібній ситуації важко уникнути стильового різнобою і значних витрат часу на переверевірок. Усе це мають передбачати оформлювачі під час розроблення макетів і тим більше графічної моделі видання.

4.2. Засоби композиції

Які ж є засоби композиції? Гармонія, тобто спільномірність усіх частин композиції, виникає завдяки використанню цілого ряду засобів, у яких відображаються об'єктивні закономірності побудови художньої форми. Ці засоби — пропорція, контраст, симетрія, рівновага тощо — діють не ізольовано, а разом, проникаючи одне в одне. Треба враховувати, що засоби гармонізації особливо виявляються у кожному виді мистецтва на основі внутрішніх законів його існування, матеріалів і мови. Про специфіку засобів композиції у мистецтві оформлення періодичних видань ми зараз і поговоримо.

Пропорції. Ще за давніх часів було помічено, що вільне співвідношення величин елементів будинку викликає почуття невдоволеності, обтяжує недосконалістю. І навпаки, коли всі частини твору правильно співвідносяться між собою і в цілому з твором, він виглядає гармонійно завершеним.

Протягом усієї історії людства велися пошуки ідеальних пропорцій. Ще стародавні єгиптяни бачили еталон пропорційності у фігурі людини та будували свою систему пропорцій на підставі розмірного співвідношення частин тіла людини. Одним з останніх прикладів пошуку ідеальної системи пропорцій є Модулор, розроблений видатним архітектором XX ст. Ле Корбюзье. Модулор — це сукупність пропорційних величин, в основі якої лежать пропорції людського тіла, а також принципи золотого перерізу і ряду Фібоначчі.

Принцип золотого перерізу (термін Леонардо да Бінчі) полягає в математично точному співвідношенні величин і цілого. Поділ за принципом золотого перерізу справляє сильніше враження гармонійності й рівноваги, ніж будь-який інший переріз.

Ряд Фібоначчі, названий за прізвищем італійського математика XII ст., є рядом чисел 2 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55 і т. д., кол-сне з яких є сумою двох попередн х а відношення двох суміжних чисел (наприклад, 5:8, 8:13) поступово наближається до відношення золотого перерізу.

Оформлювачі переодичних видань постійно стикаються з пропорційними побудовами, стосується це чи створення макета полоси, чи шрифтової композиції, чи заголовного комплексу. Знання принципів золотого перерізу і ряду Фібоначчі надійно допомагає їм у роботі. Однак не слід вважати, що в газеті чи журналі все має бути підпорядковане лише цим системам пропорцій. Це і неможливо, і непотрібно. Допустимими є й інші пропорції, які естетично теж виглядають переконливо.

Так, формат газетної сторінки не викликає в нас заперечень щодо пропорційності його сторін, хоча співвідношення ширини та висоти сторінки засновано не на золотому перерізі, а на пропорції 1 до кореня квадратного з 2, тобто ширина співвідноситься з висотою, як 1 до 1,4... Чому було обрано саме цю пропорцію? Тому що співвідношення сторін зі зменшенням формату вдвічі залишається практично незмінним. Це зручно для поліграфічного виробництва: той самий стандартний папір може використовуватися для друку видань різного формату.

Пропорційність існує в усьому, що ми бачимо на газетній чи журнальній сторінці. Шрифти, якими набрані тексти й заголовки, виглядають гармонійно завдяки визначеному співвідношенню висоти і ширини літер та ширини основних і додаткових штрихів. Пропорційні, як правило, і співвідношення боків фотоілюстрацій, що друкуються на сторінках періодичних видань.

Поєднання витягнутих по горизонталі та вертикалі прямокутників, де вміщено текстові та зображальні матеріали, є достатньо зручними і для макетування, і з погляду композиційної різноманітності. Пропорції цих прямокутників можуть бути різноманітними. Однак це не заважає гармонійному їх поєднанню, якщо дотримуватися трьох умов. По-перше, гарантією пропорційного членування полоси є єдина міра — стандартна колонка, ширина якої кратна горизонтальним сторонам усіх прямокутників. По-друге, з'єднуючи за принципом контрасту витягнуті чи по горизонталі, чи по вертикалі площини, треба досягти їх гармонійного поєднання між собою і полосою в цілому, зрівноваженості та гармонійності переходів. По-третє, слід уникати нечітко вираженої різниці між розмірами сторін прямокутників, коли вони нібито квадратні, але все ж таки не квадратні. Пропорційність не допускає нечітких, розмитих співвідношень.

Отже, пропорційність в оформленні — це співмірність лінійних величин, частин і композиції полоси в цілому.

Масштаб. В архітектурі під масштабністю прийнято розуміти співвідношення розмірів будинку і зросту людини. Ще стародавні архітектори справедливо вважали, що людина є мірою всіх речей.

Періодичні видання, якщо розглядати їх як матеріальний об'єкт, теж рівняються на людину. Формати періодичних видань, розміри шрифтів, величини інших елементів оформлення, що історично склалися, пристосовані до людини, співвіднесені з її фізичними характеристиками, з можливостями її сприйняття. Поняття масштабності у композиції газет і журналів не обмежується цими загальними зауваженнями про пристосованість розмірів елементів оформлення до людини. Конкретний зміст цього поняття зумовлений призначенням преси, функціональними завданнями оформлення. Масштаб як засіб композиції є співвідношенням розмірних характеристик елементів і цілого.

Звернімося до найважливіших смислових центрів композиції — заголовків матеріалів. Перш за все зазначимо, що більший обсяг матеріалу вимагає більшого заголовку. Дрібний заголовок великого матеріалу загубиться, виглядатиме непропорційним. І навпаки, великий заголовок у десятирядковій замітці «давитиме» її своєю масивністю.

Інший фактор — формат полоси. Чим менші її розміри, тим, як правило, менші й кеглі заголовних шрифтів. Це не означає, що в полосах формату А3 і А4 недопустиме застосування великих кеглів шрифтів. В особливих випадках, наприклад, у «шапках», у заголовках матеріалів на сю полосу, великі кеглі виглядають досить ефектно. Але якщо брати в цілому, то кегль заголовних шрифтів на полосах середньо о і малого формату зазвичай зменшується.

І головний фактор — важливість матеріалу. Необхідність виділяти першорядний за значенням матеріал примушує збільшувати кегль заголовного шрифту і підвищувати його насиченість. Цією ж обставиною, до речі, пояснюється і збільшення кегля текстового шрифту та формату рядка, яким набирається подібний матеріал. Усередині матеріалу також можливе виділення окремих частин (наприклад, врізи резюме) з допомогою збільшення кегля шрифтів і формату набору

Від вагомості матеріалів залежить і співвідношення розмірів Різних видів заголовків. Так, «шапка» до полоси чи добірки завжди більша від заголо ків до окремих матеріалів, а рубрики та підзаголовки менші, ніж заголовки.

Масштаб зображальних матеріалів (фотографій, малюнків тощо) теж залежить у першу чергу від їхньої значущості та від формату полоси. Якщо фотографія має самостійне значення, її розмір, як правило, збільшують. Крім того, на масштаб зображальних матеріалів впливають і специфічні обставини — характер композиції та спосіб відтворення у процесі друку. Багатофігурне зображення потребує досить великого формату, щоб можна було роздивитися подробиці. Кожний спосіб відтворення ілюстрацій має свою розрізнювальну здатність: наприклад, офсет дозволяє передавати деталі, тональні переходи значно краще, ніж високий спосіб друку. Тому за офсетного друку допускається зменшення розмірів ілюстрацій порівняно з високим друком.

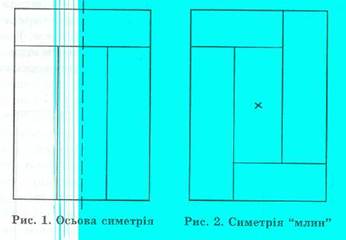
Інші елементи оформлення, що відіграють допоміжну чи декоративну роль, — лінійки, прикраси, пробіли та ін., належить утримувати у визначених розмірах, щоб не відволікати увагу від головних частин композиції, які розкривають її зміст.

Співвідношення розмірів елементів залежить і від такої функціональної вимоги, як зручність читання. Наприклад, великий текстовий шрифт (10—12 кегля) вимагає більш динамічного рядка, ніж маленький. Якщо набрати текст великим шрифтом, скажімо, на рядок форматом 2 квадрати, то з'являться часті переноси слів, нерівномірні пробіли між словами та інші дефекти, що ускладнюють читання.Читання ж дрібного шрифту в рядку великого формату стомлює око, і важче при цьому відшукати початок наступного рядка.

Симетрія та асиметрія підпорядковують частини в композиції за принципом подібності й зрівноваженості. Вони багато в чому визначають характер композиції, а саме такі її якості, як динаміка, спрямованість чи, навпаки, статичність, нерухомість.

Симетрична побудова полоси чи розвороту може бути двох видів: статична і динамічна, — що залежить від виду використання симетрії — дзеркальної чи осьової.

Перший вид є дзеркальним відображенням двох частин площини, розділених прямою лінією навпіл (див. рис. 1). Цей вид симетрії надає композиції нерухомості. Осьова симетрія створює враження динаміки, обертання. Якщо через центр композиції, побудованої на основі цього виду симетрії,пропустити вісь перпендикулярно до площини, то з поворотом на 180° одна половина елементів збігатиметься з іншою (див. рис. 2). Цей спосіб побудови отримав у журналістів образну назву «млин» або «вертушка».

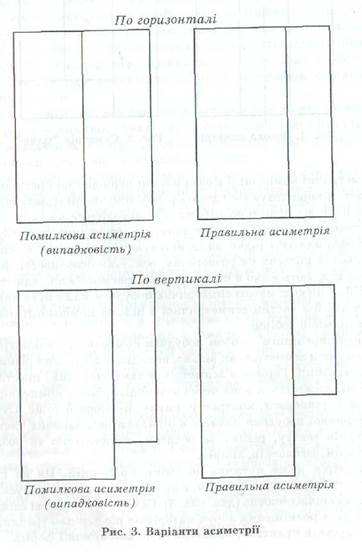


Симетричні к мпозиції в оформленні періодичної преси, особливо газет, використовуються досить рідко, тому що матеріали відрізняються один від одного розмірами, і їх доводиться чи скорочувати, чи штучно розтягувати, щоб вставити в симетричну конструкцію. Тому оформлювачі рідко використовують симетричні композиції на цільових полосах чи розворотах, оскільки особливості симетрії відразу впадають в око й підкреслюють взаємозв'язок, єдність публікацій. З цією ж метою симетрична побудова може бути використана в одній з частин асиметричної в цілому композиції, наприклад, у цільовій добірці.

Найпоширенішим засобом побудови композиції є асиметрія. Не слід розуміти асиметрію як вільне, випадкове з'єднання різних частин композиції Гармонія асиметрії не така очевидна і проста, як у симетрії, досягається вона через взаємодію різних композиційних засобів — рівноваги, контрасту, ритму, пропорцій тощо. Сутність асиметричної побудови полягає в рівновазі неоднакових частин — матеріалів тексту, різних за обсягом, насиченістю та розміром ілюстрацій, заголовків, лінійок.

Асиметрія дуже чутлива до зміни пропорцій. Це не проста нерівність відрізків чи площин, а пропорційна, яка не допускає випадкових співвідношень (див. рис. 3). Саме такі «випадкові співвідношення двох розміщених поруч матеріалів ще нерідко трапляються в газетярській практиці, призводячи до дисгармонії форми.

Асиметрична композиція у більшості випадків здається рухомою, динамічною формою, більш пристосованою для передачі контрастних матеріалів, не пов'язаних між собою змістом. В асиметричній композиції відсутня подібність, тому в ній легше відділяється головне від другорядного, більше можливостей для різних рішень.



Контраст і нюанс. Основою кожної композиції є контрастні співвідношення між її частинами. Контрасти — це своєрідні конфліктні ситуації в сюжеті композиції, до яких перш за все привертається увага читачів. Контраст — найголовніший засіб функціонального оформл пня: виділяючи одні елементи з-поміж інших, оформлювачі цим передбачають рух очей читача від більш важливих матеріалів до менш важливих. У такий спосіб вони розкривають зміст полоси чи розвороту в необхідній послідовності. Можливості контрасту як засобу виділення, здатного служити важливим змістовим завданням, важко перебільшити. В естетичній площині контрасти також відіграють велику роль: вони надають композиції виразності, різноманітності. Якщо симетрія, пропорції, метричні закономірності, ритм спираються на принцип подібності, співмірності, то контраст ґрунтується на різкій несхожості, різниці елементів.

Прояви контрасту в графічній композиції періодичних видань різноманітні, однак їх можна звести до трьох основних видів: розмірного, тіньового та кольорового.

Розмірні контрасти побудовані на різниці великого й малого, високого й низького, широкого й вузького. Наприклад, великий заголовок різко відрізняється від дрібного шрифту тексту, вузький формат набору — від широкого, витягнутий по вертикалі матеріал — від матеріалу, розверстаного по горизонталі, тощо.

Сутність тіньових контрастів ■— у різниці світлого й темного. Жирні, насичені фарбою лінійки, заголовки, інші елементи оформлення помітно виділяються на тлі світлого текстового набору і пробілів.

Яскраві контрасти досягаються в разі використання додаткового кольору (червоного, синього, зеленого і т. д.), включеного до монохроматичної (чорно-білої) гами, загальноприйнятої в періодичній пресі.

Не так часто, але все ж таки в газеті чи журналі можна побачити контрастні відмінності в конфігурації форм: прямокутним формам протиставляються ламані, діагональні.

Особливого роду контраст існує між текстовими і зображальними матеріалами. Наявна різниця у способі передавання інформації Приводить до тонових, розмірних, конфігураційних та інших відмінностей фотографій і малюнків від тексту.

Спроба використати якомога більше контрастних засобів, виділити кожний матеріал на полосі призводить, як правило, до проти-

лежного результату. Існує таке правило оформлювання: «Виділити все — значить не виділити нічого».

Отже, в роботі оформлювача дуже важливо дотримуватись почуття міри в контрасті, причому не лише в кількості використаних видів контрасту, а й у його різкості, силі. Надмірний контраст погіршує композицію і може спричинити розпад на частини.

Сила й різноманітність контрастів, міра їх використання залежать від призначення й характеру періодичного видання. Загальнополітична й наукова преса вимагає помірної контрастності, а в дитячих, молодіжних, популярних виданнях допускається більша різноманітність, різке виявлення контрастів.

Міру контрасту диктують, крім того, специфіка полоси чи розвороту, необхідність виділити їх на тлі інших сторінок. Винятковість подій чи проблем, що про них повідомляє видання, також примушує оформлювачів застосовувати підвищену контрастність.

Доповненням контрасту служить нюанс — незначна відмінність. Нюансування форми надає їй витонченості, згладжує деяку прямолінійність, жорсткість контрастів і, поза сумнівом, сприяє різноманітності й виразності композиції. Як нюансові деталі в оформленні періодичних видань використовуються тонкі, світлі за насиченістю лінійки, світлі за тоном підкладки для заголовків і невеличких текстів, овальні кути в рамках, декоративні заголовні шрифти, дрібні прикраси тощо.

Досить часто застосовують нюанси в оформленні літературно-художніх розділів, а також спеціальних полос і розворотів, специфіка змісту яких передбачає тонкий підхід до їх оформлення.

Використання нюансів вимагає від оформлювача ще більшої обачливості, ніж під час уведення контрастів у композицію. Треба мати добре розвинений художній смак, почуття міри, щоб не перевантажувати композицію зайвими деталями, котрі розпорошують увагу читача.

Метр і ритм. Метричні та ритмічні повтори елементів допомагають краще організувати текст. Регулярна поява того самого елемента чи закономірне чергування декількох елементів породжує в того, хто сприймає, почуття ритму, організованого руху від одного об'єкта до іншого.

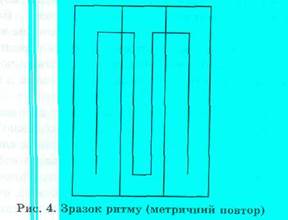
Ритм і метр — поняття взаємозв'язані, але вони означають різний ступінь складності й варіантності чергування.

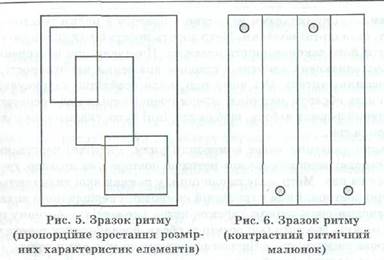
Метр — це простий повтор аналогічних елементів. У періодич-

ному виданні прикладами метричного повтору є рядки текстового набору, стандартні колонки. Метр досить простий для сприйняття: відкрити його закономірність неважко. Помічено, що повторення багатьох однакових елементів створює враження монотонності, а це присипляє читача. Ось чому тоді, коли необхідно надрукувати великий за обсягом матеріал, оформлювачі нерідко застосовують збільшений формат набору, щоб на сторінці було, скажімо, не п'ять колонок, а три.

Більшої динаміки надає композиції ритм. Ритмічні чергування більш складні, вони доповнюють метричні повтори і, як правило, ґрунтуються на них. Метр — це та одиниця, у рамках якої виявляються ритмічні повтори. Ритм у графічній композиції періодичного видання є закономірною зміною характеристик елементів: у певному порядку можуть зростати їхні розмір та обсяг, посилюватися тонова чи кольорова насиченість, змінюватися інтервали між ними тощо.

Ритм тісно пов'язаний з такими засобами композиції, як пропорція, симетрія, контраст. Наведемо кілька схематичних прикладів виявлення ритму в композиціях полос. На рис. 4 показано ритмічне чергування, яке спирається на метричний повтор (метричною одиницею служить колонка). В основі цього метричного ряду лежить площинна симетрія, яка й робить його легким для сприймання. Ритмічну побудову, засновану на пропорційному зростанні розмірних характеристик елементів, показано на рис. 5. Контрастний ритмічний малюнок полоси можна створити за допомогою акцентів, роль яких виконують насичені за тоном ілюстрації (рис. 6).





Застосування ритму в композиції полоси може бути різноманітним, але зовсім не обов'язково, щоб ритм був домінуючим засобом її побудови. Для всієї композиції часом буває достатньо ритмічного повтору, а ритмічні побудови використовуються, як правило, в окремих частинах композиції — у добірках, мальованих заставках, орнаментах та в інших прикрасах.

Поширене явище в журнально-газетній практиці — зміна одного метричного повтору іншим. На полосі чи в окремому матеріалі може бути збільшено чи зменшено основний формат текстового набору. Це, безперечно, урізноманітнює композицію, порушує монотонність метричних повторів стандартних колонок. Важливо, однак, не допускати занадто частої зміни метра, інакше може взагалі зникнути почуття метричної злагодженості композиції. Метрорит-мічне чергування разом з симетрією та пропорціями помітно впливають на таку властивість композиції, як рівновага, а власне ритм — на динаміку.

Тональність. За ахроматичного друку кожний елемент оформлення зафарбовано в один із відтінків чорно-білої гами — від світло-білого до насиченого чорного. У процесі поєднання елементів, які мають різний ступінь світлості, композиція полоси набуває певної тонової насиченості. Тональність складається з сукупності контрастних і нюансових співвідношень у світлосилі всіх елементів. Із тональності полос і розворотів складається тональність композиції

всього номера, всього видання, оскільки ті самі сполучення різних за насиченістю елементів використовуються у більшості сторінок і номерів видання. Завдяки цьому визначають індивідуальні риси композиції, виявляють характер видання вже на рівні оформлення.

Колір. Помітну роль у графічній композиції відіграє колір. Він здійснює великий емоційний та естетичний вплив. Водночас колір — сильний засіб виділення, функціонального акцентування матеріалів. Кольорові плями на чорно-білій сторінці першими привертають до себе увагу читачів. Тому колір потребує обачливого, глибоко продуманого підходу до його використання.

Колір може використовуватись у більшості елементів оформлення: в заголовках, лінійках, підкладках під текст (плашках), у самому тексті та в декоративних прикрасах. Кольором можуть виділятися малюнки, фотографії та інші види ілюстрацій. Нарешті, вся сторінка чи декілька сторінок можуть бути пофарбовані в якийсь кольоровий тон. У будь-якому випадку колір діє за принципом контрасту, відмінності від основного ахроматичного тла сторінок.

Щодо зручності для читання основні хроматичні кольори нерівноцінні. Американські дослідники визначили, що чорні букви краще сприймаються на жовтому тлі, зелені й червоні — на білому. Слід зазначити, що це правило діє лише для невеликих текстів і досить великих шрифтів.

Види кольору треба обумовлювати змістовими й функціональними завданнями оформлення. Водночас він залежить і від художньо-декоративних вимог оформлення, від законів кольорової гармонії. Другий, додатковий до основного чорного, колір слід підбирати так, щоб не виникало дисонуючого сполучення. Найчастіше застосовуються чисті за тоном і яскраві за насиченістю кольори; бляклі, неяскраві тони використовуються рідко, в особливих випадках. З уведенням двох додаткових кольорів на сторінці віддають перевагу сполученню теплих і холодних тонів, наприклад, червоного та блакитного, оранжевого і синього, жовтого й фіолетового.

Художник-оформлювач має дотримуватись міри у використанні кольору. Зрозуміло, що зайва кількість кольорових «плям» на сторінці так само шкідлива для композиції, як і надлишок інших видільних, контрастних засобів. Економна витрата кольору нерідко Дає більший функціональний та естетичний ефект, ніж настійна демонстрація можливостей кольорового оформлення.

Рівновага. Зовнішній вигляд газетної та журнальної полоси кон-

А\*

|  |
| --- |
| https://konspekta.net/infopediasu/baza3/2089496902027.files/image010.jpg |

трастний. Якщо текст умовно можна назвати тлом, то великі заголовки, ілюстрації, виворітні рубрики, журнальні лінійки — це ті акцентовані тоном і кольором елементи, які першими привертають увагу читачів. Розміщення цих елементів не може бути вільним, воно дідпорядковується законам композиційної рівноваги та функціональному завданню — орієнтації читача в матеріалах полоси.

Будь-яка тональна чи кольорова пляма має свого силу, вагу, що залежать від розміру й насиченості цієї плями. Акценти розміщуються на площі полоси з таким розрахунком, щоб вони зрівноважували один одного. Схем розміщення плям існує багато: найчастіше використовуються діагональ, трикутник, ромб (рис. 7). За контурами цих схем і рухається око читача.

Іноді оформлювачі свідомо відступають від принципу рівноваги, навмисне відвертаючи погляд читача у бік якоїсь великої плями, якщо вона виділяє домінуючий матеріал.

Рівновага може бути симетричною чи асиметричною. Симетрична рівновага досягається з допомогою такого розташування елементів, за якого частини однакової значущості розміщуються на різних відстанях від оптичного центра. Композиція при цьому виглядає ґрунтовно, спокійно. Більш динамічний і виразний характер надає композиції асиметрична рівновага, за правилами якої важка маса розташовується ближче до центра, а протилежна їй, легка, — скраю.

Особливо нелегко створити зрівноважену композицію полоси, що складається з ілюстрацій різного формату і різної тонової насиченості. Оформлювачі, як правило, уникають зіткнення двох домінуючих за розміром ілюстрацій, оскільки це викликає в читача вагання у виборі головного об'єкта. Краще розвести їх у різні кінці композиції, скажімо, у лівий верхній і правий нижній кути. Звичайно, це не стосується випадків, коли оформлювач спеціально зіштовхує дві головні ілюстрації для зіставлення чи протиставлення їх. Крім того, складно буває зрівноважити різні за технікою виконання ілюстрації. Наприклад, одне кліше — тонове, а інше — штрихове. Тут треба дуже ретельно враховувати значущість ілюстрацій, яка залежить від контрастності й насиченості тону.

Якщо в композиції є кольорові складові, вони мають бути зрівноважені не тільки в усіх елементів, а й між собою. При цьому поширеною помилкою буває формальна рівновага, коли кольором вимушені виділяти другорядні, навіть суто службові, деталі, що завдає шкоди функціональності оформлення.

4.3. Конструктивні особливості композиції полоси

Частини композиції в особливому порядку розміщуються на площі полоси, створюють її конструкцію, побудову.

Газети й журнали впродовж тривалого часу копіювали конструкцію книги: статті й замітки розміщувалися послідовно, одне за одним, переходячи з колонки в колонку. Новаторським кроком у розмежуванні книжкової та газетної композицій стало використання у французькій газеті «Журналь де Деба» (1800 р.) «підвалу» чи, як його називали, «фейлетону». З'явився матеріал, виділений, відокремлений від решти матеріалів засобами оформлення. Згодом почали відокремлювати матеріали і в інших місцях полоси. У лексикон журналів увійшла архітектурно-будівельна термінологія: «підвал», «горище», «вікно», «стояк», блок тощо. Внаслідок цих змін конструкція газети стала суттєво відрізнятися від книжкової.

Особливості конструкції газетної полоси полягають у тому, що всі зображальні й текстові матеріали мають певну конфігурацію: блоки, в яких містяться великі матеріали і добірки заміток, поділяють полосу вертикально й горизонтально. На полосі може розміщуватись як один окремий матеріал (і навіть частина його), так і декілька матеріалів. Це також впливає на конструктивні особливості композиції. Розгляньмо тепер ці особливості детальніше.

Види конструкцій. Кількість матеріалів та їхні взаємозв'язки обумовлюють різні види конструкцій полоси. Якщо на полосі розміщено, один матеріал, нескладний за структурою, то формування полоси буде простішим. Такий вид значно частіше трапляється в журналі. Розміщення невеликої кількості елементів композиції може бути досить різноманітним. Наприклад, заголовок необов'язково ставиться над матеріалом, а й заверстується в середину тексту чи збоку від нього. Однак у цілому конструкція такої полоси виглядає лаконічно, сприймається легко.

Для розміщення на полосі декількох матеріалів можна використати три види конструкції залежно від зв'язку між матеріалами.

Перший вид — конструкція з одним домінуючим матеріалом, який є оптичним центром композиції. Центральний, найзначніший за змістом матеріал розміром, як правило, переважає інші. Якщо це текстовий матеріал, виділення його на полосі досягається різними засобами: великим заголовком, ілюстрацією, рамкою, збільшенням формату набору, кольоровою підкладкою тощо. Якщо ж центральним матеріалом є ілюстрація, то вона може виділятися не тільки значним розміром, а й за допомогою кольору чи особливої конфігурації. Домінуючий матеріал не завжди розміщують у центрі полоси, його можна змістити ліворуч або праворуч, вверх чи вниз. Композиція у цих випадках набуває асиметричної побудови і відзначається динамізмом.

Другий вид конструкції — з двома та більше композиційними центрами. Домінуючі матеріали, приблизно рівні за важливістю, розміщують або праворуч, створюючи інколи навіть симетричну побудову, або розводять у різні кінці полоси, якщо їхній зміст ніяк не пов'язаний між собою. Відрізняються вони від інших матеріалів і розмірами, і засобами виділення. Для сприймання такої полоси характерним є те, що увага читача спрямовується спочатку на центр композиції, а потім — на периферію.

Останній вид конструкції — мозаїчний. Він застосовується, коли матеріали полоси практично рівноцінні, жоден із них не виділяється так яскраво, щоб стати центром композиції. Така полоса сприймається, як правило, за законами уваги — зверху вниз і зліва направо.

Різновидом мозаїчної конструкції є градаційна побудова, коли редакція намагається досягти певної послідовності у сприйманні

матеріалів, котрі різняться значенням і цінністю. У цьому випадку використовують різний ступінь виділення матеріалів: найважливіші ставлять на кращі місця полоси, акцент робиться також із допомогою шрифтів заголовків, формату набору, інших виділювальних засобів. Створення гравітаційної конструкції — справа складна Й тонка, вона вимагає від оформлювача високої професійної майстерності.

Конфігурація матеріалів. Обриси текстових матеріалів на полосі мають двояку форму —■ пряму (чотирикутну) і ламану (східчасту). Легшою для сприймання є проста конфігурація, за якої матеріал розверстується на декілька колонок, однакової висоти. Полоса, створена з чотирикутних блоків, має виразну, геометрично чітку побудову.

Ламана конфігурація виникає при розверстці матеріалу на різні за висотою колонки і при заміні широкого формату вужчим і навпаки, через що обрис матеріалу набуває східчастого характеру.

Розміщення заголовків на полосі підлягає певним правилам. Є заголовки, набрані в один газетний рядок, у два, три й навіть більше рядків. Це залежить в основному від кількості слів у заголовку.

Чим більше рядків у заголовку, тим важче його оформити. Набраний великим шрифтом багаторядковий заголовок займає на полосі значну площу; він утворює чорну пляму, яку, щоб вона не виділялася на полосі занадто різко, треба чимось зрівноважити. Тому багаторядкові заголовки рекомендується набирати меншими шрифтами.

Якщо, скажімо, довгий заголовок розмістити одним рядком не можна, то його поділяють на певні частини, причому так, щоб кожна частина зберігала свій акцент, свій сенс.

Розбиваючи заголовок на рядки, не слід залишати в першому рядку займенники, допоміжні слова, сполучники і прийменники. Не можна переносити власні імена (або ініціали й прізвища).

Неправильно:

|  |  |
| --- | --- |
| «Вісті з ланів». | «Київ — до свята». |

Отже, необхідно підібрати такий шрифт, щоб уникнути переносів у рядках. Тире має залишатися в першому рядку газетного заголовка:

|  |
| --- |
| «Автомобіль — не розкіш». |

Не можна поділяти слова, зв'язані дефісом. Згадаємо, як позначається дефіс в оригіналі. Не можна:

|  |  |
| --- | --- |
| «Отставка генерал-губернатора» | «Обіцянка-цяцянка» |

Якщо при наборі заголовка обраним шрифтом рядок не входить у форму, необхідно змінити кегль, накреслення чи навіть гарнітуру шрифту, аби тільки зберегти правильний змістовий розподіл на рядки.

Поділ заголовка за змістом дає нам:

1. Рядки однакової довжини на повний формат колонок.

2. Рядки не на повний формат колонок.

3. Рядки неоднакової довжини.

При такому сполученні рядків форми заголовка можуть бути найрізноманітніші:

— стрибкоподібні;

— пірамідальні;

— блокові;

— ступінчасті.

Розміщення заголовків над текстом — найбільш поширений прийом. Застосовують також заголовки над опущеними колонками тексту, між колонками тексту («впропал»), з боку від тексту — ліворуч і праворуч («кватирка»), «утоплені» тощо.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Схема однорядкових заголовків |  |
| Заголовок виключено (поставлено) ліворуч. | Заголовок розміщено в центрі. | Заголовок виключено праворуч. |
|  | Схема дворядкових заголовків |  |
| Заголовок виключено ліворуч (блоком). | Рядки заголовка розміщено один під одним, у центрі (блоком). | Заголовок виключено праворуч (блоком). |
| Верхній рядок виключено ліворуч, нижній — праворуч «сходинами». |  | Верхній рядок виключено праворуч, нижній — ліворуч «сходинами». |
|  | Схема трирядкових заголовків |  |
| Заголовок виключено ліворуч (блоком). | Слова заголовка розміщено один під одним по центру (блоком). | Заголовок виключено праворуч (блоком). |
| Стрибкоподібний заголовок, виключений ліворуч. |  | Стрибкоподібний заголовок, виключений праворуч. |
| Заголовок виключено ліворуч, нижній рядок довший. |  | Заголовок виключено праворуч, середній рядок довший. |
| Заголовок виключено ліворуч, верхній рядок довший. |  | Заголовок виключено праворуч, нижній рядок довший. |
| Заголовок виключено ліворуч, середній рядок довший. |  | Заголовок виключено праворуч, верхній рядок довший. |
|  | Слова заголовка розміщено по центру у вигляді перевернутої піраміди. |  |
|  | Слова заголовка розміщено по центру у вигляді прямої піраміди. |  |

Отже, поділ заголовків на два чи три рядки проводиться, якщо:

— цього вимагає смислове розчленування заголовка;

— за меншої кількості рядків заголовок не входить у виділений формат;

— цього вимагає композиція верстки, тобто порядок розміщення матеріалу на полосі залежно від його значення.

Щоб заголовки не «різалися» — не стояли на одній лінії та прикрашали полосу — їх інколи «утоплюють» у текст або зсувають у різні боки. Якщо заголовок стоїть зверху над багатоколонковим матеріалом і виключений ліворуч, то з правого боку часто залишають одну чи дві колонки, «не накриті заголовком», якщо заголовок виключений праворуч, то першу колонку здебільшого пропускають, не накривають, ставлять ініціал.

**Композиція заголовка**

Від середини 60-х pp. дедалі чіткіше окреслюється сучасний стиль композиційно-графічного оформлення газет.

Наша періодична преса набуває рис, які найповніше відповідають естетичним вимогам теперішнього часу і зростаючим запитам читачів.

Позаду лишився період перегляду застарілих оформлювальних канонів, коли майже всі газети широко використовували принципи ламаної верстки — всілякі уступи, «ніжки», «чобітки», різних розмірів колонки та ін.

Газети повернулися до чіткої прямокутної конструкції матеріалів тієї самої прямої верстки, яку так наполегливо виганяли зі своїх сторінок наприкінці 50-х pp. Але це вже пряма верстка нового, набагато вищого рівня.

Особливості кожного типу газети вносять певні зміни в їхнє ком-позиційно-графічне оформлення. Проте слід іще раз підкреслити, що, зрештою, кожен нюанс оформлення газети диктується насамперед її змістом, функціональним призначенням, типом.

Усі характеристики заголовків, які ми досить детально розглянули, виступають у тісній діалектичній єдності. У заголовку зміст і форма складають нерозривне ціле.

Якщо є вади у змісті заголовка, то їх не приховати ніяким майстерним оформленням. Навпаки, добре оформлений заголовок контрастуватиме зі змістом, підкреслюючи прорахунки.

Тому, працюючи над заголовком, треба враховувати всі найважливіші вимоги до нього.

Заголовки — дороговказ газетного номера, прапорці газетних полос. Це визнається всіма. І тому дивитися на них слід саме так, як на прапорці, і ставитися до роботи над заголовками в усіх її аспектах з високою вимогливістю і відповідальністю.

І як не важко знайти заголовок до матеріалу, на цьому, повторюємо, процес роботи над ним не завершується. Розміщення заголовків на газетних полосах, їх композиційно-графічне моделювання, шрифтове оформлення — це важка справа, це робота, яка потребує від журналіста великих творчих зусиль.

Які є способи композиційного розміщення заголовків на газетній полосі, у газетному номері?

1. Найпоширеніший прийом у нашій пресі — ***відкрита верстка***заголовка. Це заголовок, який стоїть над усім текстом. Його побудова не залежить від змісту, обсягу та місця матеріалу на полосі. Враховується лише кількість колонок, на яку розверстано публікацію.

До відкритої верстки належать і знаки, формат яких є меншим, аніж формат матеріалу. У таких випадках частину тексту набирають в оборку.

Оборка — це частина тексту, набрана на звужений формат для розміщення на вивільненій площі знаків, рубрик, ілюстрацій, таблиць. Оборки бувають однобічними і двобічними.

*2.****Напіввідкрита верстка.***Заголовок розміщують не над усіма колонками тексту, а тільки над їх частиною — ліворуч або праворуч угорі матеріалу, над опущеними колонками.

3. ***Закрита верстка***заголовка. Заголовок розміщують теж угорі публікації, але між колонками тексту (цей спосіб у редакції часто називають «впропал»).

4. ***Напівглуха верстка***заголовка. Текст обрамляє заголовок із трьох боків.

5. ***Глуха верстка****.*Текст обрамляє заголовок з усіх чотирьох боків. Заголовок розміщують усередині публікації. Його в редакціях називають «зануреним».

«Занурений» заголовок використовують тоді, коли треба уникнути злиття сусідніх заголовків, що стоять на одному рівні над текстами.

Можна скористатися «глухою» версткою («зануреним» заголовком) і тоді, коли треба якось «розрядити» текстовий масив («цеглину»).

За будь-якого переміщення заголовка всередину тексту слід неодмінно вказувати початок матеріалу з допомогою ініціала (ініціальної літери).

Не рекомендується переносити всередину тексту той заголовок, формат якого дорівнює загальному форматові матеріалу: такий заголовок «переріже» публікацію, відокремить верхню її частину від нижньої.

Заголовок не варто опускати нижче від оптичного центра матеріалу, бо він порушить його пропорції. Не треба встановлювати заголовок унизу газетного тексту.

6. «***Кватирка***»***.***Заголовок «кватиркою» вміщений всередині тексту на спеціально залишеному білому просторі в лівій або правій верхній частині матеріалу.

«Кватирка» неодмінно набирається в оборку і на формат, ширший від основного (стандартного).

Такий заголовок може бути накритий зверху кількома рядками тексту (не менш як два).

7.***Журнальна верстка***газетного заголовка. Заголовок розміщують вертикально, літера під літерою.

До такої верстки належить і заголовок, що «лежить» збоку тексту. Цей спосіб у деяких редакціях називають «лежачим» заголовком.

Але тут треба зауважити: журнальну верстку заголовків у газетах майже не застосовують, оскільки правилами читання українського тексту встановлено — читати слід зліва направо, а не зверху вниз чи знизу вверх!

І ще одне зауваження: журнальна верстка заголовка вимагає застосування оборок або ж зменшення формату набору. Цього не слід забувати!

8. «***Прапорцева***»***верстка.***Це складна форма заголовка, що розміщується над більшою кількістю колонок, ніж їх забирає матеріал, до якого він належить. Буває, наприклад, так: заголовок охоплює чотири або п'ять колонок, а текст — лише одну чи дві колонки.

Дуже ефективний спосіб оформлення. Його використовують тоді, коли хочуть підкреслити актуальність і важливість порівняно невеликого матеріалу.

Від інших публікацій заголовок-«прапорець» відокремлюють видільними лінійками; отже, він має вигляд прапора. Це — складний засіб композиції заголовків.

9. ***Комбінований спосіб.***Він також належить до складних видів композиційного оформлення заголовків. «Шапка», скажімо, набрана кількома шрифтами різних кеглів.

**Приклади:**

|  |
| --- |
| *ПОКИ НЕ ВДАРИЛИ МОРОЗИ, покінчити з недоліками в підготовці комунальних служб до зими* |
| *БІЛЬШЕ ХОРОШИХ ТОВАРІВ! Ініціативу шкіряників стримує прохолодне ставлення до важливої справи* |
| *ЕКЗАМЕНИ НЕ ЗА ГОРАМИ! Шановне студентство, беріться за книги, підручники, конспекти!* |

Отже, у сучасного оформлювача в розпорядженні вдосталь варіантів, щоб зробити змістовні та яскраві композиції. Важливо тільки, щоб пошуки і вибір нових рішень відповідали характерові видання і законам сприйняття. Останні можна висловити двома правилами.

1. Читач має з першого погляду визначити, що цей заголовний комплекс належить саме до цього матеріалу. За повної розверстки заголовків такий висновок напрошується сам собою. А от за часткової, особливо коли заголовок переміщено праворуч або всередину тексту, потрібні додаткові орієнтири: вільна ліва колонка має починатися з ініціала, матеріал із «зануреним» заголовком треба чітко відділити від інших лінійками.

2. Між заголовними елементами має бути досить чітка субординація, котра визначається їхнім місцем у заголовному комплексі та відповідним розміром. Центральне місце та найбільший обсяг відводиться заголовку. Від нього не можна відривати підзаголовок як основний роз'яснювальний елемент. Якщо рубрика подає в матеріалі розділ газети, то її краще місце — на початку комплексу, зверху.

Ми вже знаємо, що рубрика є особливим видом заголовка в газеті, який групує матеріали за відповідними проблемами чи жанровими ознаками.

На відміну від інших видів заголовка, рубрика не розкриває змісту журналістських творів. Вона тільки в найзагальніших рисах підкреслює характерні особливості змісту публікацій або ж вказує на порушену проблему.

Не пов'язуючись із конкретним матеріалом, рубрика повторюється в багатьох газетних номерах.

В одних випадках вона є заголовком добірки чи блоку («Новини спортивного життя», «Мистецька хроніка»). В інших — називає кампанію, вказує на загальні проблеми, порушені в публікаціях («Соціальна сфера: магазин, товар, покупець»), підкреслює жанр надрукованих матеріалів (нарис, репортаж). Рубрики є постійні й тимчасові. Останні припиняються з завершенням кампанії, якій вони присвячені.

Набирають рубрики шрифтом (ми вже говорили) невеликого кегля (10—12—14 пунктів) і вміщують над заголовком, поряд із заголовком, під заголовком. Шрифт рубрики має відрізнятися від основної текстової гарнітури.

Верстка рубрик у газеті передбачає використання різних композиційних і видільних, а також набірно-графічних засобів.

1. ***Оформлення рубрики без лінії.***Для верстки рубрики над основним заголовком без лінійки збільшують розміри відбивки, тобто збільшують «повітря». Іншими словами, зростає вільний простір навколо рубрики.

Варіанти:

а) верстка рубрики без лінії з боку основного заголовка (ліворуч, праворуч):

|  |
| --- |
| *Полеміка. ПОШУК ЧЕРЕЗ ТРАДИЦІЮ* *Факт і коментар. ОХОРОНА ПРИРОДИ НЕ ЗНАЄ МЕЖ* |

б) верстка рубрики без лінії під основним заголовком:

|  |
| --- |
| *ПАРТНЕРАМИ СТАЛИ КООПЕРАТИВИ* *Інтерв'ю на актуальну тему* |

2. ***Оформлення рубрики прямою тонкою лінією.***Внизу під текстом рубрики ставлять пряму тонку лінію (1—2 пункти), яка «підсікає» (підкреслює) довжину всіх слів рубрики.

Варіант: рубрику «підсікають» прямою напівжирною лінією (4-6 пунктів).

3. ***Оформлення рубрики фігурною прикрасою чи набірною кінцівкою****.*Рубрика, виключена по центральній осі, може бути відокремлена від основного заголовка фігурною прикрасою (ромбик, квадратик, кружечок та ін.) або ж невеличкою лінією у вигляді кінцівки (кінчика).

4. ***Оформлення рубрики, встановленої всередині ліній.***У разі розміщення рубрики між двома лініями, встановленими зверху й знизу, використовують симетричну чи асиметричну виключку рядка.

5. ***Оформлення рубрики рамкою.***Якщо рубрика верстається поряд з основним заголовком (праворуч або ліворуч), її можна замкнути в набірну рамку або напіврамку.

6. ***Оформлення рубрики з допомогою набірних ліній, які заповнюють місце поряд із рубрикою.***Для ефектного виділення короткої рубрики її встановлюють у верхньому кутку (праворуч або ліворуч) або в центрі над основним заголовком: заповнюють частину формату, що залишається, напівжирною, жирною, штрихованою (шатиркою чи асюре) лінією, яка часто має товщину кегля рубрики. «Молодь України», наприклад, користується 6-пунктовими тупими (жирними) лініями.

7. ***Оформлення рубрики виворітним кліше,***що дає біле зображення на чорному тлі.

Слід запам'ятати, що виворітне кліше є одним з найсильніших засобів виділення.

**Шрифтографія газетних заголовків**

Всі елементи газетної графіки, безперечно, важливі. Але якщо спробувати визначити найголовніші з них, то, поза будь-яким сумнівом, ним буде ***шрифт****.*

Шрифти використовуються в газеті:

— для набору текстів;

— для виділення частини тексту або окремих матеріалів;

— для набору і оформлення заголовків.

Відповідно до цих завдань шрифти поділяються на:

— текстові;

— видільні;

— титульні (заголовні).

Нам відомі засоби використання текстових шрифтів, способи виділення в тексті газетних матеріалів із допомогою шрифтів інших гарнітур, розрядки (тобто збільшення проміжків, пробілів між літерами слів, що їх треба виділити), з допомогою нешрифтових засобів виділення в тексті («повітря», втяжки, підкреслення лініями окремих слів, речень та ін.).

Ми знаємо, що заголовок є органічною частиною газетного матеріалу, нерозривно з ним зв'язаний.

Ми вже ознайомились із різновидами, композицією заголовків, їх розміщенням на полосі.

Від чого ж залежить ***виразність***заголовка?

Сила й виразність заголовка, крім того, про що вже було сказано, багато в чому залежать від розміру, тобто від кегля шрифту.

А чим визначається добір кегля для заголовка? Насамперед, значенням публікації та кількістю колонок, на які його розверстано; місцем заголовка на газетній полосі, обсягом тексту і значною мірою кількістю рядків заголовка. А ще — форматом газетної полоси: оскільки обсяг матеріалів у газеті формату А2 значно більший, ніж у газеті формату А3, то й заголовки в газеті формату А2 набирають більшим кеглем.

Отже, чим важливіша стаття чи кореспонденція, тим більший шрифт використовується для набору заголовка.

Оформляючи заголовки, слід брати до уваги і накреслення шрифтів, і відмінність між ними:

— за насиченістю (світлий, напівжирний, жирний);

— за нахилом (прямий, курсивний (похилий));

— за щільністю — нормальний (тобто середньої ємності, середньої компактності), вузький, широкий;

— за декоративністю (контурні, декоративні, відтінювальні, штрихові).

Шрифти напівжирних і жирних накреслень виділяються на полосі значно краще, ніж шрифти світлого накреслення. Тому заголовки основних матеріалів набирають напівжирним або жирним шрифтом. Однак тут треба стежити, щоб не всі заголовки газетної полоси було набрано напівжирним або жирним шрифтом. Інакше це призведе до невиразності, одноманітності, і читачеві буде важко визначити найбільш значущий матеріал.

Тож слід пам'ятати, що заголовки набирають прямим і курсивним шрифтом, великими та малими літерами.

Взагалі, важливим є те, щоб на полосі напівжирні шрифти протистояли світлим, прямі — курсивним, нормальні — вузьким або широким.

Отож, хотілося б сказати таке: в газетах формату А3 нерідко подрібнюють шрифти заголовків, мотивуючи це тим, що, мовляв, при цьому збільшується площа для тексту. Проте виграш кількох текстових рядків досить часто обертається програшем: дрібні, невиразні заголовки губляться на полосі, і важливі публікації залишаються непоміченими читачем. Тому навіть у газетах формату А3 бажано набирати заголовки відносно великим шрифтом, не втрачаючи, звичайно, почуття міри.

Наведемо приблизні орієнтири кеглів заголовків для різних матеріалів газет формату А3 залежно від їх обсягу і кількості колонок, на які їх розверстано.

**Таблиця 2. Оптимальні розміри шрифтів заголовків**

|  |  |
| --- | --- |
| Кількість колонок, що на них розверстано матеріал | Кількість рядків у матеріалі |
| 10—30 | 50—80 | 100—120 | 120—150 | 150 і більше |
| Кеглі (в пунктах) |  |  |  |  |
| Одна | 14—16 | 16—20 | 20—24 | — | — |
| Дві | 16—20 | 20—24 | 24—28 |  | — |
| Три | — | 24-28 | 24—28 | 28—36 | 36—42 |
| Чотири | — | 24-28 |  | 28—36 | 36—42 |

Зазначимо, що в заголовках переважно використовується кегль 24—36.

Таблицю складено на основі публікацій районних, міських, обласних газет, що виходять форматом А3.

Вона, звісно, не може служити еталоном, а є лише зразком, який можна брати за основу при складанні більш докладних і точних взірців.

Ви вже знаєте, що інколи звичайнісінька 20-рядкова замітка може бути підверстана десь унизу полоси із заголовком кегля 12—14. А інколи замітка такого ж розміру, але про вагомий факт, важливу подію, посяде місце на видноті, і кегль заголовка може становити 20—24 пункти.

**Підзаголовки**набирають, як правило, на дві сходинки менше основного заголовку (заголовок, наприклад, 36 пунктів, а підзаголовок — 24, 28—20, 24—16).

**Рубрики***,*якщо говорити про формат А3, набирають кеглем 10—12 п. світлим або напівжирним великим кеглем; а на форматі А2 — кеглем 12—14 пунктів, великим або малим, світлим чи напівжирним.

Є чотири основні стилі шрифтового оформлення заголовків.

1. ***Одногарнітурний стиль****.*Він значно обмежує видільні можливості основних (головних) заголовків, а тому не знаходить практичного застосування в оформленні заголовків і в наших газетах трапляється дуже рідко.

**2. *Малогарнітурний стиль оформлення заголовків.***

***3. Багатогарнітурний систематизований стиль.***

*4.****Багатогарнітурний несистематизований стиль шрифтового оформлення заголовків.****У ньому використовують до 10, а той більше, титульних шрифтів. Тут якщо і є якийсь принцип формування заголовків, то його інакше, як смаковим не назвеш. У деяких газетах збільшують кількість шрифтових гарнітур настільки, що ледь не кожний заголовок набирають іншим шрифтом. І газетна полоса стає «вітриною» всіх шрифтів, які є в друкарні. Слід пам'ятати, що строкатість титульних шрифтів не сприяє, а заважає виділенню основних заголовків полоси.*

*Останні три стилі — малогарнітурний, багатогарнітурний систематизований та багатогарнітурний несистематизований — застосовуються і можуть застосовуватись у будь-якій газеті, бо немає об'єктивних перепон для кожного з цих способів шрифтового оформлення заголовків.*

*Щодо використання одногарнітурного стилю, то проведений аналіз його структури й композиції не дає змоги стверджувати, що тут порівняно з іншими засобами можна досягти такого ж взаємовиділення публікацій на газетній полосі, як це відбувається за вживання кількох гарнітур. Такий стиль дуже обмежує можливості виділення основних заголовків.*

*Наприкінці хочеться сказати, що в структурі графічного оформлення газети велику роль відіграє правильний вибір титульних і текстових шрифтів. Їхні величина й малюнок вказують на значущість того чи іншого матеріалу.*

*Якщо говорити про текстові шрифти, то для кожної газети найбільш раціональним є вживання двох основних гарнітур і кількох додаткових.*

*Щодо титульних, цілком достатньо мати в ужитку три основні гарнітури — Газетну рублену, Журнальну рублену і Звичайну жирну. І як додаткові — Брускову, Заголовну газетну, Шкільну.*

***Процес оформлення заголовка***

*Цей процес складається з кількох етапів. У секретаріаті редакції насамперед перевіряють запропонований варіант заголовка з погляду літературної і смислової завершеності: чи відповідає він змістові матеріалу, вимогам, що ставляться до заголовка. Водночас у секретаріаті уточнюють вид заголовка, його роль на полосі.*

*Якщо заголовок складається з кількох слів, то, в разі потреби, його поділяють, додержуючись правил змістового поділу, на рядки. Уточнюють у секретаріаті встановлення кожного рядка: або симетрично, по центральній осі, або з виключенням у правий чи лівий бік.*

*Потім починається шрифтове оформлення заголовка. Щоб верстальник або лінотипіст на СК (рядковідливній великокегельній машині) міг правильно набрати заголовок, треба дати йому всі необхідні вказівки. Які саме?*

*Для кожного заголовка слід зазначити шість основних характеристик дібраного шрифту:*

*— його гарнітуру;*

*— кегль;*

*— насиченість (світлий, напівжирний, жирний);*

*— щільність (нормальний, вузький чи широкий);*

*— нахил (прямий чи курсив);*

*— великий чи малий.*

*Щоб навчитися розпізнавати шрифти, необхідно:*

*— вивчити ознаки накреслень гарнітур;*

*— знати основні риси засічок;*

*— засвоїти контрасти літер;*

*— запам'ятати найхарактерніші особливості літер, які входять до тієї чи тієї гарнітури;*

*— набути навичок грамотного користування титульними шрифтами.*

*Слід запам'ятати найпоширеніші шрифтові гарнітури.*

*1. Група рублених шрифтів (Журнальна рублена, Газетна рублена, Стародавня, Плакатна, Агат).*

*2. Група шрифтів із ледве помітними засічками (Жовтнева).*

*3. Група медієвальних шрифтів (Літературна, Банниківська, Заголовна газетна).*

*4. Група звичайних шрифтів (Звичайна, Звичайна нова, Кузаняна).*

*5. Група брускових шрифтів (Брускова газетна, Балтика, Реклама).*

*6. Група нових малоконтрастних шрифтів (Нова газетна, Шкільна, Бажанівська).*

*У додаткову групу входять імітаційні гарнітури (рукописні), а також шрифти, малюнки яких не мають яскраво виражених графічних ознак і не можуть бути віднесені до будь-якої з шести груп стандарту, — декоративні, «1812 рік», машинописні:*

*Мш -— гарнітура Машинописна;*

*Шр — шрифт «1812 рік».*

*Серія шрифтів монопольного користування:*

*Мс — гарнітура Московська;*

*Ц — гарнітура Центральна;*

*Рд — гарнітура Радянська;*

*Сп — гарнітура Супутник;*

*Ав — гарнітура Авангард.*

*Серія нових шрифтів:*

*Ю — гарнітура Юність;*

*Гф — гарнітура Графіка;*

*Лі — гарнітура Лідія;*

*Гн — гарнітура Граніт.*

*Серія каліграфічних гарнітур:*

*РЖ — гарнітура рукописна Жихарева;*

*РК — гарнітура рукописна Коробкової;*

*РКС — гарнітура рукописна Кулькова — Сергєєвої;*

*Кл — гарнітура рукописна Каліграфічна;*

*Серія старих шрифтів:*

*Гд — гарнітура Герольд;*

*Др — гарнітура Стародавня.*

*Отже, спочатку зазначають умовну літерну назву шрифтової гарнітури.*

*Далі потрібно вказати насиченість шрифту (відносну товщину штрихів). Для цього використовують непарні числа, визначені такими цифрами:*

*1 — світле накреслення шрифту;*

*3 — напівжирне накреслення шрифту;*

*5 — жирне накреслення шрифту.*

*Для визначення щільності (ширини) шрифту в індексації застосовуються парні числа (наступний етап):*

*2 — нормальне накреслення;*

*4 — вузьке накреслення;*

*6 — широке накреслення шрифту.*

*Для позначення курсивного шрифту використовують такий граматичний розділовий знак, як коса риска (/). Прямі шрифти цифрових позначок не мають.*

*Особливості позначень умовної індексації добре характеризуються в такій таблиці (її розглянуто в книзі Балаша, с. 47):*

***Таблиця 3. Умовна індексація шрифтів***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Накреслення | Світле | Напівжирне | Жирне |
|  | Пряме | Курсивне | Пряме | Курсивне | Пряме | Курсивне |
| Нормальне | (2)1 | /1 |  | /3 |  | /5 |
| Вузьке |  | /41 |  | /43 |  | /45 |
| Широке |  | /61 |  | /63 |  | /65 |

*Приклади:*

*ЖР/3 — Журнальний рублений напівжирний курсив;*

*Лі — Літературний світлий прямий шрифт;*

*Ш/3 — Шкільний напівжирний курсив;*

*БГ 36 — Брусковий газетний прямий напівжирний широкий шрифт;*

*Бж 32 — Бажанівська нормальна напівжирна пряма гарнітура;*

*Останній компонент індексації вказує на розмір шрифту — кегль. (ЖР 32—42 вел).*

*Окрім друкарських шрифтів, редакції застосовують й інші графічні засоби для оформлення заголовного комплексу. До них відносять передусім клішовані елементи. У практиці часто використовуються текстові клішовані елементи, рідше — зображально-текстові і зовсім рідко — зображальні чи символічні. Останні виконують дві функції: заміну рубрики (наприклад, у спортивному розділі до матеріалу про якийсь вид спорту дають відповідний малюнок — символ) чи доповнення до заголовного комплексу в цілому, як уточнення теми, ідеї, часу й місця дії. Наприклад, до матеріалу про жнива — знімок комбайна тощо. Тут символ наче ілюструє ту ж набірну рубрику.*

*За способом виконання клішовані елементи називають мальованими. Але це правильно лише тоді, коли оригіналом служить малюнок.*

*Нерідко з цією метою використовуються і фотографії, і монтажі з літер та фотографій, і переведені на негатив знімки текстів. Надрукований текст виходить білим на чорному тлі (виворітка). Великі можливості у цій площині відкриває друк, де оформлювальні елементи можуть створюватись безпосередньо під час монтажу полоси.*

*Клішовані елементи — сильний засіб виділення заголовного комплексу в цілому. Вони сприймаються на рівні ілюстрацій. Тому їх кількість має бути обмеженою. У редакції намагаються використовувати на сторінці не більш як один-два клішовані елементи.*

*Сучасна поліграфія дозволяє у графіці заголовного комплексу широко застосовувати кольорові варіації. Додатковим кольором виділяють у газеті важливу «шапку», рубрику. Кольором можна не тільки виділяти безпосередньо смислові елементи, а й створювати для них інше тло.*

***Висновки***

*Газетний заголовок — це назва статті, кореспонденції чи іншого матеріалу, де стисло висловлено його основний зміст. Заголовок має специфічні особливості, які відповідають характерові подій, типові газети, жанрові публікації. Газетний заголовок відображає позиції автора, в ньому використовуються різні засоби художньої виразності. Усі ці особливості, звичайно, необов'язково поєднуються в якомусь конкретному заголовку. Але в роботі зважати на ці вимоги необхідно.*

*Усі характеристики заголовків, що належать як до змісту, розміщення на газетних сторінках, так і до їх шрифтового оформлення, знаходяться в тісній діалектичній єдності. У заголовку зміст і форма становлять нерозривне ціле. Якщо у змісті заголовка є недоліки, то їх не можна приховати ніяким оформленням. Навпаки, добре оформлений заголовок контрастуватиме зі змістом, ще більше підкреслюючи прорахунки в ньому.*

*Тому, працюючи над заголовком, треба враховувати всі найважливіші вимоги до нього.*

*Заголовок «працює» на читача, якщо він відображає зміст матеріалу, якщо він грамотний, якщо він оригінальний. І, звичайно, мідяка не вартий той заголовок, який свіжо звучить завдяки перекрученню змісту матеріалу чи зневажанню правил граматики.*

*Отже, щоб у газетному номері «працював» кожен заголовок окремо і вся система заголовків, важливо пам'ятати про них на всіх етапах випуску газети, починаючи з читання оригіналу і закінчуючи перекладом підписних полос перед здачею до друку.*

*Основними критеріями оцінювання якості газетного заголовка є:*

*— змістовність заголовка;*

*— точність висловленої в ньому теми або головної думки;*

*— ясність і простота форм;*

*— нестандартність, оригінальність, бо, як відомо, шаблон, штамп несумісні з будь-яким мистецтвом, тим більше з мистецтвом газетної верстки;*

*— правильне графічне оформлення.*

*Основне завдання — безперервно поліпшувати звучання заголовного «оркестру» газетного номера.*

*На першому етапі, редагуючи матеріали, ми всю увагу приділяємо їхнім змісту і стилю, літературному опрацюванню. І забуваємо часом, що з тими ж вимогами, не менш суворо і не менш відповідально треба підходити до заголовків. Адже для читача будь-яка стаття, кореспонденція, замітка починаються саме з заголовка — цієї «візитної картки» матеріалу.*

*Треба стежити, щоб зміст заголовка не суперечив змістові матеріалу, як у цьому прикладі:*

*Рубрика: «Заходів ужито».*

*Заголовок: «Устаткування під відкритим небом».*

*Особливо уважно треба підходити до складання макета і втричі уважніше — до перегляду зверстаних полос. Ми тут маємо справу вже з системою заголовків номера, яка майже завжди вимагає суворого редакторського ока.*

*Слід обов'язково подивитися, як заголовки взаємодіють, чи не суперечать вони один одному за змістом.*

*Варто відповідальному секретареві поспішити з відправкою макета до друкарні, як на полосах з'являються повтори.*

*Такої одноманітності можна позбутися, якщо уважно складати макет, бути особливо пильним під час перегляду зверстаних полос.*