УДК 655.3

І.В. Гілета
Українська академія друкарства

ПАРАМЕТРИ ЕЛЕМЕНТІВ СТРУКТУРИ ГАЗЕТНОГО ВИДАННЯ

Розглянуто параметри елементів структури газетного видання та проаналізовано їх вплив на відображення змісту газети.

We consider the elements of the structure parameters of newspaper publishing and analyzed their impact on the display the contents of the newspaper.

Вступ

Газета – найдавніший засіб масової інформації. Газета зручна у користуванні, сприймається "сама по собі" – повністю або частково в результаті проглядання заголовків публікацій або подальшого читання текстів. Вона містить всю інформацію, яка може бути сприйнята читачем; який сам визначає характер і темп читання газети.

Для успішного функціонування періодичного видання необхідно автоматизувати процес макетування газетної шпальти, забезпечивши тим самим оптимальне розміщення матеріалу, що в свою чергу обумовить конкурентноздатість газети.

Мета досліджень

Виконати аналіз творення газетного видання з подальшим виокремленням елементів його структури. При цьому необхідно сформулювати сутність поставленої проблеми, чітко обмеживши границі розгляду та умови, при її потрібно вирішувати.

Аналіз елементів структури

Вагомий вплив на процес підготовки і випуску номера газети має імідж видання (від англ., *image* – образ, зображення) – стійке уявлення про газету, яке формується у читача. Імідж складається протягом тривалого часу під впливом постійних особливостей змісту видання, тематики і характеру його публікацій, позиції і поглядів. На імідж видання впливають також особливості його форми – дизайну, верстки, ілюстрацій, – те, що часто називають зовнішнім "обличчям" газети.

Майбутній імідж видання закладають в його модель, визначаючи систему публікацій, тематичні рубрики і жанрові особливості залежно від особливостей потенційної читацької аудиторії. Певне значення в цій моделі має співвідношення новин та аналітичних, проблемних матеріалів. Відповідно до іміджу видання вибирають його назву, яка повинна дати читачеві уявлення про характер інформації, що міститься в публікаціях, специфіку аудиторії для якої вона призначена [3].

В залежності від завдань періодичного видання, особливостей його цільової аудиторії, змістовно-тематичної моделі та його іміджу визначається структура – склад і будова номера.

При формуванні структури номера, треба відповісти на чотири головні питання. Що включити в номер? У якому співвідношенні повинні знаходитися різні частини його змісту? Як їх розташувати? Як подати матеріал, які форми для цього використовувати [1]?

Кожен номер газети складається з різноманих і різнорідних матеріалів. Вони утворюють систему публікацій номера. Під публікацією слід розуміти опублікований – надрукований в газеті текст або ілюстрацію для сприйняття її читачами .

На структуру номера впливає ряд чинників. Окрім моделі видання і плану номера також тип видання, формат номера і його обсяг.

Розв'язуючи завдання, що виникають у процесі підготовки газетного номера, необхідно провести організацію його матеріалів, щоб певним чином керувати увагою читача. Отже, організація матеріалів виступає як чинник підвищення ефективності видання, посилення його дії на аудиторію. Цілі організації матеріалів визначають її основи – методи, прийоми і форми.

Головні методи організації матеріалів номера – їх систематизація, концентрація і виділення. Під систематизацією слід розуміти розділення всієї маси матеріалів, відібраних для номера, на декілька частин. У кожній з них зосереджуються тексти та ілюстрації, що об'єднуються за якоюсь загальною ознакою – темою, регіоном, часом описуваних подій, джерелом інформації, жанром публікацій, аудиторією, для якої вони призначені, і ін. В результаті вони стають організованою системою публікацій. Кожен з її елементів-частин може бути крупним тематичним блоком – розділом випуску або об'єднувати декілька розділів.

Далі настає черга концентрації матеріалів. Вона полягає в їх угрупуванні і розміщенні: у одному розділі, рубриці номера, на одному місці, скажімо, на одній шпальті газети. В результаті публікації, близькі за темою або часом події, не розкидаються по сторінках номера, його частинах, а зосереджуються на одній сторінці або навіть на одній його частині. При постійності композиції номера – розміщенні його матеріалів – за таким їх об'єднанням під постійною рубрикою закріплюється постійне місце. Це має важливе значення для читачів, адже полегшує пошук інформації, яка їх цікавить та економить час. Наприклад, любитель спорту не проглядатиме всі сторінки номера у пошуках спортивних публікацій, а відразу розкриє відому йому сторінку, де завжди під звичними для нього рубриками розміщують спортивні новини.

У кожній з таких груп публікацій проводиться подальша їх організація – виділення за значенням, важливістю інформації. Встановлюють основні, головні тексти, наприклад, проблемні статті, кореспонденції, нариси та ілюстрації. Їх доповнюють іншими матеріалами, що висвітлюють різні сторони проблеми, повідомляють подробиці і деталі події. Найважливіші за значенням, найактуальніші розділи номера виділяють, виносять на першу сторінку, розверстують на найвигідніших місцях шпальти, поміщають у рамку і т.д. Ті ж засоби виділення застосовують і по відношенню до матеріалів кожного розділу. Найважливіші з них виносять наперед, набирають на нестандартний формат, дають крупні помітні заголовки.

Всі методи організації матеріалів виявляються саме при використанні прийомів об'єднання і виділення. Виділення публікацій нерідко досягається шляхом їх контрасту, зіставлення, а також за допомогою різних поліграфічних засобів – набором текстів різними шрифтами і ін.

Однією з важливих характеристик газетного номера є його дизайн (від англ., *design* – креслення, малюнок, проект). Це поняття і термін увійшли до редакційної практики лише недавно. До цього журналісти говорили про зовнішнє «обличчя» газети, про її верстку і оформлення, художньо-поліграфічне виконання. Проте із змінами вимог, що пред'являються газеті, в коло її характеристик увійшов і дизайн. Поняття дизайну ширше за поняття зовнішнього «обличчя» газети. Воно охоплює не тільки графічну характеристику номера, пов'язану з її поліграфічним виконанням. До нього увійшли ряд характеристик, сукупність яких багато в чому визначає рівень взаємовідносин, що виникають між газетою і читачами, можливості впливу газети на аудиторію, конкурентоспроможність газети на інформаційному ринку. Як справедливо зауважили дослідники газетного дизайну він формується під впливом ряду чинників. Один з них – естетичний, який визначається зовнішньою привабливістю газети, відповідністю її зовнішнього вигляду змісту номерів. Варто зауважити, що естетика газети відіграє важливу роль в залученні уваги читачів і для закріплення прочитаного в процесі ознайомлення з номером. Деякі сторони естетичної характеристики газети набувають економічного значення, впливаючи на рівень її конкурентоспроможності на ринку періодичних видань. Привертаючи увагу читачів яскравим оформленням номера, помітними заголовками, продуманою подачею текстів і ілюстрацій, допомагають їм зробити вибір і придбати газету. Більше того, від дизайну багато в чому залежить доля реклами, надрукованої в газеті, залучення до неї уваги читачів.

Дизайном газети є органічне об'єднання ряду постійних і обов'язкових компонентів. До цих компонентів відносяться: розмірні характеристики газети, постійні елементи її номера, шрифтове оформлення газети, її ілюстрація, заголовки публікацій, кольоровість газети.

До ***розмірних характеристик газети*** відносяться формат газети, обсяг номера, кількість і розмір текстових колонок на шпальтах номера, розмір пропусків між текстовими колонками шпальти, площа шпальти номера і його ємкість.

Під форматом газети розуміють розмір листа аркуша на якому розміщується шпальта – відбиток розміщених на ній текстів, ілюстрацій та інших друкарських символів. У сучасній вітчизняній пресі загальноприйнято співіснують три основні формати газети: великий формат А2, малий, А3 і надмалий А4. Вони розрізняються своїми розмірами, вказаними в міліметрах: А2 – 420 х 594 мм, А3 – 297 х 420 мм, А4 – 210 х 297 мм. Перше число показує ширину сторінки, друге – її висоту. Газетні формати кратні один одному, кожен подальший в два рази менший попередньому. Це дозволяє газетному дизайнерові при необхідності змінювати формати шпальт номера, об'єднуючи дві його внутрішні вертикальні шпальти в одну велику горизонтальну.

Вибір формату газети пов'язаний з її типом. Крупні загальнонаціональні, регіональні і міські щоденні газети виходять у форматі А2. Формат А3, як правило, використовують для випуску районних і невеликих міських видань. У тому ж форматі видають і тижневики газетного типу. Формат А4 використову-

ють значно рідше – для випуску відомчих і рекламно-довідкових видань. Формат газети постійний, проте при необхідності його можуть змінювати.

Формат газети багато в чому визначає обсяг її номера і пов'язаний з кількістю сторінок. Він може змінюватися залежно від типу видання і періодичності виходу – від двох до декількох десятків сторінок. Чим менший формат газети, тим більше сторінок в її номері. Зрозуміло, що чим більший формат номера, тим більша його ємкість – кількість його публікацій, тим більша їх величина. Це позначається на їх характері: у великоформатній газеті можна частіше публікувати великі аналітичні тексти і крупні яскраві ілюстрації.

Наступний ступінь розмірних характеристик газетного номера – шпальта. Їх кількість у номері, природно, відповідає кількості його сторінок. Шпальта відіграє велику роль у процесі визначення композиційної моделі газети, розміщення її матеріалів в часі і в просторі, на сторінках номера. Вона є одною з основних форм подачі матеріалів. Її різновиди – тематична, цільова, змінна і інші шпальти – використовують в газетах найрізноманітніших типів. У малоформатних газетах і тижневиках тематичні шпальти, разом з підбірками, є основою організації матеріалів у номері [2].

Шпальта – обмежений простір, який ділиться на колонки. Текстова колонка один з найважливіших елементів шпальти. Від кількості колонок і їх ширини, як і від їх розділення – лінійками або пропусками – залежить подача матеріалів шпальти – текстів, ілюстрацій і ін. Визначення параметрів колонок впливає на дизайн газети, полегшуючи або утрудняючи сприйняття читачами її публікацій. Дуже вузькі колонки заважають читанню текстів, широка колонка сприймається легше і при необхідності виділяє своїм нестандартним форматом розміщений в ній матеріал. Тому дизайнерові доводиться визначати оптимальні для кожної шпальти номеру кількість і ширину текстових колонок і добиватися постійності цих характеристик.

Дизайн газети багато в чому залежить від вибору шрифтів, якими набирають тексти і заголовки. Перехід до комп'ютерного набору і верстки газети надав дизайнерам нові можливості «гри шрифтами», звертання до невідомих раніше шрифтових гарнітур, зміни величини літер і т.п. Проте невдовзі виявилось, що прагнення до використання в газеті великої кількості текстових і титульних шрифтів часто приводить до строкатості її оформлення, заважає досягненню єдиного стилю, не полегшує, а, навпаки, утруднює сприйняття читачами текстів. Тому поступово в багатьох газетах встановилася тенденція до обмеження кількості використовуваних в них шрифтів і ретельнішого їх вибору, а також прагнення дизайнерів закріплювати за публікаціями і рубриками залежно від особливостей їх типу (жанру, форми подачі і ін.) постійні шрифти.

Важливим елементом дизайну газети є верстка матеріалів, особливості їх розміщення на шпальтах номера. У газетній періодиці використовують декілька видів верстки, що розрізняються своїми характеристиками. Перша з них – форма, конфігурація матеріалів, представлених на шпальті. Це пряма і ламана верстка. Для прямої верстки характерна строго прямокутна форма публікації, чотирикутник, часто витягнутий в довжину або ширину. Така верстка проста, зручна, допомагає швидко орієнтуватися читачу в публікації, яка його зацікавила. При ламаній верстці публікація приймає форму багатокутника. Це, можливо, більше приверне увагу читача, але в той же час при ускладненні форми публікації погіршується її сприйняття, примушуючи шукати продовження і за-

кінчення тексту. Друга характеристика видів верстки – співвідношення висоти і ширини публікації. При горизонтальній верстці ширина тексту перевищує її висоту, при вертикальній навпаки. Для розміщення більшості публікацій на шпальті частіше звертаються до вертикальної верстки. Але іноді горизонтальну верстку використовують для подачі на шпальті блоку матеріалів – тематичної підбірки і ін. Найчастіше в газетах поєднують вертикальну верстку з горизонтальною, отримуючи таким чином їх різновиди – вертикальну верстку з горизонтальними перетинами і т.п.

По відношенню до осі симетрії шпальти розрізняють симетричну і асиметричну верстки. Першу використовують в процесі підготовки святкових номерів або цільових шпальт, прагнучи привернути увагу читачів незвичністю їх дизайну. Переважна більшість газетних шпальт будуються на основі асиметричної верстки [1].

Суттєвим для забезпечення привабливого дизайну газети є визначення системи заголовків публікацій і, звичайно, основ ілюстрації номерів.

Ілюстрації містять візуальну інформацію, сприймаються читачами швидше і впливають на них часом сильніше ніж тексти. Ілюстрації – один з елементів дизайну видання, вони формують його зовнішність, зовнішнє «обличчя». Без ілюстрацій газетний номер буде неповноцінним, – суцільний сірий текст важко сприймається читачами. Тому у кожній газеті необхідно встановити співвідношення текстових і ілюстраційних публікацій, відповідно до якого визначається займана ними площа і роль в номері.

Всі газетні ілюстрації розділяються на дві групи. Перша з них – фотоілюстрації, оригінали яких отримують за допомогою фотоапарата. Це фотознімки репортажів і фотопортрети, фотонатюрморти, фотопейзажі, фотозвинувачення, фотоплакати і фоторепродукції.

Друга група газетних візуальних публікацій об'єднує нефотографічні ілюстрації, оригіналами яких є малюнки або креслення. До цієї групи входять різні зарисовки (портретні, виробничі, пейзажні і ін.), карикатури, шаржі, плакати, діаграми, карти, схеми, креслення, технічні малюнки і так далі.

У пошуках нових можливостей оптимізації дизайну друкарських періодичних видань фахівці, вивчивши зарубіжний досвід, звернулися до регулювання кольоровості газети. Конкурентноздатність та необхідність публікації реклами, в якій велику роль відіграє використання різних кольорів, а також оновлення поліграфічної бази дозволяє випускати багатоколірні видання. Це дало можливість редакціям газет і тижневиків перейти до багатоколірного оформлення.

Особливу увагу дизайнерів привертає перша сторінка газети. Це зрозуміло – від дизайну цієї сторінки багато в чому залежить конкурентоспроможність газети. Чи затримається увага потенційного читача, що "кинув" погляд на вітрину газетного кіоску? Або його зацікавить інше, зовні привабливіше видання? Тому так ретельно прораховують всі елементи цієї шпальти, їх розташування, величину, виділення і, перш за все титульну, заголовну частину шпальти. У неї входить назва газети, що виконана звичним для постійного читача мальованим шрифтом і розташована на постійному місці, – зверху над всією шпальтою або тільки над його частиною. А під назвою або поряд з нею розміщують решту елементів титульної частини шпальти – вказівка типу видання (міська газета, тижневик), періодичність її виходу, дата і день виходу, нумерація номерів (у поточному році, іноді і з початку виходу газети), нерідко – ціну номера, що ре-

комендується, а також, якщо газета має свою сторінку в Інтернеті, вказують її мережеву адресу. У титульну частину можуть вводити і інші атрибути. Весь цей комплекс, який називають логотипом, є власністю редакції.

У кожної газети свій дизайн. Залежно від типу видання його дизайн має свої особливості. Для дизайну якісної суспільно-політичної газети характерними є ясність, строгість, часто тут використовують просту пряму верстку. Дизайн масових бульварних видань відрізняється строкатістю, часто невиправданим виділенням другорядних деталей, що подаюся як сенсації. Тут охоче застосовують прийоми ламаної верстки.

Перехід до випуску газетного номера здійснюється в процесі **макетування.** Макет номера – це графічний план, що показує розміщення текстів і ілюстрацій на шпальтах, заголовків і авторських підписів, місце і конфігурацію кожної з публікацій. Переважно він представлений у вигляді зменшених макетів кожної шпальти номера. Його особливості багато в чому визначаються композиційною і графічною моделями газети, які конкретизуються в моделях номерів, починаючи з графіка публікацій основних розділів і рубрик, і закінчуючи набором типових схем верстки. Модель позбавляє від рутинних процесів, що повторюються, при випуску номера, спрощує процес планування, дозволяє врахувати певні естетичні вимоги при розробці зовнішньої форми видання.

Оскільки наявні моделі значною мірою залежать від суб'єктивних факторів, видається доцільним виділити параметри, які впливають на їх суть, упорядкувати їх за важливістю впливу на процес макетування та розробити систему для їх комп'ютерного синтезування.

Висновки

В результаті виконаного дослідження визначено взаємний і сукупний вплив параметрів оформлення окремих елементів макету шпальти, що дозволяє стабілізувати роботу дизайнера газетного номера, пов'язану з побудовою композиції публікацій. Проаналізовано виокремлені елементи структури газетного видання які стануть передумовою для алгоритмізації та подальшої програмної реалізації системи автоматизованого проектування макету.

1. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала М. Аспект Пресс 2005. – 215с.

2. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра Учебное пособие для вузов М.: Аспект Пресс, 2004. – 342с.

3. Табашников И. Н. Газета и дизайн. – Тюмень, 1994. – 385с.

4.Гілета І.В. Дизайн газети (до проблем макетування газетного номера) // Квалілогія книги. Зб. наук. праць. Вип. №1(13), УАД, 2008. С.60-68.