



## СЛАГАЕМЫЕ УСПЕШНОЙ КОМПОЗИЦИОННО- ГРАФИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

(на примере газеты  
«Воронежский курьер»)

Антуан Колупаев, начальник отдела дизайна  
и корректуры регионального информационного  
агентства «Воронеж»

**Д**изайн в целом и газетный дизайн в частности — это вовсе не чистое художественное искусство. Создавая тот или иной дизайн-макет, мы пользуемся готовыми элементами, апробированными техниками, исторически сложившимися нормами и современными тенденциями. Всё это собирается в единую композицию, подобно строительному материалу или пазлу. С этой стороны, дизайн всегда структурно обусловлен и конкретно историчен, подчинён чётким критериям и требовани-

ям рыночной конкуренции. Однако в сочетании этих компонентов кроется высокий потенциал для творческого воплощения идей. Креативный подход выражается в компоновке всем известных элементов и схем, в уникальном построении ограниченного количества контента, во взаимоотношениях и взаимосвязанности текстовых блоков и иллюстративного материала.

В данной связи возникает вопрос использования жесткого макета при вёрстке газетных и журнальных полос.

Какое место здесь занимает свободное творчество? И как это

коррелируется с соблюдением композиционно-графической модели?

На сегодняшний день медиахолдинг РИА «Воронеж» выпускает 39 печатных изданий, в том числе и областную газету «Воронежский курьер». У каждого при этом своя композиционно-графическая модель (КГМ). Есть элементы, которые в той или иной степени появляются в нескольких изданиях, есть и уникальные элементы оформления. Есть случаи идентичных схем работы. Рыночные условия и отраслевая специфика обязывают одинаково подходить к оформлению некоторых аспектов. Это касается,



например, рекламных макетов, которые зачастую распространяются пакетным предложением на некоторое количество изданий, или региональных (а также федеральных) новостей, публикуемых в качестве госзадания. В этих случаях вполне уместен стандартизированный подход к оформлению: одинаковая запечатываемая площадь, модульная сетка, постоянное позиционирование колонки новостей, степень детализации телепередач и др. Учитывая особенности аудитории отдельных изданий холдинга, используются различные схемы компоновки. Вариативным поэтому является, например, наличие анонсов в шапке на первой полосе или блок прогноза погоды на разное количество дней. Но при всём при этом соблюдение КГМ конкретного печатного издания позволяет сделать его уникальным до та-



кой степени, что, рассматривая любую внутреннюю полосу, читатель понимает, какая именно газета находится у него в руках. И дело здесь не в очевидных факторах (название в колонтитуле, упоминание в лиде, и т.п.), а в целостной композиции,

практике применения шрифтовых гарнитур, фирменных цветов, стилях.

**КГМ «Воронежского курьера» разработана довольно подробно.** В основе лежит макет, состоящий из 13 базовых колонок на

формате А3. Это позволяет комбинировать 3- и 4-колоночную вёрстку при узких вертикальных промежутках, которые могут выполнять различные роли: колонки воздуха внутри материалов, разделяющие логические части, пространство для размещения дополнительной информации и/или портретов спикеров, разделители отдельных текстовых блоков.

Незанятые базовые колонки уменьшают ширину набора и повышают удобочитаемость. Следовательно, речь уже не идёт о вёрстке с разбиением на стандартное количество колонок с одинаковым межколонником. Текстовая колонка становится уже, чем треть или четверть газетной полосы, и приобретает вариативную ширину, которая, однако, не придаёт беспорядка полосе благодаря строгим границам базовых колонок. Кроме того, при занятии средника на каждой полосе добавляется ещё по одной узкой базовой колонке при межколоннике, уходящем в корешок, что привносит дополнительные возможности для индивидуальной компоновки.

**Важно понимать, что газета рассматривается читателем именно разворотами.** Поэтому и подходить к вёрстке следует, исходя из общего оформления обеих полос. Секущиеся заголовки в этой ситуации — только верхняя часть айсберга. На развороте должен быть чётко определён так называемый «держак», то есть основной элемент (или комплекс), вокруг ко-

торого в дальнейшем будет строиться композиция всего разворота. Вспомогательные, дополнительные и менее важные элементы ни в коем случае не должны с ним спорить. К нему следует применять максимальный уровень креатива, так как именно «держак» заинтересовывает читателей и удерживает их внимание.

**Чтобы разворот не смотрелся обыденно и просто, нужно стремиться размещать иллюстрации разного размера и пропорций,** причём контраст должен быть очевиден. Чем сильнее контраст величин и их соотношений, тем более динамичным становится разворот. Если мы размещаем близкие или идентичные по пропорциям и размерам иллюстрации, то даём сигнал читателю воспринимать их близкими, например, по смыслу или значению. Следовательно, если таковой цели не ставится, то и оформление должно быть иным.

**Следующий уровень работы с разворотом — не делить все материалы на две полосы.** Основной текст может занимать середину разворота или, что предпочтительнее, находиться несимметрично относительно фальца. Данное правило, кстати, распространяется и на разделение иллюстраций, переходящих с одной полосы на другую. Конечно, допустимо и симметричное разделение, но только в виде исключения, подчёркивающего драматургию и значение изображения или материала.

Безусловно, не следует «разрезать» таким образом лица людей или другие значимые части изображения, но и из этого правила возможны исключения, если того требует художественное воплощение основной идеи. Остальные материалы размещаются вокруг и не обязательно со всех сторон. Какой-то материал может занимать весь подвал или чердак на развороте, а возможно, и только частично. Такой подход позволяет эффективнее использовать газетную площадь и создавать индивидуальную вёрстку разворотов, не похожих друг на друга.

**К константам фирменного стиля «Воронежского курьера» относятся и другие композиционные решения.** Например, разделение межколонником главных иллюстраций на полосе или развороте. Мы делим фотографию на части разной ширины и высоты, а также разносим их вертикально, чтобы они не были выровнены по верхнему или нижнему краю. Некоторые границы могут совпадать, а в исключительных случаях — даже все.

В качестве скрепляющего элемента таких фотографий выступает их фрагмент, который обтравливается и занимает межколонники, разрезающие изображение. В какой-то степени эта композиция напоминает модульную картину, висящую на стене и объединённую фрагментом, выходящим за пределы изобразительного пространства.



**Колонтитулы традиционно относятся к неизменяемым элементам на страницах печатных изданий.** Такая же ситуация наблюдается и в «Воронежском курьере». Все колонтитулы оформлены одинаково, но с некоторой оговоркой. Дело в том, что вся информация в них (в том числе и колонцифра) набрана единым текстовым блоком с выключкой по центру. Но сам блок меняет своё местоположение по горизонтали в зависимости от главной иллюстрации и выносных элементов. Это подчёркивает значение заголовочного комплекса в основном материале и существенно разнообразит оформление издания.

**Если суперрубрика относится ко всему развороту, то колонтитул выравнивается относительно «держака»,** а остальная часть просто отчёркивается тонкой линией по всей ширине разворота. Хотя эта линия может прерываться для взаимодействия с выносными элементами. Тот же принцип используется для рубрик, горизонтально разделяющих газетную площадь. Единственное отличие — в них отсутствуют выходные данные номера.

**По всей газете границы колонок неукоснительно соблюдаются.** Исключение составляют вставки, которые частично занимают пустующие базовые колонки и частично внедряются в текстовые



колонки. Ширина вставок, обтекаемых текстом, также в обязательном порядке соответствует границам базовых колонок публикации. Этот приём, с одной стороны, придаёт полосе динамику, сохраняя при этом точную

выровненность и одинаковые размерности. А с другой — позволяет более гибко расставлять текстовые колонки, ведь журналистского текста может оказаться больше или меньше отведённого под него места.

**При работе с текстом дизайнер руководствуется правилом сначала решать эту проблему композиционными методами.**

Затем — точечная ликвидация висяков с помощью кернинга. Если проблема остаётся, то приходится обращаться к выпускающему редактору, чтобы сократить (или в крайне редких случаях — дописать) текст в конкретных колонках. И в последнюю очередь происходит «зажимание» или «растягивание» текста в разумных пределах.

*Экстремальными значениями приняты -30 и +30 единиц, но предпочтительно не достигать экстремальных значений, а менять в диапазоне -15...+10.*

**Вербальный компонент крайне важен для печатных СМИ, но он считается потребителем во вторую очередь.**

На первом месте заслуженно находится иллюстративный ряд. Фотографии и графика привлекают внимание реципиента гораздо быстрее. И здесь наша задача — максимально точно и в доходчивой форме передать смысл журналистского выступления.

Не секрет, что фотографии далеко не всегда сделаны настолько качественно, чтобы без подготовительной работы поставить их на полосу. Тем более проблематично организовать повторную съёмку с некоего мероприятия. Приходится довольствоваться тем материалом, который имеется в распоряжении.

Тут на помощь приходит грамотное кадрирование. Оценив смысловую нагрузку изображения, дизайнер определяет самую ценную часть фотографии и сдвигает на неё фокус внимания. Необходимо кадрировать иллюстрации таким образом, чтобы самый значимый фрагмент был максимально крупно представлен.

**Не следует бояться срезать какой-нибудь локоть или макушку головы.** Если того требует драматургия фотографии, то надо по максимуму убирать весь «мусор», то есть незначительные, излишние детали. В большинстве случаев грамотное кадрирование спасает даже самую неудачную съёмку. И главное — следует помнить, что в первую очередь глаз регистрирует и останавливается на человеческих лицах. Это вполне закономерное следствие того факта, что человек — существо биосоциальное. Благодаря кадрированию изображение получает некую форму, от которой зависит отношение читателя и дальнейшее построение элементов на полосе.

**Подавляющее большинство фотографий делается в гуманистической пропорции, с использованием золотого сечения.** Это комфортное сочетание ширины и высоты. Но именно поэтому для потребителя подобные формы

являются довольно монотонными и оттого скучными.

Если в результате кадрирования фотография уйдёт от совершенных пропорций и станет ярко выраженной горизонтальной или вертикальной, то человеческое сознание автоматически будет подгонять её подо что-то более или менее знакомое.

То есть активное взаимодействие читателя с фотографией будет дольше, чем обычно. Это не значит, что абсолютно все фотографии должны иметь вытянутую форму.

Просто в условиях разнообразия форм и пропорций контрастное соотношение ширины и высоты придаёт динамику всей газетной полосе.

**Кроме иллюстраций визуальному ряду свойственно использование цвета.**

*В качестве фирменного для «Воронежского курьера» был выбран сине-серый цвет Крайола.* Он используется в логотипе, брендированных компонентах и при оформлении первой полосы.

**Дополнительный, пыльный красный цвет также присутствует в брендированных компонентах и в качестве акцента на первой полосе.** Для оформления подложек применяется костяной цвет и его аналог в градациях серого. Все вышеуказанные цвета являются полутоновыми и

приглушёнными. Так как один и тот же оттенок может выйти при печати в разных типографиях совершенно по-разному, то для соответствия RGB-аналогу использовался цветовой профиль, предоставленный типографией, которая обеспечивает печать «Воронежского курьера» и ряда других изданий холдинга РИА «Воронеж».

Несмотря на чёткое описание фирменных цветов, на полосах мы используем и другие цвета. Это связано с одной из «фишек» КГМ. На чёрно-белых полосах фирменный цвет заменяется на аналог в градациях серого, а на полноцветных подбирается наиболее близкий к основному изобразительному ряду: будь то фотография, инфографика или стилизация. Использование цвета на всех полосах подчинено базовому *требованию современного дизайна — сдержанности в выразительных средствах*. То есть красятся только одни и те же элементы КГМ, а предпочтение отдаётся классическому сочетанию чёрного и белого.

**Общий стиль оформления полос выглядит довольно уникальным, поэтому у читателя не возникает диссонанса из-за появления других оттенков.** В результате применяется цветовая маркировка тематических рубрик и суперрубрик, облегчающая навигацию. Более того, если на развороте имеются

две разные тематики материалов, то цветовая маркировка позволяет без труда визуально идентифицировать разделение рубрик.

### **Все константы КГМ закреплены и прописаны в шаблоне.**

Начиная работу над полосой, дизайнер открывает шаблонный файл и работает уже в нём. То есть полосы и развороты завёрстываются каждый раз в новых отдельных файлах. В противном случае существует риск столкнуться с зачастую непреодолимыми техническими ошибками, которые накапливаются, если новые полосы делать на основе старых публикаций.

К тому же любая модернизация КГМ отражается в шаблоне и рабочий файл всегда остаётся в актуальном состоянии.

Очень важно соблюдать принятые в КГМ отступы и расстояния. Все размерности воздуха на полосе должны быть подчинены строгим законам, иначе не избежать визуальных ошибок. А это чревато неправильным декодированием идеи со стороны потребителя.

**Любое, даже самое гениальное дизайнерское решение можно испортить неаккуратным исполнением.** В подобных случаях полоса визуально как бы «разваливается». Глазу трудно зацепиться за понятные, считываемые образы. Поэтому все элементы должны быть выровнены относительно друг друга и границ колонок. На первый взгляд кажется, что

небольшой сдвиг настолько незначителен, что им можно пренебречь. Однако практика показывает, что подобные шаги ведут к ухудшению общего вида полосы. Возможно, читатель не поймёт, в чём дело, но небрежную вёрстку практически всегда называют неудачным дизайном, не разделяя понятия верстки и дизайна.

Чтобы не допустить неаккуратности, необходимо пользоваться штатными командами взаимного выравнивания элементов. Это обязательное условие качественной вёрстки печатных изданий.

### **Как видно из практики, работа в сфере газетного дизайна немыслима без чётко описанной КГМ и детально проработанного шаблона.**

Соблюдение общих правил вёрстки и закреплённых в КГМ приёмов оформления является залогом конкурентоспособного дизайна. Однако это не значит, что не остаётся места для творческого воплощения идей.

### **Поиск важной детали, акцентирование внимания и удачная стилизация — это слагаемые успешной вёрстки.**

Без индивидуальных креативных решений печатное издание лишается своей изюминки, своего уникального торгового предложения — визуализации контента.

