

Карыснай з’яўляецца і другая частка працы – дадаткі, якія ўключаюць у сябе асноўныя заканадаўчыя акты ў галіне выдавецкай справы. Праца стане добрым падмуркам у выкладанні асноўных і факультатыўных курсаў для студэнтаў спецыяльнасці «Літаратурная работа (рэдагаванне)», журналістаў, выдаўцоў. Яна можа прынесці шмат карысці і людзям, якія не маюць спецыяльнай журналісцкай адукацыі: паліграфістам, маркетологам, работнікам сферы кнігагандлю і кнігараспаўсюджвання, а таксама ўсім тым, хто любіць і паважае кнігу.

Александр Свороб

Белорусский государственный университет

ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ АКЦЕНТ

Заголовки публикаций в газете – неотъемлемый элемент издания. Они помогают читателю быстро ознакомиться с содержанием номера, понять, о чем сообщают его публикации, что важно в информации, которую ему предлагают, что представляет для него особый интерес. Умение журналистов газеты использовать заголовки часто определяет решение читателя прочитать те публикации, заголовки которых возбудили в нем интерес.

Композиционно заголовки являются опорными центрами страниц, усиление и ослабление интенсивности которых означает оформительски противоположные действия по руководству вниманием читателя. По заголовкам можно оценить важность публикации и быстро выбрать необходимую.

Но станет заголовочный комплекс акцентом или нет, зависит от того, будут ли на странице иллюстрации и другие визуально активные элементы, в каком количестве и какого размера; станет ли заголовочный комплекс композиционным центром, зависит и от задумки дизайнера.

Усилить выразительность заголовков можно использованием дополнительного цвета, увеличением размера шрифта, подбором для заголовка привлекательной гарнитуры, умелым сочетанием с другими изобразительными элементами.

Заголовок, выделенный цветом, привлечет внимание читателя, но он не должен выбиваться из дизайна страницы. Если, к примеру, в газете используется цвет для колонтитула, то и для заголовка стоит подобрать схожий оттенок. Предпочтение следует отдать прежде всего красному, затем зеленому цвету, а также светлым оттенкам синего цвета. Вряд ли целесообразно применять темные цвета, мало отличающиеся от черного. Так, заголовки, напечатанные темно-синим цветом, почти не выделяются среди обычных черных заголовков. Однако следует понимать, что цветной заголовок не панацея. Если в номере газеты заметно недостает иллюстрации и инфорграфики, заголовок вряд ли спасет положение.

Выделить материал заголовком можно не только увеличив сам заголовок, но и уменьшив все остальные. Поэтому заголовок, набранный крупным кеглем, выделяется сильнее, если соседние заголовки будут набраны мелкими кеглями.

Для заголовков различных уровней на полосе важно выдерживать правильное соотношение между их шрифтами. Так, если заголовок набран шрифтом 28 пт, то для подзаголовка следует брать 20 пт. Такая контрастность в размерах шрифтов заголовка и подзаголовка препятствует их смысловому объединению при чтении – взгляд читателя направлен прежде всего на основной заголовок.

Целесообразно чередовать заголовки, набранные шрифтами различных начертаний.

Заголовок, с которого начинается знакомство читателя с газетой, должен быть конкретным по содержанию и привлекательным по форме. Согласно инструкциям по газетному оформлению, высота заголовка должна быть не менее 5,4 см и не более 9,2 см и составлять от 1/7 до 1/4 высоты первой полосы. Воображаемая линия оптического центра делит полосу в примерной пропорции 5/8. Таким образом, заглавие может опускаться фактически до 1/3 высоты полосы.

Заголовки, набранные прописными шрифтами, гораздо сильнее выделяются на газетной странице. Об этом говорят многие исследователи.

Стремление усилить воздействие заголовка на читателей при наборе его прописными не должно приводить к ухудшению

его читаемости в тех случаях, когда в заголовок входят цифры, даты, имена, фамилии или инициалы, географические названия, аббревиатуры (сокращения), то есть те элементы, которые надо выделить из общего текста. Если такой заголовок набрать прописными буквами, то это выделение исчезнет.

Каждый шрифт имеет свое лицо, оказывает определенное психологическое воздействие. Есть шрифты, о которых можно сказать «тяжелый», «мрачный», есть шрифты, которым подойдут такие характеристики: «легкий», «веселый», «жизнерадостный».

Существует и одногарнитурный стиль оформления заголовков. Его сторонники считают возможным для оформления газеты применять шрифты различных начертаний и размеров какой-либо одной гарнитуры. Они имеют для этого некоторые основания: в отдельных случаях, используя разнообразие шрифтов даже одной гарнитуры, опытный верстальщик сумеет просто и строго оформить заголовки на газетной странице. Тем не менее этот стиль все же несколько ограничивает возможности выделения важнейших заголовков.

Пестрота и дисгармония в заголовках могут возникнуть не только при использовании излишнего количества шрифтовых гарнитур, но и как результат неумелого сочетания шрифтов, противоположных по рисунку, что особенно характерно при оформлении заголовков и подзаголовков. Целесообразно в подобных случаях набирать заголовок и подзаголовок шрифтами одной гарнитуры, но разных начертаний или же шрифтами разных, но близких по рисунку гарнитур.

Стремясь усилить воздействие газетных заголовков на читателя, нередко прибегают к различным сложным приемам их оформления. Все эти приемы основаны на нестандартном применении полиграфических средств, на нарочитом отклонении от установившихся норм и практических рекомендаций. Оформляя сложный заголовок, используют шрифты разных гарнитур, начертаний и размеров, изменяют привычное расположение заголовка и его элементов, применяют сложное обрамление простыми и фигурными линейками и т. п.

Самый распространенный из этих приемов – выделение в заголовке самого важного по значению слова или группы слов, не-

сущей наибольшую смысловую нагрузку. Проще всего добиться нужного эффекта, набрав заголовок строчным шрифтом, а выделяемую группу слов – прописным. Можно выделить ударную часть заголовка, оформив ее шрифтом другой гарнитуры или другого начертания. Если, например, заголовок набран прямым полужирным шрифтом, то для выделения часто применяют курсив.

Прием акцентирования в заголовке оправдан, если он применяется осмысленно, с пониманием его целей и возможностей. Зачастую в самых разных газетах при оформлении двухстрочных заголовков допускают одну и ту же ошибку: пытаются уравнивать обе строки по длине. Если не получается добиться этого с помощью шрифта одной гарнитуры, следует набирать каждую из строк шрифтами разных гарнитур. Особенно часто для этого применяют шрифты гротесковых гарнитур, близких по своему рисунку, что иногда приводит к непреднамеренному акцентированию, при котором происходит неоправданное выделение какого-либо слова.

В последнее время достаточно часто на страницах газет встречаются приемы наложения заголовков на иллюстрации. Это, естественно, усиливает его визуальную выразительность. Однако и здесь должно быть чувство соразмерности. Чрезмерно насыщенный шрифт может уменьшить значимость иллюстраций.

Се И

Белорусский государственный университет

ЖУРНАЛ КАК ТИП ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ

В современном мире насчитывается огромное количество красочных периодических изданий – газеты, журналы, электронные версии средств массовой информации в сети Интернет. С каждым годом появляется множество новых изданий, а отдельные издания уходят в прошлое. Журнал как тип издания появляется в социальном ареале более трехсот лет назад после того, как книга, а позднее и газета, прочно утвердились в нем, заняли свое место в жизни общества. В процессе развития печат-