

## **Содержание:**

image not found or type unknown



## **Введение**

В полиграфии и издательском деле верстка – это процедура формирования страниц (полос) издания с помощью компоновки текстовой и графической информации на этих страницах.

До того времени, как появились компьютерные технологии, верстали вручную: на линоTYPE или моноTYPE набирался текст, к которому добавлялись иллюстрационные клише и далее, эти элементы оформлялись пробелами и линейками при помощи вспомогательных инструментов.

На сегодняшний день верстальщики для работы стали использовать компьютеры и работать в специальных верстальных программах.

## **1. Общие правила верстки**





**1. Книга должна отвечать требованиям.**

**Должно все удобно читаться, а не только эстетическое виденье.**

**1.2. Первое и второе правило взаимосвязано. Правила верстки распространяются на все издания, если нет специальных требований или специфика издания не увязывается в нижеприведенные нормы.**

**1.3. Перенос слов и символов.**

**-В тексте не должно быть более четырех переносов подряд (на малых форматах пяти), за исключением тех случаев, когда исправление этой ошибки влечет за собой ухудшения качества выключки слов.**

## 2. Требования верстки многостраничных изданий

Для работы с многополосными изданиями используются программы: Adobe Page Maker, Qurk Express, Microsoft Publisher.

- Единство стиля и организации
- Удобство чтения данных
- Сочетаемость

Процесс расчета количества полос в издании состоит, из трех этапов: определение объема формата, вида скрепления и тиража издания.

Правила подсчета количества полос

- Пустая полоса является равноправной и учитывается, как и любые другие полосы издания. Обычно пустые полосы добавляются в некоторые специализированные издания для того, чтобы обеспечить начало глав с определенной полосы: в технической документации есть правило начинать каждую главу с правой полосы.

- Пустые полосы в серийных изданиях (книги, каталоги) нежелательны, а в некоторых случаях даже недопустимы (периодика).

- Количество полос в издании всегда является четным числом. Нечетное число невозможно.

- Минимальное количество полос в тетради при клеевом бесшвейном скреплении (КБС) равно двум, а при шитье проволокой или нитками - четырем. При шитье нитками сильно отличающиеся по толщине тетради нежелательны.

3. Виды Вёрстки

(однополосные и многополосные)

### 3.1. Вёрстка брошюры

Брошюра относится к многостраничной полиграфии. Все существующие каталоги, журналы и даже некоторые книги считаются брошюрами, так как создаются они по одним и тем же принципам верстки. У каждой типографии существуют свои технические требования. Согласно им и ведется верстка брошюр, буклетов и

другой полиграфии. Эти же требования, в большей степени применимы и к вёрстке журнала, который является той же брошюрой, только большего объема, и издаваемой периодически.

## **3.2. Вёрстка листовок**

Главная задача рекламных листовок- привлечь внимание потенциального потребителя к конкретной компании. При вёрстке листовок стоит учитывать ряд особенностей данного рекламно-полиграфического издания. В частности, текст листовок должен быть кратким, чётким, грамотным и интересным. Помимо этого, следует избегать использования малого или чересчур большого числа иллюстраций, а также чрезмерно яркой или, напротив, неоправданно блёклой цветовой гаммы. Чаще всего вёрстку листовок проводят по уже готовым макетам и эскизам.

## **3.3. Вёрстка буклетов**

Буклет -это непериодическое рекламное печатное издание, представляющее собой запечатанный с двух сторон и сфальцованный в несколько сгибов бумажный лист. Он содержит как текст, так и иллюстративный материал. Оригинальный, красочный и выразительный буклет, выполненный в фирменном стиле компании, призван привлечь внимание потенциальных клиентов к производимым товарам или оказываемым услугам.

## **3.4. Вёрстка каталогов**

Каталог является разновидностью многополосной полиграфической продукции и обычно наряду с рекламными функциями, выполняет функции поисковой системы. Как правило, он представляет собой печатное издание, в котором содержится иллюстрированный перечень товаров и услуг с их описанием и указанием основных характеристик, а также контактные сведения о компании-производителе. При вёрстке каталогов необходимо точно соблюдать концепцию их оформления, обеспечить отличное качество передачи изображений, следить за тем, чтобы все разделы, подразделы, пункты и другие элементы этих изданий были выполнены в едином корпоративном стиле.

## **3.4. Вёрстка календарей**

В настоящее время календари по праву входят в число наиболее популярных и востребованных видов рекламной продукции. Красивый настенный, настольный или карманный календарь с логотипом и реквизитами вашей компании долгое время. Вообще вёрстка календарей мало чем отличается от вёрстки другой рекламно-полиграфической продукции и производится на компьютерах с помощью специальных программ. При её выполнении следует придерживаться единого корпоративного стиля и обеспечить удобство восприятия информации. Кроме того, грамотная вёрстка календарей позволяет правильно размещать на бумажном листе текстовой и иллюстративный материал, что способствует созданию уникальных и по-настоящему интересных, с точки зрения полиграфического искусства, изданий.

## **3.5. Вёрстка визиток**

Под вёрсткой визиток принято понимать процесс размещения текста и элементов оформления на основе определённого формата. Визитная карточка, изготовленная в соответствии с типографскими правилами и современными представлениями о внешнем виде этой полиграфической продукции, свидетельствует о серьёзности фирмы и высокой корпоративной культуре. Вёрстка визиток имеет ряд особенностей. К примеру, элементы дизайна не следует помещать слишком близко к краю карточки. Они должны находиться на расстоянии не менее 3 мм от линии обреза. Также не стоит перегружать визитку информацией и деталями оформления, превращая изделие деловой представительской полиграфии в текстовый документ или рекламную открытку. Основным критерием при выборе размера и типа применяемых шрифтов должна быть их читаемость.

## **3.6. Вёрстка плакатов**

Плакат- это не только однополосное полиграфическое издание, но и вид изобразительного искусства. От некоторых других видов рекламной продукции он отличается тем, что при удачном размещении может находиться в поле зрения большого количества людей. Дизайн и вёрстка плаката, как правило, производятся на современном компьютерном оборудовании с применением новейших

технологий.

## **3.7. Вёрстка наклеек**

В последние годы среди малых форм рекламной полиграфии особую популярность завоевали наклейки или стикеры. Они представляют собой удобный, надёжный и весьма долговечный рекламный носитель, а также относительно недорогой и очень эффективный метод рекламы. Верхняя часть наклейки (стикера), на которую наносится вся текстовая и иллюстративная информация, состоит из бумажной или плёночной основы и слоя клеящегося вещества, а нижняя - представляет собой специальную бумагу, прикрывающую клеящуюся поверхность и предохраняющую наклейку от преждевременного прилипания. Процесс вёрстки наклеек включает в себя ряд операций, в том числе: набор текста, выбор и нанесение элементов оформления, подгон издания под нужный формат.

## **Вывод**

Таким образом, были рассмотрены виды многополосных изданий. Единство стиля и организации, удобство чтения данных, сочетаемость - одни из самых важных требований к верстке. Очень важно соответствовать стандартам и правилам. Верстка печатного издания - трудоемкий и сложный процесс, требующий времени, усилий и ресурсов.

Верстка макета - это такой вид работ, в процессе выполнения которых на полосах нужного формата размещается материал книги (буклета, каталога, брошюры).

## **Список литературы**

1. Колмыков И.Р. "Верстка и верстание". Части 5-8 "Буклет" 2000-2001

2. Сомова И.Л Боброва А.Д, Жижин Д.П. Технология полиграфического производства (изготовление печатных форм), "Книга", 1986

3. <http://www.yandex.ru/>

4. <http://www.advesti.ru/>