07.06.22 11 клас Вчитель: Артемюк Н.А.

**Тема. Основи композиції і архітектоніки багатосторінкового видання**

**Після цього заняття потрібно вміти:**

* Розуміти поняття друкованої реклами.
* Наводити приклади використання дизайну.
* Знати основні способи графічної реклама в міському середовищі

**Повторюємо**

* Що таке логотип?
* Які вимоги є до логотипів?
* Що таке ребрендинг?

**Ознайомтеся з інформацією**

**Композиція** (складати, створювати, поєднувати, компонувати) - зумовлене задумом та змістом структурування літературного тексту поєднання частин, компонентів, їх гармонія, співвідношення.

У художньому, художньо-публіцистичному тексті композиція формується з художньо осмислених і вмотивованих елементів: деталей, описів, діалогів портретів, сцен тощо.

У журналістському виступі цими складниками виступають ядро і подробиці факту, факт чи система фактів і висновків, що з них впливають.

Водночас **композиція** - це певна система зв’язку складників редакторської роботи над текстом, їхня заємозумовленість і єдність як цілого. Така система передбачає:

* доцільну збалансованість між окремими частинами ідейно-тематичного наповнення тексту;
* пропорційне співвідношення факту і висновків, що з нього випливають;
* розумне дозування логічних міркувань та художніх образів.

Сутність композиції можна краще збагнути, коли розглядати її в контексті споріднених із нею понять. Таких, як сюжет, архітектоніка тощо. Нагадаємо, що **сюжет** у журналістському тексті - розвиток і утвердження певної думки. А **архітектоніка** - структура предмета чи явища, система його найсуттєвіших компонентів.

Іншими словами, **архітектоніка** - «зовнішня» модель журналістського тексту, де чітко окреслені всі її складники: заголовок, перша фраза (зачин), основна частина, остання фраза (кінцівка).

Якщо сюжетність, скажімо, нарису - це внутрішня його модель, композиція - відповідна її опора (із пропорційно співвіднесених частин тексту), то архітектоніка - зовнішнє вираження його структури.

**Символи**

* 1. **Шрифт** — набір символів певного розміру і зображення.
  2. **Кегль** — розмір шрифту. При ручному наборі використовувалися металеві літери, на зразок тих, які застосовуються в друкарських машинках. Складачі викладали весь текст смуги з таких літер, як з цегли. Розмір пластинки, на якій була нанесена буква, і називався кеглем.
  3. **Гарнітура** — набір символів одного малюнка всіх розмірів, насиченості і зображення.
  4. **Зображення шрифту** — включає, як правило, чотири варіанти представлення одного і того ж самого шрифту — нормальний, напівжирний (Bold), курсивний (Italic) і напівжирний курсив (Bold—Italic). У деяких гарнітурах додаткові типи.

**Одиниці вимірювання**

* 1. **Пункти (рі)** — пункт рівний 0,353 мм. У пунктах звичайно вимірюється кегль і інтерліньяж.
  2. **Піки (р)** — один спис рівний 12 пунктам, або 1/6 дюйма (0,168 дюйми).
  3. **Цицеро (с)** — дана одиниця вимірювання прийнята в Європі і дорівнює приблизно одному спису (5,62 цицеро рівні 1 дюйму або 12 пунктам).
  4. **Кругла шпація** — фіксований пропуск, ширина якого рівна символу. Кругла шпація значно ширша за звичний пропуск.
  5. **Напівкругла шпація** — фіксований пропуск, на половину менший круглій шпації. У більшості шрифтів вона співпадає з шириною цифр, тому вона може використовуватися для вирівнювання чисел (наприклад, однозначних і двозначних).
  6. **Тонка шпація** — рівна чверті круглої шпації. Цей вид фіксованого пропуску традиційно використовується для відділення або питального знаку оклику від попереднього символу.

**Пробіли**

* 1. **Інтерліньяж** — відстань по вертикалі між рядками в абзаці?
  2. **Трекінг** — відстань між символами в словах. Параметри трекінга, як правило, є глобальними характеристиками шрифтів і мають різні значення залежно від кегля.
  3. **Кернінг** — інтервал між певними парами символів. Звичайно застосовується лише для окремих пар символів або в невеликих фрагментах тексту для точної настройки міжбуквених інтервалів.

**Абзаци**

* 1. **Відступи** — пропуски на початку абзацу (“червоний рядок”).
  2. **Відбиття** — пропуски до і після абзацу.
  3. **Виключка** — вирівнювання абзаців щодо сторінки. Виключення може бути по лівому краю, по правому краю, по центру і по формату, а також повною.

**Елементи макету**

* 1. **Колонки** — тип вертикального розділення смуги. Відстань між колонками називається “средником”.
  2. **Поля** — порожній простір навколо тексту. Поля повинні бути достатньо великими для забезпечення комфортності читання. Поля можуть також використовуватися як елемент дизайну.
  3. **Колонтитули** — текстові і графічні елементи, що повторюються на кожній сторінці (як правило, колонтитули розміщуються у верхній або нижній частині смуги, рідше — на зовнішньому краю). Використовуються для полегшення читання (наприклад, в словниках або журналах), а також як елемент дизайну публікації.
  4. **Колонцифри** — звичайно це номери сторінок, витримані в одному стилі та розташовані на кожній сторінці публікації.
  5. **Направляючі** — допоміжні лінії, за допомогою яких здійснюється вирівнювання текстових і графічних елементів публікацій.
  6. **Модульна сітка** — може бути використана .для створення рядків і колонок довільної висоти і ширини, а також для автоматичного розміщення направляючих відповідно до базової сітки. Можна зберегти набори ліній у файли модульних сіток і надалі багато разів використовувати їх на різних сторінках публікації або в інших публікаціях.

**Виробничі терміни**

* 1. **Шашкові кольори** — кольори заданого відтінку, одержані за допомогою наперед приготованих і змішаних фарб (на зразок автомобільних емалей)
  2. Кожен шашковий колір має свій номер.
  3. **Складові (або тріадні) кольори** — для отримання всього різноманіття кольорів на друкарському відтисненні використовуються чотири основні фарби: блакитна (Cyan), пурпурна (Magenta), жовта (Yellow) і чорна (Black). Чорна фарба додається для збільшення насиченості і контрастності, а також для друку чорних елементів (наприклад, тексту).
  4. **Кольороділення** — процес роздільного друку кожного кольору, вживаний при підготовці форм для друкарського друку. Для повнокольорового відбитку потрібно 4 плівки — по одній для кожного складового кольору.
  5. **Фальцювання** — операція, виконувана в друкарні, яка полягає в згині віддрукованих листів паперу.
  6. **Спуск смуг** — процес компоновки сторінок так, щоб після друку, фальцювання, брошурування і обрізання листів вийшла єдина книга з правильно пронумерованими сторінками. Спуск смуг необхідний при підготовці публікації меншого формату, ніж формат листів, на яких вироблятиметься друк в друкарні (наприклад, книга формату А5, друкована на листах А4).
  7. **Розтиск** — збільшення розміру друкарської крапки, що відбувається в результаті вбирання фарби папером. Величина розтиску залежить від якості паперу.

**Друкована реклама** – це спеціальна інформація про об’єкт (товар, послугу, фірму, юридичну чи фізичну особу), яка поширюється на поліграфічно-продукційних носіях з комерційною або некомерційною метою. Специфіка друкованої реклами полягає у сутності можливостей поліграфії і поліграфічної продукції, що дає змогу створювати велике розмаїття відображення об’єкта, просування в різних художніх формах.

Друкована реклама направлена, в першу чергу, на зорове сприйняття цільовою аудиторією інформаційного повідомлення, що містить риторичний вміст (метафору). Тому зразки реклами друкованого типу володіють надзвичайно високою проникною здатністю. Зоровий канал сприйняття інформації є досить чутливим до подразників відповідного типу.

За характером і поєднанням образотворчих засобів, що використовуються в друкованій рекламі, вона підрозділяється на текстову – якщо в ній переважає шрифт, образотворчу – якщо головним елементом є зображення, і комплексну – якщо вона рівнозначно містить два зазначених компонента. Переважання тексту в рекламі робить її більш інформативною, а використання образотворчих елементів – наочною.

Кожен із цих різновидів друкованої реклами має свої специфічні характеристики, від сукупності яких залежать особливості подачі інформації. Аби досягти максимального рівня ефективності та не бути непоміченою, друкована реклама використовує власну систему психологічного впливу. Слід наголосити на тому, що від друкованої реклами потрібно відрізняти рекламу в пресі з такими її різновидами, як газетна, журнальна й довідкова. В обох випадках використовується поліграфічний шлях створення, але абсолютно різними є особливості способів подання інформації

**Перегляньте відео за посиланням**

[**https://youtu.be/sx6KTaDCC0s**](https://youtu.be/sx6KTaDCC0s)

**Завдання**

Створіть карту знань за матеріалом уроку