

ПРОБЛЕМИ ОБРАЗОТВОРЧОГО, ПЛАСТИЧНОГО ТА УЖИТКОВОГО МИСТЕЦТВА

УДК 744.9

Куц Анатолій Васильович,
Народний художник України, дійсний
член Академії мистецтв України,
академік, завідувач кафедри рисунку і
живопису та скульптури
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID 0000-0002-3276-2216
Тишкевич Катерина Іванівна,
заступник завідувача відділу наукової та
редакційно-видавничої діяльності
Національної академії керівних
кадрів культури і мистецтв
ORCID 0000-0003-0273-4887

АРХІТЕКТОНІКА ЗАГОЛОВКІВ ТА РУБРИКАЦІЯ У ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ

Мета роботи полягає у вивченні та аналізі архітектонічних складових заголовкового комплексу періодичного видання щодо формування композиції зовнішньої форми. **Методологія дослідження** полягає у комплексному аналізі періодичних видань як джерела візуалізації жанрова приналежності видавничої продукції та принципи візуалізації форми під час створення оригінал-макету. **Наукова новизна**. Полягає у розкритті під час формування періодичного видання архітектоніки заголовкових та рубрикаційних комплексів, тобто створення оригінал-макету з урахуванням тематико-жанрової специфіки видання. **Висновки**. Тематична структура як внутрішня форма є способом організації змісту, з'єднання його частин у єдине ціле. Усі розділи, рубрики, окремі матеріали з'єднані між собою так, що сприймаються читачем як відособлені один від одного і водночас як частини єдиного цілого, об'єднані в такий систематизований ряд, що підкреслює більшу значимість одних публікацій і меншу інших, внаслідок чого полегшується процес сприйняття інформації, знаходження того, що більше цікавить читача. Важливим елементом є оригінал-макет видання, який точно показує розміщення текстів та ілюстрацій, заголовків, рубрик тощо. Верстка сприяє вираженню ідеї за допомогою технічних і дизайнерських засобів. Заголовок є основним компонентом першого рівня читання, основним інструментом вибору. Заголовковим комплексом називають сукупність, що складається із заголовка та інших компонентів, які оточують його і викликають цікавість читача до теми статті. Головним елементом дизайну є шрифт – графічна форма знака алфавіту, що має різну графічну форму. Шрифтові елементи демонструють особливості мови архітектоніки. Графічні ознаки шрифтових елементів впливають на художній образ періодичного видання, шрифт пов'язує з іншими елементами (зображальними, декоративними). Отже, специфіка декоративних елементів полягає не тільки у наданні елементам видання потрібних акцентів, виділенні, відокремленні матеріалів, а й у систематизації самих архітектонічних елементів та їх комплексів.

Ключові слова: архітектоніка, заголовки, рубрикація, періодичні видання, шрифтові елементи, дизайн

Куц Анатолій Васильович, Народный художник Украины, действительный член Академии искусств Украины, академик, заведующий кафедрой рисунка и живописи и скульптуры Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств; Тишкевич Екатерина Ивановна, заместитель заведующего отделом по научной и редакционно-издательской деятельности Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Архитектоника заголовков и рубрикации в периодических изданиях

Цель работы заключается в изучении и анализе архитектурных составляющих заголовков комплекса периодического издания по формированию композиции внешней формы. **Методология исследования** заключается в комплексном анализе периодических изданий как источника визуализации жанровая принадлежности издательской продукции и принципы визуализации формы при создании оригінал-макета. **Научная новизна**. Заключается в раскрытии при формировании периодического издания

архитектоники заголовочных и рубрикационных комплексов, то есть создание оригинал-макета с учетом тематико-жанровой специфики издания. **Выводы.** Тематическая структура как внутренняя форма является способом организации содержания, соединения его частей в единое целое. Все разделы, рубрики, отдельные материалы соединены между собой так, что воспринимаются читателем как обособленные друг от друга и одновременно как части единого целого, объединенные таким систематизированный ряд, подчеркивает большую значимость одних публикаций и меньшую других, вследствие чего облегчается процесс восприятия информации, нахождение того, что больше интересует читателя. Важным элементом является оригинал-макет издания, который точно показывает размещение текстов и иллюстраций, заголовков, рубрик и тому подобное. Верстка способствует выражению идеи с помощью технических и дизайнерских средств. Заголовок является основным компонентом первого уровня чтения, основным инструментом выбора. Заголовковым комплексом называют совокупность, состоящая из заголовка и других компонентов, которые окружают его и вызывают интерес читателя к теме статьи. Главным элементом дизайна является шрифт – графическая форма знака алфавита, имеет различную графическую форму. Шрифтовые элементы демонстрируют особенности языка архитектуры. Графические признаки шрифтовых элементов влияют на художественный образ периодического издания, шрифт связывают с другими элементами (изобразительными, декоративными). Итак, специфика декоративных элементов заключается не только в предоставлении элементам издание нужных акцентов, выделении, отделении материалов, но и в систематизации самых архитектурных элементов и их комплексов.

Ключевые слова: архитектура, заголовки, рубрикация, периодические издания, шрифтовые элементы, дизайн.

Kusch Anatoly, People's Artist of Ukraine, Member of the Academy of Arts of Ukraine, Academician, Head of the Department of Drawing and Painting and Sculpture The National Academy of Leadership in Culture and the Arts; Tyshkevych Kateryna, Deputy Head of the Scientific, Editorial, and Publishing Activities Department of the National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Architectonics of headings and rubricating in the periodic issues

The purpose of the work is to study and analyze the architectonic components of the title complex of the periodical on the formation of the composition of the external form. *The methodology* of the research is a comprehensive analysis of periodicals as a source of visualization of the genre of affiliation of publishing products and principles of visualization of the form during the creation of the original layout. **Scientific novelty.** It consists in the disclosure during the formation of the periodical edition of the architecture of the title and rubric complexes, that is, the creation of the original layout, taking into account the thematic-genre specificity of the edition. **Conclusions.** The thematic structure as an internal form is a way of organizing the content, bringing its parts together. All sections, headings, separate materials are interconnected in such a way that the reader is perceived as separate from one another and at the same time parts of a single whole, united in such a systematic series, which emphasizes the greater importance of some publications and less others, which makes it easier the process of perceiving information, finding what is more interesting to the reader. An important element is the original layout of the publication, which accurately shows the placement of texts and illustrations, headings, headings and more. The layout contributes to the expression of the idea through technical and design tools. The title is the main component of the first reading level, the main tool of choice. The title complex is called a collection consisting of the title and other components that surround it and cause the reader to be interested in the topic of the article. The main element of the design is the font - the graphic shape of the alphabet sign, which has a different graphic shape. Font elements demonstrate the features of the architectonic language. The graphic features of the font elements affect the artistic image of the periodical, the font is associated with other elements (pictorial, decorative). Thus, the specificity of decorative elements consists not only in providing the elements with the publication of the necessary accents, selection, separation of materials, but also in the systematization of the architectural elements themselves and their complexes.

Keywords: architectonics, heading, periodicals, fonts, design.

Актуальність теми дослідження. Архітектоніка є системою знань про будову художнього твору в цілому, наукою про інтегральний взаємозв'язок основних його елементів. Композиція видання виникає на основі архітектоніки текстового матеріалу, і архітектонічність визначає ступінь точності, з якою композиційна будова видання його відображає. Стабільність у застосуванні архітектонічних елементів формує закономірності, притаманні кожному друкованому виданню, створює його зовнішнє оформлення. Поняття зовнішнього оформлення є сукупністю способів організації інформації, властивих конкретним журналам: від характеристик текстів видання до їх розташування на полосі та оформлення. На сьогодні є актуальним, спостерігати в періодиці гармонійне архітектонічне подання інформації. Основними законами архітектоніки можна вважати, внутрішньо-змістове оформлення відповідно до призначення і засобів функціонування, зовнішнє художнє відображення загальної просторової організації – структури; зорове вираження художньо осмисленої конструкції і матеріально-технологічної основи. Архітектоніка подає текстовий матеріал просторово-графічними засобами через елементи оформлення. Ці елементи (шрифти, зображення,

проміжки, декоративні елементи, заставки, складники заголовкового комплексу) надають рубрикаційним членуванням візуальної виразності та функціональності. Основними елементами архітектоніки видання є матеріально-просторова структура і зовнішнє оформлення. Тобто, архітектоніка базується на двох основних параметрах – внутрішньому змісті і формі вираження.

Аналіз досліджень та публікацій. Питанню щодо оформлення видання в усі часи привертало увагу науковців, а особливо практиків, Б. Валуєнка «Способи композиційного зв'язку», В. Шевченко «Режисура та архітектоніка видання», В. Іванов «Техніка оформлення періодичної преси». Саме цим пояснюється те, що більшість праць з художньо-технічного редагування, оформлення були написані практиками, художниками, редакторами з багаторічним досвідом

Мета роботи полягає у вивченні та аналізі архітектонічних складових заголовкового комплексу періодичного видання щодо формування композиції зовнішньої форми.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі макетування кардинально відрізняється від макетування кінця ХХ ст., коли в одному виданні використовували багато різних шрифтів, за канонами читабельності та естетики того часу. Натомість, сучасні періодичні видання обмежується одним або двома шрифтами, з їхніми варіантами. Часто буває, що шрифт тексту статті та заголовкового комплексу відрізняється [1, 57].

Періодичні видання сучасності обмежуються одним або двома шрифтами з їх варіантами. Комп'ютерні технології також надали можливість розробляти нові шрифти легше, ніж раніше.

Розробка макету – означає подати відповідну інформацію, тобто організувати весь простір видання або окремої сторінки так, щоби було правильно розташовано три рівні, які визначають вибір читача: від моменту, коли друковане видання потрапляє до його рук, з увагою до обкладинку, і аж до пильного читання статті, проходячи через етапи гортання сторінок та швидкого перечитання. Завдяки цій організації простору досягається реалізація цілей, які визначають основні функції макета.

Оригінал-макет – оригінал, виготовлений із застосуванням видавничої техніки, який містить текст, штрихові та (чи) півтонові ілюстрації і є точним макетом майбутнього видання (друкованого виробу), за ДСТУ 3772–98 [2, 11].

Орієнтування необхідно зробити так, щоб можна було легко визначити основні частини, розділи, і таким чином упорядкувати, класифікувати (в усій газеті та на окремій сторінці) і дати читачеві візуальні орієнтири, що сприятимуть його пошуку. В цьому і є помилка численних журналів: занадто багато рубрик, недостатні візуальні орієнтири, враження безладу, хаосу. Читачеві це не подобається. Він хоче порядку і стабільності: зміни в упорядкуванні спантеличують, і такі зміни треба робити лише ретельно їх продумавши.

Пріоритетність макету має чітко вказувати відносно важливість інформації та відокремлювати її від коментарів. Така пріоритетність має два рівні:

- в усьому виданні у порядку появи розділів – важливість тієї чи іншої статті (огляд, ексклюзивного інтерв'ю, вступна стаття); ці загальні пріоритети зазначають на першій шпальті;
- на тій самій сторінці, де верхня частина читається частіше, ніж нижня, де відповідний розмір статей вже сприймається читачем як пріоритетність: велика стаття з «сильним» заголовком буде вважатися важливішою за коротку статтю (хоча коротку читають у середньому більше читачів); тому сторінка не має бути змакетована у формі «бруківки» без будь-яких пріоритетів між статтями, бо читач уже давно засвоїв таке «диференційоване» читання, про що свідчили дослідження «побачено-прочитано» [3, 393].

Потрібно привернути увагу читачів до конкретних статей, ілюстрацій, вставок; макет, безперечно, слугує «маркетингу і просіванню товару». Символ цієї функції – перша шпальта, яка є вітриною журналу, її афішою.

Успішний макет має сприяти бажанню читати статті та має робити їх більш «читабельними». Структура сторінки, вибір персонажів, місце ілюстрацій, розташування кольорів і білого поля, розмір заголовкового комплексу – усе мусить сприяти досягненню цієї мети. Крім редакційної читабельності існує читабельність друкарська і візуальна.

Слід пам'ятати, що читача закликають численні видання і що естетика домоглася величезного прогресу в друкованих виданнях, важливо грамотне дизайнерське рішення.

Ідентичність, макет, тобто «візуальна форма» також є сильним елементом специфіки журналу. Це призводить до того, що ми одразу відрізняємо видання – коли бачимо його першу шпальту чи його внутрішні сторінки. Візуальний образ, має відповідати формулюванню редакційної політики, висловлювати її. Талант художнього керівника якраз і полягає в тому, щоб досягти цього симбіозу [3, 397]. Дотримання низки основних правил гарантує створення макета, який додає цінності виданню та

візуально передає редакційний проект. Успішний проект має «ритм», зміни у швидкості читання. Чергування «гарячої» інформації і глибшого аналізу, новин та практичної інформації, «важких» тем (міжнародні відносини, економіка) і «легких» (культура, люди). Відкриття кожної з основних частин видання, передбачає можливість розриву, перезапуску порівняно з попередніми сторінками. Застосування кольору також дуже важливе. Треба прагнути до гармонії, а не «кричущості». Слід знати, що зелений – сумний, уникати синьо-біло-червоного та насичених кольорів тла, вони ускладнюють читання замість того, щоб підкреслювати значення інформації. В основі використання кольорів лежать два принципи.

- Візуальна диференціація рубрик (заставки, рамки, фон, буквиці) у певному кольорі.
- «Взаємодія блоків» шляхом протиставлення і наближення [4, 126].

У макеті застосовуються й інші елементи, які потрібно сполучати між собою, щоб отримати бажаний результат. Крім кольору та ілюстрацій йдеться про графічні методи.

Заголовковий комплекс із його шрифтами, розміром, кількістю колонок, на які він поширюється, площею, яку він займає.

Зовнішній вигляд статей: як розмістити виклад змісту (розмір, розташування, шрифт), проміжні заголовки зачіпки (розмір, розташування, шрифт), абзаци (розмір, розрив, біле поле між абзацами), підпис (великими літерами, жирним шрифтом, праворуч, або ліворуч від тексту). Всі ці елементи, їхня взаємодія за розміром та «цінністю» сприяють «входженню» в статтю та її читання.

Додаткові графічні засоби, такі як рамки (чорні, сірі або кольорові), іконки та буквиці на початку статті, фон (тканий, плаский, різної інтенсивності), маркери списку (особливо на початку короткої статті) з іншого погляду допомагають структурувати сторінку, а з іншого – привертають увагу до певних точок, доповнюють макет, додають йому візуальних елементів, які усувають одноманітність [3, 407].

Успіх у популярності видання є простота. Легкість у знаходженні рубрик, чіткість в організації сторінки, зрозумілість у відмінностях різних шрифтів. Не варто допускати перевантаження, множення елементів, бо це призводить до того, що вони втрачають значення для читача. Простота – це гарантія читабельності, а також гармонії та естетичності.

Розташування тексту, ілюстрацій та інших графічних елементів, що застосовуються на сторінці, здійснюються в кілька етапів. Спочатку робиться загальний проект, який малюють олівцем, або на екрані комп'ютера, де зазначається розташування блоків на шаблоні сторінки, з бажаною кількістю стовпців. Потім вводяться статті (які часто доводиться різати, щоб їх можна було вдало розмістити) та ілюстрації, реалізуються заголовковий комплекс та оборки, додаються графічні елементи (фон, рамки, буквиці, маркери списку. Колонки на сторінці мають бути підібрані за розміром (щоб забезпечити візуальний баланс, стабільність), білі поля мають бути корисними і не випадковими. Робота з макетом високоточна. Підготовлена сторінка затверджується редактором (текст, заголовки, підписи).

У журналах, робота між редакцією та макетувальниками чітко узгоджена: арт-директор залучається до створення статей (зокрема, ілюстрацій) і в момент написання статей [3, 407].

Як зазначає В. Шевченко [5, 31-35], заголовковий комплекс – це підсистема всередині текстової системи журналу, що складається з елементів, які знаходяться поза текстом.

Ефективність інформації визначається вміло поданим заголовком, оскільки заголовок переконує читача ще до читання матеріалу. Багато читачів спочатку переглядають заголовки і лише після цього обирають статтю для читання. Читач може придбати видання через те, що побачив візуально яскраво виражений заголовок статті, прочитав його та зацікавився змістом.

Ієрархічна система рубрикації періодичного видання організує читання, попереджає читача про зміни у тексті, початок нової думки, змушує зробити паузу для розуміння прочитаного, допомагає відшукати новий матеріал або його фрагмент. Чітке дотримання один раз прийнятого функціонального призначення і відповідного оформлення рубрикаційних одиниць стає виразником стилю видання.

До заголовкового комплексу можна віднести компоненти, які розкривають зміст матеріалів і виконують функції заголовків: рубрика, заголовок, підзаголовок, шапка, лід, анонс, вріз, текстівка. Заголовок також може включати зображальні елементи. Привертають увагу до матеріалу не лише заголовок і підзаголовок, надзвичайно велику роль грають врізи та текстівки [5, 31–35].

Склад заголовкових компонентів, їх композиція та дизайн визначаються форматом видання і стилем оформлення, кількістю матеріалів на сторінці, кількістю й розміром зображальних та декоративних елементів. Текстові елементи видання належать до заголовкового компоненту відповідно своїх функцій, серед яких:

- інформативно-орієнтуюча (змістова);
- розподільна (групування інформації за ступенем важливості);
- рекламно-експресивна (привернення уваги);
- когнітивна (розуміння твору, відповідність його інтерпретації наявним в пам'яті моделям й актуалізованим фоновим знанням)
- декоративна.

Заголовки виконують інформативно-орієнтуючу функцію, розділяють текст на фрагменти, що легко сприймаються, створюють змістові зупинки, переходи, акценти. Заголовок може відобразити всі інформаційні властивості публікації: тему статті, редакційну позицію, часові характеристики, жанр, авторське бачення, адресацію.

Інформативність заголовка може бути досягнута такими засобами: образними, предметно-логічними, формально-описовими.

Спочатку заголовкові компоненти розпізнаються як такі, що активізують елементи комунікативної моделі «Я читаю». Далі у читача активізується знання про функцію, яку виконують заголовкові компоненти. З попереднього досвіду він знає, що заголовки, рубрики, вріз – це знаки тексту і саме за їх допомогою можна орієнтуватися в змісті, а потім у відборі публікації для уважного читання.

Сегментація інформації у заголовковому комплексі йде по лінії –загальна тема (рубрика), звуження до конкретної проблеми (заголовок) та фактів (врізи). Ліди, заголовки та підзаголовки будують тематичну структуру тексту, акцентують на найбільш важливих аспектах. Вони служать опорою для читача в розумінні змісту, а при швидкому перегляді дають достатнє уявлення про зміст всього матеріалу [3, 164].

Розподіл матеріалів за ступенем важливості демонструє редакційну оцінку матеріалів. Своїми розмірами і розташуванням заголовки дають читачеві зрозуміти, наскільки редакція вважає ці матеріали важливими чи цікавими. Рекламно-експресивна функція заголовкових компонентів виявляється у тому, що зміст та оформлення заголовків привертають увагу читачів і спонукають їх почати читати весь текст.

Назва має бути цікавою, привабливою, такою, що в міру інтригує, тоді є шанс розраховувати на те, що виникне етап уважного читання тексту. Заголовок формує емоційність сприйняття матеріалу та виконує оцінно-експресивну функцію. Важливість її визначається тим, що твір має переконати адресата в тих положеннях, які захищає автор, нав'язати йому певні установки, створити емоційно сприятливі умови, довірливе ставлення до висловлюваної думки, теми матеріалу.

Заголовок має враховувати інтереси читачької аудиторії, для якої призначений. Інтереси й інформаційні запити читачів найрізноманітніші, і заголовок, залучивши увагу одного, залишить байдужим іншого. Нерідко читач отримує всю необхідну інформацію з заголовка і не потребує читання тексту. Тому заголовок має перш за все зацікавити, примусити прочитати матеріал, а не давати відповіді на всі питання [6, 305].

Декоративна функція заголовка реалізується композиційно-графічною побудовою за допомогою шрифтових виділень, використання кольору, декоративних елементів, засоби верстки.

Кожне видання обирає певний стиль оформлення заголовків:

- кілька заголовкових компонентів поєднуються у блок;
- використовується титульний шрифт без будь-яких декоративних елементів;
- використовується «виворотка» (білий текст на чорному тлі);
- застосовуються декоративні елементи, підкреслення або рамка (повна чи неповна, кольорова тощо);
- заголовок розміщується поверх зображення [3, 166].

Комунікаційні прийоми виділення заголовкових компонентів пов'язані з рядом особливостей видання, а також психологічними чинниками.

Вибір засобів виділення – завдання оформлення видання, а вибір об'єктів виділення є справою автора і редактора. Все це обумовлюється цільовим призначенням та особливостями сприйняття тексту читачем. Виділення є одним із засобів керування процесом читання, забезпечують однозначність розуміння тексту різними читачами і допомагають кращому запам'ятовуванню матеріалу.

Потрібно пам'ятати, за ДСТУ 3772-98 [2, 8] заголовки повинні бути відокремлені від тексту як зверху, так і знизу трьома інтервалами.

Архітектонічний заголовок поєднується з декоративними елементами відповідно накреслення шрифту: напівжирні і жирні шрифти не сполучаються зі світлими лінійками, або, навпаки, світлі шрифти – з жирними, плашка чи виворотка несумісні з тонкими, курсивними шрифтами [7, 31].

Заголовковий комплекс, розташований у повній або неповній рамці, збільшує свою площу до формату потрібної кількості шпальт і врівноважує всі елементи сторінки. Концепція функціонального дизайну стверджує, що око читача не стомлюється, якщо є постійна вісь орієнтації. Тому заголовок починають на одній лінії з лівою межею тексту. Відстань між словами в заголовку повинне дорівнювати половині ширини великої букви Н шрифту заголовка. Важливо пам'ятати, що заголовок, який складається тільки з великих літер, програє у зручності читання [7, 35].

Формування багаторядкових заголовків вимагає підвищеної уваги. Довгі заголовки є важкими для сприйняття, тому найкраще, щоб довжина заголовка не перевищувала 45 знаків (для однорядкових рекомендується не більше 32 знаків, для дворядкових – максимум 22 знаки в кожному рядку, для трирядкових – максимум 15 знаків).

Підзаголовок буває основним (стосується всього матеріалу) та внутрішнім (розбиває довгий матеріал на змістові фрагменти). Підзаголовок пояснює та деталізує основний заголовок, або надає йому іншого сенсу.

Більшість періодичних видань основні підзаголовки оформляють однаково – застосовують певний шрифт та кегль безвідносно до кегля та шрифту заголовка, виділяють його лінійкою, повною або неповною рамкою, встановлюють на плашці, «виворотці» і розташовують відносно заданої вісі.

Для внутрішніх підзаголовків обирають однаковий з іншими підзаголовками шрифт або складають жирним шрифтом тієї ж гарнітури, що й основний текст. У деяких журналах внутрішні підзаголовки виділяють декоративними елементами, підкреслюють лінійками, розташовують на плашках тощо [8, 54].

Інколи кілька підзаголовків виносять на початок публікації і подають як окремий блок – анонс. Така група підзаголовків дуже виділяється на сторінці і допомагає читачеві швидко розібратися в змісті статті, хоча й займає невелику площу.

Розглядаючи для прикладу архітектоніку і композицію заголовка, посилаючись на В. Іванов [9, 57], слід зазначити, що розміщення заголовків на полосі підлягає певним правилам. Є заголовки, набрані в один рядок, у два, у 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 полосі значну площу; він утворює чорну пляму, яку, щоб вона мала не виділятися на полосі занадто різко, варто чимось зрівноважити. Тому багаторядкові заголовки рекомендується набирати меншими шрифтами.

Наукова новизна. Полягає у розкритті під час формування періодичного видання архітектоніки заголовкових та рубрикаційних комплексів, тобто створення оригінал-макету з урахуванням тематико-жанрової специфіки видання.

Висновки. Таким чином, процес оформлення – це і є приведення у відповідність зовнішньої форми видання до її тактично організованого змісту, літературних форматів (жанрів), тижневих та індивідуальних особливостей видань. Внутрішню форму видання утворює тематична і жанрова структура. Тематична структура як внутрішня форма є способом організації змісту, з'єднання його частин у єдине ціле. Усі розділи, рубрики, окремі матеріали з'єднані між собою так, що сприймаються читачем як відособлені один від одного і водночас як частини єдиного цілого, об'єднані в такий систематизований ряд, що підкреслює більшу значимість одних публікацій і меншу інших, внаслідок чого полегшується процес сприйняття інформації, знаходження того, що більше цікавить читача.

Важливим елементом є оригінал-макет видання, який точно показує розміщення текстів та ілюстрацій, заголовків, рубрик тощо. Верстка сприяє вираженню ідеї за допомогою технічних і дизайнерських засобів

Заголовок є основним компонентом першого рівня читання, основним інструментом вибору. Заголовок, вражає, задає тон матеріалу. Заголовковим комплексом називають сукупність, що складається із заголовка та інших компонентів, які оточують його і викликають цікавість читача до теми статті. Головним елементом дизайну є шрифт – графічна форма знака алфавіту, що має різну графічну форму. Шрифтові елементи демонструють особливості мови архітектоніки. Графічні ознаки шрифтових елементів впливають на художній образ періодичного видання, шрифт пов'язують з іншими елементами (зображальними, декоративними). До декоративних елементів видання відносяться лінійки, прикрашення та

заставки. Головне призначення лінійок у періодичних виданнях – виділення матеріалів або відокремлення їх від інших.

Отже, специфіка декоративних елементів полягає не тільки у наданні елементам видання потрібних акцентів, виділенні, відокремленні матеріалів, а й у систематизації самих архітектонічних елементів та їх комплексів.

Література

1. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ: Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.
2. Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги: ДСТУ 3772 – 98. Київ: Держстандарт України, 1999. 21 с.
3. Ів Аньєс Підручник із журналістики: Пишемо для газет. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.
4. Кріс Фрост Дизайн газет і журналів. Школа видавничого і медіабізнесу, Москва, 2012. 232 с.
5. Шевченко В. Е. Режисура та архітектоніка видання: Навчально-методичний комплекс для студентів Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Інститут журналістики, 2004. 72 с.
6. Гончарова Н.А. Композиция и архитектура книги // Книги как художественный предмет. Москва, 1990. Ч.2: Формат. Цвет. Конструкция. Композиция. С. 291 – 394.
7. Шевченко В. Е. Характеристика шрифту як способу поліграфічного відтворення тексту: конспект лекцій для студентів відділення «Видавнича справа та редагування» з курсу «Шрифтознавство». Київ: Інститут журналістики, 2005. 106 с.
8. Валуєнко Б. В. Архітектура книги. Київ: Мистецтво, 1976. 212 с., іл.
9. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій: навч. посібник для студ. фак. журналістики. Київ: Знання, 2000. 222 с.

References

1. Shevchenko V. E.(2013). Forms of visualization in the modern journal: a monograph. Kiev: Publisher Palivoda A.V. [in Ukrainian].
2. Originals for printing. General technical requirements: DSTU 3772 - 98. (1999). Kiev: Derzhstandart Ukrayiny [in Ukrainian].
3. Yves Agnes (2013). Journalism Textbook: Writing for Newspapers. Kyiv: Vydavnychy dim «Kyievo-Mohylyans'ka akademiya» [in Ukrainian].
4. Chris Frost (2012). Designing Newspapers and Magazines. Publishing and Media Business School. . Moscow [in Russian].
5. Shevchenko V.E. (2004). Directing and architectonics of the edition: Educational-methodical complex for students of the Institute of Journalism. Kiev. nat. them. T. Shevchenko. Kyiv: Institute of Journalis [in Ukrainian].
6. Goncharova N.A. (1990). Composition and architectonics of the book. Books as an Art Subject. Moscow, Part 2: Format. Color. Construction. Composition. (pp. 291-394) [in Russian].
7. Shevchenko V.E. (2005)/ Characterization of font as a way of printing text: a summary of lectures for students of the department "Publishing and editing" in the course "Font Studies". Kyiv: Institute of Journalism [in Ukrainian].
8. Valuenko B.V. (1976).Architecture of the book. Kiev: Mystetstvo [in Ukrainian].
9. Ivanov V.F. (2000). Newspaper Design Technique: Lecture Course: Educ. study guide. fac. journalism. Kiev: Znannya [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 6.09.2019
Прийнято до публікації 10.10.2019*