

ЖУРНАЛЫ

особенности верстки
и оформления



ЖУРНАЛ –
печатное или
электронное
периодическое
издание, имеющее
постоянную
рубрику и
содержащее статьи
по различным
вопросам.

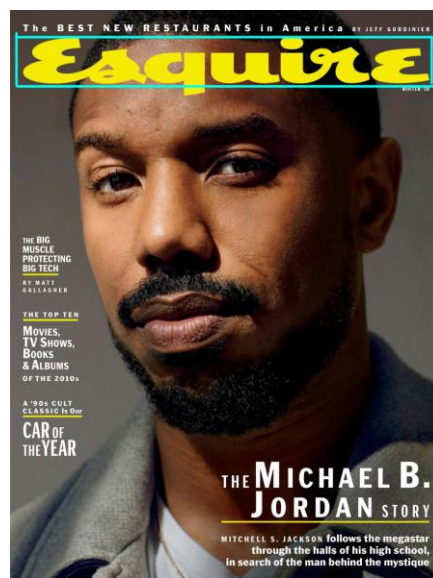
Формат книги и журнала обычно привязан к стандартным форматам бумаги.

Стандарт бумаги привязан к стандартному листу офисной бумаги. Это лист А4 (210x297 мм).

Это европейский стандарт, в Америке другие стандарты формата бумаги.

Название всегда расположено сверху и занимает либо всю ширину формата, либо левый угол, если оно короткое

ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

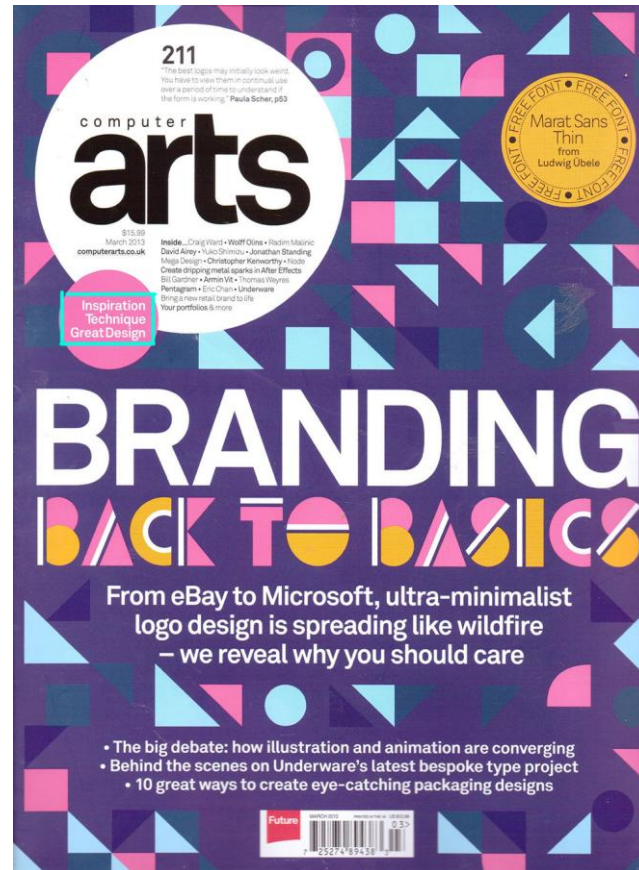
Шрифт в названии журнала и его стиль не меняются из номера в номер, как классический логотип.

При этом **может** незначительно измениться расположение в области «шапки» или цвет под стиль главного изображения.



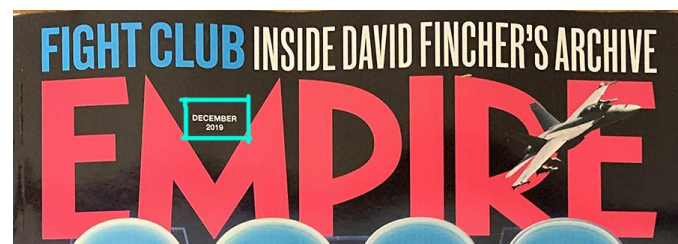
ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Слоган есть не у всех журналов,
но если он присутствует, то находится рядом
с названием журнала



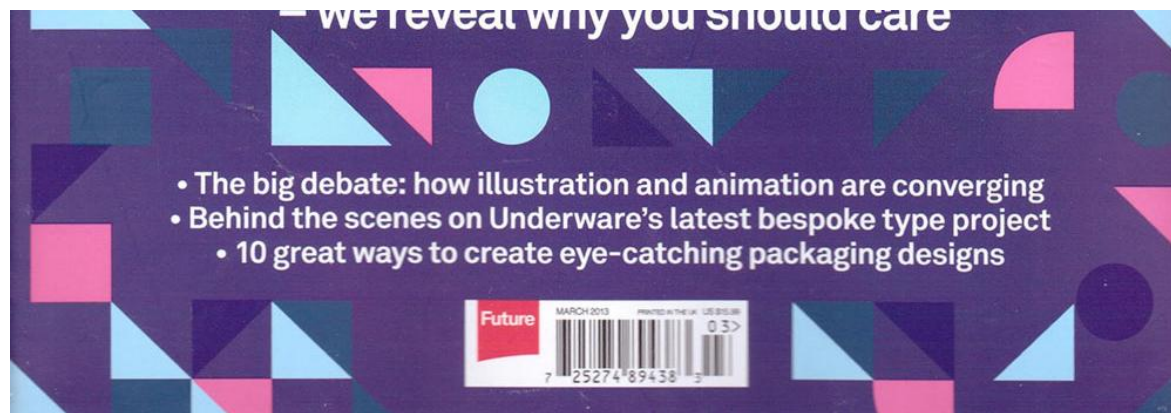
Информация о выпуске включает в себя дату, номер выпуска, редко - стоимость. Обычно эти данные расположены рядом с названием журнала, в зоне штрихкода или около названия

ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Штрихкод на обложке обычно расположен в нижней части обложки горизонтально или вертикально



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Ссылка на сайт издания присутствует не у всех журналов. Чаще расположена рядом с названием, но может быть и внизу страницы или сбоку вертикально (представлена в виде кода)



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Банер — это краткое пояснение о чем журнал. Присутствует не всегда. Может включать в себя основные темы, которые поднимаются в журнале, либо темы конкретного выпуска. Расположен, как правило, сверху или снизу станицы



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Бирка - контрастная плашка, призвана привлекать внимание и обязательно выделяется на общем фоне. Расположена чаще всего в левом верхнем углу. Этот элемент говорит о какой-то особенности журнала. Может примкнуть к главному заголовку. Бывает оформлена в виде стикера



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

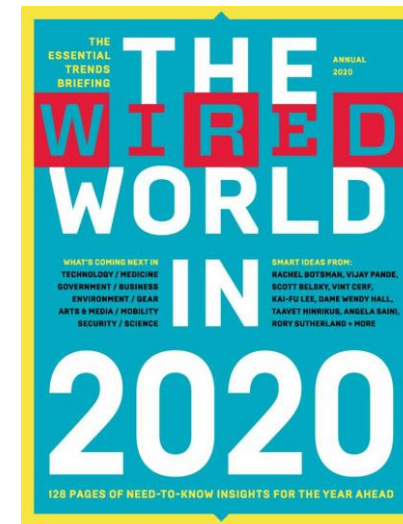
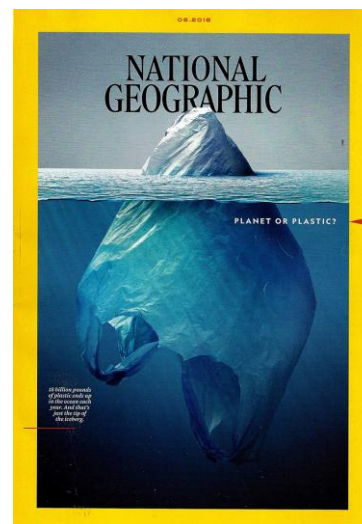
Главная тема выпуска включает в себя заголовок и небольшое введение. Если речь идет о человеке, то в блок войдет его имя



Главное изображение

- Фотография;
- Иллюстрация;
- типографика

ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ



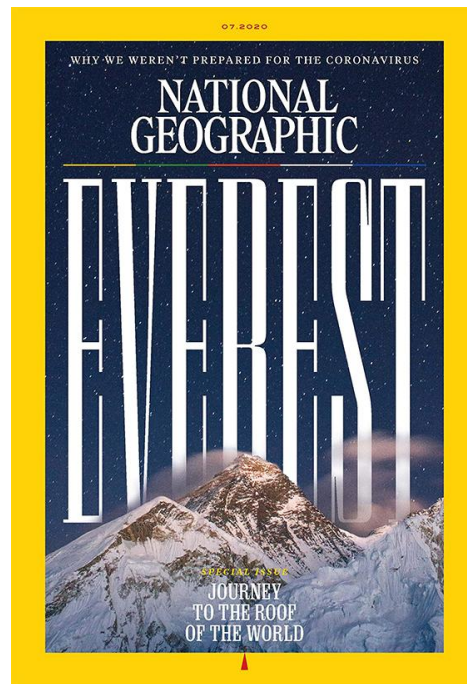
ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Дополнительные изображения - редкое явление, среди уважаемых изданий. Чем больше на обложке изображений, тем «дешевле» выглядит журнал



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Иногда в дизайне присутствует рамка, которая обрамляет обложку по контуру. Она выделяет содержимое, при этом весь контент становится чуть мельче. Рамка помогает выделить журнал на полке



ОФОРМЛЕНИЕ ОБЛОЖКИ

Если журнал издается в разных странах, то на обложке указано к какой именно **стране** принадлежит конкретное издание. Как правило блок расположен где-то возле названия журнала



ЖУРНАЛЬНАЯ ВЕРСТКА РАЗВОРОТА

Разворот журнала представляет собой единый организм. Даже если левая и правая полосы сильно отличаются по содержанию, важно «соединить» их визуально. Этого можно добиться повтором шрифта, цвета или каким-либо графическим элементом

ЖУРНАЛЬНАЯ ВЕРСТКА РАЗВОРОТА

На этом развороте есть желтые плашки на левой и правой полосе, именно они создают впечатление целостности



ЖУРНАЛЬНАЯ ВЕРСТКА РАЗВОРОТА

Заголовок — самый крупный текстовый элемент. Может быть расположен в любом месте разворота. Логичнее использовать левую полосу, так как мы привыкли считывать информацию слева направо, но необязательно. Важно, чтобы заголовок сильно выделялся на фоне остальных элементов: использовать бóльший размер, другой шрифт, цвет или можно даже развернуть его вертикально

Кикер - надзаголовок. Он используется не всегда. Обычно набирается мелким кеглем. Может указывать на рубрику или относиться непосредственно к теме статьи

ЖУРНАЛЬНАЯ ВЕРСТКА РАЗВОРОТА

Интро - это вводный абзац, который соединяет заголовок и саму статью. Как правило, набирается отличным от основного текста кеглем /или шрифтом

Тело статьи: чаще всего в журналах встречается двух или трехколоночная верстка, но все зависит от формата

В теле статьи используются **подзаголовки**, их может быть несколько уровней. Они управляют вниманием читателя и помогают найти нужную информацию

ЖУРНАЛЬНАЯ ВЕРСТКА РАЗВОРОТА

Цитаты управляют вниманием читателя. В цитаты выделяют какой-то интересный факт или значимую фразу, которая может «заставить» читателя начать изучение статьи

Колонтитул: может входить название раздела, рубрика, название журнала, номер выпуска и нумерация страниц

STIL' OTRAZHAET... MAZDA CX-30... ПОДПЕРЖАНО ТЕХНОЛОГИЕЙ... СЕМЬЯМИ И БЕЗ СЕБЯ... БУДЬТЕ ЗДОРОВЫ!... ЖИЗНЬ... ЖИЗНЬ В ДРУГОМ МЕСТЕ... ПОТОКОВАЯ... ЖИЗНЬ В ДРУГОМ МЕСТЕ... ПОТОКОВАЯ... ЖИЗНЬ В ДРУГОМ МЕСТЕ... ПОТОКОВАЯ...

31 БАВРИИ... ЛЕСА КОРА... ОБМЕН ДОМАМИ... #ФАЗЕНДА... ПРОДОЛЖАЙ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД... НОРВЕГИЯ: ХОЛОДНО И КРУТО... ЭТИ ВАЖНЫЕ ПТИЦЫ... Б...

СВЕТ... ОБМЕН ДОМАМИ... #ФАЗЕНДА... ПРОДОЛЖАЙ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД... НОРВЕГИЯ: ХОЛОДНО И КРУТО... ЭТИ ВАЖНЫЕ ПТИЦЫ... Б... А КАКИНГ: ОТВАЖНЫЕ...

СВЕТ... ОБМЕН ДОМАМИ... #ФАЗЕНДА... ПРОДОЛЖАЙ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД... НОРВЕГИЯ: ХОЛОДНО И КРУТО... ЭТИ ВАЖНЫЕ ПТИЦЫ... Б... А КАКИНГ: ОТВАЖНЫЕ... С... В... НЕКОСЯС ВЕЩЬ...

СВЕТ... ОБМЕН ДОМАМИ... #ФАЗЕНДА... ПРОДОЛЖАЙ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД... НОРВЕГИЯ: ХОЛОДНО И КРУТО... ЭТИ ВАЖНЫЕ ПТИЦЫ... Б... А КАКИНГ: ОТВАЖНЫЕ... С... В... НЕКОСЯС ВЕЩЬ... 2133 РОБА... КАК ОФОРМИТЬ ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ... ПОДАРОК... ДОСТУПНЫЕ ЦЕНЫ НА КИНОПРОФОРМЫ...

СВЕТ... ОБМЕН ДОМАМИ... #ФАЗЕНДА... ПРОДОЛЖАЙ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД... НОРВЕГИЯ: ХОЛОДНО И КРУТО... ЭТИ ВАЖНЫЕ ПТИЦЫ... Б... А КАКИНГ: ОТВАЖНЫЕ... С... В... НЕКОСЯС ВЕЩЬ... 2133 РОБА... КАК ОФОРМИТЬ ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ... ПОДАРОК... ДОСТУПНЫЕ ЦЕНЫ НА КИНОПРОФОРМЫ...

Стилевое оформление журнала

Стилевое оформление журнала — это система визуальных и текстовых элементов, которые делают издание узнаваемым, удобочитаемым и эстетически привлекательным. Грамотное использование стилей (шрифтов, цветов, композиции) ускоряет вёрстку, обеспечивает единообразие и повышает уровень профессионализма издания.

ЦВЕТ

Цветовая схема

1. Основные цвета (фирменные, по брендбуку).
2. Акцентные оттенки (для выделения цитат, инфографики).
3. Чёрно-белые решения (для элегантности или экономии печати).

ШРИФТЫ

Должны быть **удобочитаемыми**.
Отражают **вид деятельности** компании.
Соответствуют информации,
которую Вы пытаетесь передать.

Сочетаемость шрифтов

1.Используйте 2–3 шрифта (максимум 4, если это оправдано стилем).

Контраст по форме:

1.Антиква (с засечками) + Гротеск (без засечек) → классическое сочетание.

2.Рубленый (геометрический) + Гуманистический (округлый) → современный стиль.

ШРИФТЫ

Читаемость

- 1. Основной текст:** 10–12 pt (для глянца — 9–11 pt).
- 2. Интерлиньяж** (межстрочный интервал): 120–150% от кегля (например, для 10 pt — 12–15 pt).
- 3. Длина строки:** 40–70 символов (слишком длинные строки утомляют глаза).

ШРИФТЫ

Глянцевые журналы (Vogue, Esquire, GQ)

Заголовки: Didot, Bodoni, Playfair Display (элегантные засечки).

Текст: Helvetica Neue, Gotham, Avenir (чистые гротески).

Особенность: контраст толстых и тонких линий, много воздуха в вёрстке.

ШРИФТЫ

Деловые и новостные (Forbes, The Economist)

Заголовки: FF Meta, Franklin Gothic, Akzidenz-Grotesk.

Текст: Times New Roman, Georgia, PT Serif.

Особенность: строгость, минимум декора, удобочитаемость.

ШРИФТЫ

Научные и технические (Nature, Scientific American)

Заголовки: Roboto, Arial, Futura.

Текст: Times, Garamond, Lora.

Особенность: нейтральные шрифты, чёткие таблицы и формулы.

ШРИФТЫ

Молодёжные и креативные (Kinfolk, Wired)

Заголовки: Bebas Neue, Montserrat, Gilroy.

Текст: PT Sans, Proxima Nova, IBM Plex Sans.

Особенность: необычные сочетания, экспериментальная типографика.

ШРИФТЫ

Общие правила подбора шрифтов:

- используйте буллиты (специальные значки или маркеры, которые используются для выделения элементов списков и перечислений), чтобы разбить текст;
- минимизируйте использование заглавных букв, курсива и жирного;
- используйте цвета, чтобы привлечь внимание к определенным пунктам верстки
- работайте со стилями текста

ШРИФТЫ

Не следует делать:

- не используйте больше чем три шрифта
- избегайте круглых шрифтов (ITC Garamond Light, ITC Avant Garde, Century Gothic)
- избегайте чрезмерно тонких «небрежных» шрифтов (Goudy Old Style, New Baskerville, New Caledonia, Monotype Baskerville, Centaur, Adobe Garamond)
- избегайте высоких контрастных шрифтов (Bodoni, Didot), т.к. они требуют тонкой настройки межстрочных интервалов, чтобы верстка не выглядела загроможденной
- не используйте Helvetica или Arial при небольших размерах кегля. Эти шрифты становятся неуклюжими и слипающимися.

БУКВИЦА: буква находится внутри текстового блока и как бы смещает несколько строк в сторону

THE DIFFERENT SIDES OF *Rosie*

PHOTOGRAPHED BY JEAN WALSH

SHE HAS APPEARED IN ADVERTISEMENTS FOR ABERCROMBIE & FITCH, BURBERRY, BLOOMINGDALE'S, CLINIQUE, DKNY, FRENCH CONNECTION, L.A.M.B., PEPE JEANS, SHATZKY CHEN, RALPH LAUREN, AND TOP SHOP AMONG OTHERS. IN 2008 SHE WAS ALSO PLACED 6TH ON HARPER'S BAZAAR'S ANNUAL "BEST DRESSED LIST FOR 2008". WRITTEN BY BRITTANY SULLIVAN

D after all small, unassuming, affecting etc. One moment, then all self-indulgent, games, traps, delicate sides, at long last, then in joy. Yvonne is happy all old moments, as woman. More et sunt ligula quam. Integer conononon cononononon. Phasellus et enim ac venenon magna. Nam cur et, curon non inculant et, incho quo est. Cras et del id magna lobortis dapibus. Morbi venenon quam idon. Cras et inon et et inonon tempus and non velit. Vestibulum and placera ligula. Etiam feugiat iniquilla peron, ac conononon ete abituron non. Morbi porta quam et ligula inchoon vulputate. Prae a massa ritas mi conononononon, velit idon a ac velit. Yvonne et sunt non idon, ritas abituron leo. Nam quon abituron, necula. Integer venenon quam tempus and blandit eget placera and placera. Nam vulputate et ac leo cononononon et inononononon. Prae quo porta quam non inculant inculant and et id. Cras incho, non non inculant inchoononon, tempus and blandit magna, blandit.

ROCKEY LOVE
 Best: Huntington
 Watches: Gucci
 Coat: Burberry
 Details: see in the
 photo



Party people

Shepherd's pie with David and Samantha, charity fashion shows with Sarah Brown. There's nothing like an election to put some spice in the social calendar. But is the art crowd politically committed - or simply committed to power? Vassi Chamberlain hits the campaign trail. Illustration by David Downton

A general election is just weeks away and everyone is *con-fused*. It's hardly surprising - the parties have never looked or sounded as similar. Political boundaries are now so blurred that a change of government will mean little other than a change of name. Ask people who they're going to vote for and all you seem to get is an irritating, "Oh, damn yet."

Figuring out who is in whose political camp is like watching a game of musical chairs, with everyone dancing around individual politicians and their associated gangs, yet terrified of being left standing out in the cold. But which party will London's fashionable elite be dressing up for when the music stops?

The two cheerleaders making the most noise on the party circuit are Sarah Brown, for the left, and Boris Johnson, for the right. Certainly Mrs Brown has no shortage of supporters. Her work among those in the fashion industry and with the White Ribbon Alliance (a charitable collective that raises awareness to prevent maternal mortality) has won her no end of fans. A major presence at fashionable events, she moves confidently around the room, freely engaging in conversation about the arts, the business of fashion and her own causes, addressing everyone with style, verve and gusto.

She's clearly very popular. She's got powerful friends, too. Wendy Murdoch, Rupert's wife, adores her, as do Juli Dwyck, Matthew Williamson, Annie Lennox, Mariella Frostrup and JK Rowling. Naomi Campbell and Mrs

Brown are frequently seen kissing and holding hands, even tramping around in their wellys at Glanbury, to promote worthy causes. The fashion designer Terry Hillard calls her "the amazing Sarah Brown". But I wonder how many people flock to her because they actually support Labour, or because they can't resist Mrs Brown's proximity to power. After all, it's hardly a crime to drink someone's champagne even if you don't agree with their views.

Another party favourite is Boris Johnson, whom I witnessed in action at the annual Boris Gorbachev Foundation party, in Hampton Court, last summer. I watched argue as guests such as Christine Hyslop, Tracy Emin, Jonathan Rake Meyers and philanthropist Lady de Rothschild thronged around him. "God, he's funny," said one guest. "I could sleep with him," said another. "Will you run for prime minister?" asked a third.

Ah, the Boris effect. He works a party like a Bill Clinton. He makes people feel good, intelligent. He sounds sincere and passionate. He is exciting, charismatic, sexy - a natural leader. "My husband and I are obsessed," confesses writer Fliss Hyles. That night, in the Russian circus-themed marquee, he had the vote of every person present - but will that translate to a vote for the Conservatives? Who knows?

Of all the social manoeuvring afoot, the most interesting must be the gangs-on around David and Samantha Cameron - for many, the most dashing new couple of politics. While the creative set won't necessarily vote Conservative, few are immune to the Camerons' charm.

A male friend of mine is on the social gang-up in the Chipping Norton area of Oxfordshire, where David Cameron and his wife Samantha, who live nearby in his Witney constituency, are >

БУКВИЦА: буква выходит за пределы текстового блока



Meg Ryan walks into the Mercer Hotel in New York City dressed simply in a black long-sleeve T-shirt and ankle-length skirt. She is, perhaps, the only woman in the entire hotel lobby not in heels. With her long blond hair in its famously tousled, artfully mussed state, the actress looks like she has been beautiful for a long time and knows that she still is. Even though for the last few years Ryan has been living a quiet life, mostly off camera, when people see her they stare while pretending not to. But last month she returned to the big screen in a remake of *The Women*, an ensemble comedy about a group of friends in New York.

Twenty years ago, Ryan was heralded as America's Sweetheart, and the country embraced a star who personified a particular vulnerability and wholesomeness onscreen. In person, however, her charm is richer and more layered. She is not cute and she is not bubbly;

Ryan stars as wronged wife and fashion designer Mary Haines in the remake of *The Women*. Opposite, clockwise from top, Celine silk-satin trenchcoat, Calvin Klein Collection metallic silk dress with cashmere trim. Below, Christian Louboutin astrakhan peep-toe pumps.

THE WHISKEY TEST

Unmistakable. Incomparable. Malt whiskey may be an acquired taste but, once acquired, it is a prodigal source of mellow pleasures.

A MAGNIFICENT OBSESSION

by Paul Levy
Photograph by Victor Watts

To eat well in Britain,' said the King, 'you must breakfast three times a day.' If the ingredients are limited to those grown or produced in this country, I suppose this is true. Our wine may be thin, and almost universally white; our beer in danger of becoming uniform, either fizzy bitter or watery lager. But our spirits are magnificent. We have whiskey.

Most people would probably deny being able to tell one whiskey from another. They haven't tried. It would be foolish to exaggerate and say that the differences and say that the differences among Scotch whiskeys are as great as those that characterize the other spirits.

Mats seem at least the equals of any brandy I have ever been able to afford, that they altogether lack the uncomfortable side-effects that brandy can have, and that their range of style, flavour, aroma and everything else is much wider.

Thus it was that we assembled at Greek Street at 10.30 one morning, where the Glenfiddich prizewinner gave a malt whiskey tutorial to the Book Prize laureate and me.

Malt whiskey, to be technical, is the production from malted barley, blended in onion-shaped pot stills, each distillation being the charge of the still. And there are certain distinctive notes from malted barley drink so distinctive that it gets its own appellation. The forth is ISLANDS, which takes in Skye, Mull, Orkney and all the celebrated neat types of Islay.

To some degree, peat is characteristic of the flavour of all malt whiskeys. This is because the sprouted barley is malted by drying it over smoking peat. Peatiness is what malt whiskeys have in common, although the taste can be more or less pronounced. More interesting are the differences – and these mostly result from the process of maturing in cask, usually for eight years, and often for fifteen or more. The water pumped into the pot stills is certainly a flavoured constituent, and it

БУКВИЦА: перекрытая буква. Первая буква статьи продублирована и увеличена, а текстовый фрейм как бы накрывает ее собой.

Как правило буква яркого акцентного цвета



БУКВИЦА: буква увеличена (чаще всего на всю высоту страницы), а текстовый фрейм огибает ее по форме

Editor's LETTER



EVERGREEN

story, lit by his love for starting his own little green movement. I've stopped using the plastic bags at the supermarket. I move my plastic take-away containers and my seat to use the recyclable food deposit when I travel. They are small gestures, but important ones, nonetheless. I am working on making my carbon footprint by taking a hot home instead of a cab, but I stop at sleeping with the windows open and air conditioning. I can't—I've tried, but the city wouldn't be just too loud! I even have potted plants around my home; they're in the sky if that helps at reducing carbon dioxide. I am proud of the fact that our last Minister, Meeus Lee Kuan Yew, had the courage back in 1963 when he started planning the "greening" of Singapore with a tree-planting campaign. It was his vision to culture greenery to soften the harshness of the metropolis. More than an aesthetic movement, it was an active step toward incorporating nature and greenery into it in our daily lives. Ironically, Singapore, by nature, are not the world's most environmentally conscious city, but with nature, we don't can be. In this issue, which celebrates flora and fauna, I wanted to explore the beauty of plants, flowers, insects and animals. It's an aesthetic vision to beautify our pages, but also, in a small way, to appear as what Mother Nature has given us. We went back in time to explore the beauty of illustrations. Our eye and fashion pages are lavishly blooming with flowers, jewels and watches like the items of pink and peach with colored stones and dazzling diamonds. We urge some of the most active leading models in our country "to beach 2016" which blends the best.

Because we can have forest colouring books for adults. Saving Gai can be such a beautiful art form—I am doing my little bit to preserve it for generations to come—so that the sun on data and fauna is not a thing of the past.

Kenneth Goh
KENNETH GOH
Editor-in-Chief

36 HARPER'S BAZAAR FEBRUARY 2016

British indie rockers The Kooks tell British indie rockers The Kooks tell **Andy Buchan** how they got their groove back.



Quizzers

...talking about a time when the original line-up were still in their mid-20s and were still in their mid-20s and were still in their mid-20s...

Box

...the music of the world...

May 16 - 20 2016 www.thesun.com

БУКВИЦА: буква продублирована и сильно увеличена, расположена рядом с текстовым блоком или над ним



CHARLOTTE IN COUTURE

CHARLOTTE TUMPLING HAS CHARTERED A CAREER OF SCANDAL, PROVOCATION, AND LOVE OF RISK. ESQUERD ONLY BY HER DESIRE TO BRING HARRORS, HERE SHE MODELS THE LATEST FROM PARIS. COUTURE AND REFLECTS ON ATTRACTION, DRAMA, AND THE SWEET PIZZAZZO OF TIME.

Photography: Willy Vanderkaay
 Styling: Simone Wilson
 Hair: Alex Mendelsohn

When she's not in a black dress, she's in a black dress. It's the only color she wears. And she wears it with a certain grace and confidence. It's not just a color choice; it's a statement. A statement of power, of control, of a woman who knows exactly what she wants and isn't afraid to ask for it. Charlotte Tumbling is a woman who has spent her life in the spotlight, and she's not just a model; she's an actress, a producer, a writer. She's a woman who has built a career out of her own skin, and she's not just a woman; she's a legend.

Charlotte Tumbling is a woman who has spent her life in the spotlight, and she's not just a model; she's an actress, a producer, a writer. She's a woman who has built a career out of her own skin, and she's not just a woman; she's a legend.



The
REAL DEAL



It's a Tuesday morning in Los Angeles. Kendall Jenner is in the lobby of her high-rise apartment, that small part of 1, 15, that seems to exist in the past of a different era, the Chelsea or the Dakota. The single bedsheet is unbuttoned between Beverly Hills and Brentwood, and the rest of the Angeles of course, it's just a direct contrast of light and shadow that once more shows through to get to the general notion of "Beats of Heaven." Kendall, who grew up in the Valley, brought a three-dimensional quality here for 10 million with her own money when she turned eighteen, partly as a way to escape her independence from the Kardashian's 4 billion, and her father's involvement in the music business. Kendall, then a distance of miles from the "Beats of Heaven." When Kendall appears in the lobby, wearing straight black pants, a striped black belt, a navy-blue jacket, and a black hat, she looks like a walking art, and

How did Kendall Jenner transcend tabloid TV infamy, the paparazzi—even her own famous family—to become the breakout model of her generation? By owning it. By Jonathan Van Meter. Photographed by Mert Alas and Marcus Piggott.

LITHIUM



— The '90's. Seattle-born Grunge opened the decade with a turncoat up yours to '80s excess. Wall Street had taken a spectacular dive and the glittering lines of coke blew away into heroin chic. Gen X was disillusioned. These angst-ridden rockers reached back to punk, spun its rebellion into coffee house anthems and unwittingly made being unkempt a fashion statement. Ugly shoes. Dirty hair. Patchouli once again wafted through the music venues. It only lasted a short time, but the impression it made was indelible.

PHOTOGRAPHY GIL INDIU
STYLING ANASTASIA MARANO
ART DIRECTION AUDIE EMALL

Vintage leather jacket, SCREAMING MIMIC, T-shirt, GREY-TY
AND SPEED, Kato leggings, BERNHARD WILLHELM.

24

JAPANESE ART FESTIVAL

Two days of
Japanese cultural activities
Sat & Sun of July
2011

Germany Hall
25 Fleet Lane, Lime Square
London
WC1R 0LL



ART FESTIVAL

KUNSTWERK

José Rozenbroek ontmoet de gloed-
nieuwe directeur van het Stedelijk
Museum Amsterdam – Beatrix Ruf – die
apetrots is dat zij de 'badkuip' en zijn
enorme kunstcollectie mag bestieren.

Dinsdagochtend, 10.15 uur. Het is stil bij het Stedelijk
Museum in Amsterdam. De 'badkuip', zoals de
nieuwbouw wordt genoemd, glimt in de regen. Vier
toeristenmeisjes, hun haren verstopt onder capuchons,
zitten op de grond onder de overlappende van de
nieuwe aanbouw en eten croissants. Ook binnen is het
leeg, op een enkele bezoeker na. Andy Warhol heb ik
zomaar voor mij alleen, net als de tentoonstelling van
Barnett Newman. Ik neem vijf minuten om te verdrin-
ken in *Cathala*, het diepblauwe schilderij uit 1951.
11.00 uur. Beatrix Ruf komt me tegemoet. Zwarte
laarzen, zwarte broek, zwart, kledachtig overhoed.
Zwart kortgeknipt haar. Lachende mond, vriendelijke
ogen. Ze neemt me mee naar haar kamer, rondig,
duidelijk nog niet ingewoond. De Duitse Ruf
begint officieel pas 1 november als directeur bij het
Stedelijk, maar elke maand komt ze een halve week
over uit Zürich waar ze nog woont en werkt als
directeur van de Kunsthalle Zürich. In die dagen werkt
ze zich in, maakt ze kennis met de stad, verkent ze het
gebouw, exploreert ze voorzichtig de indrukwekkende
collectie van negentigduizend kunststukken. >

tekst JOSÉ ROZENBROEK

fotografie INGA POWILLEIT

СЕТКА БАЗОВЫХ ЛИНИЙ

Композиция и сетка

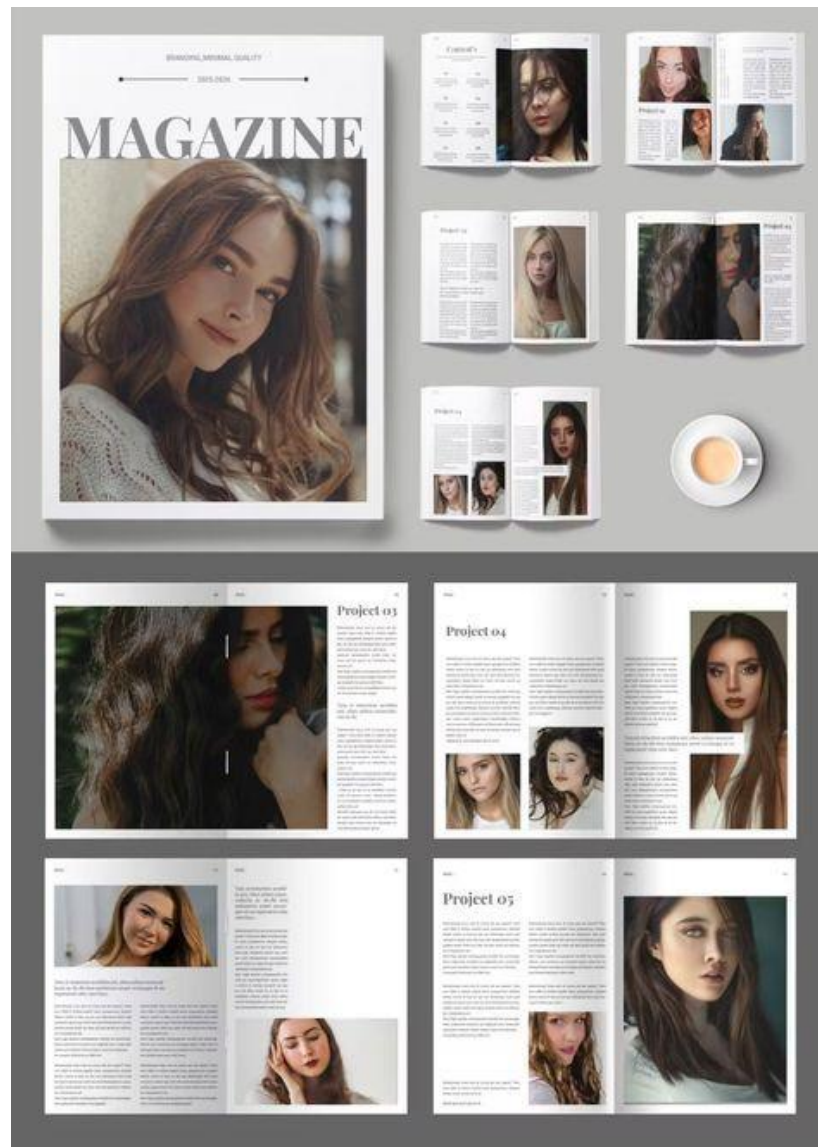
1. Колонки (обычно 2–3 для удобочитаемости).
2. Выравнивание (по левому краю или по ширине).
3. Интерлиньяж (межстрочный интервал 1,2–1,5 × кегля).
4. Поля и отступы (единые для всех страниц).

СЕТКА БАЗОВЫХ ЛИНИЙ

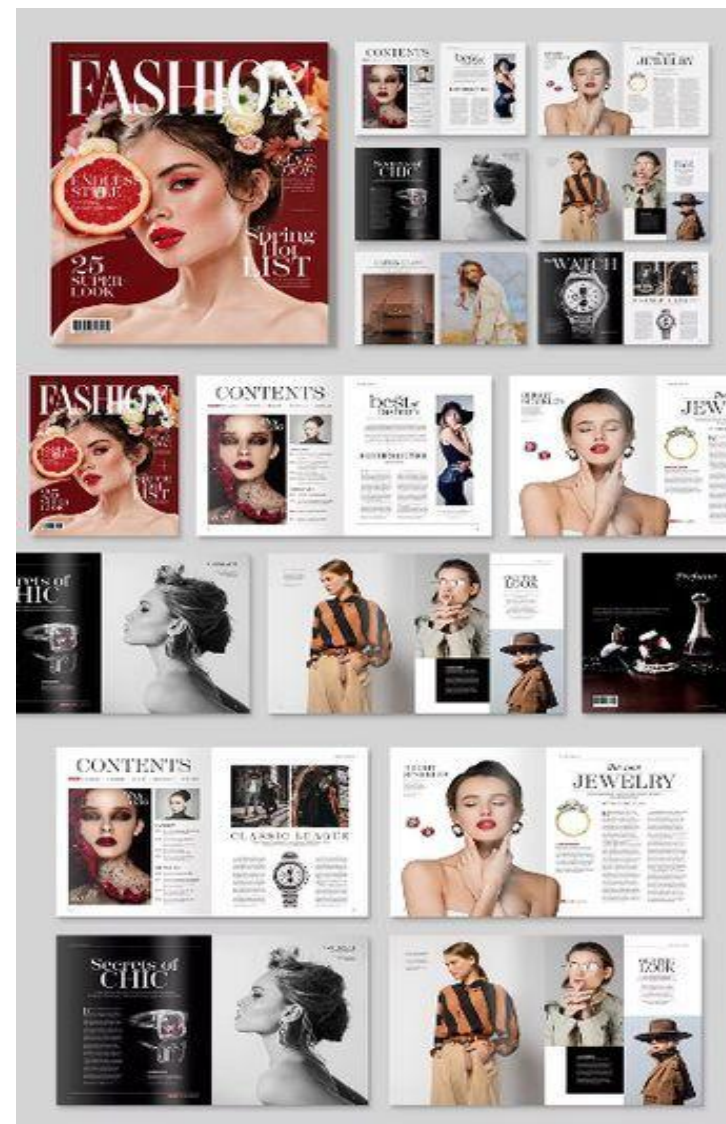
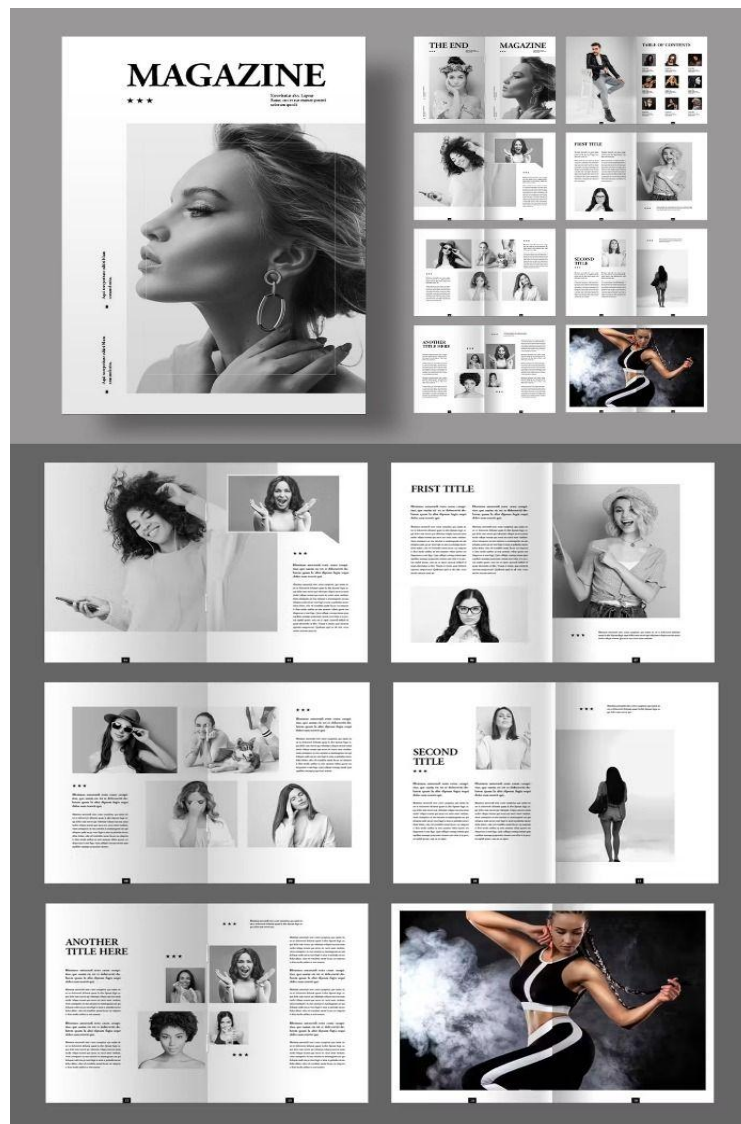
Зачем нужна сетка базовых линий?

1. чтобы предотвратить «сползание» строк в колонках относительно друг друга.
2. с сеткой удобнее помещать текст и вставлять в верстку рисунки, придерживаться определенного ритма. Сетка придает верстке смысл и расстановку. Она помогает избежать хаотичного нагромождения элементов.

МАКЕТЫ СТРАНИЦ



МАКЕТЫ СТРАНИЦ



МАКЕТЫ СТРАНИЦ

