

**Художественно-графическая концепция издания определяет круг изобразительных средств, принятых редакцией для полиграфического воплощения издания; принципы и правила их использования и соотношения на полосах; форматы полос и набора; характер разверстки материалов; стиль рисунков и прочее. Наличие такой концепции дает возможность найти индивидуальное «лицо» издания. Вырабатывается она всей редакцией при ведущей роли арт-директора журнала.**

# Создание индивидуального облика издания

Евгения Карамашева

## *Часть 2. Формирование художественно-графической концепции индивидуального облика журнала*

Из всего диапазона имеющихся полиграфических возможностей каждая редакция выбирает те, что лучше всего подходят данному журналу, соответствуют его содержанию, характеру публикуемых материалов. Делается это для того, чтобы, во-первых, журнал выделялся из общей массы, а во-вторых, чтобы по графическому облику можно было определить в общих чертах характер журнала. Одна из функций художественно-графической концепции состоит в том, чтобы в форме издания точно вывить его тип. Однако перед создателями внешнего облика издания стоит и другая, не менее важная задача — внутри своего типа журнала найти черты, которые определяют его индивидуальное художественно-графическое лицо.

### **Графические модели верстки**

Приступая к созданию художественно-графической модели журнала, дизайнер должен прежде всего определить модель верстки, свойственной данному изданию и способной наилучшим образом выразить информационно-содержательную сущность журнала в целостной многострочной композиции.

При поверхностном знакомстве с множеством разнообразных журналов на первый взгляд может показаться, что и моделей таких существует едва ли не столько же, сколько журналов. Между тем каждый художественно грамотный сделанный журнал в своем построении непре-

менно подчиняется определенным принципам. К примеру, журнал может основываться на «статичной» или на «динамичной» модели верстки.

Говоря о «статичной модели», исследователи обычно подчеркивают, что она всегда тяготеет к горизонтали, каждый материал подается сам по себе, он не «цепляет» соседние; статьи подаются спокойно, без громких заголовков, которые к тому же набираются шрифтами сравнительно небольших кеглей, часто одной гарнитуры; в качестве отбивок применяются, как правило, светлые газетные линейки; иллюстраций немного. Иное дело — «динамичная модель».

Уже само название говорит за себя — полосы «движутся»: материалы «цепляются» друг за друга, выделяются своими оформительскими украшениями (тут и розыгрыши крупных заголовков, и отбивочные линейки разной жирности, и обилие иллюстраций). Эта модель в основном тяготеет к вертикали.

Нельзя сказать, что одна модель лучше или хуже другой. Все дело здесь в уместности. Молодежные журналы часто тяготеют к динамичной модели, нередко в ущерб читабельности — здесь можно встретить варианты верстки с таким оттеканием текстом, которое не оставляют ни малейшей надежды разобрать этот текст. Деловая пресса, напротив, может позволить себе придерживаться статичной модели и не отягощать себя декоративными

излишествами, поскольку ее покупают для того, чтобы читать, а не просматривать.

Когда модель выбрана, можно приступать к выбору манеры оформления основных элементов журнальной полосы.

При выборе различных компонентов дизайна требуется развитый вкус, чувство меры и особая тщательность — будучи однажды выбраны, эти компоненты сохраняются в каждом номере журнала. Меняют их только тогда, когда меняют весь дизайн издания.

Макет. Это фиксированные элементы полосы. Например, — колонцифра, строка с датой, номером и названием журнала, способ оформления рубрик, число колонок на полосе.

Шрифт основного текста и заголовков. Существуют сотни тысяч различных шрифтов, и некоторые издания меняют шрифт заголовков настолько часто, что кажется, будто они решили за возможно более короткое время перепробовать их все. Журналы же, обходящиеся одним базовым набором шрифтов обычно выглядят лучше, более цельно.

Вид заголовков. Это объем и форма заголовков, принятые в вашем издании. Их комбинаций — бесчисленное множество: заголовки в одну строку, с поясняющими строчками над или под основой, многострочные заголовки и прочее. Крайне важно, чтобы выбранный стиль обеспечивал такие заголовки, какие нужны вашим статьям.

Подача иллюстраций. Это и преобладание какого-либо типа иллюстраций в журнале (либо соотношение этих типов), и манера их подачи — спокойная или агрессивная, и многое другое.

Декоративные элементы оформления. Под этим понятием подразумеваются все повторяющиеся элементы оформления: линейки, подложки, буквицы, рубрики и т. д.

### Элементы и приемы графического оформления

Основным элементом журнальной полосы является текст. И первая проблема, которую нужно решить при разработке художественно-графической концепции журнала — это выбор шрифтов.

Остановимся сначала на основных параметрах шрифтов. По своим функциональным характеристикам гарнитуры подразделяются на текстовые и акцидентные <sup>(1)</sup>. Первые предназначены для набора больших объемов текста, вторые — для выделений и заголовков.

Текстовые гарнитуры строятся таким образом, чтобы максимально облегчить читателю восприятие текста. Основное требование, предъявляемое к текстовым шрифтам, — максимальная удобочитаемость. Читатель не должен испытывать ни малейшего дискомфорта при чтении. Поэтому, несмотря на расширившиеся технические возможности, большинство редакций предпочитают пользоваться привычными и неброскими гарнитурами — Балтикой, Прагматикой, Литературной, Таймсом <sup>(2)</sup>.

Выбирая шрифт, необходимо учитывать, что традиционно привычными для читателя являются шрифты с засечками.

Рубленные шрифты в качестве текстовых и воспринимаются тяжелее, и смотрятся менее изящно. Однако, если полиграфическая техника, используемая при печати, далека от совершенства и на тираже засечки «стираются», лучше использовать четкий рубленный шрифт. Шрифт должен быть таким, чтобы текст читался легко, без малейшего напряжения. Другой фактор, влияющий на удобочитаемость, — это кегль набора.

«До недавнего времени практически все отечественные издания применяли для набора петит — шрифт с кеглем 8 пунктов. При этом в отечественной полиграфии использовался так называемый «европейский» пункт, равный 0,376 мм. Переход на компьютерный набор заставил редакции внести в этот процесс некоторые коррективы. Дело в том, что в современном программном обеспечении, разрабатываемом, как правило, фирмами США, используется «англо-американский» пункт, равный 0,351 мм. Соответственно, «компьютерный петит» выглядит несколько мельче, чем традиционный. По этой причине редакции повсеместно стали переходить на более крупный кегль набора — в 8,5 и 9 пунктов» <sup>(3)</sup>.

Данная тенденция оказалась устойчивой. В настоящее время существует масса газет и журналов, где для набора текста используется шрифт с кеглем 9,5 и 10 пунктов.

Необходимо, однако, учитывать, что резкое увеличение кегля набора сразу же отражается на всех элементах оформления газеты. Увеличивается объем материала, а следовательно, растет величина «серого фона», снижающая внешнюю привлекательность полосы.

Итак, подведем итог. Нельзя использовать шрифты просто ради красоты. Выбирая шрифт, необходимо оценить содержание текстов, условия чтения и возможности печатного оборудования.

Заголовок. Если оценивать различные элементы издания по их способности привлекать и удерживать внимание читателя, то заголовок, наряду с иллюстрацией, будет занимать в этом списке первое место. Это — один из важнейших элементов полосы. Оформление заголовков играет определяющую роль при формировании индивидуально-облика газеты; именно с чтения заголовков начинается знакомство читателя с очередным номером.

Говоря о современных тенденциях в оформлении заголовочных комплексов (заголовок, подзаголовок, рубрика), необходимо, прежде всего, отметить, что заголовки в периодических изданиях стали значительно

крупнее. Эта тенденция объективна, ведь основной функцией заголовка является привлечение внимания читателя. Однако не следует забывать, что принцип соотносительности различных элементов оформления по масштабу сохраняет свою актуальность и поныне. Неоправданно крупные заголовки могут стать одной из причин негативного отношения к изданию в целом.

Другой важной особенностью современного подхода к оформлению заголовочных комплексов является резкое возрастание роли и значения используемого шрифта. Появление огромного количества компьютерных шрифтов, практически неограниченные возможности их видоизменения, предоставляемые современными издательскими программами, — все это привело к тому, что сегодня вопросу подбора шрифтов, их компоновки, соответствия общей концепции оформления издания уделяется во много раз больше внимания, чем прежде.

При этом важнейшим требованием, предъявляемым к оформлению заголовочных комплексов, остается соответствие стиля оформления содержанию заголовка. Форма должна «работать» на содержание, рождать у читателя подсознательное ощущение целостности всей композиции, заинтриговывать и привлекать его внимание.

Для заголовков чаще всего используют акцидентные гарнитуры, которым свойственно разнообразие форм. Существуют так называемые декоративные шрифты, многие из которых появились сравнительно недавно. В эпоху компьютерной разработки шрифтов стремительно набирает силу тенденция к созданию неправильных начертаний, иногда даже в ущерб читаемости.

Выбирая шрифты для заголовков, необходимо учитывать и такой аспект, как количество используемых гарнитур на номер журнала. Современный стиль оформления, получивший в научных исследованиях название «просветленного», характеризуется ограниченным использованием различных оформительских приемов и средств <sup>(4)</sup>. Прошла эпоха «пестрого» стиля и это неудивительно. Использование на

полосе огромного количества шрифтовых гарнитур, различных видов линеек, разно-кегельного и разноформатного набора — все это серьезно затрудняло восприятие содержания. И главное — ничуть не способствовало формированию «лица» издания, его неповторимого графического облика.

Сегодня для оформления как текста, так и заголовков рекомендуется использовать не более двух-трех гарнитур на весь номер. Некоторые издания применяют для этих целей вообще только одну гарнитуру. Разнообразие достигается путем использования различных начертаний, кегля, но рисунок шрифта остается единым. И это нисколько не обедняет их внешний вид, а, напротив, усиливает ощущение строгости и продуманности всей композиции.

В последнее время конструкция заголовочного комплекса становится все более усложненной. В нее все чаще включаются различные графические элементы иллюстраций, геометрические фигуры, стрелки. Активно используется представля-

емая современным программным обеспечением возможность верстки по кругу, под углом, по кривой.

Новой составной частью заголовочного комплекса стал лид. Для его оформления чаще применяются такие приемы, как набор более крупным шрифтом, выключка, врезание в текст, наложение на фон или иллюстрацию, разнокегельный набор и прочие типографические приемы.

Заголовок, в отличие от фотографии или рисунка, присутствует на полосе всегда, это обязательный элемент оформления. Заголовок самым непосредственным образом (то есть графически) должен быть связан с текстом, с содержанием публикуемых материалов, ведь именно привлечение внимания читателя к содержанию публикации является, ключевой задачей в деятельности любого издания.

Иллюстрации. Иллюстрации являются неотъемлемой частью графического облика страницы. У иллюстраций в журнале много функций. «Они несут дополнительную информацию, передают настроение

или атмосферу событий, описанных в статье, притягивают глаз к статье, разбивают текст, останавливают мгновение и позволяют изучить его так, как не позволил бы этого сделать движущийся образ. К тому же они и сами по себе обладают художественной ценностью»<sup>(5)</sup>.

Условно иллюстрации можно разделить на три основных вида — иллюстрации, сюжетно связанные с текстом, художественно-образные иллюстрации (коллажи, рисунки) и инфографика. Иллюстрации, сюжетно связанные с текстом, — это, прежде всего, информационный материал, несущий в себе определенное сообщение. Назначение такой иллюстрации — дать визуальное представление о том событии или человеке, о котором идет речь в размещенном рядом репортаже или интервью. Ее важнейшая задача — не украшать, а информировать. Основным жанром такой иллюстрации является событийная, репортажная фотография.

С содержательной точки зрения наиболее привлекательно на полосе

смотрятся снимки, показывающие объект в движении. Это относится не только к фоторепортажу, но и к фотопортрету. Снимок, на котором герой материала пойман в момент, когда он улыбается, жестикулирует, куда-то показывает, сразу привлекает внимание читателя и одновременно является эффективным средством украшения публикации. Статичные снимки выглядят, как правило, гораздо менее эффектно.

Графические иллюстрации являются очень интересным и привлекательным элементом дизайна, способным весьма значительно повысить уровень оформления того или иного издания. К числу наиболее распространенных графических иллюстраций, следует отнести рисунки и так называемую информационную графику.

Привлекательность информационной графики (карты, таблицы, диаграммы, графики) определяется двумя факторами. С одной стороны, она легко увязывается с содержанием материала, обеспечивая наглядное и удобное представление конкретной информации, с другой — служит превосходным оформительским средством, особенно в тех случаях, когда журнал выходит в полноцветном исполнении.

Используя инфографику в журнале, необходимо помнить, что она не должна быть слишком сложной. Содержание диаграммы или таблицы должно пониматься читателем без напряжения, ведь основная ее задача — наглядно демонстрировать самые сложные, чаще всего статистические, выкладки.

Иногда вместо ставших привычными фотографий на полосе появляется рисованный портрет героя материала. Но это может быть и опасно, поскольку неумело исполненный или поданный рисунок легко может разрушить стилистическое единство оформления полос. Карикатура является одним из первых материалов полосы, на котором останавливается взгляд читателя. Поэтому публикация слабых или не подходящих по жанру и стилю карикатур и рисунков всегда влечет за собой негативные последствия. На журнальной полосе отлично смотрится коллаж (конечно, если он

сделан профессионально), Часто можно увидеть и полутоновые изображения, используемые в качестве фона для статей.

Независимо от типа, каждая иллюстрация должна удовлетворять двум условиям: соответствовать теме и быть профессиональной по качеству. И, кроме того, иллюстрации должны быть разнообразными. То есть не просто различаться по объему и формату, быть горизонтально и вертикально вытянутыми: они также должны быть различны по своей природе.

Помимо фотографий нужно использовать также карандашные рисунки и компьютерную графику, осветленные снимки и полутоновые изображения, таблицы и графики. Ведь решая, покупать журнал или не покупать, читатель часто его сначала просматривает, то есть, знакомится с иллюстративным материалом. И если последний наряду с заявленными темами его заинтересовал, то выбор решится в пользу покупки.

Декоративные элементы оформления. При оформлении журналов, помимо иллюстраций, принято использовать всевозможные дополнительные (графические) средства «украшения» текста, например: врезки, буквицы, подложки, линейки, стрелки, рамки, штриховку). Использование буквиц — эффективный способ привлечь внимание к началу новой статьи и создать визуальный контраст на странице.

Подложки наиболее эффектно смотрятся в полноцветном издании, где уравниваются «пятнами» других цветов. Но цвет не спасет, если у дизайнера недостаточно развито чувство меры — страница, загроможденная плашками всех цветов радуги смотрится еще более ужасно.

И напротив, разумное использование подложек — например, инверсное выделение рубрик и размещение на полутоновых подложках коротких справочных (или занимательных) материала приводит к упрочению структуры журнала и облегчит читателю путешествие по его страницам, и стало уже фактически стандартным приемом оформления подобного вида материалов.

Логотип. Логотип является важнейшим графическим элементом журнала. С него начинается знакомство читателя с новым журналом. Логотипы известных изданий читатели обычно знают, что называется, в лицо. Логотип — это визитная карточка. И так как роль логотипа чрезвычайно велика, остановимся чуть подробнее на вопросе его создания.

Логотип в нашем случае — это название журнала, поданное в определенной графической форме. По своей сути логотип — это не только слово, но и изображение. С одной стороны, логотип призван выражать индивидуальность издания, а с другой — подчеркивать принадлежность журнала к какой-либо сфере, например, к искусству, бизнесу или промышленности. Достигается это работой со шрифтами и цветом. Работа эта должна поручаться профессионалу, что стоит немалых денег. Но как показывает практика, ни на логотипе, ни на художественно-графической концепции в целом экономить нельзя — выйдет себе дороже.

Для художественного восприятия логотипа важен образ, может быть, метафора, заложенная в логотипе. Иногда логотип может представлять достаточно абстрактную картинку, но, тем не менее, каждый должен суметь прочесть заложенное в нем слово.

Часто логотип выполняется простым шрифтом для более быстрого и четкого прочтения. Иногда используется совмещенный вариант с приложением рисунка к логотипу. Допустимы и часто используются приемы положительного и отрицательного кернинга.

Создание логотипа — это искусство в полном смысле слова, более того, искусство во многом непредсказуемое.

Конкретной методики создания логотипов, как и методики написания шедевров живописи пока не придумано. Важны фантазия, умение подойти нестандартно к обычному чаще всего слову и, конечно, насмотренность, то есть визуальная память о множестве виденных ранее, понравившихся или непонравившихся логотипах.

В журнале, как и в хорошем человеке, все должно быть прекрасно и ...соразмерно, то есть выдержано в едином стиле. И в тоже время эффектно.

Поскольку визуальные средства (фото, шрифты, линейки, цвет) несут такую большую нагрузку, то они должны всегда предлагать читателю что-нибудь интересное. Они всегда должны выполняться, по крайней мере, хотя бы одну из следующих задач: привлечь внимание читателя, назвать основную мысль страницы, выделить среди читателей тех, кому предназначена страница, позволяя прочим пропустить ненужное им содержание, если они того пожелают. Не секрет, что самая интересная для одних информация может оказаться ненужной и бессмысленной для других.

И одна из главных задач — создать благоприятное впечатление о странице и ее содержании, а также обеспечить непрерывность воздействия всех страниц в журнале путем использования одних и тех же стилевых приемов.

### **Приемы графического оформления**

Цветовые эффекты. К цветовым эффектам относятся градиентные и текстурные заливки, орнаменты, просвечивание сквозь буквы элементов фотографических изображений и т. д. Создаются цветовые эффекты в графических редакторах. Цветовые эффекты можно использовать с различными гарнитурами. При этом для малоконтрастных предпочтительнее «жирные» начертания. Нередко цветовые эффекты применяются в сочетании с другими эффектами, в особенности трехмерными.

Изменения формы участка текста. Существует приемы работы с текстом, модифицирующие не отдельные символы, а форму текстового блока. К ним относятся: расположение строки вдоль линии и заключение текста в оболочку.

- Расположение текста вдоль линии. Ряд эффектов, выполняемых в графических редакторах, позволяют изменить расположение текста (выстроить его вдоль линий

или объектов). Подобные способы оформления значительно ухудшают разборчивость текста, поэтому их применение оправдано только в том случае, когда текст является естественной частью сюжета. Для подобных преобразований лучше выбрать малоконтрастный, но не очень насыщенный шрифт с максимально упрощенным контуром.

- Заключение текста в оболочку. Эффект хорошо смотрится только при удачном сочетании с графическими элементами страницы. Целесообразно использовать его для текста, состоящего не более чем из одного-двух слов. Чем проще шрифт и форма оболочки, тем выше вероятность удачного решения.

- Орнаменты и обои на основе букв. Использование букв во всевозможных орнаментах, обоях и т. д. — отдельная тема. Главное, чтобы такие обои не слишком отвлекали внимание от остальных компонентов полосы.

Рассмотренная классификация эффектов, конечно, весьма условна, да сами эффекты нередко использу-



ются в сочетании друг с другом, например, объем редко используют для черно-белой печати. Применяя любые эффекты, необходимо помнить, что наилучшие результаты достигаются при использовании наиболее простых шрифтов.

**Выделения в тексте.** Помимо работы со шрифтами и их начертаниями, дизайнеру приходится работать с большими массивами текста, как-то структурировать его, при этом широко применяются разные виды выделений.

По своему характеру существуют следующие группы выделений: логические усиления; имена авторов; цитаты; дополнительная информация; реплики «по теме» и т.д.

На выбор конкретных приемов выделений в издании наибольшее влияние оказывают: тип публикации, ее содержание и особенности изложения, в том числе сложность текста, количество иллюстраций и пр. В качестве приемов оформления выделений в тексте применяют: шрифты других начертаний, нежели основное начертание шрифта; иную форму набора по сравнению с набором всего текста; комбинированный способ, сочетающий шрифтовые и наборные нешрифтовые приемы, а иногда и цветовое выделение краской. Кроме шрифтовых выделений для разбивки и лучшего восприятия текста используются отбивки, врезки, нумерация абзацев.

Оформление текста вопреки массовому мнению — сложная и ответственная работа. Возможности шрифтового оформления и выделения колоссальны. Главное — использовать их по назначению. Прежде чем остановить свой выбор на том или ином варианте, нужно ответить на вопрос — поможет ли это лучше воспринять смысл.

Приемы работы с иллюстрациями. Удачная фотография или рисунок, особенно выполненные в цвете, сами по себе являются эффективным оформительским средством. И потому иногда иллюстрации размещаются по принципу «лучше плохая, чем никакой», ставятся невпопад, рядом с материалами, не имеющими к данному изображению никакого отношения.

При размещении иллюстраций важно учитывать такие параметры, как направление и размер. Направление снимка определяется тем, в какую сторону «смотрит» большинство изображенных на нем объектов. Располагать иллюстрации в общем случае следует так, чтобы они были направлены внутрь полосы, а не наружу. Таким образом, достигается целостность всей композиции.

Изменение размеров иллюстраций может служить одним из эффективных средств управления вниманием читателя. Здесь действует тот же закон, что и при оформлении заголовков. Значимая и качественная иллюстрация, может быть увеличена и поставлена на открытые полосы. В комбинации с крупным заголовком она сразу же привлечет внимание и обеспечит аудиторию размещенному рядом материалу.

Фотография в газете представляет собой, как правило, блок прямоугольной формы. Однако верстка снимков «в полный рост» сегодня выглядит достаточно шаблонной. По мнению исследователей, более выигрышно и привлекательно на полосе смотрится снимок, представляющий собой вытянутый прямоугольник, по вертикали или горизонтально. «Квадратная форма скучна. Чем дальше мы уйдем от квадрата, тем более интересно будет выглядеть фотография» <sup>(6)</sup>.

Если снимок содержит ненужные детали, то его можно обрезать, придав ему форму упомянутого прямоугольника. Это позволит решить сразу две задачи: оригинально оформить полосу и сделать больший акцент на значимых элементах иллюстрации. Однако применять этот прием нужно осторожно. Жертвовать содержанием иллюстрации в угоду оформлению недопустимо так же, как и в случае с текстовыми материалами. «Говоря о верстке иллюстраций, их размещении на полосе, исследователи выделяют два основных метода: комплексный (групповой) или отдельный» <sup>(7)</sup>.

Комплексный метод применяется при верстке большого количества иллюстраций, связанных одним сюжетом — фоторепортаж с выс-

тавки, отчет о пресс-конференции. В этом случае снимки располагаются рядом друг с другом, образуя единый иллюстративный блок. Наиболее выигрышно подобный блок смотрится в центре или в верхней части полосы. При использовании комплексного метода не рекомендуется разделять фотографии текстом или заголовком, так как в этом случае, во-первых, снижается сила их воздействия, во-вторых, затрудняется восприятие материала. Напротив, применяя отдельный метод верстки (когда каждая из иллюстраций представляет собой самостоятельный материал), рекомендуется «разносить» снимки по всей полосе, уравновешивая ее отдельные части.

Новейшие графические пакеты и приложения к ним предоставляют такие возможности, что трудно их даже осмыслить. За пару минут можно создать эффектное изображение «в духе Пикассо или Гойи» из фотографии Невского проспекта в полдень. А поработав над ней еще немного, превратить ее в старую писанную маслом картину, с потерями от времени и сырости.

При таком разнообразии средств и относительной легкости исполнения, велика вероятность превращения журнал в беспорядочное множество автономных страниц. Так что помимо чувства меры, вкуса и знания программ, дизайнер должен обладать еще и знаниями в области композиционного построения журнальных страниц. Об этом — в заключительной части материала.

*(окончание в следующем номере)*

1. Буковецкая О. *Дизайн текста*. М., 2000. С. 14.
2. Самолетов А.С. *Дизайн современной газеты*. СПб, 1997. С. 8.
3. Там же. С. 16.
4. Буковецкая О. *Дизайн текста*. М., 2000. С. 43.
5. Рэндалл Д. *Универсальный журналист*. М, 2000. С. 137.
6. Тулупов В.В. *Российская пресса: дизайн, реклама, типология*. Воронеж, 1996. С. 67.
7. Там же. С. 73.