Сергей Сауткин: «Не скупитесь на обучение верстальщика»

В последнее время в профессиональных конкурсах Союза журналистов России в номинации «Дизайн» всё чаще побеждают газеты, «сменившие лицо» под руководством Сергея Сауткина. Сегодня Сергей — гость нашего журнала

С Сергеем Сауткиным беседует Светлана Ушакова

— Как вы стали газетным дизайнером? Чем занимались изначально и кто вы по профессии?

— По профессии я художник. Родился в Казахстане, городе Актюбинске, сейчас Актобе. После службы в армии работал учителем рисования в школе, где учился сам. Позже устроился в частное предприятие по переработке дерева.

И начались травмы. Два раза попадал руками в станки. Мой друг, однокурсник по художественному училищу, предложил работу в областной редакции газеты. «Иди, — говорит, — а то в третий раз точно руки не будет. Куда ты полез? Это же не твоё».

Попасть в областную газету в то время было очень тяжело. Устроился внештатным фотографом в детское приложение газеты «Актюбинский вестник». Готовил фотоколлажи для первых полос. Через полгода, в 1995 году, взяли в редакцию газеты, в штат, оформителем макетов.

Готовил газетные полосы на бумаге, собирал всё в рулон и с ним ехал в типографию, где по бумажно-

Газета «Жизнь района» г. Куса, Челябинская область. 1-е место среди районных газет на форуме современной журналистики «Вся Россия-2018»

Газета «Стальная искра» г. Аша, Челябинская область. 2-е место в творческом конкурсе «Лучший дизайн» на медиафоруме «Вся Россия-2021»

Газета «Карталинская новь» г. Карталы, Челябинская область. 3-е место в творческом конкурсе «Лучший дизайн» на медиафоруме «Вся Россия-2021»

му макету верстались полосы. Это продолжалось недолго, началась компьютеризация. Учёба, курсы по программам...

Переехал на Южный Урал и в 1999 году начал работать в газете «Миасский рабочий». Позднее, в 2001 году, уехал в Чехию, работал в Праге, в газете «Русская Чехия» графиком.

В Россию вернулся с большим опытом и багажом знаний. В каких бы газетах ни работал, всегда что-то переделывал, старался сделать печатное издание лучше, красивее, удобнее. Тогда и началась моя школа газетного редизайна.

Трудясь в газете, кроме основной работы часто брался за сторонние проекты — по дизайну новых и редизайну старых печатных изданий. А когда ушёл из газеты, стал думать, как продолжить заниматься любимым делом.

И шанс появился. Помогли коллеги из чебаркульской газеты «Южноуралец». Именно они первыми в 2013 году доверили мне своё детище для переработки. Приняли гостеприимно, создали все условия для плодотворной работы. И заниматься над заданием было приятно! В «Южноуральце» начал формироваться технологический план по разработке редизайна всех последующих проектов.

— Сколько за это время газет преобразилось с вашей помощью?

— За годы моей работы обновились 23 газеты, три из которых делали редизайн у меня второй раз.

— Как строится ваша работа?

— Обязательная поездка в редакцию: для знакомства, налаживания доверительных отношений. Для спокойствия редактора, что его идея, его проект создания нового дизайна будет выполнен мною качественно и в срок.

Редакция для меня, как правило, — родной дом. В ней плохие люди не задерживаются, а остаются только добрые, талантливые, патриоты своего дела,

своей газеты. Сначала идёт обязательное утверждение плана предстоящей работы. После этого — уже мой творческий процесс на удалёнке, пункт за пунктом. Если не утверждён выполненный мною очередной пункт плана, работа останавливается. Утвердить может только редактор, только ему и его решениям я подчиняюсь.
После получения исходников полос начинается процесс адаптации. К работе над редизайном подключается верстальщик редакции. Он принимает, раскрывает, сохраняет новый макет, работает над его пониманием.
Вот тут возникают проблемы, и самая большая — профессиональная подготовка верстальщиков. Чаще всего еду в редакцию во второй раз. Решаю возникшие вопросы, работаю с верстальщиком над новым макетом.

— Сколько времени занимает один проект?

— В среднем два месяца.

— В чём вы видите секрет своего успеха?

— Для меня успех — это удавшаяся взаимная работа по поиску идеи и воплощению её в макете. Это выполненный качественный продукт, который оценят читатели, на который будут подписываться, который хорошо продаётся. Хочется своей работой поднять тираж и доход редакции. Если это получается — это успех.

— Самые удачные примеры сотрудничества и самые сложные?

— Удачных, к счастью, много. Самый запоминающийся. Осень 2017 года. Незадача: сломал ногу.
И тут звонок из Кусы, из газеты «Жизнь района». Хотят редизайн, отличная идея для этого уже имеется. От меня — только исполнение.
Я им: «Не могу ходить». Они: «Мы сами приедем к вам, всё расскажем и покажем». Идея действительно оказалась оригинальной. А под идею я быстро разработал новый дизайн. Через год на форуме «Вся Россия-2018» газета заняла 1-е место.
Ещё один незабываемый случай. 2015 год. Заказ на редизайн, село Чесма, газета «Степные зори». Но в дополнение к заказу была просьба прочитать лекцию сотрудникам о дизайне газеты. Приехали с женой в Чесму во второй раз.
Зима. С редизайном всё в порядке. Прочитал двухчасовую лекцию «Визуальная журналистика, дизайн газеты в России и за границей». Все были довольны, так как многого из рассказанного мною не знали.
Нам посоветовали переночевать в гостинице, так как погода начала портиться. Но мы все-таки поехали домой. Добираться пришлось долго, а тут буран, плохая видимость, перемёты, дорогу занесло... Пока доехали, натерпелись страху, но запомнили Чесму и газету «Степные зори» навсегда.
И ещё важный для меня пример сотрудничества. Это моя жена Татьяна, моя семья. Мы вместе объехали почти все редакции, заказавшие редизайн. Младшую дочь Алису мы брали с собой в двухмесячном возрасте, вместе с коляской. Теперь, когда дети выросли, с нами ездит любимая собака.
Сложных примеров сотрудничества почти нет. Вот только один. Понятно, что не всем нравится моя работа. Но после отправленных на согласование сорока вариантов логотипа газеты читать сообщение верстальщика *«Ваши варианты нас не устраивают. Вы нам не подходите»* очень трудно.
На вопрос, что же их не устроило, и предложение разобраться, что бы они хотели получить от меня, приходит ответ: *«Если бы мы сами знали»*.
При этом редактор на связь так и не вышел. Договор был расторгнут. Я же после этого случая стараюсь более тщательно выяснять у заказчика его требования при запуске проекта редизайна, обговорив «на берегу» все тонкости соблюдения наших прав и ответственности. Настоящие переговоры со всеми правилами дипломатии.
.

— Не секрет, что у каждого издания «свое лицо». Как вам удается его сохранить в процессе редизайна?

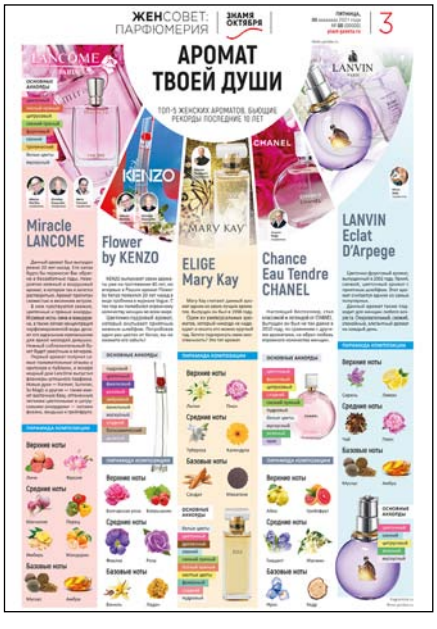
— Обязательное условие каждого проекта, это — оригинальность. По-другому я свою работу не представляю. Есть любимые приёмы. Пустые колонки, отделяющие материалы, заполненные подписями к фотографиям, вставками, фотографиями с рубриками, заголовками, подзаголовками.

Использование векторной графики вместо фотографии

Большая фотография. Рубрика, инфографика, вставка внутри фотографии

Нестандартная форма фотографии

2 пустые колонки, заполненные: автором, инфографикой, вставками с дополнительной информацией



Нестандартная форма фотографии. Много дополнительной информации

За и против. Полоса поделена на две части, белую и чёрную. Материал и фотографии тоже. Дополнительная информация: инфографика, вставки

Нравится применять мелкие иконки, указатели, символы, логотипы. Часто использую инфографику, круглые или полосные диаграммы со множеством информации. Всё это со временем сформировало мой личный, узнаваемый стиль.
Есть дизайнеры, предлагающие один разработанный ими пакет исходников всем. Мне это неинтересно. У меня другой подход к редизайну. Специально делаю по шесть вариантов компоновки вёрстки первой, второй и третьей полосы вживую. Беру тему, нахожу материал, фотографии, дополнительную информацию. В описании поясняю, что это варианты вёрстки свёрстанные по максимуму, применив все свои знания. Чтобы редактор и верстальщик видели, что можно сделать с новым макетом. Исходники полос будут намного проще, по минимуму. Видя, что можно сделать, и имея шаблоны, верстальщик может выбрать готовый вариант или взять блоками нужное. И сделать любую информационную или тематическую полосу.
Считаю, мои предложения более удобными, гибкими для верстальщика. Самое важное для меня — это творческий процесс, а не работа в автоматическом режиме.
100% шаблон сделать невозможно, этого и не должно быть. Я даю верстальщику варианты исходников в помощь, а он уже сам собирает свой, нужный ему в данный момент. Оригинальность не только в моих уже свёрстанных вариантах, а в технологии работы с исходниками, для реализации редизайна в газете.

— Что для вас главное в работе?

— Доверие редактора. Важно знать, что редактор на твоей стороне и в спорной ситуации защитит тебя. Для успеха в моей работе необходимо иметь полное взаимопонимание и быстрое взаимодействие между мной и редактором. Чтобы быстро проходило согласование и решались возникшие вопросы.
Важно давать знать редактору, чем дизайнер занимается сейчас. Чтобы редактор не терял дизайнера.

— В дальнейшем, когда проект уже завершён, поддерживаете ли вы связь с редакциями?

— Да, поддерживаю. Обязательно отвечаю на письма. Выполняю просьбы. Занимаюсь вопросами организации работы верстальщика. Решаю возникшие проблемы по вёрстке исходников, по улучшению обработки фотографий, скорости вёрстки полос.
Редактор «Русской Чехии» говорил мне: *«Если ты верстаешь полосу больше получаса, я сделал плохой макет. Нужно искать причины»*.
А вот что он говорил об ошибках: «Всё должно быть одинаковым. В твоей работе вижу расхождения с макетом. Этим ты ломаешь стиль. Моё время дорого, я уделю тебе пять минут и покажу твои ошибки. Если я увижу их ещё раз — напомню. Если увижу третий раз — накажу деньгами».

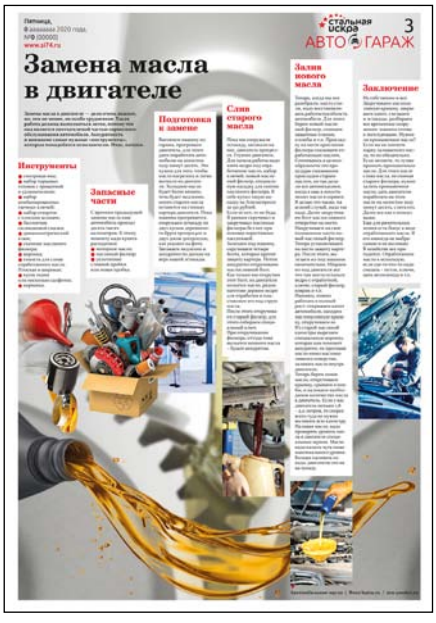
— Следите ли вы за тем, как реализуется ваша идея? Если да, то в течение какого времени?

— Специально не отслеживаю. Проходит время, редакция привыкает к новому макету. Меняет под себя, что-то не использует, что-то добавляет. Через некоторое время я и не узнаю свой макет. Это нормальный процесс. Им на месте виднее.
Редактор «Южноуральца» как-то сказала мне: «Как мы вообще жили без твоего макета?» А вот «Карабашский рабочий» позднее сделал редизайн у другого дизайнера. И это правильно, есть конкуренция, которая делает дизайн лучше.
Меня приглашают сделать обзор газет на семинарах. Это возможность увидеть работу многих моих заказчиков. Я доволен. Критики в свой адрес редакторы получают много. Некоторые шлют мне в почту номера газет с просьбой указать на ошибки.
Я приветствую такие просьбы и делаю обзоры присланного. Так что по времени — окончания для отслеживания нет. Все проекты — это всегда моё.

— Где или в чём черпаете идеи и вдохновение?

— Всегда, каждый день, слежу за отечественной и зарубежной прессой. Очень помогает интернет. Создал свою постоянно пополняемую базу газет. Отслеживая полосы, отмечаю новые приёмы вёрстки, новые правила расположения основных материалов с фотографиями и дополнительными материалами, вставками, врезками, инфографикой.
Как-то жена задала интересный вопрос: «Ты пользуешься своим внутренним миром, воображением, вдохновением. А оно не кончится?» С улыбкой от-

Фотография, рубрика, вставка внутри. 2 пустые колонки, заполненные: автором, инфографикой, вставками с дополнительной информацией. Колонка инфографики



Нестандартные колонки по высоте сверху и снизу. Фотография для фона, подложка

Нестандартная фотография, несколько частей разной формы, заполненные одной фотографией. Пустые места заполнены: подзаголовком, подписями к фотографиям, вставками

Большая фотография используется как фон. Все элементы внутри фотографии

Инфографика как анонс материала. Большая фотография. Заголовок, подзаголовок, вставка внутри. Дополнительная информация в пустых колонках

Нестандартная форма фотографии. Использование символики

Нестандартная форма фотографий, расположенных по колонкам. Одинаковые по размеру, но разные по расположению. Рубрика внутри фотографии. Пустые места в колонках рядом с фото заполнены автором материала, лидером, вставкой, подписями к фотографиям. Дополнительная информация в пустых колонках

Дополнительная информация, инфографика, подписи к фотографиям, в пустых колонках. Использование логотипов, символики

Разделение полосы на несколько частей разного цвета. Заголовки, лидеры, тексты материалов и фотографии внутри фона. Использование логотипов, символики в пустых колонках

ветил: «Конечно нет. Если были бы такие опасения, я бы за полный редизайн газеты не взялся». Я тоже учусь — от проекта к проекту. Поверьте, учиться есть чему, в газетном дизайне появляется много нового.

— Какие тренды сейчас, на ваш взгляд, преобладают в печатных СМИ?

— Попробую перечислить основные.

- **Использование фотографии большого размера**, но внутрь, чтобы спасти место, помещены заголовок, подзаголовок, иногда и лидер, вставка дополнительной информации по теме, инфографика. Это больше касается внутренних полос.
- **На первой полосе замечен отход от фотографии к главному материалу**. Часто фотография заменяется векторным коллажем или набором взаимодействующих предметов, раскрывающих тему материала. Часто захватывает шапку, анонсы, выходные данные. И только на второстепенном есть присутствие репортажной или постановочной фотографии меньшего размера.
- **Особое место занимает инфографика**. От простых, полосных до более сложных круглых диаграмм, с дополнительной информацией. Такой приём используется всё чаще, не только на внутренних полосах, но и на первой тоже.
- Не уходит, а, наоборот, **развивается приём вёрстки информационным пакетом**. Он придаёт материалу разнообразную информацию, а полосе в целом — визуальную красоту.
- **Воздух.** Это поистине наше богатство. Нет ничего лучше в нашем деле, чем радоваться большому количеству простого белого цвета. И если его умело распределить, исполнить идею с его помощью, получается оригинальная вещь высшего качества. Не-

Нестандартная форма фотографии. Дополнительная информация в пустых колонках

Нестандартное распределение материалов, фотографий по колонкам. Использование фотографий без фона

Большая фотография. Рубрика, заголовок, подзаголовок, символика, инфографика, вставка внутри фотографии

заменимый помощник по разделу материалов без рамок и фонов.

- В тренде больше **журнальный приём вёрстки**. Оставление одной или двух колонок свободными. Заполняются подписями к фотографиям, вставками дополнительной информации по теме материала. Хорошо работает как выделение основного материала от второстепенных.
- **Деление фотографии** на полосы разной длины или на разные по размеру части. Но все полосы и части занимает одна фотография.
- Уход на **нестандартные формы фотографий,** свёрстанные в ритмическом порядке.
- **Вертикальное расположение нескольких главок** с фотографиями. Объединённые общим заголовком. Разные по высоте сверху и снизу.

Все свои завершённые работы по редизайну газет выставляю на сайте *(см. qr-код)*.

— На что в первую очередь нужно обращать внимание редакциям?

— На профессиональную подготовку верстальщика. Повторюсь, что это самая большая проблема всех газет. Изыскивайте возможность для них посещать курсы, семинары — по вёрстке, программам.

Я, например, учился всегда. Был на курсах и семинарах в Челябинске, Екатеринбурге. Спасибо за это редактору «Миасского рабочего».

Хорошо помню положительное влияние этого обучения на работу. Приобретение новых знаний, решение вопросов, которые долго не мог решить непосредственно в редакции, радость от общения с верстальщиками других газет — разве может что-то заменить такую учёбу?

С некоторыми из тех давних коллег общаюсь до сих пор. Не скупитесь на обучение верстальщика, поверьте, что затраты окупятся сторицей. От его знаний во многом зависит лицо вашей газеты.

Тексты материалов и фотографии взяты из открытых источников, не для коммерческих целей. Требуемая обязательная публикация ссылок на сайты выполнена.

&