

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЕКОНОМІКО-ПРАКНИЧИЙ КОЛЕДЖ**  
**ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**О.М. МИКИТІВ**

**МАКЕТУВАННЯ ТА ВЕРСТКА**

навчальний посібник для здобувачів освіти  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньо-професійної програми  
«Видавнича справа та редагування»

Ухвалено  
методичною радою ЕПК  
Протокол № 1  
від 22.08.2019

Запоріжжя  
2019

Микитів О.М. Макетування та верстка: методичні рекомендації до лабораторних робіт для здобувачів освіти спеціальності 061 Журналістика освітньо-професійної програми «Видавнича справа та редагування». Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 48 с.

Курс «Макетування та верстка» розрахований на те, щоб дати загальне уявлення, як зробити видання прийнятним з погляду поліграфічних вимог. Розкрито концептуальні засади та конкретні практичні прийоми оформлення періодичних видань.

Посібник складено відповідно до навчального плану, робочої програми. містить плани практичних занять, методичні рекомендації і поради, завдання для самостійної роботи, перелік рекомендованої літератури, а також завдання для індивідуальної роботи. Подані питання до іспиту.

Для здобувачів освіти спеціальності 061 Журналістика освітньо-професійної програми «Видавнича справа та редагування».

Рецензент

Чабаненко М.В., к. н. соц. ком., доцент

Відповідальний за випуск

Микитів О.М., викладач

## ЗМІСТ

Вступ	4
Плани практичних занять	5
Індивідуальне завдання	45
Перелік екзаменаційних питань	46
Рекомендована література	48

## ВСТУП

Курс «Історія української видавничої справи та редагування» є базовою нормативною дисципліною з підготовки здобувачів фахової передвищої освіти спеціальності 061 Журналістика освітньо-професійної програми «Видавнича справа та редагування».

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Макетування та верстка» полягає в тому, щоб дати загальне уявлення, як зробити видання прийнятним з погляду поліграфічних вимог.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Редакторсько-видавничий фах. Макети і верстка» є:

- 1) опанувати видавничу та поліграфічну термінологію;
- 2) оволодіти основами макетування;
- 3) уміти створювати макети;
- 4) уникати помилок під час створення макетів книг, газетно-журнальної чи рекламної продукції;
- 5) уміти зверстати рідні види друкарської продукції.

Згідно з вимогами освітньої (освітньо-професійної, освітньо-наукової) програми студенти повинні **знати**:

- загальну організацію сучасного редакційно-видавничого процесу у видавництвах різної форми власності;
- загальні вимоги до редагування, оформлення та видання літератури всіх типів;
- структурні та змістові вимоги до видань усіх типів;
- роль редактора як головної дійової і відповідальної особи за якість підготовленого до друку видання;
- загальну теорію редагування та головні методичні засади редакторського аналізу;
- застосування категорій редакторського аналізу при роботі з різноманітними за цільовим та читацьким призначенням текстами;
- основи логіки та логічні засади редагування.

### **вміти:**

- на практиці застосовувати набуті теоретичні знання, навички редакторського та коректорського опрацювання авторських та видавничих оригіналів, методики й техніки виправлень;
- знаходити, систематизувати та професійно опрацювати спеціальну літературу з питань редагування.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

- загальні: здатність розвиватись і навчатись; знання базових категорій маркетингу, методологічні аспекти організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах, теоретичні поняття категорій маркетингу та сучасних маркетингових тенденцій у видавничій справі.

- спеціальні: здатність ефективно просувати створену видавничу продукцію; знати

Закони України, етичний кодекс і нормативні документи, що регламентують професійну діяльність; здатність правильно застосовувати українські та міжнародні стандарти при оформленні, підготовці до друку періодичних і неперіодичних видань; аналізувати друквані видання на предмет дотримання видавничо-поліграфічних стандартів.

## ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

### Практичне заняття № 1-2

#### Роль елементів оформлення у формуванні «обличчя» видання

##### План

1. Оформлення газети – важлива складова роботи над номером
2. Поняття «обличчя» видання.
3. Головні складові газетної форми. Функціональні та естетичні завдання оформлення. Внутрішня і зовнішня форми видання. Взаємозв'язок графічної та літературної форми.

4. Загальні риси та ознаки оформлення газет

##### *Завдання для самостійного виконання:*

1. Проаналізувати елементи оформлення, які використовуються в сучасних газетах.
2. На прикладі двох-трьох газет охарактеризувати їх «обличчя».

### Методичні рекомендації і поради

До появи радіо, кіно і телебачення преса була єдиним джерелом інформації. Внаслідок конкуренції виникла потреба внести суттєві зміни в газетярську справу, у тому числі й в оформлення газет.

Перевага газет порівняно з іншими засобами інформації полягає в тому, що читач сам визначає порядок і темп ознайомлення з матеріалом, який його цікавить. Сучасна людина хоче отримувати інформацію, яка допомагала б їй розбиратися в найскладніших явищах життя.

Читач воліє розпоряджатися інформацією на власний розсуд, у зручний для себе час, в обраному ним місці. І тут щоденні газети незамінні.

Художнє оформлення газети, шпальти і навіть добірки – велике мистецтво. Йому властиві ті самі закони, якими керується художник, створюючи картину. Перед тим, як зробити на полотні перші штрихи малюнка, художник створює їх у своїй свідомості. Те саме відбувається під час оформлення газети.

Оформлення сприяє висловленню ідеї газетного матеріалу з допомогою художніх і технічних засобів. Мета оформлення газети – ясно і просто, красиво й доступно донести до читача матеріали статей, кореспонденцій, заміток.

Графічне оформлення газети – складова технології створення періодичного видання. Цей процес є важливим елементом діяльності редакції, який потребує зусиль усього колективу: від кореспондента до відповідального секретаря і редактора.

Зрілість тієї чи іншої науки характеризується рівнем розробки її термінології. Про оформлення газети ще не можна сказати, що його параметри визначено остаточно.

Донедавна люди, які займалися цим питанням, користувалися професійними словами і визначеннями, прийнятими в редакціях і друкарнях: розмітка, макетування, верстка та ін. З підвищенням уваги до оформлення газет

виникла потреба в нових термінах, які повніше й точніше відтворювали б процеси формотворення в періодичних виданнях.

Поняття «обличчя видання» виражає сукупність способів організації інформації, властивих конкретним газеті чи журналу: від характеристик текстів видання до їх розташування на полосі та оформлення. Щоб стало зрозуміло, можна взяти дві газети і проаналізувати їх за декількома напрямками. Наприклад, за темами, змістом і характером рубрик, типами заголовків, способом подачі матеріалів, типовими засобами оформлення шпальти. Це дозволяє побачити, що в газетах, навіть одного типу, присутнє як спільне для них, так і особливе. Поєднання цього спільного та особливого створює неповторне обличчя видання.

Що визначає обличчя видання?

1. Особливості завдань, характерні якості аудиторії, для якої призначено газету.

2. Традиційні для цього видання способи роботи, вимоги до журналістів та їхніх матеріалів.

3. Характер редакційного колективу.

Обличчя видання безпосередньо пов'язане з його концепцією. Концепція газети переходить із номера в номер завдяки двом обставинам, а саме:

- у нормально організованому редакційному колективі існує постійна система вимог до співробітників та їхніх матеріалів;
- через систему рубрик і тематичних полос, добірок тощо.

Відтак можна говорити про існування в редакції газети моделі номера, тобто системи уявлень про те, яким конкретно має бути будь-який номер. Модель номера передбачає, насамперед, обов'язкову присутність у виданні структурно організованого комплексу матеріалів. Цю структуру характеризують такі ознаки, як тема матеріалу, ставлення автора до теми (позитивне, негативне, нейтральне), характер відтворення дійсності (інформаційний, аналітичний), тип авторства і т. д. При цьому в моделі номера комплекс матеріалів розглядається як у цілому, так і в межах кожної шпальти видання. Змістовий бік моделі номера взаємодіє з його композиційно-графічним оформленням, де важливу роль відіграють співвідношення обсягу матеріалів і способи їх розміщення на полосі.

Єдність змісту і форми, функціонального та естетичного складає основну мету в мистецтві художньо-технічного оформлення періодичних видань. Оформлювальний процес – це і є приведення у відповідність зовнішньої форми газети чи журналу до її тактично організованого змісту, літературних форматів (жанрів), тижневих та індивідуальних особливостей видань. В остаточному вигляді, тобто в поліграфічному виконанні номерів, ми маємо справу з оформленням, як із матеріалізованим результатом цього процесу.

У нашому динамічному столітті з його безмежним потоком інформації функціональність оформлення періодичних видань набуває особливого значення. Газета чи журнал ризикують утратити частину своїх читачів, якщо їхнє оформлення не сприяє швидкому й цілеспрямованому сприйняттю друкованих повідомлень.

Внутрішню форму видання утворюють тематична і жанрова структури. Зміст починає виявляти свою форму під час безпосередньої реалізації редакційних планів у кожному номері видання і на кожній його полосі. Тут він стає особливо організованим змістом: у нього є своя структура публікації різних тематичних напрямків, що об'єднуються в певний ряд, для яких знайдено відповідні їхнім характеру та значущості просторові й розмірні співвідношення. Отже, тематична структура як внутрішня форма є способом організації змісту, з'єднання його частин у єдине ціле. Набуваючи структурних якостей, зміст стає внутрішньо оформленим. Усі розділи, рубрики, окремі матеріали з'єднані між собою так, що сприймаються читачем як відособлені одне від одного і водночас як частини єдиного цілого – шпальти, номери, об'єднані в такий систематизований ряд, що підкреслює більшу значимість одних публікацій і меншу інших, внаслідок чого полегшується процес читання газети чи журналу, знаходження того, що більше цікавить читача.

Внутрішня форма настільки злита з її змістом, що ми вбачали б у ній хіба що відбиття останнього, якби вона не переходила в зовнішню форму. Розташування певним чином тематичних частин номера, їхні визначені розміри, розмежування та зв'язки – це вже конкретно сприймається як просторові та графічні способи виявлення змісту. Так від внутрішньої організації переходимо до композиції – головного компонента зовнішньої форми.

Варто зазначити, що нині композицію газети розглядають чи дуже широко, з включенням у це поняття тематичної побудови номерів, чи вузько – як з'єднання в ціле зображальних елементів, ліній, тонів, плям, конфігурацій тощо.

Обидва погляди мають підстави. По-перше, поняття структури й композиції дуже близькі й нерідко вживаються як синоніми. По-друге, немає однозначного тлумачення поняття композиції і в теоретиків мистецтва, звідки воно походить. Деякі з них розглядають композицію, скажімо, картини лише як комплекс зображувальних елементів та їх розташування на площині безвідносно до задуму твору. Інші стверджують, що композиція – це, насамперед, конкретна розробка сюжетно-тематичної основи твору з розподілом предметів і фігур у просторі, а вже потім установлення співвідношень обсягу, світла й тіні, кольору і т. д.

Оформлення газети – важлива ділянка журналістської творчості. Від технічного оформлення газети залежить вплив матеріалів на читача. Протягом століть людство виробило прості й чіткі закони і принципи технічного оформлення, що відповідають демократичному характерові преси.

Ці загальні риси та ознаки оформлення властиві газетам і журналам різного типу, але разом з тим у кожній газеті поступово складається власний більш або менш сталий композиційно-графічний тип. Тому актуальною виявляється проблема індивідуалізації зовнішнього вигляду друкарських видань у межах оформлювальних норм. У вирішенні цієї проблеми важливу роль відіграє комплексне і раціональне використання всіх художньо-поліграфічних засобів.

Стійка композиція номера – один з основних компонентів довготривалої моделі газети. Стабільність в оформленні пов'язана зі змістом, тематикою і жанровою структурою газети.

Форма та оформлення газети – поняття, на перший погляд, тотожні, але це не так. Під оформленням ми розуміємо художньо-технічний процес, що включає вибір та застосування шрифтів, ілюстрацій, способи розміщення матеріалів, засновані на використанні законів контрасту, пропорції, ритму та ін. Це – найсуттєвіша ланка у формотворенні газети, але не єдина. Поєднання її з іншими формотворними процесами та явищами і складає газетну форму, тобто особливу фізичну конструкцію, зумовлену змістом газети та її призначенням у суспільстві.

Початкові елементи цієї конструкції – формат, обсяг, колонки. Вони відрізняють газетну форму від решти форм друкованої продукції, періодичної та неперіодичної. Ці елементи газетної форми – результат тривалої історичної еволюції, в процесі якої вони змінювалися. Видавців і читачів перших газет, мабуть, задовольняли книжковий формат і невеликий обсяг. Публікація декількох новин політичного чи економічного змісту не потребувала особливої конструкції, яка відрізнялася б від конструкції книги.

Необхідність збільшення формату, обсягу газети і поділу її полос на колонки з'явилася згодом, коли збільшився потік інформації, а газета стала більш масовою, коли вона почала наповнюватися повідомленнями найрізноманітнішого характеру – офіційними й розважальними, комерційними та белетристичними, текстовими та ілюстративними. Основною технічною межею і мірою для газетних матеріалів, рубрик, добірок стали шпальти і колонки.

Підпорядкованість усіх елементів газети її змістові відіграє провідну роль на всіх етапах формотворення газети. Коли в минулому столітті американські видавці почали випускати газети «простирадлом», то читачі не прийняли їх тому, що було незручно тримати їх під час читання. І навпаки, газети-таблоїди набули значного поширення завдяки тому, що малоформатну газету зручно читати й перегортати не тільки вдома, а й у дорозі.

Отже, форма газети – це форма просторової організації газетних матеріалів. Іншими словами, це розмірна модель, що склалася історично. Вона забезпечує газеті виконання її функцій. У головних ознаках ця модель універсальна, що відповідає характерові газети як засобу спілкування і технології її виробництва.



## Практичне заняття № 3-4

### Складники газети

#### План

1. Заголовна частина газети. Основні елементи заголовної частини. Оформлення заголовної частини та її ланок. Розмір та варіанти розміщення заголовної частини на шпальті.

2. Розділові елементи (пробіли, лінійки, прикраси) та специфіка їх використання. Призначення і функції розділових засобів.

3. Службові деталі (колонтигули, вихідні відомості, авторські підписи, ініціали) та способи їх оформлення.

#### *Завдання для самостійного виконання:*

1. Подати у таблиці постійні елементи газети, взявши за приклад два періодичних видання. (2)

2. Описати службові деталі в періодичних виданнях. (2)

#### Методичні рекомендації і поради

Газета починається з заголовної частини. Саме дивлячись на неї, читач вибирає газету. Тому зрозуміло, яке значення має правильне її оформлення.

Слід звернути увагу, що заголовна частина газети складається з декількох основних елементів. Це – назва газети, постійний заклик, зазначення того, чийм органом є газета, чи її статусу, календарні відомості, порядковий номер, рік видання газети, ціна одного примірника. Іноді вказують періодичність виходу газети і зображують нагороди, присуджені цьому органу.

Традиційне розташування заголовної частини газети – зверху, ліворуч, над першими колонками першої сторінки. Однак у багатьох газетах її досить активно переміщують, іноді зсувають униз. Тоді на вільному місці розміщують важливі повідомлення чи інформаційну добірку.

До розділових засобів відносять пробіли, лінійки, кінцівки та різноманітні фігурні елементи – зірочки, ромбики і т. ін. Вони використовуються для поділу текстових та ілюстративних матеріалів на шпальтах номера і для виділення найважливіших із них.

Головне їх призначення – розділяти на зручні для читача одиниці та блоки смислові компоненти номера: умовні та реальні позначення, знаки писемної мови, слова, речення, абзаци, заголовні та службові елементи, матеріали, добірки, колонки, шпальти, сторінки, розвороти. Поділ здійснюється завдяки графічному контрасту з шрифтами й зображеннями. До того ж у формі пробілів їм протистоїть загальний тон паперу – білий, жовтуватий чи кольоровий, а лінійки та прикраси контрастують із ними за малюнком і насиченістю. Звідси й межі взаємодії: пробіли потрібні для всіх без винятку графічних елементів, тому що тільки в їхньому оточенні знаки, малюнки, лінійки і т. ін. стають зручними для індивідуального сприймання. Лінійки ж і прикраси можна порівняти з досить великими знаковими утвореннями. Тому вони включаються в роботу вже на рівні фрази, а частіше – на рівні матеріалу, добірки.

Потрібно пам'ятати, що їх основна мета – не лише розподіл. У графіці видання якість визначається гармонійною єдністю всіх компонентів. Пробіли, лінійки та прикраси виконують роль сполучних ланок, що цементують будову номера. Їхня кінцева мета – роз'єднуючи, об'єднувати графічні елементи номера.

До службових деталей належать вихідні відомості, колонтитул, авторський підпис, ініціали.

Внизу останньої сторінки розміщують вихідні відомості: адресу й телефони редакції, адресу друкарні, де випускається газета, номер замовлення. Доцільно вказати тут чи в заголовній частині дні виходу газети. Іноді вказують її разовий наклад. Вихідні відомості слід обов'язково зазначати в кожному номері газети.

На всіх сторінках газети, крім першої, вміщують колонтитул. До нього входять назва газети, номер сторінки, дата випуску. Колонтитул також має декілька варіантів оформлення. Один із них – верхнім рядком, що розміщується над шпальтою на весь її формат. Колонтитул відбивається знизу від тексту прямою лінійкою, тонкою чи напівжирною. Зовні скраю ставлять номер сторінки, на внутрішньому краї – дату виходу, в центрі, посередині шпальти – назву газети.

Майже всі матеріали, що друкуються в газеті, мають авторський підпис. Із цим пов'язана одна з поширених помилок в оформленні газет – відсутність однотипності в авторських підписах. Оформлювач має встановити чіткі правила їх оформлення і слідкувати за тим, щоб вони виконувались. Авторський підпис, як правило, вміщують наприкінці замітки. У більшості випадків він складається з першого ініціала автора, його прізвища, зазначення посади, іноді – звання. Підпис розбивають на два рядки. У першому зазначають ініціали і прізвище, у другому – посаду. Звання ставиться зліва від прізвища в першому рядку. Весь підпис виключають праворуч, відділяючи його кегельною лінійкою від міжколонної.

Багатьох помилок припускаються газети в оформленні ініціала (іноді його також називають «ліхтариком») – великої літери кегля 16-24 пунктів, яку врізають на початок першого пункту матеріалу. Його застосовують для позначення початку тексту чи його розділів, а інколи просто для прикрашення чи «розрядки» тексту. Обов'язково ініціал ставиться у тих випадках, коли заголовок пересувають із верхнього лівого кутка в інше місце.

### **Контрольні питання**

1. Назвіть постійні елементи газети.
2. Назвіть елементи заголовної частини газети.
3. Як оформлюється заголовна частина?
4. Які основні варіанти розміщення календарних відомостей? У якій послідовності їх розміщують?
5. Що таке шпигель? Як він використовується?

## **Практичне заняття № 5-6** **Визначення розмірних елементів газети**

### **План**

1. Формат видання. Різновиди світових форматів. Вплив формату на кількість та обсяг матеріалів, що публікуються, на їх розташування і оформлення. Види форматів газети.

2. Обсяг газети і його зв'язок з оформленням. Взаємозалежність формату і кількості сторінок.

3. Формат газетної шпальти. Відмінність між форматом шпальти і газетної сторінки. Поля в газеті.

4. Розмір і кількість текстових колонок у газетах різних форматів і типів. Переваги та недоліки багатоколонкової верстки.

5. Значення колонок для композиції газетної шпальти, характеру оформлення заголовків та ілюстрацій. Набір та нестандартний формат.

6. Зв'язок кількості колонок з їх розміром (форматом) і шрифтовим оформленням тексту. Різноформатний набір.

### **Методичні рекомендації і поради**

Від формату газети залежить як кількість і обсяг текстових та ілюстративних матеріалів у номері, так і їх розташування й оформлення. Формат газети багато в чому обумовлює особливості її верстки, ілюстрування, використання текстових і титульних шрифтів, оформлення заголовків.

У світовій практиці можна виділити п'ять найпоширеніших груп газетних форматів. Найчастіше трапляється великий (світовий) формат. У нас його називають форматом А 2. У різних варіантах для великого формату характерним є розмір 420 x 594 мм. Досить широко використовується і рейнський формат. Для цього формату найбільш типовий розмір – 365 x 510 мм. Значна група газет видається середньоєвропейським форматом – приблизно 315 x 470 мм. Другим поширеним у світі є малий формат, його типовий розмір – 297 x 420 мм. Цей формат широко використовується нашою пресою і зветься А3. У журналістській літературі малий формат іще називають таблоїдним, однак для справжнього таблоїда характерним є розмір 300 x 370 мм. Перша газета такого формату з'явилась у Нью-Йорку під назвою «Ілюстрейтед дейлі ньюс» (змінивши назву на «Нью-Йорк дейлі ньюс», вона виходить і досі). Дуже швидко таблоїдна лихоманка охопила багато західних країн, насамперед Англію, де перший малий формат прийняла «Дейлі мірор». Не випадково протягом тривалого часу слова «таблоїд» і «жовта» преса були синонімами.

Близький до журнального розміру формат (210 x 297 мм) у газетній практиці застосовується порівняно рідко. В Україні цей формат має назву А 4.

Отже, в Україні використовуються три формати – А 2, А3 та

Традиційно обсяг газети вимірюється у сторінках, але цей показник реальний лише для газет однакового формату. Тому частіше обсяг газет вказується у друкованих аркушах, які відповідають двом шпальтам формату А 2.

Як кількість колонок на газетній шпальті багато в чому визначає її план, верстку, так і кількість шпальт у номері обумовлює його планування, зміст і оформлення. Чим більше шпальт у газеті, тим більше варіантів розміщення основних відділів і розділів номера – вільного розподілу по сторінках чи закріплення на постійному місці на тих самих шпальтах. Тому зараз, використовуючи взаємозалежність форматів наших газет, багато редакцій збільшили кількість шпальт у номері завдяки зменшенню його формату з А 2 на А 3. Це дає додаткові можливості для планування та оформлення газети. Важливо зазначити, що загальна кількість паперу для друкування номера залишається незмінною.

До зменшення чи збільшення формату газети і кількості її шпальт вдаються й тоді, коли хочуть виділити якийсь номер, привернути до нього увагу читача. Це нерідко роблять у спеціальних – святкових, цільових, тематичних – номерах.

Від формату газети, тобто від розміру її сторінки, залежить формат газетної шпальти. Шпальта – це відбиток на папері зверстаних матеріалів газетної сторінки. Шпальта завжди менша від газетної сторінки, до якої, крім газетної шпальти, входять верхнє, нижнє та бокові поля й частина середника, що поділяє суміжні шпальти газети. Шпальта в середньому займає  $\frac{4}{5}$  площі газетної сторінки.

Зі зміною традиційних способів випуску газет (скажімо, на фотонабір і офсетний друк) з'являється можливість змінити формати шпальт, до мінімуму скорочуючи поля чи виносячи на них окремі графічні елементи – ілюстрації, заголовки, текстівки та ін. Річ у тім, що за фотонабору й офсету газета вже не верстається в обмеженому металевому рамою просторі, а монтується на аркуші, плівці чи пластмасі.

Поля у газеті не відіграють такої естетичної ролі, як у книзі чи журналі, де вони організують відпочинок для очей із переходом з одного рядка на інший, вони не дозволяють очам під час читання тексту «зістрибувати» зі сторінки в іншу площину, охороняють текст від зносу. Крім того, поля виконують і композиційну функцію, служать рамкою, яка просторово оформлює текст та ілюстрації. Газетні поля потрібні для того, щоб номер краще зберігся, а внутрішні – ще й для підшивки. Стан полів свідчить про технологічну культуру друкарні, де випускається газета.

У деяких випадках ширину чи висоту шпальти дещо збільшують за рахунок полів. Це пояснюється тим, що площа двох шпальт газети формату А 3 через наявність полів буде меншою, ніж площа однієї шпальти газети формату А 2. Другою причиною застосування цього додаткового набору є зменшення ширини текстових колонок у малоформатній газеті. При цьому кількість переносів у рядку зростає. Але занадто велике збільшення розміру шпальти не рекомендується, оскільки воно не тільки порушує технічні правила верстки, а й змінює пропорції шпальти, надає газеті непривабливого вигляду.

Важливими розмірними характеристиками, що значно впливають на композиційну, шрифтову та ілюстраційну побудову газети, є кількість і формат колонок на шпальті.

Тривалий час у наших газетах було прийнято стандартну кількість колонок на шпальті: шість – на шпальті газети формату А 2 і п'ять – у газеті, що виходила форматом А 3. Але форматна одноманітність приводила до шаблону в оформленні дуже різних видань, до втрати ними індивідуального обличчя. Намагаючись знайти власний стиль оформлення і позбавитися шаблону у верстці, журналісти почали встановлювати кількість текстових колонок на шпальті відповідно до характеру і типу газет.

Газетна колонка – один із головних елементів, які визначають обличчя видання. За кордоном є газети з 9, 10, 11, навіть із 12 колонками. Прихильники якогось формату по-своєму обґрунтовують його застосування. Ті, хто верстає газету на шість колонок, стверджують, що цей тип верстки надає газеті солідності, строгості й полегшує читання.

Еволюція газетного формату та колонок була довгою і складною. Спочатку газети виходили малим форматом і мали одну-дві колонки. У позаминулому та минулому століттях формат і кількість газетних колонок невпинно зростали. У середині ХІХ ст. в Америці виходили газети з 10, 12, 13 колонками.

Будь-який стиль є результатом певного спрямування змісту й художньої форми. Так було й у пресі. Крім того, оформлення періодичних видань ґрунтується на психологічно-естетичних законах. Вони дають нам можливість правильно оформлювати різні видання, у тому числі визначати оптимальну кількість колонок на шпальті.

Багатоколонкова верстка часто трапляється в закордонних виданнях, хоча інколи виявляються і протилежні тенденції. Так, 1976 р. «Нью-Йорк таймс» перейшла з восьмиколонкової верстки на шестиколонкову. На думку редакції, це полегшило читання газети, збільшило її ємність і зменшило друкарські витрати.

Справді, широка текстова колонка є зручнішою для читання. Вузька колонка до того ж утруднює роботу лінотипіста, змушуючи його невинувато «розганяти» текст, робити багато переносів – за формату 2 кв. 24 п. знак переносу ставиться ледь не в кожному другому рядку. Закордонні фахівці, зваживши на лінгвістичні й поліграфічні вимоги вважають оптимальним для текстового набору формат 3 кв., а мінімальним – 2 кв. 12 п.

Багатоколонкова верстка надає журналістам і поліграфістам великі можливості для динамічного та яскравого оформлення видань. Чим більше колонок у розпорядженні оформлювача, тим більше варіантів розміщення матеріалів на шпальті він може використати. Крім того, багатоколонкова верстка має ще одну перевагу. Вона пов'язана з переходом на дрібнокегельні, в основному петитні, текстові шрифти, з використанням яких корисна площа номера значно збільшується. Чимала площа економиться й завдяки зменшенню формату і висоти ілюстрацій, що вміщуються на вузьких колонках. Наприклад, ширина кліше, розміщеного на двох колонках у шестиколонковій верстці малої шпальти, зменшується аж на квадрат – із 5 кв. 24 п. до 4 кв. 24 п.

Формат, безперечно, залежить від ширини шрифту. Чим більший шрифт, тим ширшим може бути рядок. Було б, звичайно, неправильно, якби рядок,

набраний корпусом, розтягнувся на всю ширину сторінки, неправильно також 36- чи 49-пунктовим шрифтом набирати рядок на 6 квадратів.

Для визначення формату колонки велике значення має накреслення шрифту. Чим чіткіший малюнок, тим більше можливостей застосування шрифту в різних форматах. Наприклад, чітким ново- газетним петитом можна набрати і маленьку інформаційну замітку, і велику статтю, причому не тільки на оптимальний формат, а й зробити деякі відступи – набрати невелику кореспонденцію на 4 квадрати, чого не можна зробити за набору латинським петитом. Але це не означає, що встановлені практикою закони відповідності шрифтів і форматів можуть обмежувати оформлення. У кожному окремому випадку в інтересах справи ці канони можна змінювати.

Збільшення кількості колонок має ще одну перевагу. Річ у тім, що це веде до зменшення їх формату, що, в свою чергу, обумовлює зменшення кегля текстових шрифтів, котрими набирається газета. Це збільшує ємність номера. Якщо за п'ятиколонкової верстки і набору текстів корпусними шрифтами ємність чотиришпальтного номера формату А 3 становить близько 50 тис. знаків, то перехід до верстки на шість колонок по 2 кв. 12 п. і набору петитними шрифтами збільшує ємність номера до 69 600 знаків, тобто дозволяє виграти площу, що дорівнює додатковій шпальті (ємність шпальти формату А 3 за набору петитними шрифтами становить 18 тис. знаків).

Отже, шестиколонкова верстка газети формату А 3 є найбільш економною: вона дозволяє на тій же площі вміщувати значно більшу кількість матеріалів.

Однак формат газети обмежує кількість текстових колонок на шпальті. У газеті формату А 2 недопустимо розміщувати більш як десять колонок, а за формату А3 – понад шість колонок. Занадто вузька колонка утруднюватиме читання тексту. Крім того, вона обмежує поліграфічне оформлення: зменшується вибір шрифтів для набору тексту.

Якщо шпальта верстається на визначену, стандартну для даної газети кількість текстових колонок, то це не означає, що в ній не можуть бути використані інші формати набору тексту.

Різноманітні нестандартні варіанти набору тексту застосовуються також на шпальті формату А 2. Варіювання формату набору, ширини текстової колонки на різних шпальтах одного номера чи на одній шпальті допомагає боротися з одноманітністю в оформленні газети, дозволяє виокремити її основні матеріали. Нерідко нестандартний формат і кількість колонок використовують у верстці та оформленні тематичної шпальти чи спецвипуску, тому що це допомагає виділити їх.

Як бачимо, було б неправильно ставитися до ширини колонок тексту як до деякої характерної формальної ознаки зовнішньої форми, що зовсім не залежить від змісту. Для переходу на вузькі формати набору мають бути створені відповідні умови, що стосуються як елементів оформлення, так і їхніх системних утворень, наприклад, публікацій.

Різноманітні крайнощі в оформленні дозволяють у чомусь досягти найбільшої переваги, але водночас породжують певні недоліки, які або зводять

цю перевагу нанівець, або гальмують іншу ланку технологічного ланцюжка випуску видання. Скажімо, широке та безсистемне застосування різних форматів може бути однією з причин незвичного обличчя газети. Однак оформлювачі, використовуючи різні формати, як правило, ставлять перед собою іншу мету – вони просто хочуть краще виділити окремі публікації. І справді, взаємовідділення у таких виданнях яскравіше. Але в таких газетах неможливо застосувати колонку якоїсь незвичної ширини, щоб виділити окремий виступ. Тобто публікації лише відділяються одна від одної, а не виділяються.

З переходом на вузьку колонку чимало видань набирають стандартним розміром усі матеріали, в тому числі й великі. Це не зовсім правильно під кутом зору читачьких інтересів, тому що шпальта суцільного тексту, розбита на 8-9 колонок, створює ілюзію, що цей матеріал більший, ніж він є насправді, заважаючи його сприйняттю. Такі матеріали треба розмічати на широкий формат. Це полегшує їх читання, робить сторінки більш пропорційними.

### **Контрольні питання**

1. Назвіть розмірні елементи газети.
2. Які стандартні формати газетних шпальт ви знаєте?
3. Яке значення має формат видання та обсяг номера для його верстки та оформлення?
4. Який зв'язок існує між збільшенням кількості колонок і шрифтовим оформленням газети?
5. Яка взаємозалежність існує між обсягом і форматом газети?
6. Чим відрізняються формати шпальти і газетної сторінки?
7. Які функції виконують поля в газеті?
8. Назвіть оптимальну кількість колонок на шпальті формату А 3 та А 2?
9. В яких випадках використовується набір на нестандартний формат?
10. Охарактеризуйте формати А 2, А 3, А 4.

## **Практичне заняття № 7-8**

### **Особливості композиції газети. Композиційно-графічне моделювання**

#### **План**

1. Властивості графічної композиції. Редакційний план номера як основа його композиції. Принципи розміщення матеріалів на шпальтах, по розділах і рубриках.

2. Цілісність номера. Гармонійність й образність в оформленні періодичних видань. Стиль оформлення видання, його сталість. Єдність стилю номера. Композиційний зв'язок шпальт. Постійність та універсальність елементів композиції.

3. Визначити засоби композиції. Значення різних частин номера і шпальти. Пропорційність частин і цілого на газетній шпальті. Масштаб.

4. Симетрія та асиметрія. Статистична й динамічні композиції.

5. Використання в оформленні законів пропорції та рівноваги, кольорових та розмірних контрастів. Ньюанс. Метр і ритм. Тональність.

6. Конструктивні особливості композиції шпальти. Конфігурація матеріалів. Структура шпальти.

7. Композиційно-графічне моделювання видань. Рівні моделювання. Основні компоненти композиційно-графічної моделі. Моделювання і раціоналізація праці в редакції та друкарні.

8. Особливості композиції номера газети.

#### **Завдання для самостійного виконання:**

Охарактеризувати композицію та композиційно-графічне моделювання газети (видання – на вибір студента) за схемою, подати у вигляді таблиці або схематично:

1. Назва видання, вихідні дані.

2. Елементи композиції.

3. Засоби композиції.

4. Цілісність композиції.

5. Тематична структура газети.

6. Композиційно-графічна модель газети.

7. Властивості змісту й оформлення газети при моделюванні.

#### **Методичні рекомендації і поради**

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.

**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 найнеобхідніші для втілення композиційного задуму.

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.

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.

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 Модуль, розроблений видатним архітектором ХХ ст. Ле Корбюзьє. Модуль – 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 Вінчі) 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 ХІІ ст., є рядом чисел 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55 і т. д., кожне з яких є сумою двох попередніх, а відношення двох суміжних чисел (наприклад, 5:8, 8:13) поступово наближається до відношення золотого перерізу.

Оформлювачі періодичних видань постійно стикаються з пропорційними побудовами, стосується це чи створення макета шпальти, 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.

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.

Отже, пропорційність в оформленні – це співмірність лінійних величин, частин і композиції шпальти 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.

**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 шпальти 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. 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. Цей спосіб побудови отримав у журналістів образну назву «млин» або «вертушка».

Симетричні композиції 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 шпальтах 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. Саме такі випадкові співвідношення двох розміщених поруч матеріалів ще нерідко трапляються в газетярській практиці, призводячи до дисгармонії форми.

**Рівновага.** Зовнішній вигляд газетної та журнальної шпальти контрастний. 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 підпорядковується законам композиційної

рівноваги та функціональному завданню – орієнтації читача в матеріалах шпальти.

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.

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 оформлення: 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 шпальти 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.

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.

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 шпальт 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 періодичному 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 тонава чи кольорова насиченість, змінюватися інтервали між ними тощо. Ритм тісно пов'язаний з такими засобами композиції, як пропорція, симетрія, контраст.

**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 шпальти набуває певної тонової насиченості. Тональність складається з сукупності контрастних і нюансових співвідношень у світлосилі всіх елементів. Із тональності шпальт 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.

Частини композиції в особливому порядку розміщуються на площі шпальти, 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 шпальти. 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 шпальти полягають у тому, що всі зображальні й текстові матеріали мають певну конфігурацію: блоки, в яких містяться великі матеріали і добірки заміток, поділяють шпальту вертикально й горизонтально. На шпальті може розміщуватись як один окремих матеріал (і навіть частина його), так і декілька матеріалів. Це також впливає на конструктивні особливості композиції. Розгляньмо тепер ці особливості детальніше.

Для розміщення на шпальті 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 шпальті 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 шпальти, його можна змістити ліворуч або праворуч, вгору 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 шпальти, якщо їхній зміст ніяк не пов'язаний між собою. Відрізняються вони від інших матеріалів і розмірами, і засобами виділення. Для сприймання такої шпальти характерним є те, що увага читача спрямовується спочатку на центр композиції, а потім – на периферію.

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

**Конфігурація матеріалів.** Обриси текстових матеріалів на шпальті мають двояку форму – пряму (чотирикутну) і ламану (східчасту). Легшою для сприймання є проста конфігурація, за якої матеріал розверстується на декілька колонок, однакової висоти. Шпальта, 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 вузким і навпаки, через що обрис матеріалу набуває східчастого характеру.

Більшість газет дотримується прямої верстки, і це зрозуміло: ламані побудови в багаточастинних композиціях ускладнюють їх сприйняття, створюють певні труднощі для читання матеріалу. Тому використання ламаних побудов потребує досить сильних засобів виділення, щоб чітко окреслити межі матеріалу.

Конфігурація зображальних матеріалів більш різноманітна, ніж конфігурація текстових. Окрім прямокутних форм, у газеті та журналі можуть використовуватися ілюстрації у формі кола, овалу, багатокутника та інших фігур.

**Структура шпальти.** Великі матеріали й добірки поділяють площу шпальти на блоки, витягнуті горизонтально чи вертикально. Так створюється своєрідний каркас, або структура, шпальти. Найпростіші види структури – *вертикальна* й *горизонтальна*. Вони частіше трапляються в малоформатних газетах і журналах з невеликою кількістю матеріалів на шпальті. Вертикальна структура виглядає струнко і легко, горизонтальна – ґрунтовно, іноді важкувато. У простих структурах слід уникати великої кількості частин, бо це призводить до одноманітного повторення витягнутих у висоту чи ширину блоків. Прості структури легко сприймаються завдяки лаконічності та гармонії, що засновані на пропорціях, ритмі, контрасті великого й малого.

Газети великого формату зі значною кількістю матеріалів на шпальті у більшості випадків використовують мішану, вертикально-горизонтальну структуру, яка має більшу варіативність і різноманітність, ніж прості побудови.

Структурне поділення шпальти підкреслюється різними елементами оформлення – лінійками, шрифтами заголовків, пробілами.

Структуру шпальти треба продумувати з урахуванням не лише ритму, пропорції, а й рівноваги. Поділяючи шпальти на вертикальні й горизонтальні блоки, передусім слід зважати на розміщення тонових і кольорових акцентів, тобто заголовків, рубрик, ілюстрацій тощо.

У практику оформлення ввійшла так звана модульна система верстки, що допомагає упорядковувати структуру шпальт зі складним зображальним наповненням. Основою цієї системи є модуль-прямокутник, розмір якого повторюється в усіх елементах шпальти. Добре продумана модульна система ніби автоматично забезпечує збереження ритму і пропорцій у структурі шпальти, надає їй чіткості й математичної строгості, полегшує ознайомлення читачів зі змістом матеріалів. Водночас помітно полегшується і раціоналізується праця оформлювача, тому що макетування здійснюється з допомогою модульної системи.

Сталість композиції, зовнішніх особливостей і ознак дає підстави для побудови композиційно-графічної моделі газети, що включає найтипівіші особливості її змісту і форми, головну тематику газети, її структуру, форми

організації та подачі матеріалів, способи графічного вираження всіх змістових компонентів газети.

Вчені виділяють чотири основні властивості структури змісту та оформлення газети, на яких базується моделювання, а саме:

- стабільність основної тематики газети та її організації;
- стабільність графічних засобів оформлення газети;
- відображення в композиції та графіці газети особливостей типу видання, до якого вона належить;
- індивідуальність композиції та графіки кожної окремої газети, що залежить від її специфіки, традицій, естетичних захоплень оформлювачів і можливостей поліграфічної бази.

Щодо стабільності структури змісту, то слід підкреслити, що і структура, і графіка розвиваються. Вони з часом змінюються, модернізуються, а тому їхня стабільність відносна.

**Описова модель** – це ряд правил, у яких закріплено систему композиційних і графічних характеристик газети. У редакційній практиці ці правила часто оформлюються у вигляді пам'яток для співробітників газети.

**Фізична модель** також є системою композиційно-графічних характеристик газети, але закріпленою в графіці публікації постійних розділів, у розкладі шрифтів та інших графічних елементів і комплектів стандартних макетів різних шпальт, на основі яких здійснюється випуск газети. Порівняно з описовою, фізична модель має жорсткішу конструкцію. Для її розробки потрібен детальніший аналіз властивостей і закономірностей поведінки модельованого об'єкта.

У кожній газеті складається більш або менш сталий тип композиції. Під ним розуміють характерні для цього видання роль і значення кожної з шпальт, а також постійність розміщення в номері основних розділів і рубрик. Стала композиція номера – один з основних елементів моделі газети. Вона полегшує ознайомлення читача з матеріалами номера, привчає шукати і знаходити матеріали, що його цікавлять, на звичному місці. Стійкість композиції виробляє в аудиторії своєрідну «модель очікування» – готовність сприймати публікації кожного номера певної газети у добре знайомих і звичних формах.

Однак сталість композиції газетного номера не означає створення жорсткої, стандартної схеми. Однією з ознак гарної композиції є її гнучкість, яка допускає можливість швидкої переверстки тієї чи тієї шпальти, а також можливість зміни місць відділів і рубрик газети, винесення найважливіших із них на кращі місця номера.

Зв'язок між частинами газетного номера – його шпальтами – визначається єдністю стилю верстки та оформлення. Це виявляється, наприклад, у загальному форматі всіх шпальт, у постійній стандартній для певної газети кількості текстових колонок на шпальті, у загальних для всіх шпальт особливостях технічного оформлення.

Композиція номера багато в чому визначається його обсягом, який залежить від формату і кількості шпальт. Чим більше шпальт у номері, тим легше



розмістити на них матеріали основних розділів газети. Це дозволяє закріпити найважливіші тематичні рубрики за певними шпальтами.

Важливий елемент композиції номера, організації його матеріалів – розділи і рубрики газети. Композиція підкреслює закономірності в організації елементів шпальти, зв'язок між ними та всією шпальтою в цілому. Композиція відображає складну ієрархію між матеріалами, яку вона має приглушити.

### **Контрольні питання**

1. Назвіть основні властивості композиції.
2. У чому полягає сталість і універсальність елементів композиції?
3. Які засоби композиції ви знаєте?
4. Що властиве цілісній композиції?
5. Що ви розумієте під масштабом у композиції?
6. Яку роль відіграють у композиції симетрія та асиметрія?
7. Які завдання в композиції виконує рівновага?
8. Назвіть види конструкцій матеріалів на шпальті.
9. Що ви розумієте під тематичною структурою газети?
10. Дайте визначення композиційно-графічній моделі газети.
11. На яких властивостях змісту й оформлення газети будується моделювання?
12. Що таке описова й фізична моделі? У чому різниця між ними?

## **Практичне заняття № 9-10**

### **Властивості видільних засобів у газеті**

1. Виділення матеріалів шляхом винесення їх на видні місця номера, шпальти. Шпигель.
2. Виділення з допомогою шрифтів: шрифтом іншого малюнка, кегля, накреслення. Набір у розрядку.
3. Композиційне виділення. Виділення зміною формату набору, врізками.
4. Графічне виділення. Виділення за допомогою лінійок, рамок, прикрас.
5. Виділення за допомогою заголовків.
6. Комбіновані способи виділення.

#### **Завдання для самостійного виконання:**

1. Охарактеризувати засоби виділення матеріалів у газеті (видання – на вибір студента) за схемою, подати у вигляді таблиці або схематично:
  1. Назва видання, вихідні дані.
  2. Які засоби виділення матеріалів на шпальті використано.
  3. Засоби шрифтового виділення матеріалів.
  4. Які місця в газеті найвигідніші? Як вони виділені.
  5. Які матеріали поставлено на шпигель. Доцільність такого виділення.
  6. Графічні засоби виділення.
  7. Видільна сила заголовка.
  8. Основні засоби комбінованого методу виділення тексту.

### **Методичні рекомендації і поради**

Які місця в газеті найбільш вигідні? Де поставити і як розверстати статтю, щоб її швидше помітив читач? Ці запитання кожного разу постають перед тими, кому довірено оформлення газети.

Найвигідніше – це шпигель, місце на першій шпальті поруч із заголовком газети. На жаль, шпигель не завжди використовується з достатньою користю. Добре, коли на ньому розміщують зміст газети («Сьогодні у номері»). Винесення змісту номера на шпигель дозволяє привернути увагу читача до найважливіших, актуальних матеріалів, надрукованих у ньому. Але інколи перелік опублікованих матеріалів обертається зайвою витратою газетної площі, притому кращої в газеті. Відбувається це тоді, коли зміст номера, погано розкритий у шпигелі, виглядає невиразно, зливається з текстом шпальти і не привертає уваги читача.

Для виділення в тексті будь-якого слова, речення, абзацу чи цілого матеріалу застосовуються шрифти тих самих гарнітур, що й для набору самих текстів (але не прямого світлого накреслення) – напівжирні прямі чи курсивні світлі (усі основні гарнітури текстових шрифтів мають напівжирні чи курсивні накреслення).

Напівжирні шрифти виділяють інтенсивніше, ніж курсив. Курсив гарно виглядає, і з його допомогою можна отримати м'яке й достатнє для читача виділення у тексті статті, але сприймається він важче, ніж шрифт прямого накреслення.

Гарним засобом виділення може бути застосування шрифтів незвичних для цієї газети кеглів. Щоб виділити матеріал на шпальті, слід набрати його замість боргеса корпусом, навіть не змінюючи насиченості шрифту. Не часто, але все ж застосовується для виділення набір матеріалів великими літерами цього ж кегля.

Іноді для виділення використовується шрифт іншої гарнітури. Так, дуже часто застосовують прямий напівжирний шрифт стародавньої гарнітури того ж кегля, яким було набрано інші матеріали.

Існує ще один засіб виділення в тексті – розрядка, тобто збільшення проміжків між літерами слова. У наборі на лінотипі в цьому випадку використовуються пробільні матриці. Застосування розрядки є небажаним для виділення великої за розміром частини тексту, тому що утруднює читання. При наборі тексту врозрядку треба відповідно збільшувати проміжок між словами, що виділяються.

Для подання в газетному тексті цитат можуть одночасно застосовуватися різні шрифти. При цьому навіть в одному реченні одні слова набирають, скажімо, напівжирним шрифтом, інші – курсивом. Але, як правило, цим засобом у газетах користуються рідко, оскільки такий набір є технічно складним.

Щодо інших місць, то фізіологічні та психологічні особливості людського сприйняття такі, що ми переглядаємо шпальту по діагоналі. Отже, найбільш виграшною частиною є лівий верхній кут, потім центр, потім правий верхній кут. Найменш виграшний – лівий нижній кут. Цей закон дійсний для першої та останньої шпальт.

А от знайомство з правою внутрішньою шпальтою читач починає з правого верхнього кута, потім увага концентрується на центрі, на верхньому лівому куті. Програє тут правий нижній кут.

На лівій внутрішній шпальті читач перш за все дивиться на центр, потім на верхній правий кут, на верхній лівий і на нижній правий, їхня вирізнявальна сила приблизно однакова, але найбільш виграшним усе ж таки є центр.

Ці особливості сприйняття обумовили три композиційні способи виділення: вміщення найбільш значних, актуальних матеріалів «на відкриття» (у лівий верхній кут), «навідліт» (у верхній правий) і на центр.

Якщо перенести ці психологічні висновки про сприйняття й увагу читача на газетні сторінки, то виявляється, що в чотиришпальтовій газеті за першою шпальтою, яка привертає найбільшу увагу, йде четверта, третя, а потім вже друга. Одразу людина не зупиняється на якомусь конкретному матеріалі. Після швидкого перегляду матеріалів першої сторінки вона, як правило, переходить до четвертої, а вже потім на розворот, причому дивиться спершу третю, а вже потім другу сторінку.

Такі цікаві висновки треба використовувати у газетній практиці, але повністю спиратися на них не варто. Читати ач звикає до постійних розділів газети і знає, на яких сторінках вони розміщуються.

При графічному методі виділення матеріал підкреслюють знизу і зверху по горизонталі лініями чи відбивають, відділяють його від інших матеріалів кутом, тобто горизонтальною та вертикальною лініями, рамкою. Слід розрізняти такі

види рамок: відкрита, кутом, паралельна, напівзакрита, закрита, ламана, розірвана, рамка-нівелір, рамка-рубрика, рельєфна рамка (коли з'єднують двопунктову лінію з чотири- чи шестипунктовою тупою).

Рамка виникла на газетній шпальті спочатку як засіб розмежування колонок тексту, потім цілих текстів, а зараз її використовують для підкреслення найважливіших матеріалів. Десь на початку 60-х рр. у пресі цей утилітарний підхід було витіснено суто естетичним: рамками почали прикрашати шпальти, рамки перетворилися на додатковий елемент газетного орнаменту. Це не зовсім правильно. Треба домагатися ідеального варіанта поєднання утилітарних функцій з естетичними, тобто рамки мають виділяти найважливіші матеріали і прикрашати шпальти.

Закриті рамки широко застосовуються для виділення невеликих за розміром, але важливих матеріалів. Потрібно знати, як правильно вмістити в одноколонкову рамку кліше з розширеною текстівкою. Вміщення в таку рамку задовгих стовпців псує зовнішній вигляд газети. При одноколонковій рамці з витією чи подвійною світлою лінійкою слід зняти бокові верстальні лінії – рамка відразу виділиться. При цьому не потрібно набирати текстівку на звужений формат – достатньо відсунути її на 12 пунктів, якщо рамка замінить собою верстальні лінії.

Як і інші видільні прийоми, рамки слід використовувати ощадливо, не зловживаючи ними і цим не знецінюючи їх. Ознакою доброго смаку в усіх ланках оформлення є помірність.

Прикраси треба варіювати залежно від теми, не обмежуючись тільки однією з них, але й не використовуючи багато різних.

Численні прикраси часто застосовуються разом з напіввідкритими-ми рамками для врізів і передмов. Тут використовують чорні астерикси та різні фігури. Світлу рамку краще доповнювати світлими прикрасами, невеликими й нечисленними.

Інформація виглядає чіткіше, якщо вона має нормальну відбивку від інших матеріалів сторінки чи від рамки. До речі, навіть найскромніша рамка з двопунктових лінійок на тлі простору – відбивка від тексту на 8–10 пунктів – виглядатиме краще, ніж бордюр, притиснутий до тексту.

Досить сильний засіб виділення – бокова лінійка, тонка, напівжирна чи подвійна, встановлена вертикально поруч із рядками, до яких хочуть привернути увагу читача. Частіше бокову лінійку використовують у газетах, де текстові колонки розділяють міжколонковими пробілами, – вона чітко виділяється на білому тлі пробілу.

У деяких газетах об'єднують бокову лінійку з боковим відступом. При цьому лінійку розташовують у просвітку, створеному відступом, у точній відповідності до його висоти.

При переносі великих публікацій з однієї сторінки на іншу треба враховувати одну важливу умову: їхні заголовки мають бути набрані шрифтом однакового накреслення. Припустімо, на початку матеріалу заголовок набрано кеглем 36. На наступній сторінці той самий заголовок слід повторити шрифтом

того ж накреслення, але меншим кеглем – 24–28. Зорова асоціація накреслення шрифту полегшить пошук продовження матеріалу.

При конструюванні шпальти й усього номера не варто забувати безперечну істину: виділяючи головне, не принижувати сусідніх матеріалів, які теж мають своє значення.

Це можна проілюструвати хоча б таким прикладом: великий заголовок, який об'єднує матеріали однієї теми, – «шапка», набраний шрифтом 48 кегля, на тлі «підшапки» 28 кегля виглядатиме спокійно, як і «шапка» чи заголовок, набраний 36 кеглем, на тлі кегля 20–24. А от якщо поруч із заголовками, набраними кеглем 10–12, раптом з'явиться кегль 48, то він їх просто «задавить», принизить значущість, зробить підзаголовками.

Отже, при наборі «шапок» і «підшапок», заголовків і підзаголовків не слід забувати про пропорційне співвідношення розмірів шрифтів та їхнього накреслення. Якщо, наприклад, «шапку» на всю шпальту набрано напівжирним латинським шрифтом кегля 36, то «підшапку» треба дати кеглем 20, світлим, а якщо вона небагатослівна – 24 кеглем. Навіть незначне, здавалося б, збільшення шрифту «підшапки» до 28 чи 30 кегля порушує стрункість. Невдало будуть виглядати «шапка» й «підшапка», якщо першу набрати світлим шрифтом, а другу – жирним. Те саме буде з заголовком і підзаголовком.

Для виділення в тексті, як правило, користуються одним прийомом. Наприклад, набирають речення або абзац напівжирним чи курсивним шрифтом. Але для того, щоб посилити виділення, можна водночас використовувати декілька його способів, зокрема поєднати шрифтові засоби з нешрифтовими. Так, у деяких газетах набирають абзац, що виділяється, напівжирним чи курсивом із боковим відступом, інколи навіть з'єднуючи його з боковою лінійкою.

Якщо узагальнювати, то комбінований метод виділення полягає в тому, що текст набирають:

- іншим шрифтом і на інший формат;
- звичайним шрифтом, на інший формат і виділяють лінійками;
- іншим шрифтом, на інший формат і також виділяють лінійками;
- частину тексту набирають на зменшений формат, уверстуючи зліва його тупу чи шатировану лінію.

### **Контрольні питання**

1. Назвіть засоби виділення матеріалів на шпальті.
2. Які засоби шрифтового виділення матеріалів ви знаєте?
3. Які місця в газеті найвигідніші?
4. Які матеріали треба ставити на шпигель?
5. Назвіть графічні засоби виділення.
6. Що ви знаєте про видільну силу заголовка?
7. Назвіть основні засоби комбінованого методу виділення тексту.
8. Які способи виділення найчастіше використовують у газеті?

## *Практичне заняття № 11-12*

### **Принципи оформлення заголовків**

#### **План**

1. Роль заголовків у формуванні обличчя видання. Вимоги до заголовків.
2. Типи газетних заголовків: звичайні, підзаголовки (тематичні, службові, внутрішні), рубрики, шапки.
3. Смысловий поділ заголовка на рядки. Техніка роботи над оформленням заголовків. Переноси в заголовках.
4. Способи шрифтового оформлення заголовків. Метод шрифтового контрасту. Застосування великих і маленьких літер.
5. Композиційні особливості заголовка. Способи розміщення однорядкових і багаторядкових заголовків на шпальті за правилами симетрії та асиметрії.
6. Особливості оформлення підзаголовків, рубрик і шапок. Мальовані й набірні заголовки.

#### ***Завдання для самостійного виконання:***

1. З газетних видань підібрати різні типи заголовків. Простежити їх оформлення та розташування відносно тексту.

#### ***Завдання для виконання в аудиторії:***

1. Зверстати сторінку формату А3 з різним композиційним розташуванням заголовків.

### **Методичні рекомендації і поради**

Заголовки матеріалів у газеті – це один із найважливіших її елементів. Від їх характеру та оформлення багато в чому залежить обличчя газети.

Найважливіша функція газетного заголовка – керувати увагою читача. Заголовки допомагають читачеві ознайомитися з номером, швидко отримати уявлення про зміст його матеріалів, вибрати головне й цікаве. Характер заголовків та їх оформлення значною мірою визначають, чи буде прочитано той чи інший матеріал. Газетна практика дає численні приклади того, як унаслідок невдалого оформлення заголовка різко знижується вплив важливих виступів на читачів: змістовну статтю з невиразним заголовком не помічають і, отже, не читають. І навпаки, яскравий та правильно оформлений заголовок підвищує ефективність сприймання статті.

Коли читач відмовляється ознайомлюватися з газетним матеріалом?

1. Коли заголовок незрозумілий.
2. Коли заголовок виражає не головну думку автора, а відображає другорядні елементи змісту публікації.
3. Коли заголовок перетворився на штамп, трафарет, стереотип.

Заголовок, насамперед, завдання автора, але разом з тим і редакції газети в особі:

- відділу, який готує матеріал до друку;
- секретаріату;

- чергової зміни, яка випускає номер (черговий редактор – член редколегії, черговий заступник відповідального секретаря, черговий співробітник відділу).

Кращі газетні заголовки повинні мати такі властивості:

- максимальну інформативність;
- об'єктивне відображення тематичного змісту тексту;
- самобутність і оригінальність;
- публіцистичну гостроту і експресивність, виразність почуттів, думок;
- структурну завершеність та інтонаційну виразність;
- точність термінів.

Заголовки значною мірою визначають ефективність, дієвість матеріалів газетного номера.

Вони є постійним елементом газети, як і назва друкованого органу, як і шпальти номера, що складаються з текстових колонок, як і текстові матеріали, ілюстрації, як і службові деталі – колонтитули та вихідні видавничо-реєстраційні відомості.

**Отже**, заголовок – це складова частина, постійний елемент газети – незмінний, повсякденний, завжди присутній у газетному номері.

До заголовка ставляться такі основні вимоги:

- він має бути чітким і коротким, спонукати читача звернути увагу на матеріал;
- відображати найголовніше в публікації;
- у ньому не повинно бути штампів і двозначностей;
- слід уникати повторів;
- рекомендується вводити в заголовок дієслово;
- у заголовку не можна вживати скорочень.

Незважаючи на різницю між газетами, при виборі заголовків журналісти припускаються однакових, типових помилок. Одна з них – повтори в заголовках. Нерідко навіть в одному й тому самому номері, не кажучи про різні номери однієї газети, трапляються заголовки, що повторюються ледве не повністю. Ще частіше на шпальтах з'являються заголовки з повтором одного чи декількох слів. Це свідчить або про обмеженість словникового запасу редакційних працівників або про їхню неухважність. Досить переглянути зверстані шпальти газетного номера, щоб помітити й вилучити всі повтори в заголовках.

Друга помилка пов'язана з неправильним розміщенням газетного заголовка, особливо багаторядкового. Розбивши його на рядки, нерідко встановлюють їх над різними частинами тієї самої статті. У результаті вона ніби розпадається зовнішньо на самостійні статті, кожна з власним заголовком. Іноді такий заголовок доводиться читати немов по діагоналі – зліва вгору направо.

Більшість усіх помилок є наслідком поспіху та неухважності під час макетування та верстки номера.

За способом поліграфічного виконання всі заголовки в газеті поділяються на набірні та клішовані. У свою чергу набірні заголовки поділяються на ті, що

виконуються шрифтами ручного і машинного набору. У великих друкарнях набір більшості заголовків здійснюється на великокегельних машинах.

У газеті використовують декілька видів заголовків, що різняться за своїм призначенням, роллю, яку вони відіграють на шпальті.

Газетні заголовки поділяються на кілька типів:

- основні (або головні);
- підзаголовки;
- внутрішні підзаголовки;
- надзаголовки;
- рубрики;
- шапки.

**Основний (головний) заголовок** є органічною частиною газетного твору, одним з основних засобів організації уваги читача. Він коротко і логічно характеризує зміст, ідею публікації, створює про неї у читача чітке уявлення.

**Підзаголовок** має відношення до всього матеріалу.

Він частіше тематичний – пояснює, уточнює, іноді розвиває заголовок. Підзаголовок може бути і службовим; у цьому випадку він указує на характер, спрямованість газетного виступу, на його літературну форму чи джерела інформації.

**Внутрішній підзаголовок** використовують для розчленування значного за розміром суцільного тексту публікації на окремі частини (розділи), щоб допомогти читачеві краще орієнтуватись у великому матеріалі.

**Надзаголовок** – завжди конкретний, деталізує основний заголовок, наголошує на основній думці публікації. Інколи стисло висловлює ставлення до повідомлюваних фактів, сповіщає адресність виступу.

Установлюють надзаголовок, як правило, двома-трьома рядками, набраними видільним вузьким шрифтом, над основним заголовком.

**Рубрика** – особливий різновид газетного заголовка, що визначає тематичний напрям або характер матеріалу, його жанрові особливості. Рубрика не розкриває змісту публікацій, а в найзагальніших рисах вказує на порушені в них проблеми.

Значення рубрики: вона виконує не тільки інформаційну функцію, а й звертає увагу читачів на матеріали, які відображають важливі теми сьогодення.

**«Шапка»** – один із типів заголовка, що об'єднує декілька газетних публікацій, кожна з яких має власне найменування.

Призначення «шапки» – привернути увагу читачів до розвороту, шпальти, добірки (блоку) матеріалів на актуальну політичну, економічну чи культурну тему, виразно й стисло висловити загальний смисл цих матеріалів.

Розміщення заголовків на шпальті 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 шпальті значну площу; він утворює чорну пляму, яку, щоб вона не виділялася на шпальті занадто різко,



треба чимось зрівноважити. Тому багаторядкові заголовки рекомендують 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).

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 шпальті залежно від його значення.

Щоб заголовки не «різалися» – не стояли на одній лінії та прикрашали шпальту – 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 накріті заголовком», якщо заголовок виключений праворуч, то першу колонку здебільшого пропускають, не накривають, ставлять ініціал.

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.

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 шпальті значно краще, ніж шрифти світлого накреслення. Тому заголовки основних матеріалів набирають напівжирним або жирним шрифтом. Однак тут треба стежити, щоб не всі заголовки газетної шпальти 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.

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.

**Багатогарнітурний несистематизований стиль шрифтового оформлення заголовків.** У ньому використовують до 10, а то й 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 шпальта стає «вітриною» всіх шрифтів, які є в друкарні. Слід пам'ятати, що строкатість титульних шрифтів не сприяє, а заважає виділенню основних заголовків шпальти.

Заголовки – дороговказ газетного номера, прапорці газетних шпальт. 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 шпальтах, 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 шпальті, 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 шпальті. 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.

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

«Квартирка» 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 ввверх!

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 лініями; 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.

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.

### **Система рубрик та їхня графіка**

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 відрізнитися 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):

б) верстка рубрики без лінії під основним заголовком.

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 виворотним кліше,** що дає біле зображення на чорному тлі.

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

#### **Контрольні питання**

1. Що таке газетний заголовок? Назвіть його призначення.
2. Назвіть вимоги до заголовків.
3. Які помилки найчастіше трапляються в оформленні заголовків?
4. Які різновиди газетних заголовків ви знаєте?
5. Що таке рубрика і які особливості її оформлення?
6. За якими правилами утворюються рядки в заголовку?
7. Назвіть види розміщення заголовків у газеті.
8. Що означає «глуха» верстка заголовка?
9. Назвіть правила розчленування заголовка на рядки.

## **Практичне заняття № 13-14**

### **Види подачі текстових матеріалів та їхнє оформлення**

1. Тематичні та різнотемна добірки, їх місце на шпальті та правила оформлення. Оформлення «врізок» і «свічок».
2. «Вікно». Норми верстки «вікна» і характер його оформлення.
3. «Горище», його оформлення.
4. «Підвал». Характер «підвального» матеріалу. Верстка підвалу. Складні переноси тексту. Виділення з допомогою лінійок.
5. «Стояк» і підверстка. Добір підверстаного матеріалу та його оформлення.
6. «Розгортка» і розворот.
7. Особливості оформлення шпальти суцільного тексту. Тематична сторінка, її види і засоби оформлення.
8. Спецвипуск. Газета в газеті.
9. Обмінні та об'єднані сторінки. Особливості їх оформлення.
10. Тематичний і цільовий номер. Умови їх виходу.

### **Методичні рекомендації і поради**

Цей спосіб подачі матеріалів у багатьох газетних редакціях називають блоком.

**Добірка** – це найстаріша форма подачі тексту на шпальті. Організація матеріалу в добірку передбачає компактне розміщення кількох (чи багатьох) публікацій під загальною рубрикою, заголовком чи «шапкою».

Широке застосування добірок у газетах пояснюється тим, що вони полегшують систематизацію, групування матеріалів на шпальті чи в усьому номері, допомагають цим читачеві у сприйманні заверстаних публікацій. Пояснюється це ще й тим, що, використовуючи таку форму подачі матеріалу, редакція має змогу докладніше, глибше висвітлювати якусь важливу тему. Добірка (блок) створює можливість посилити вплив газети на читача.

Отже, добірка – це комплекс матеріалів, згрупованих в одному місці за певною загальною ознакою, які мають спільну рубрику, заголовок або «шапку».

Існують два найголовніші принципи компонування добірок (блоків):

- тематичний або різнотемний;
- жанровий.

**Тематичний:** блок присвячений лише одній певній темі, що розкривається в його матеріалах різнобічно, порівняно.

**Різнотемний:** теми різного характеру. Матеріали добирають за актуальністю й важливістю. Рубрики можуть бути найрізноманітніші.

**Одножанровий блок** передбачає загальний жанр для всіх публікацій добірки (замітки, листи, інтерв'ю, звіти тощо).

**Різножанровий** комплектується з матеріалів різних жанрів: замітка, зарисовка, репортаж, інтерв'ю. Саме тут часто вміщують публікації про події, що сталися за певний період (за часом): «Вчора», «Один день»... тощо.

Ефективність впливу добірки на читачів залежить не лише від її змісту, від змісту рубрики й заголовків, а й від її графічного оформлення. Газети використовують численні засоби:

- навколо матеріалу – рамка;
- заверстуються лінійки й поліграфічні прикраси;
- інколи блок виділяють іншим шрифтом, а якщо це тематична добірка, то важливіші публікації висувають уперед, угору. Часто можна бачити виділення нестандартним форматом набору, шрифтом іншої гарнітури та іншого кегля.

Щоб підкреслити тематичну близькість матеріалів, що складають блок, їх нерідко набирають однаковим текстовим шрифтом, котрий відрізняється від шрифтів, якими набрано інші матеріали шпальти. З цією метою корисно набирати всі заголовки тематичної добірки шрифтом однієї гарнітури та одного кегля.

Різноманітну добірку набирають, як правило, інакше: кожен матеріал – іншим шрифтом. Так само різняться – гарнітурою і кеглем – і заголовки.

Найменша кількість матеріалів у добірці – два. У цьому разі її структура залежить від кількості колонок. Якщо колонка одна, то замітки можна поставити тільки одна під одною, якщо дві – теж одна під одною, але одну з них можна здати на змінений формат.

На практиці частіше трапляються блоки з трьох та більше текстів. Один із них може бути великим – провідний матеріал добірки, інші – набрані дрібнішим шрифтом.

Якщо розверстати такий блок на 2–3–4 колонки, вони утворять на шпальті оригінальні конструкції.

Нерідко можна побачити в газеті блок із 4–5–6 приблизно однакових за обсягом невеликих заміток, одно- чи різноманітних, поставлених на один стовпець вертикально. Такий вертикальний стовпець зветься «свічкою».

Проте «свічкою» може бути поставлений не лише блок, а й будь-який суцільно єдиний текст.

Крім «шапки» або рубрики (інколи клішованої), на тематичну єдність добірки або шпальти часто вказує і вріз.

Вріз – це стислий виклад змісту тексту, що подається без заголовка. У кількох рядках він у лаконічній формі розповідає, чому саме присвячено добірку чи шпальту, пояснює мету, причину публікації.

Вріз – це своєрідна небагатослівна анотація, яка допомагає читачеві орієнтуватись у пропонованих редакцією матеріалах добірки чи шпальти.

Таку анотацію – вріз найчастіше верстають у лівому верхньому кутку шпальти на 2–3 колонки або ж на центральних колонках. Інколи вріз забирає всі стовпці, розміщуючись під усім форматом «шапки».

Як правило, вріз виділяють напівжирним шрифтом, здебільшого курсивом, інколи збільшеного формату і кегля, в рамці чи напіврамці. Ефектно виглядає й таке оформлення врізу: набір зміненим форматом і встановлення зліва вертикальної жирної або напівжирної лінійки. У цьому випадку вріз до добірки може стояти тільки в лівому кутку.

Одним із популярних видів подачі текстових матеріалів на газетній шпальті є «вікно».

«Вікном» називають середній за розміром матеріал, розміщений на двох-трьох колонках однакової висоти, найчастіше у верхніх правому чи лівому кутках шпальти. Від іншого тексту «вікно» відбивають здебільшого світлими рамками з лінійок.

Припустімо, що на перших двох колонках шпальти по 60–80 рядків кожна ми поставили матеріал, набравши його основним шрифтом на звичайний формат. Чи буде це «вікном»? А якщо ні, то що потрібно ще?

Потрібно ще виділити текст «вікна» лінійками або рамкою і набрати його таким шрифтом, який відрізнявся б від основної текстової шпальти. Наприклад, основний текстовий шрифт шпальти літературний, а «вікно» можна набрати або журнальною, або рубленою гарнітурою.

Виділення «вікна» лінійками або рамкою у свою чергу диктує зміну формату набору. Якщо у нас формат колонки  $2\frac{1}{4}$  квадрата, то набір тексту для «вікна» має становити 2 квадрати. Якщо формат колонки  $2\frac{3}{4}$  квадрата, то набір тексту для «вікна» має бути  $2\frac{1}{2}$  квадрата. Зрештою, з трьох стандартних колонок можна зробити чотири зменшеного розміру.

«Вікно» повинне мати гарний вигляд, тому мінімальна висота його колонок має становити рядків 50, а максимальна – щонайбільше  $\frac{3}{4}$  висоти газетної шпальти (десь у межах 80–85 рядків петиту) – йдеться про формат газети А 3.

«Горищем» називають текстовий матеріал, зверстаний у верхній частині газетної шпальти на кілька колонок (не менш як чотирьох) і відбитий знизу лінійкою, або ж узятий в рамку.

Максимальна висота «горища» –  $\frac{1}{4}$  шпальти, мінімальна – приблизно 10 рядків. У невисоких «горищах» заголовки часто верстають зліва, поряд із текстом.

Високе «горище» краще встановлювати не на весь формат шпальти: 1–2 колонки варто залишати вільними для інших текстів.

Дуже добре виглядають у «горищах» «утоплені» заголовки, тобто заголовки, перенесені в глиб публікації.

Приємне враження на шпальті справляють «горища», набрані на ширший (порівняно зі стандартним) розмір колонок.

Інколи «горище» роблять *наскрізним*, скажімо на 2 і 3 шпальти. У цьому разі не рекомендується верстати його на всі колонки: можуть «загубитися» інші матеріали. Краще дати, скажімо, 4 колонки на 2-й і 4 – на 3-й шпальті, а заголовки (краще «втоплені») розверстати на обидві половини матеріалу. А втім, можна, звичайно, ставити наскрізне «горище» і на всі колонки обох шпальт, додержуючись тільки встановлених розмірних лімітів висоти ( $\frac{1}{4}$  шпальти).

Велику статтю, нарис, рецензію часто оформляють у вигляді «підвалу».

«Підвал» – це нижня частина газетної шпальти, відділена від тексту, розміщеного вище, напівжирною або світлою лінійкою.



Матеріал заверстують внизу шпальти на всі колонки або ж на їх частину (не менше чотирьох).

Склалися класичні особливості «підвалу»: однакова висота колонок – від чверті до третини шпальти (якщо говорити про формат А 3, то це – від 30 до 40 рядків).

Сучасна практика оформлення газет до цього канону додала багато нового, що прикрасило верстку, розширило можливості подачі та оформлення тексту.

Так, висота «підвалу» тепер нерідко значно нижча (інколи досягає  $\frac{1}{6}$  висоти шпальти, тобто 20–25 рядків), але такий низький «підвал» губиться на шпальті.

Інколи «підвал» komponують з колонок іншого (ніж основний у газеті) формату, обрамлюють лініями.

«Підвал» складають із кількох матеріалів або цілих добірок, прикрашають ілюстраціями, добре оформленими заголовками.

«**Стояк**» – це спосіб розміщення значного за обсягом текстового матеріалу у верхній частині шпальти (на 3–4 колонки), здебільшого – до «підвалу».

Часто редакції практикують «стояк» і на  $\frac{2}{3}$ , і на  $\frac{3}{4}$  висоти шпальти, а то й до низу газетної шпальти.

Великоблочну статтю розверстують не на всю висоту шпальти. Нижню частину, під «стояком», заповнює інший, невеликий за обсягом, матеріал – його і називають підверсткою, тобто його й підверстують, підставляють під інший, великий матеріал. Це може бути навіть коротка замітка, набрана інколи для контрасту іншим форматом або іншим шрифтом.

**Отже**, підверстка – це невеликий за обсягом матеріал (текстовий, ілюстраційний) у газеті, який підставляють під інший матеріал (чи добірку), завершуючи цим komponування шпальти.

Якщо великий матеріал розверстати «стояками» у центрі двох суміжних шпальт, роз'єднаних середником, то цей прийом зветься «розгортка» (російською мовою – «распашка»). Отже, вислів «установити матеріал розгорткою» означає розверстати значний за розміром текст «стояками» у центрі двох суміжних шпальт, роз'єднаних середником.

Заголовок «розгортки» за такого способу подачі матеріалу краще розверстувати на обох шпальтах. Він може бути й «утопленим».

Навряд чи доцільно відводити під «розгортку» більш як 3 колонки на кожній шпальті, розташовані по центру розвороту формату газети А 3, бо може скластися враження, що інші матеріали розсіпані безладно на кількох колонках і є якимись другорядними частинами газетного аркуша.

### **Газетний розворот**

Є два значення цього терміна.

1. Форма подачі матеріалів на двох внутрішніх суміжних шпальтах, де заверстують і об'єднують великим заголовком («шапкою») різножанрові публікації на якусь одну широку тему. Майстерне komponування розвороту надає публікаціям єдності, цілісності, взаємозв'язку, цілеспрямованості й послідовності в оформленні.

## 2. Дві суміжні сторінки з матеріалами різного характеру.

Ми розглядатимемо розворот у першому значенні. У газетах трапляються два його види – різномемний і тематичний.

Оформлення розвороту є ще складнішим завданням, ніж оформлення тематичної сторінки. Різноманітне ілюстрування – важливий засіб для поліпшення та поживлення оформлення розвороту. Відсутність чи нестача ілюстрацій відчувається на розвороті дуже сильно, робить його сірим. Але не слід перенасичувати розворот ілюстраціями, щоб не перетворити його у плакат.

Розворот може верстатися з середником та без нього. У першому випадку це – дві суміжні шпальти, об'єднані загальною темою і стоячою над ними, хоча і роз'єднаною середником на дві частини, загальною «шапкою». Якщо зняти середник, то дві суміжні шпальти розвороту зіллються в одну велику шпальту з розташованою над нею «шапкою». Розворот без середника дає деякий вигреш корисної площі та великі можливості варіювати формат текстових колонок. Не рекомендується, однак, знімати на розвороті тільки частину середника. У цьому випадку всередині розвороту – зверху чи знизу – виникає широка біла шпальта, а рівень його оформлення різко знижується.

«Шапка» на розвороті набирається великим шрифтом. Вона має добре виділятися.

Шпальта суцільного тексту на форматі А 3 (формат районної газети), яка верстається на 5 колонок, охоплює рядків 500. Кожна колонка висотою 125 рядків петиту. Отже, вся шпальта при 5-колонковій верстці – 625 рядків. А втім, частину місця заповнюють заголовки, відбивки, службові деталі – колонтитули, вихідні відомості, текстівки, лінійки та ін. Отже, практично на шпальті залишається 450-500 чистих петитних рядків.

(Зауважимо, що для формату А 2, де 8-колонкова верстка у 1440 рядків петиту, для чистого тексту залишається 1100 або 1200 рядків.)

Вони, ці 500 чи 600 рядків формату А 3 вимагають до себе серйозного ставлення, потребують вдумливого читання.

Як поживити таку шпальту суцільного тексту, як подати його зміст найбільш дохідливо, у найбільш привабливій формі?

Звичайно, добре було б заверстати на шпальту суцільного тексту фотознімки, поставити штрихову заставку, діаграму. Але зміст шпальти не завжди дає можливість це зробити. Найчастіше суцільний текст шпальти просто супроводжується заголовком.

Коли добірка охоплює всю шпальту, вона перетворюється на тематичну сторінку. Отже, збільшення кількості та обсягу матеріалів приводить до виникнення нової якості, до досягнення нового рівня ефективності газетного випуску. Тематична сторінка – це «газетний удар». Її застосовують лише тоді, коли можливостей звичайної добірки не вистачає для досягнення мети, поставленої перед редакцією. Вона дає можливість достатньо глибоко й детально висвітлити актуальну тему.

Нелегко змусити читачів газети ознайомитися з усіма матеріалами тематичної сторінки. Велике значення при цьому має її композиція та

оформлення. Частіше в газетах використовується складова сторінка, скомпонована з деяких матеріалів. Її центром служить великий публіцистичний виступ – проблемна стаття чи нарис, навколо якого розміщуються інші матеріали. На цій сторінці можуть застосовуватися й інші форми – тематичні та різноманітні добірки. Іноді тематична сторінка вміщує один великий текст. У цьому випадку його корисно поділити на частини, давши кожній з них підзаголовок.

Оформлення тематичної сторінки, як і добірки, залежить, ясна річ, від ролі та значення її матеріалів: усі вони присвячені одній темі, але розробляють її по-різному: одні повідомляють про факти, інші ці факти коментують, іще якісь їх узагальнюють, роблять висновки тощо.

Ілюстрація на тематичній сторінці грає подвійну роль: матеріалу, який допомагає розкриттю оформленої теми, і засобу, який використовується для розрядки тексту, особливо якщо на шпальті розміщений тільки один великий за обсягом матеріал. Вміло ілюстрована фотознімками і малюнками тематична сторінка легше сприймається.

Тематичну сторінку верстають частіше асиметрично – це дозволяє динамічніше розташовувати матеріали і краще виділити найважливіше. Але є можливою й симетрична верстка такої сторінки, скажімо, як ювілейної.

Тематична сторінка – найважливіший виступ редакції в газетному номері. Недопустимо послаблювати його силу, публікуючи в номері декілька тематичних сторінок. Це дезорієнтує читача і забирає чимало газетної площі.

Тематична сторінка є основою для багатьох інших форм подачі текстових матеріалів, зокрема газетного розвороту.

Різновидом тематичної сторінки є спецвипуск – тематична сторінка, розрахована на певну аудиторію. Особливо часто спецвипуски застосовують у молодіжних виданнях.

Оформлення спецвипусків визначається правилами оформлення тематичної сторінки. Як правило, вони виходять під особливими назвами, оформленими у вигляді постійних, набірних чи клішованих «шапок», з відомою читачам періодичністю.

Необхідність диференційованого підходу до читачької аудиторії обумовила виникнення так званої газети в газеті. Вона є подальшим розвитком спецвипусків. Але якщо спецвипуск – це спеціальна тематична сторінка, то газета в газеті займає в номері більше місця і відіграє тут значнішу роль.

Вона оформлюється як окрема, самостійна газета зі своєю заголовною частиною, особливостями верстки матеріалів і формату набору. Газету в газеті часто виділяють додатковим кольором. Про її вихід треба повідомити «свистком» на першій сторінці.

Для обміну досвідом чи з метою взаємної інформації газети друкують обмінні сторінки. Іноді така сторінка готується редакцією однієї газети на прохання іншої, яка потім публікує її під відповідною рубрикою. У деяких випадках редакції обмінюються сторінками, які потім з'являються в обох газетах.

Макет обмінної сторінки найчастіше розробляє та редакція, яка готує матеріал. На початку обмінної сторінки часто відтворюється клішована назва газети, яка її підготувала.

Різновидом обмінної сторінки є об'єднана чи сумісна сторінка. Вона присвячується темі, яка викликає інтерес у кількох газет і готується за планом, спільно розробленим редакціями. Їх представники узгоджують єдиний макет такої сторінки, який визначає особливості її верстки та оформлення. Об'єднану сторінку друкують одночасно в усіх газетах, для яких вона готувалась.

Досі мова йшла про форми подачі матеріалів, які складають лише частину газетного номера. На його сторінках можна водночас застосовувати декілька таких форм добірок, шпальт, спецвипусків тощо, присвячених різним темам і проблемам.

Однак можлива інша побудова номера, інша подача його матеріалів. Це стосується тематичного номера газети. Він повністю присвячується одній актуальній темі, його матеріали детально висвітлюють різні її аспекти.

Випуск тематичного номера потребує спеціальної підготовки. У редакції з цією метою, як правило, створюють бригаду з представників різних відділів для розробки плану номера. Потім до його підготовки залучається весь колектив.

Так само проходить підготовка і цільового номера, який є різновидом номера тематичного. Хоча матеріали цільового номера можуть бути присвячені різним темам, їх публікація спрямована на досягнення однієї мети, виконання певного завдання, поставленого редакцією.

Тематичний і цільовий номер – незвичні випуски газет. Частий їх вихід неможливий, бо кожного разу потребує ґрунтовної підготовки, і недоцільний, бо має бути присвячений тільки значній події чи проблемі.

### **Контрольні питання**

1. Чим викликана необхідність поєднання матеріалів у добірці?
2. Що таке «свічка» і вріз? Як вони оформлюються?
3. Які особливості верстки «вікна»?
4. Що таке «підвал»?
5. Які особливості верстки «горища»?
6. Як оформлюються великі матеріали на газетній шпальті?
7. Що таке «розгортка»?
8. Якою може бути мінімальна і максимальна висота «підвалу»?
9. Чим відрізняються спецвипуск, газета в газеті й тематична сторінка?
10. Що таке обмінні та об'єднані сторінки? Які особливості їх оформлення?
11. Якими засобами виділяють газету в газеті від інших матеріалів основного видання?
12. Тематичний і цільовий номер, умови їх виходу та оформлення.

## **ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАКЕТУВАННЯ ТА ВЕРСТКА»**

Виконуючи індивідуальні завдання, студенти повинні підготувати презентацію на одну із запропонованих тем. Обов'язковою умовою одержання максимальної кількості балів є добір ілюстративного матеріалу, а також обов'язкове використання інфографіки для кращого висвітлення теми.

1. Верстка заголовків у центральних (регіональних) газетах (журналах).
2. Оформлення таблиць у друкованих періодичних виданнях.
3. Види ілюстрацій у газетах і журналах.
4. Розташування ілюстрацій у газетах.
5. Конфігурація ілюстрацій у газетах і журналах.
6. Використання ініціала у друкованих виданнях.
7. Виворотка як видільний засіб у газетах (журналах).
8. Оборка у газетах і журналах.
9. Заголовна частина газети.
10. Вихідні відомості.
11. Авторський підпис.
12. Оформлення колонтитулів у газетах і журналах.
13. Засоби виділення матеріалів у газетах.
14. Композиція заголовків.
15. Види подачі матеріалів.
16. Композиція першої сторінки центральних (регіональних) видань.
17. Способи акцентування у тексті.
18. Модульна система в газеті.
19. Модульна система в книзі.
20. Модульна система в журналі.

## Питання на екзамен із дисципліни «Макетування та верстка»

1. Елементи оформлення, їх призначення й ознаки. Групи елементів.
2. Поняття «обличчя» видання.
3. Стиль оформлення газети. Національні особливості оформлення.
4. Закони пропорції, оптичної ілюзії, рівноваги, контрасту та їх використання у практиці газетного оформлення.
5. Головні складові газетної форми. Функціональні та естетичні завдання оформлення.
6. Внутрішня і зовнішня форми видання. Взаємозв'язок графічної та літературної форми.
7. Засоби графічного оформлення газети. Залежність оформлення від типу газети.
8. Заголовна частина газети. Основні елементи заголовної частини. Оформлення заголовної частини та її ланок.
9. Розділові елементи (пробіли, лінійки, прикраси) та специфіка їх використання. Призначення і функції розділових засобів.
10. Службові деталі (колонтитули, вихідні відомості, авторські підписи, ініціали) та способи їх оформлення.
11. Текстова колонка, заголовок та ілюстрація як основні елементи газетної графіки.
12. Графічне зображення постійних елементів газети.
13. Формат видання. Різновиди світових форматів. Види форматів газети.
14. Обсяг газети і його зв'язок з оформленням. Взаємозалежність формату і кількості сторінок.
15. Формат газетної шпальти. Відмінність між форматом шпальти і газетної сторінки. Поля в газеті.
16. Розмір і кількість текстових колонок у газетах різних форматів і типів.
17. Значення колонок для композиції газетної шпальти, характеру оформлення заголовків та ілюстрацій. Набір та нестандартний формат.
18. Зв'язок кількості колонок з їх розміром (форматом) і шрифтовим оформленням тексту. Різноматний набір.
19. Властивості графічної композиції. Редакційний план номера як основа його композиції.
20. Цілісність номера. Гармонійність й образність в оформленні періодичних видань.
21. Стиль оформлення видання, його сталість. Єдність стилю номера.
22. Композиційний зв'язок шпальт. Постійність та універсальність елементів композиції.
23. Симетрія та асиметрія. Статистична й динамічні композиції.
24. Використання в оформленні законів пропорції та рівноваги, кольорових та розмірних контрастів.
25. Нюанс. Метр і ритм. Тональність.

26. Конструктивні особливості композиції шпальти.
27. Конфігурація матеріалів. Структура шпальти.
28. Особливості композиції спеціальних номерів і шпальт: тематичних, цільових, об'єднаних.
29. Особливості композиції номера газети.
30. Виділення матеріалів шляхом винесення їх на видні місця номера, шпальти. Шпигель. Виділення за допомогою ілюстрацій.
31. Виділення з допомогою шрифтів: шрифтом іншого малюнка, кегля, накреслення. Набір у розрядку.
32. Композиційне виділення. Виділення зміною формату набору, врізками.
33. Графічне виділення. Виділення за допомогою лінійок, рамок, прикрас.
34. Виділення кольором і «повітрям».
35. Виділення за допомогою заголовків, афішок.
36. Комбіновані способи виділення.
37. Тематичні та різноманітні добірки, їх місце на полосі та правила оформлення. Оформлення «врізок» і «свічок».
38. «Вікно». Норми верстки «вікна» і характер його оформлення. «Горище», його оформлення.
39. «Підвал». Характер «підвального» матеріалу. Верстка підвалу. Складні переноси тексту. Виділення з допомогою лінійок.
40. «Стояк» і підверстка. Добір підверстаного матеріалу та його оформлення.
41. Верстка великих матеріалів: з переносом на інші сторінки, з продовженням у наступному номері. «Розгортка» і розворот.
42. Особливості оформлення шпальти суцільного тексту. Тематична сторінка, її види і засоби оформлення.
43. Спецвипуск. Газета в газеті.
44. Роль і завдання ілюстрацій у газетах. Підбір ілюстрацій.
45. Принципи оформлення ілюстрацій. Правила розміщення зображальних матеріалів на шпальті.
46. Форма і розмір ілюстрацій. Методика їх розміщення в газеті.
47. Змішані види верстки.
48. Верстка матеріалів «на відкриття», «на відліт», «на центр».
49. Верстка таблиць і висновків.

## Рекомендована література

### Основна:

1. <https://epkmoodle.znu.edu.ua/>
2. Городенко Л. Системи верстки QuarkXPress, InDesign. Навчально-методичний комплекс для студентів.... Київ, 2006.
3. Гуревич С.М. Номер газети. Москва, 2002.
4. Иванов В.Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій. Київ, 2000.
5. Кириленко А. Самоучитель по компьютерной верстке. Киев, 2002.
6. Малышкин Е. и др. Настольная книга издателя. Москва : АСТ; Олимп, 2005.
7. Мильчин А., Чельцова Л. Справочник издателя и автора. Редакционно-издательское оформление издания. Москва : ОЛМА-Пресс, 2005.
8. Паркер Р. Как сделать красиво на бумаге. СПб. Москва, 2008.
9. Сава В. Художньо-технічне оформлення книги. Львів, 2003.
10. Ткаченко В. та ін. Енциклопедія видавничої справи : навч. посіб. Харків : ХНУРЕ, 2008.
11. Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера. Москва, 2009.
12. Хиндерлитер Х. Настольные издательские системы.: учеб. пособ. для ВУЗов. Москва : Принт-Медиа центр, 2006.
13. Шевченко В. Е. Техніка оформлення газетного видання. Київ, 2003.
14. Шевченко В. Техніка оформлення газетного видання. Київ, 2003.
15. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка. Санкт-Петербург, 2002.

### Додаткова:

1. Книга для авторов: Как создать и издать книгу лучше, быстрее, дешевле. Москва, 2001.
2. Уайт Я. В. Редактируем дизайном, классическое руководство: как завоевать внимание читателей: для дизайнеров, арт-директоров и редакторов. Москва : Университетская книга, 2009. 244 с.
3. Шкляр В.И. Методические советы к изучению темы «Техническое оформление газеты, журнала». Николаев, 1988.

### Інформаційні ресурси

1. Пикок Дж. Издательское дело. URL: <http://www.twirpx.com/file/52670/>
2. Добкин С.Ф. Оформление книги. Редактору и автору. URL: <http://www.twirpx.com/file/193249/>
3. Лобин А.М. Художественно-техническое оформление изданий: методические указания для студентов специальности Издательское дело и редактирование. URL: <http://www.twirpx.com/file/133195/>
4. Волков Н.В. Курс макетирования и верстки. URL: <http://www.twirpx.com/file/143775/>
5. Мильчин А.Э. (ред.) Справочная книга корректора и редактора. URL: <http://www.twirpx.com/file/176029/>
6. Тимошик М. Розмірні параметри книжкових та газетно-журнальних видань. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1321>