

Napi-lapozás (1.)

Nádai Ferenc

Mottó: Az építés technika és anyag kérdése; az építészet a térrel való mesteri bánásmód.
(Walter Gropius)

Harold Evans a londoni Sunday Times és a The Times legendás szerkesztője a hetvenes években megjelent Newspaper Design című könyvében Gropius gondolatát a következőképpen aktualizálta (fordította le): „A nyomtatás technika és anyag kérdése; a (napi)laptervezés a térközzel való mesteri bánásmód”. De azonnal hozzátette – és ma is egyetértünk vele –, hogy a napilap dizájn egyszerűen nem létezik a (napi) hírek nélkül, valamint egy jól meghatározott, az adott újság által megcélzott olvasótábor (célközönség) nélkül. Viszont – és ebből következően – az újságban megjelenő hírek (a magyar nyelv nagyon kifejezően hírlapról beszél) a vizuális megjelenítés nélkül nem érnének el kellő hatást, nem juthatnának el kellő meggyőző erővel az olvasóhoz, vagyis a vizuális kommunikációt (a szó legszorosabb és napi gyakorlati szintjén) a tipografikai tervezés (a dizájn) biztosítja.

A dizájn – tudjuk – nem dekoráció, hanem kommunikáció (tájékoztatás, [hír]közlés). A napilap (és tegyük hozzá: minden más sajtótermék) esetében pedig mindenekelőtt azt kell tudatosítanunk, hogy a tipografikai tervezés az újságírás szerves része; jó, hatásos, kifejező tervet nem lehet újságírói ismeretek nélkül elkészíteni. Azt is mondhatjuk, hogy a jó tervező az adott sajtótermék vizuális új-

ságírója-szerkesztője. Edwin Taylor, a Sunday Times vezető tervezője (Director of Design) egy 1970-ben tartott ATYPI-kongresszuson arról „panaszkodott”, hogy hiába végez több száz tervezőgrafikus a brit művészeti egyetemeken és főiskolákon, nagyon kevés közülük az, aki újságírói vénával (és szakmai felkészültséggel) rendelkezve belevetné magát az „újságcsinálásba”, legyen szó akár tervezőről vagy például illusztrátorról.

1897. január 21. fontos nap a sajtó történetében: a New Yorkban megjelenő Tribune című újság közölte az első fényképet (Bódévárosi jelenet, „természet után közvetlenül”). Még nem az első oldalon, ahhoz még nem volt bátorságuk az akkori szerkesztőknek, ám az olvasók így is észrevették és a siker mondhatni frenetikus volt. A természet után közvetlenül! A megjelenítés nyersessége, közvetlensége olyan erővel hatott, hogy a képen ábrázolt „jelenet” hitelességét megcáfolhatatlanná tette. Fekete-fehér (szoció)foto volt, alig nagyobb egy tenyérnyinél, és kommunikáció-történeti jelentősége mellett, a nyomtatás történetében is mérföldkő: az első, autotípiai klisével reprodukált, napilapban megjelent fotót láthatták az akkori olvasók. A folytatást tudjuk, onnantól kezdve nem volt megállás, ha valaki hiteles akart lenni, akkor fotót kellett közölni – a „rajzolókat”



1887. október 4-én a New York Herald első oldalán a cikkek sorrendje még a hírek fontossági sorrendjét tükrözte, tördelésnek vagy tervezésnek még nyoma sem volt. 1900. október 18-án már megszokott – sőt követelmény – a fotó használata. Az International Herald Tribune első oldalán a győzelem „hírül adásához” (1945. május 8.) a kép is megjelenik ugyan, de első sorban a szokatlanul nagyfokozatú betűk látványa az elsődleges kommunikációs elem. Hasonló megoldást alkalmaztak a szerkesztők és a tervezők az 1969. július 21-én megjelent lapszám első oldalán. Kicsit visszafogottabban, mint húsz-egynéhány évvel azelőtt, de nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy a hatvanas években az elsődleges (képes) hír-adó már a televízió volt, és már mi is „egyenes adásban” követhettük az eseményeket.

A régi és az új The Guardian. Mark Porter kreatív igazgató véleménye, hogy a berlini formátumhoz (315x470 mm) visszafogottabb megjelenés illik, mint a már elcsépelet groteszk-mediévális ellentétre épülő, kissé „agresszív” látvány. Christian Schwartz és Paul Barnes alkották meg a Guardian Egyptian betűtípust és „hozták létre” a végül is 96 tagú (betű)családot: a klasszikus talpas lineáris antikva metszéstől a sans serif italic-ig (!) sokféle változat szerepel a készletben. A (minden esetben színtónusban megjelenő) lapfej feletti képes kiemelések (monoklik), és a méretbeli ellentétre építő képek biztosítják a felület mozgalmasságát, a szigorúan (mindig) öt hasábra osztott oldalon. Nem nehéz felfedezni a webes megjelenést, mint ilheto forrást. Az ötödik hasáb felcímet viselő írás nagyméretű világos metszésű iniciáléval kezdődik és a szöveg nem sorkizárt.



nagy bánatára. A fényképeszek viszont kimozdultak a műtermekből, az illusztrátorok közül az élelmesebbek átképezték magukat „fotóssá”, a fényképezőgépet gyártó és fejlesztő cégek lázas munkába kezdtek, hogy megfelelő eszközöket adjanak egy új szakma kezébe. Aztán a 20. században szinte a tökélyre fejlesztett masinákkal felfegyverkezett fotóriporterek





Hétfőn: média (M), kedden: oktatás (E), szerdán: társadalom (S), csütörtökön: technológia (T), pénteken: film és zene (F&M) a főbb rovatok, és szombaton a hétvégi (önálló, szinte külön újságként – hetilap a napilapban – funkcionáló) rovatok: sport, utazás, pénz, munka, család, szemle (amolyan brit „és”), valamint a tabloid weekend magazin és egy programfüzetescke (guide). Természetesen ezek a tematikus rovatok a szokásos klasszikus, mindennapi rovatfelosztás (belföld-külföld-gazdaság-sport stb.) mellett, külön kiemelt rovatfejjel illetve fejléccel jelennek meg. Bal oldali képünkön a mediaguardian rovat nyitóoldala, jobboldali képünkön a szombati lapszám első oldala l átható („kilenc az egyben”).

2005. szeptember 12-én egy méretében, vizuális arculatában teljesen megváltoztott újságot vehettek kézbe a The Guardian olvasói. Az úgynevezett berlini formátumra való áttérés 12 centivel alacsonyabb és 6 centiméterrel keskenyebb lapot eredményezett, minden oldalon 72 négyzetcentiméterrel kevesebb hely maradt az információra, amit a kiadóknak általában nagyon nehéz megemészteni. Egy ilyen változtatás – a szigetországi sajtópiacán erre 50 éve nem volt példa – csak akkor eredményes, ha a változás radikális: mind a szerkesztést mind a grafikai tervezést érinti, és kiterjed a lap minden egyes pontjára. A kisebb formát „ellensúlyozandó” az újság minden oldala színes lett (nálunk az „international edition” kapható, és az belül fekete-fehér maradt – egyelőre), és ahogy a lap kiadói emberei nyilatkozták: mégerte a 18 hónapig tartó munka, hiszen a lap három évvel előzte meg riválisait a változtatásokkal.

Az új formához új lapfej, új layout sőt új betűtípus dukál (illik,

látták/látják el a napilapokat (is) képekkel. Ma már – a digitális képrögzítő technika hihetetlen gyorsaságú terjedésével – a különböző képügynevségek ontják a „képanyagot” és képszerkesztő legyen a talpán, aki (az adott témához, a lap stílusához stb.) megfelelően tud válogatni. A The Guardian című londoni szerkesztésű lap képszerkesztője például – nyilatkozata szerint – naponta (!) 2500 képet néz meg képernyőn. Hozzátette, hogy ezért otthon például televíziót sem néz, és (állítólag) tévékészüléke sincs.

Amikor felkérést kaptam, hogy „napilapozzak” a magyar grafika hasábjain, arra gondoltam, hogy a napilap-tervezésről, mint a tipográfiai tervezés egy speciális területéről fogok írni körülnézve kicsit a magyar és a nemzetközi sajtóban. Nos ezzel az utóbbival kezdtem: és egyik kedvencemmel a The Guardian-nal, mondván a hazai újságok úgyszólamonta kényújtásnyira vannak. És meglepetésemre rögvest „bele is csöppentem” egy olyan hírbe – mondhatni eseménybe –, amelyet nem tudtam, de nem is akartam kikerülni:



Minden oldalon öt (54 mm széles) hasáb: ez az egyik legjelentékenyebb változás az előző lay-outhoz képest. Van olyan kritikus (Clive Bruton), aki szerint ezzel a lay-out veszített a gazdagságából. Lehetséges, hogy az angol szemnek túl „európai” (és ez amott nem minden esetben pozitív fogalom) lett az újság, nem pusztán méretében, hanem tipografikai megoldásaiban is. A képek méretének ellentétére és a „drámai” képkivágásokra építve lesznek az oldalak mégis mozgalmasak, ugyanakkor kiegyensúlyozottak (normál emberi hang!).

a fortnightly magazine
 a fortnightly magazine

review

About Pamuk: Orhan Pamuk, Nobel Prize Winner
 About Pamuk: Orhan Pamuk, Nobel Prize Winner

Orhan Pamuk on Turkey and Europe




RSC
THE CANTERBURY TALES
 THE CANTERBURY TALES...
 WWW.RSC.ORG.UK

a fortnightly magazine
 a fortnightly magazine

Character building

How to build a character...
 How to build a character...



W...
F...
 How to build a character...



a fortnightly magazine
 a fortnightly magazine

sport

Football getting bigger...
 Football getting bigger...



Why Wenger is looking over his shoulder

Arsène Wenger...
 Arsène Wenger...



JVC

a fortnightly magazine
 a fortnightly magazine

I love to win the north London derby

Arsenal vs Tottenham...
 Arsenal vs Tottenham...



Why Wenger is looking over his shoulder
 Arsenal vs Tottenham...



A szemle- és a sport-rovat nyitóoldala és egy-egy belső oldala. A hétfégi rovatok tipo-grafikai látványa tudatosan „magazinos” megoldásokkal operál: az iniciálék grafikai elemként való használata, a nem-nyomtatott felületek („az üres tér”), mint a kompozíció szerves részének kihangsúlyozása. Amikor pedig egy hirdetés épít a „nem-nyomtatott felület” erős vizuális hatására, akkor a szerkesztőségi anyag megjelenítése jelent kiváló ellenpontot az oldalon. Külön említést (és talán egyszer külön cikket is) érdemelnek a lapban megjelenő – különböző stílusú – kiváló illusztrációk. Egyenrangú képi kommunikátorai az frott szövegnek és a fotónak.

jár), és ez mind meg is valósult. Nem lehet azt állítani, hogy mindenki meglepedésére szolgáltak a változások. Mi napilap-olvasók ugyanis (legyünk bár mégoly szabadelvűek is) alapvetően konzervatívok vagyunk: reggel legyen az asztalunkon (a postaládánkban, a kutyánk hozza be, stb.) a megszokott napi sajtó, a megszokott fejléccel, a megszokott hangnemben, a megszokott tördelésben és mi bátran kinyithatjuk a megszokott mozdulattal, hogy a megszokott kedvenc rovatunknál kezdjük el a nézegetést-olvasást.

A The Guardian eme legújabb változás előtt is kissé különbözőt (különösen az 1988-as áttervezés óta) a „klasszikus” értelemben vett napilap-képtől. Az aszimmetrikusan elhelyezett lapfej, a címrendszerben uralkodó Helvetica Bold határozott keménysége (néha a News Miller – a kenyérszöveg – típusával „lággyítva”), az erőteljes horizontális választóvonalak, a tördelés szigorúnak vagy akár puritánnak is nevezhető szikársága, a szokatlan képkiágású fekete-fehér (ritka esetben színes) nagy-

méretű fotók határozták meg az újság egyedi karakterét.

Az új dizájnban az eddig meghatározó jegyek eltűntek. „Ha mindenki hangos és egyre hangosabb lesz, akkor az egyetlen lehetőség arra, hogy meghalljanak: a normál tónusú emberi hang... vagy a suttogás” – jellemezte a változás lényegét Mark Porter, a lap kreatív vezetője.

Szándékunk szerint a „napilapozást” még lesz alkalmunk folytatni a Magyar Grafika hasábjain, különös figyelemmel arra, hogy szakmai berkekben az a hír járja: egyik napilapunk is dizájn-váltás előtt áll –, de addig is amíg erről beszámolhatunk, figyeljünk a The Guardian „vizuális suttogására”.

Érdeemes meglátogatni:
<http://www.guardian.co.uk/guardian/>