

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет мистецтв

Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

(підпис) (прізвище, ініціали)
«__» _____ 20__ р.

Реєстраційний № _____

«__» _____ 20__ р.

**РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИДАННЯ
ТЕМАТИЧНОГО НОМЕРУ АЛЬМАНАХУ «САКСАГАНЬ»**

Кваліфікаційний проєкт

студентки 4 курсу

групи Д-18

ступінь вищої освіти «бакалавр»

спеціальності 022 Дизайн

Кучерявенко Софії Олегівни

Керівник: викладач

Пікущий Олексій Іванович

Оцінка:

Національна шкала: _____

Шкала ECTS _ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Кучерявенко Софія Олегівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавав(ла) і не одержував(ла) недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомлений(а). Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.



ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ПРОЄКТУВАННЯ ЖУРНАЛУ, ЯК ВИДУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	5
1.1 Істрія винаходу та основні види поліграфічної продукції	5
1.2 Вимоги до проєктування поліграфічного видання	7
1.3 Особливості проєктування журналу	10
Висновки до розділу 1	15
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИДАННЯ ТЕМАТИЧНОГО НОМЕРУ АЛЬМАНАХУ «САКСАГАНЬ» ПІД НАЗВОЮ «PSYCHOLOGIST»	17
2.1 Головні завдання проєктування дизайну журналу	17
2.2 Етапи роботи над розробкою дизайну тематичного номеру журналу ...	18
2.3 Економічне обґрунтування розробки журналу «Psychologist»	19
Висновки до розділу 2	20
ВИСНОВКИ	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
ДОДАТКИ	27
Додаток А	27
Додаток Б	29

ВСТУП

Читання має багато переваг, таких як: покращення пам'яті, зниження ризику появи різних видів деменції, знижує стрес, сприяє розширенню словникового запасу, посилює концентрацію та розвитку аналітичних можливостей. Нажаль у сучасному суспільстві друкована література знаходить все менше читачів.[18] Незважаючи на це, якісно розроблене друковане видання, може з легкістю знайти свого споживача.

Поліграфія – це сфера людської діяльності та промисловості, за допомогою якої виготовляється друкована продукція усіх видів. Поліграфічна продукція відіграє важливу роль в житті сучасної людини. Наприклад: друкована рекламна продукція є необхідною умовою для розвитку будь-якого бізнесу; засоби масової інформації використовують поліграфічні видання, для інформування людей про новини; навчальний матеріал в учбових закладах, зазвичай, також подається у друкованому вигляді, тощо. Окрім важливої інформації, поліграфічні видання бувають розважальними.

Процес виготовлення готового продукту, зазвичай, є складним та тривалим. Для отримання якісного результату до роботи залучають цілий ряд спеціалістів, таких як: перекладачі, дизайнери, редактори, арт-директор, працівники типографії, ілюстратори, тощо. Кожний етап виробництва має свої нюанси та тонкощі. Результатом цієї праці стає якісне видання, що приносить користь читачу.

Такий різновид поліграфічної продукції, як журнал охоплює значну частину загального видавничого ринку. Окрім цього він являється різновидом засобів масової інформації, та є дієвим знаряддям впливання на громадську позицію стосовно різних питань.

Актуальністю даної теми є важливість поліграфічної продукції в цілому, і зокрема журналу для окремої людини та суспільства. Журнали можуть виконувати різні функції. Можуть бути розважальними, дитячими, науковими, новинними, релігійними, тощо. Дуже важливо під час роботи над

дизайном видання розкрити тему номеру та підготувати читача до правильного сприймання поданої інформації. Створення якісного поліграфічного видання потребує певних знань та навичок.

У практичній частині роботи я, на основі існуючих аналогів, розроблю дизайн спеціального випуску журналу.

Мета кваліфікаційного проєкту – дослідивши історію виникнення поліграфії, вивчивши вимоги з проєктування поліграфічного видання, розробити дизайн тематичного номеру журналу.

Об'єктом дослідження є різновид поліграфічної продукції – журнал. Вимоги до його проєктування в відмінні ознаки.

Предметом дослідження є проєктування спеціального випуску альманаху «Саксагань», який має назву «Psychologist».

Завдання:

1. Дослідити історію виникнення явища поліграфії;
2. Проаналізувати існуючі види друкованої літератури;
3. Визначити основні вимоги до проєктування поліграфічного видання;
4. Розібрати особливості проєктування журналу;
5. Опрацювати етапи проєктування видання у практичній частині.

Методи дослідження: системний та теоретичний аналіз літератури з теми: «Проєктування поліграфічного видання, метод порівняльного аналізу наукових джерел, метод узагальнення, метод систематизації об'єктів дизайн-проєктування, метод узагальнення.

Структура та обсяг роботи.

Пояснювальна записка має наступні складові: вступ, два розділи, висновки до кожного з них та загальний висновок, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг тексту сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ПРОЄКТУВАННЯ ЖУРНАЛУ, ЯК ВИДУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Істрія винаходу та основні види поліграфічної продукції

«Поліграфічне виробництво – це процес, що включає в себе сукупність різноманітних технологічних засобів, які використовуються для друкованого розмноження текстової та зображувальної інформації у вигляді газет, книг, журналів, репродукцій та іншої друкованої продукції.» (Полянський Н. Н. «Основи поліграфічного виробництва») [2, с.4].

Поліграфічна продукція займає важливе місце у нашому житті. Нею в різній мірі користується чи не кожна людина.

До того, як у 1436-у році було винайдено технологію друкарства процес виготовлення будь-якого видання був дуже складним. Він вимагав багато сил та часу. Результатом ж цієї праці був один екземпляр. У зв'язку з цим література не була надбанням більшості. З появою друкарства з'явилася можливість, витративши менше ресурсів, отримувати значно кращий результат, та випускати продукцію великими тиражами. Таким чином набагато більше людей мали змогу ознайомитися з написаним. Великий письменник Віктор Гюго вважав винахід друкарства вирішальним моментом в історії людства. Він вважав, що тепер думка, виражена у слові, стала довговічнішою ніж будь-коли, навіть безсмертною. [3, с.188].

Перший друкарський станок, який винайшов Йоган Гутенберг у 1436-у році був не маленькою конструкцією. За своєю будовою він мав мало спільного з сучасним. (Рис. А.1.1). Перед початком роботи майстер змазує масляними чорнилами спеціальні прес-подушки, що були оббиті гусячою шкірою. Змазувати потрібно було рівномірним тонким шаром. Після чого змазувалася таблички, на яких були вирізані текстові трафарети. Далі можна було друкувати. Майстер закріплював лист паперу і щільно притуляв до трафарету. Після чого потрібно було опустити прес. Робилося це за допомогою

важільного механізму. Після пресу залишалось лише розрізати текст на сторінки. (Рис.А.1.2)

Через те, що друкування було все ж не легкою справою, хоча набагато простішою ніж до того, друкувалися в основному книжки. Такої різноманітності видань, яку ми бачимо сьогодні, не було. З того часу багато чого змінилося. Сучасна технологія друкарства значно простіше і ефективніше. Майже всі процеси тепер виконуються автоматично. Поліграфічні видання стали доступними для кожного. Тому їх з'явилося багато видів.

Класифікують поліграфічні видання за різними ознаками: за матеріальною конструкцією; за знаковою інформацією; за періодичністю; за цільовим призначенням та інформаційним змістом; за типом видання; за віком читача; за умовами використання; за об'ємом видання у кількості сторінок, а інколи й у товщині блоку. [4, с.56]:

За матеріальною конструкцією видання бувають: книжкові; журнальні (відрізняються від книжкових оперативністю виготовлення та періодичністю, різноманітністю змісту статей та більш широкою тематикою); листові (один або декілька листів друкованого матеріалу (формат не важливий), що не мають між собою скріплення: газети, картки, брошури, тощо).

За знаковою інформацією видання поділяються на: текстові (текст займає найбільшу частину); зображувальні (основну частину займають зображення, ноти, тощо).

За періодичністю існують: неперіодичні видання (друкуються один раз і не потребують продовження: книги, брошури, тощо); серія видань (як правило, не мають чіткого проміжку часу між випусками, мають однаковий формат та заголовки); періодичні видання (мають чітко встановлений проміжок часу між випусками та мають однотипне оформлення: газети, журнали); видання, що продовжуються (не мають встановленого періоду між

публікаціями, видаються по мірі накоплення інформації та мають однаковий заголовок. Зазвичай це наукові видання).

За цільовим призначенням та інформаційним змістом видання поділяють на: учбові; політичні; довідкові; дитячі; літературно-художні; зображувальні; наукові; науково-популярні; релігійні; офіційні; рекламні; виробничі.

За типом видання бувають звичайними, покращеними та подарунковими.

За віком читача видання бувають: для дітей дошкільного віку; для дітей молодшого шкільного віку; для дорослого шкільного віку; для дорослих.

За умовами використання виділяють наступні види: в бібліотеці; в учбовому закладі; на виробництві; в польових умовах.

За об'ємом видання у обкладинці бувають: малими, середніми та великими (Табл. 1) [5, с.158].

Таблиця 1.

Типологія об'єму видань

Назва групи:	Товщина блоку, мм	Кількість сторінок, с.
Мала	≤ 5	≤ 80
Середня	≤ 14	≤ 224
Велика	> 14	> 224

1.2 Вимоги до проєктування поліграфічного видання

Проєктування поліграфічного видання, як і інші види проєктування, має свої вимоги. Ці вимоги дуже відрізняються залежно від його виду. У минулому розділі ми розглянули існуючі види поліграфічних видань. А зараз ми розглянемо основні вимоги, яких потрібно притримуватись під час роботи над проєктуванням видання. [2, с. 352]

Книжкове видання в залежності від кількості сторінок поділяється на брошури, книги в обкладинці та книги у палітурній крижці. Брошурою вважають видання, що має від 5 до 48 сторінок. Книга зазвичай має більше 48 сторінок. Книга має багато конструктивних та оформлювальних елементів. Конструктивними називаються елементи з яких складається книга. А оформлювальними елементами вважають оформлення книги в цілому та окремих конструктивних елементів. [6, с. 318]

Основні елементи книжкового видання це: обкладинка, палітурка, суперобкладинка (додаткова обкладинка, що тримається за допомогою загнутих кінців та слугує для захисту основної обкладинки), палітурка, палітурна крижка (зовнішнє покриття книжкового видання), книжковий блок, зошит (отриманий методом згинання паперового листа або його частини певним чином, структурний елемент книжково-журнального блоку).

За зовнішньою будовою книжкового блоку видання у обкладинках та у палітурці мають свої особливості. Видання у палітурці складається з палітурної кришки та прикріплених додаткових елементів, таких як: форзац, каптал, марлеві клапани, паперова смужка, покривний матеріал, тощо. Обкладинка буває м'якою, інтегральною, обрізною з кантом.

Видання у обкладинках має дещо простішу будову. Форзац, клапани, та каптал, у даному разі не потрібні. Корінець блоку має фальцьовану або пряму форму. За конструкцією брошури та журнали мають багато спільного. В залежності від об'єму та оформлення можуть мати різну конструкцію. Вони можуть випускатися і в палітурці і в обкладинці. Але у більшості випадків журнали мають обкладинку.

За внутрішньою будовою книжкового блоку видання у палітурці та з обкладинкою зазвичай не мають принципових відмінностей.

На титульному аркуші розміщується вихідні відомості, що дозволяють вирізнити дане видання з поміж інших.

Вихідні відомості – це текст, що розміщується на найбільш примітних місцях, таких як: обкладинка, титульний аркуш, палітурка та кінцева смужка. Вона представляє собою коротку інформацію про видання, яка допомагає знайти дану книгу у магазині, бібліотеці, тощо. Включає в себе: прізвище автора, редактора, художника, назву книги, тираж, об'єм, формат, анотацію, тощо. Вихідні відомості поділяють на вихідні дані та випускні дані.

Вихідні дані – це місце випуску видання, ім'я видавця (назва видавництва), рік виходу. Зазвичай розміщуються у нижній частині титульного аркуша.

Випускні дані – це виробничо-технічна характеристика видання. До них відносяться: номер ліцензії, дата друку, формат видання, вид паперу, тираж, об'єм видання у листах, тощо.

Є одинарний (складається з двох листків), та подвійний (з чотирьох) титульний лист.

На одинарному титульному аркуші текст знаходиться з однієї сторони, а на іншій може розміщуватися зображення, що характеризує видання в цілому. Його називають фронтисписом. (Рис. А.1.3)

Полосою називають лист, який повністю займає надрукований текст та зображення. Полоси бувають: початковими – на початку видання, або розділу (зазвичай має відступ зверху, який може займати зображення чи орнамент); кінцевими – на кінці видання чи розділу (зазвичай не до кінця заповнений текстом); рядовими (всі інші).

Окрім основних елементів (тексту, ілюстрацій) на полосах розміщені й довідкові елементи, такі як:

- **колонтитул** – це рядок, що розміщується у верхній частині листа, та є назвою розділу чи темою книги. (Рис. А.1.4 (1))
- **колонцифра** – цифра, що позначає порядковий номер сторінки. Може розміщуватися як у верхній частині, так і у нижній. (Рис. А.1.4 (2))
- **колонлінійка** – відділяє колонтитул від основного тексту.

- **сигнатура** – цифра, яка показує порядковий номер зошита у блоці. Знаходиться на початку кожного зошита.
- **норма** – ставиться поруч з сигнатурою, позначає автора або коротку назву.

Конструкції полос журналу дещо відрізняються від книжкових. Вони: включають багато ілюстрацій; відсутній титул; текст друкується у декілька колонок; відсутні початкові та кінцеві полоси; зовнішні та внутрішні сторони обкладинки заповнені текстом та зображеннями.

Формат журналів зазвичай більший за книжковий. Журнали бувають малооб'ємними (64-80 с.) та багатооб'ємними (від 80 с.). Малооб'ємні журнали здебільшого більші за розміром.

Газети та листові видання мають свої особливості. Газети виходять у чітко встановлені дні та час, та мають об'єм від 2 до 32 полос. Назва газети є титулом та знаходиться на першій сторінці зверху. Вихідні дані розташовані на останній полосі. Як і журнал, газета включає багато зображень. Ілюстрації мають різний характер, в залежності від теми статті. На відміну від інших видань газети мають багато заголовків, які мають різний розмір в залежності від важливості інформації. Даний вид видань не скріпляється. Два або більше лисків лише сфальцьовані в один або два згини. Газети випускають А2, А3 та А4 формату. Текст друкується колонками, яких може бути від 2 до 8.

1.3 Особливості проєктування журналу

У попередньому розділі ми розглянули основні вимоги до проєктування видань в обкладинці, виділили основні елементи будови обкладинки та полос видання, визначили відмінності від інших видів друкованої продукції. Зараз ми більше зупинимося на цій темі. Що ж потрібно врахувати при роботі над журналом?

Журнал – це поліграфічна продукція, що відрізняється яскравим оформленням, креативним дизайном та якісним друком. Часто його

використовують як платформу для реклами. Є три види журналу: рекламно-інформаційні, розважальний, політичний. [7]

Перед початком роботи над журналом потрібно взяти до уваги: концепцією видання, тему; потреби цільової аудиторії, стать, вік та інтереси останньої. [8]

Наступним кроком є обрання колірною та композиційного рішення в дизайні.

Вплив кольору у дизайні важко переоцінити. За допомогою кольору можна викликати у людей потрібні емоції та зробити свій бренд впізнаваним. Спеціалісти у цій сфері провели безліч досліджень про вплив різних кольорів та їх відтінків на окрему людину чи групу. [10] Наведемо декілька прикладів емоцій, які може викликати окремий колір. Червоний викликає сильні емоції такі як: гнів, любов чи пристрасть; синій ж навпаки – спокій, відповідальність, печаль. Білий символізує невинність та чистоту. Чорний – елегантність або зло. Зелений викликає асоціацію з достатком та природою. Важливо прийняти до уваги, що сприйняття кольору може різнитися в залежності від культурного походження.

Композиція дуже важлива для правильного сприйняття матеріалу. Визначимо основні складові частини композиції у поліграфічному виданні: зображення предмету чи людини в оптимальному ракурсі; використання різноманітних гарнітур та графічних символів; правильне розподілення кольору, виділення головних відтінків; ілюзорна подача зображення, робота з зоровим сприйняттям; послідовність подачі інформації.

Ці елементи впливають на формування певного образу та сприйняття сили, концентрують увагу на потрібній частині листа.

Важливо прийняти до уваги звички потенційного читача при перегляді матеріалу: діагональний перегляд – погляд з лівого кута переходить вправо та вниз; темне сприймається раніше за світле; спочатку сприймається кольорове,

а вже після чорно-біле; зображення людей, тварин та руху привертає увагу; сприйняття теплих й холодних відтінків залежить від пори року. [11]

Є декілька прийомів, які використовують дизайнери, аби досягти бажаного результату: акцентування уваги на головному елементі; спрямування погляду за допомогою вказівних елементів; масштабу та створення ієрархії об'єктів; використання елементів, що доповнюють один одного; збільшення або зменшення контрасту; повторення елементів дизайну; використання білого простору; тощо. [12]

Після узгодження дизайну журналу можна приступати до верстки. Верстка видання – це процес формування друкованої сторінки. Наведемо декілька порад стосовно верстки журналу:

- 1) не друкувати розворотами, лише сторінками (використовувати опцію Spreads);
- 2) формат документа повинен чітко відповідати розмірам готового виробу;
- 3) не зловживати зображеннями та текстами, які перетікають з лівої сторінки на праву. Велика вірогідність, що після друку вони не співпадуть;
- 4) залишати достатні поля;
- 5) виводити зображення за поля на 5 мм, щоб після друку не залишилися білі смужки з боків.

Під час роботи дизайнери використовують модульну сітку.

Модульна сітка - це, простіше кажучи, розмітка сторінки під верстку: скільки відводиться місця на поля, заголовки і картинки, розташування колонтитулів; само собою, принципи симетрії теж ніхто не скасовував, вони мають обов'язково враховуватись.

Шрифтів у макеті не має бути надмірно багато, зазвичай їх два-три, іноді трохи більше. Один – основний, яким набирається весь текст публікації, та один-два додаткові, на заголовки та підзаголовки. Також важливі кегль (розмір) шрифту та міжрядковий інтервал (інтерліньяж).

Коли всі етапи верстки закінчені, слід передати для перевірки макет професійному коректору, так як орфографічні помилки або описки, наприклад, в заголовку аршинним шрифтом, можуть звести нанівець всі старання, витрачені раніше. [9]

Під час роботи над проєктом поліграфічного видання важливо враховувати особливості виду друку, який буде використано.

Друкування – багаторазове отримання однакових зображень з заданими параметрами якості шляхом переносу фарби з друкарської форми (безпосередньо чи через проміжну поверхність) на задруковуваний матеріал. Отримане при цьому зображення називають *відбитком*.

Основними ознаками друкарського процесу є: перенесення фарби з друкарської форми на задруковуваний матеріал з подальшим закріпленням на ньому; багаторазовість отримання відбитків та їх ідентичність. Швидкість процесів отримання відбитків та їх друкарсько-зображувальні можливості визначають технічні ознаки способу друку, до яких відносяться:

- метод перенесення фарби на задруковуваний матеріал, який характеризує особливості друкарського процесу: прямий (контактний), непрямий (контактний офсетний) й безконтактний (струменевий друк);
- принцип друкування, який відображає особливості взаємозв'язку формного та друкованого процесів (з постійної або змінної форми) або формування зображення на задруковуваному матеріалі в процесі друку без застосування друкованих форм;
- спосіб отримання друкованого зображення.

Спільними закономірностями для усіх видів друку є: нанесення фарби на елементи форм, що друкують; створення контакту тиску між формою та сприймаючою поверхнею; перенесення фарби на поверхню, на яку друкують та закріплення її на ньому. [16, с. 12]

При технології високого друку на друковану форму наноситься фарба під тиском відбувається щільний контакт між папером та друкуючими

елементами форми. В перший момент друкування відбувається прилипання фарби до паперу. Під час відокремлення відбитка від форми відбувається розрив кольорового шару між формою та папером. На відбитку залишається тонкий кольоровий шар.

Отримання відбитку при глибокому друці відбувається за допомогою контакту друкарської форми з матеріалом, що задруковується, фарба прилипає до матеріалу, і частина її залишається на ньому. Обов'язковою умовою глибокого друку є нанесення малов'язкої фарби на всю друкарську форму і подальше її видалення ракелем з пробільних і частково друкуючих елементів.

При отриманні відбитка при плоскому офсетному друку перед нанесенням друкованої фарби на форму наноситься зволожуючий розчин. При тиску друкована форма входить в контакт з гумовотканинною пластиною, і передає на неї зволожуючий розчин і фарбу (шляхом поділу вихідного шару). Гумотканинна пластина утворює зону контакту з папером, яка сприймає з пластини частину барвистого шару. [16, с.160]

Цифровий друк буває струменевим та лазерним. Технологія цього виду друку не передбачає використання фізичних друкарських форм. Зображення друкується безпосередньо з графічних файлів на комп'ютері. Лазерний друк здійснюється за допомогою сухого пігменту з подальшим його запіканням на папері. Струменевий друк передбачає використання рідких фарбників, які закріплюються за допомогою ультрафіолету.

Офсетний та цифровий друк різняться один від одного за вартістю. Вибір друку потрібно робити виходячи з потрібної кількості екземплярів видання. Для друку великого тиражу видань більш раціонально обрати офсетний друк. Це зумовлено тим, що в даному різновиді друку є таке поняття, як вартість першого відбитку. Це означає, що перш ніж друкувати потрібно зробити велику кількість підготовчих робіт. До них входять: створення друкарських форм, підготовка пресу, друк форм, проба кольору, балансування кольору. Якщо всі ці кроки робити задля виготовлення одного або декількох

зразків видань, то вони вийдуть надто дорогими. В такому випадку краще обрати цифровий друк. А от для великого тиражу різниця буде на користь офсетного друку. Мінімальний тираж, при якому має сенс обрати офсетний друк – це від 250 до 500 екземплярів. [17]

В контексті проєктування журналу – офсетний друк буде раціональним вибором.

Висновки до розділу 1

Під час роботи над першим розділом були зроблені такі висновки: винайдення друкарського станка став революційним. За допомогою друкарства з'явилася змога випускати книги великими тиражами. Данна обставина зробила книгу більш доступною для людей. Маючи змогу навчатися люди ставали більш освіченими.

Поліграфічні видання класифікують за різними показниками такими як: за матеріальною конструкцією, знаковою інформацією, типом, періодичністю, цільовим призначенням, віком читача, тощо.

Кожен вид видання має притаманні йому ознаки, та вимоги до проєктування. Вони залежать від багатьох чинників, таких як: наявність палітурки чи обкладинки, типу скріплення (або його відсутності), кількості зображувального матеріалу, тощо.

Як і інші види поліграфічних видань, журнал має свої особливості проєктування. Журнали поділяють на рекламно-інформаційні, розважальний, політичний. Вони: включають багато ілюстрацій; відсутній титул; текст друкується у декілька колонок; відсутні початкові та кінцеві полоси; зовнішні та внутрішні сторони обкладинки заповнені текстом та зображеннями.

Мають більший за книжковий формат. Журнали бувають малооб'ємними та багатооб'ємними.

На сьогодні є безліч як періодичних, так і неперіодичних видань. Аби витримати конкуренцію література повинна вирізнятися з поміж інших.

Досягти цього можна за допомогою оригінального дизайну та актуальної інформації.

Під час верстки журналу важливо звертати увагу на особливості друку та не нехтувати порадами. Є такі види друку: високий, глибокий, офсетний та цифровий друк.

Було розглянуто випадки при яких краще обрати цифровий друк чи офсетний. Цифровий краще використовувати, коли тираж видань не великий. Офсетний друк, навпаки, слід розглядати під час роботи над великим тиражом. Враховуючи цю інформацію, можна дійти висновку, що для друку журналу краще обрати офсетний вид друку.

РОЗДІЛ 2.
РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИДАННЯ
ТЕМАТИЧНОГО НОМЕРУ АЛЬМАНАХУ «САКСАГАНЬ»
ПІД НАЗВОЮ «PSYCHOLOGIST»

2.1 Головні завдання проєктування дизайну журналу

Перед початком роботи над розробкою дизайну тематичного номеру альманаху «Саксагань», потрібно ознайомитися з концепцією данного журналу. (Рис. Б.2.2)

Перший номер альманаху був випущеним в 1991-му році. Спочатку він був літературним додатком до газети «Металург», а вже потім став незалежним виданням. Журнал є збіркою творів місцевих митців (фотографів, художників, поетів, письменників, істориків). «Саксагань» випускається невеликими тиражами – 400 екземплярів. Знайти та ознайомитися з журналом можна не лише придбавши собі альманах, але й узявши в будь-якій міській бібліотеці. (Рис.2.3)

Мій кваліфікаційний проєкт являє собою тематичний номер журналу, який присвячений психології. Він отримав назву «Psychologist». Головними завданнями розробки концепції дизайну видання є:

- 1) Розробка візуальної ідентифікації випуску: створення логотипу, підбір шрифтів для заголовка;
- 2) Проєктування макету обкладинки;
- 3) Виготовлення макету сторінки основного тексту.

Поспілкувавшись із замовником я зібрала вихідні данні, необхідні під час проєктування: формат готового журналу – А4; обкладинка є кольоровою; основна полоса видання - чорно-білою; не має фонових малюнків під текстом (плашок); стаття складається з даних про автора, фото автора та основним текстом; текст подається в дві колонки; передбачено офсетний вид друку.

Для більш точного розуміння того, який результат бажає отримати замовник, я переглянула попередні випуски альманаху «Саксагань».

2.2 Етапи роботи над розробкою дизайну тематичного номеру журналу

Роботу над проєктуванням журналу я умовно поділила на п'ять етапів.

Перший етап. На початку роботи над проєктом я проаналізувала існуючі аналоги журналів.

Розглянемо відомий американський журнал «Kinfolk». (Рис.2.1) Журнал має свою особливу атмосферу. Він вражає своєю естетичністю та вишуканістю. Слоган журналу звучить так: «Discovering New Things to Cook, Make and Do» (Відкриваючи для себе нові способи готувати, готувати та робити). При перегляді кожного номера складається враження ідеального світу де: вишукані органічні страви, серйозних та в водночас дружніх розмов приємних людей, теплою й зручного одягу. [14]

Відмінна ергономіка, немає страху білого простору, по сучасному зверстані розвороти, проста і підходяща за стилем обкладинка. Журнал для домашнього, розмірного читання. [15]

На мою думку деякі прийоми цього дизайну можна використати у своєму проєкті.

Другий етап. На цьому етапі було вирішено розробити логотип та обрати шрифт для назви тематичного випуску.

Головною тематикою номеру є психологія. Психологія вивчає внутрішній світ людини а також її існування у суспільстві. Через це я вирішила використати в логотипі дві людини, які повернуті один до одного – що символізує спілкування та відносини між людьми.

Також для логотипу я обрала символ психології – букву грецького алфавіту під назвою «Псі». Вона має такий вигляд – Ψψ.

Я розробила ескізи декількох варіантів логотипів. Порадившись с замовником, я обрала найкращий ескіз. (Рис.2.4)

Далі я почала роботу над заголовком журналу. Для нього було обрано шрифт «sans-serif».

Третій етап. Після закінчення роботи над логотипом та заголовком я виготовила ескізи розміщення їх на обкладинці.

Після цього я почала пошуки зображення для обкладинки. (Рис.2.5) Зупинилася я на зображенні руки, яка простягнута долонею догори. Значення зображення можна трактувати по-різному. Хтось побачить тут людину яка просить про допомогу, а інший руку помочі. Так чи інакше значення зображення можна пов'язати з психологією. (Рис.2.6)

Картинка має пастельну гамму кольорів, це допомагає читачеві звільнитися від негативу, та налаштуватися на сприйняття інформації.

Отриманий макет обкладинки я затвердила у замовника.

Четвертий етап. Завершивши роботу над обкладинкою, я почала пошук варіантів оформлення сторінки основного тексту. (Рис.2.7)

Незважаючи на те, що сторінки будуть друкуватися виключно чорно-білими кольорами, можна знайти цікаве рішення оформлення колонтитулу та колонцифри. Для цього були підбрані образи, що перегукуються з логотипом. Це надасть виданню цілісності. Розробила серію ескізів.

П'ятий етап. На останньому етапі я внесла правки до ескізів, та надіслала замовникові результат моєї роботи. (Рис.2.8)

2.3 Економічне обґрунтування розробки журналу «Psychologist»

Через те, що розробка оформлення спеціального випуску альманаху «Саксагань» під назвою «Psychologist», була зроблена на замовлення: результати роботи було відправлено для подальшого опрацювання в редакцію видання.

Основні полоси журналу є чорно-білим. Обкладинка – кольорова. Кількість сторінок приблизно дорівнює 130. Тираж альманаху «Саксагань» налічує 400 екземплярів. Спеціальний випуск «Psychologist» не є виключенням. При такому об'єму тиражу, у чому ми переконалися при

написанні першого розділу, більш вигідно з економічної точки зору – офсетний друк.

Обкладинку потрібно заламінувати. Ламінація допомагає захистити папір від дрібних механічних ушкоджень, та від прямого попадання вологи. Ламінація є глянцевою та матовою. Глянцева – блищить та робить журнал більш яскравим та барвистим, кольори на ньому виглядають контрастніше та чіткіше. Матова ж навпаки, приглушує фарби та не дає відблисків від сонця чи лампи, але в той же час виглядає стриманіше, строгіше, і навіть солідніше. З часом на глянцевій ламінації можуть з'явитися дрібні подряпини та відбитки рук. Матова у цьому випадку майже не буде відрізнятися. З цього виходить, що матова ламінація більш практичніше, а глянцева – яскравіше та більш насичена.

У випадку с журналом «Psychologist», я вирішила обрати матове покриття обкладинки, враховуючи його переваги.

Наступним кроком я обрала спосіб скріплення. Вони бувають: 1) на дві скоби (якщо кількість сторінок не перевищує 128 сторінок); 2) проклейка на біндері (якщо сторінок більше за 48). Метод проклейки, на мою думку, більше підходить у даному випадку.

Під час верстки журналу, необхідно враховувати вільоти зображення. Якщо їх не буде, то після обрізання формат буде меншим. У моєму випадку (A4) вихідні розміри будуть – 200 *280.

Далі я дізналася скільки буде коштувати друк журналу з урахування всіх зазначених вимог. Зупинилася на компанії «Printstore group».

Вказавши всі зазначені вимоги, та вказавши тираж 400 екземплярів, я отримала суму готової продукції – 35413 грн. за тираж (88,53 грн. за екземпляр).

Висновки до розділу 2

У другому розділі я розглянула основні завдання кваліфікаційного проєкту з теми «Розробка дизайну поліграфічного видання тематичного номеру альманаху «Саксагань». До них належить: створення логотипу та заголовку, проєктування обкладинки та створення оформлення аркушу основного тексту. Визначила основні вимоги замовника.

Для більшої зручності роботи над проєктом, я поділила роботу на п'ять етапів. Перший – аналіз аналогів журналу, та пошук потрібної ідеї. Другий – розробка логотипу, пошук образів, необхідних для передавання основної ідеї видання. Третій – створення гармонійної обкладинки. Четвертий – оформлення внутрішнього вигляду видання. На останньому п'ятому етапі я внесла правки до ескізів та затвердила проєкт у замовника.

Далі я відправила проєкт в редакцію альманаху «Саксагань».

Провела дослідження економічної складової проєкту. При цьому я урахувала:

- тираж видання (400 екземплярів);
- ламінування обкладинки (матове);
- кількість сторінок (130);
- кольорова палітра сторінок (чорно-біла);
- кольорова палітра обкладинки (різнокольорова);
- спосіб скріплення (проклейка на біндері).

В результаті я отримала суму тиражу - 35413 грн. (88,53 грн. за кожний екземпляр).

ВИСНОВКИ

Під час роботи над кваліфікаційним проєктом з теми: «Розробка дизайну поліграфічного видання тематичного номеру альманаху «Саксагань»» за мету було взято дослідження історії виникнення поліграфії, вивчити вимоги з проєктування поліграфічного видання, розробити дизайн тематичного номеру журналу; предметом дослідження було проєктування спеціального випуску альманаху «Саксагань», який має назву «Psychologist».

Тому під час реалізації заданої мети було виконано наступні завдання, такі як: дослідження історії виникнення явища поліграфії. У першому розділі розглянуто історію винаходу першого друкарського станка. Його у 1436-у році винайшов Йоган Гутенберг. Його конструкція була масивною, і робота на ньому тривалою та важкою. Але до винаходу друкарства процес виготовлення книги був ще триваліше, і його результатом був один екземпляр видання. Друкарство допомогло робити одразу декілька копій, що давало змогу більшому колу людей її прочитати. Винахід друкарського станка був революційним відкриттям.

Далі я розглянула критерії за допомогою яких, класифікують поліграфічну продукцію. До них належать: види видань за матеріальною конструкцією; за знаковою інформацією; за періодичністю; за цільовим призначенням та інформаційним змістом; за типом видання; за віком читача; за умовами використання; за об'ємом видання у кількості сторінок, а інколи й у товщині блоку.

Одним з основним критерій є матеріальна конструкція. Вона буває: книжковою; журнальною (журнали, брошури); листовою (газети). Розглянула вимоги до проєктування кожного з цих видів поліграфічних видань. Книги поділяються на брошури, книги в обкладинці та книги у палітурній крижці. Визначила основні складові книги: обкладинка, палітурка, суперобкладинка, палітурка, палітурна крижка, книжковий блок, зошит. Будова полоси видання має: колонтитул, колонцифру, колонлінійку, сигнатуру та норму. Видання у

обкладинках має простішу будову зовнішньої частини, а за внутрішньою будовою майже не мають відмінностей. Журнали відрізняються від книг більшим форматом, включають багато ілюстрацій, текст друкується у декілька колонок, зовнішні та внутрішні сторони обкладинки заповнені текстом та зображеннями, та ін. Газети відрізняються від інших видів насамперед відсутністю скріплення. Також мають багато заголовків, які мають різний розмір в залежності від важливості інформації, та включають в себе багато ілюстрацій.

Також в першому розділі більш детально розглянута журнальна продукція. Її особливою прикметою є яскраве оформлення, креативний дизайн та якісний дук. Журнали поділяються на рекламно-інформаційні, розважальні та політичні. Під час розробки концепції видання потрібно враховувати потреби аудиторії. Важливими є правильно підібрана колірна гамма та композиційне рішення. Розглянула важливі поради під час верстки. До них належать: друкувати сторінками (а не розворотами), залишати поля, виводити зображення на 5 мм, використовувати модульну сітку, використовувати не більше 3 кольорів, тощо.

Далі я проаналізувала існуючі види друку такі як: високий, глибокий, офсетний та цифровий. Визначила обставини, за яких краще обрати той чи інший вид друку. Наприклад, офсетний друк краще використовувати при друку великого тиражу, натомість цифровий раціональніше обрати при невеликій кількості екземплярів.

На початку другого розділу я виявила основні задачі, які повинні виконатися в процесі розробки дизайну поліграфічного видання тематичного номеру альманаху «Саксагань», що має назву «Psychologist». Альманах «Саксагань» представляє собою збірку творів місцевих митців (фотографів, художників, поетів, письменників, істориків). Але спеціальний тематичний номер «Psychologist» присвячений психології. Мої завдання, як дизайнера, полягають у наступному: розробка візуальної ідентифікації випуску:

створення логотипу, підбір шрифтів для заголовка; проєктування макету обкладинки; виготовлення макету сторінки основного тексту.

Для зручності, я поділила процес проєктування на п'ять етапів. На першому етапі я проаналізувала існуючі аналоги журналів. Видання під назвою «Kinfolk» привернуло мою увагу своєю простотою та водночас витонченістю. На другому етапі я розробила логотип та підбрала шрифт заголовку. На третьому етапі я розробила дизайн обкладинки. Оформлення сторінок основного тексту я виконала на четвертому етапі. На п'ятому (завершальному) етапі я завершила роботу над макетами та затвердила їх із замовником.

Також у другому розділі я проаналізувала економічну сторону проєкту. Підрахувала вартість випуску журналу тиражом – 400 екземплярів. Отримала суму - 35413 грн. (88,53 грн. за один екземпляр).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Неміровський Е.Л. Винахід Гутенберга. Москва. «Наука», 2000. 73-79 с.
2. Полянський Н.Н. Основи поліграфічного виробництва. Москва. «Книга», 1991. 4, 352 с.
3. Гюго В.. Збірник творів. Том 2. Москва, 1953. 187-188 с.
4. Видання та основні види. Терміни та визначення: СТБ ГОСТ 7.60 – 2005. – Введ.01.08.05. , Мінськ: Держстандарт Республіки Білорусь, 2005. 56 с.
5. Технологія брошурувально-переплетних процесів: навч. Упоряд. Марченка І. В.. Посібник для студентів спеціальності 1–47 02 01 «Технологія поліграфічного виробництва». Мінськ, 2004. 158 с.
6. Трубнікова Г. Г., Шифріна Д. А., Матвєєва Р. В., Основи поліграфічного виробництва. Москва. «Книга», 1994. 318 с.
7. Печать журналов, особенности их изготовления в типографии. Виды журналов: стаття, 2014 р. URL: <https://www.roliksprint.ru/info/articles/pechat-zhurnalov-osobennosti/> (дата звернення 26.01.2022 р.)
8. Некрасов Александр: Как издать свой журнал: советы экспертов: стаття, 2016 р. URL: <https://www.roliksprint.ru/info/articles/kak-izdat-svoy-zhurnal-sovety-ekspertov/> (дата звернення 26.01.2022 р.)
9. Некрасов Александр: Как правильно сверстать журнал: все этапы от верстки до печати :стаття, 2016 р. URL: https://www.roliksprint.ru/info/articles/kak-pravilno-sverstat-zhurnal-mnogostranichnye-izdaniya/?sphrase_id=381 (дата звернення 26.01.2022 р.)
10. Жолудова Ольга: Теория цвета для дизайнеров, часть 1: Значение цвета: стаття, 2016 р. URL: <https://ux-journal.ru/teoriya-tsveta-dlya-dizajnerov-chast-1-znachenie-tsveta.html> (дата звернення 25.01.2022р.)
11. О роли композиции в полиграфии: стаття, 2020 р. URL: <https://www.roliksprint.ru/info/articles/o-rol-i-kompozitsii-v-poligrafii/> (дата звернення 25.01.2022р.)

12. Mary Stribley: 10 rules of composition all designers live by: стаття, 2021 р. URL: https://deadsign.ru/design/10_rules_of_composition/ (дата звернення 25.01.2022 р.)

13. Николаенко Анна: Альманах «Саксагань» открывает таланты: стаття, 2021 р. URL: <https://www.puls-gazeta.dp.ua/kultura/12317-almanakh-saksagan-otkrivaet-talanty.html> (дата звернення 21.05.2022 р.)

14. Katy Cowan: 20 independent magazines that every creative should have on their coffee table: стаття, 2015 р. URL: <https://www.creativeboom.com/resources/20-independent-magazines-that-every-creative-should-have-on-their-coffee-table/> (дата звернення 20.01.2022 р.)

15. Benjamin Tepler: Kinfolk Magazine Takes Over the World: стаття, м. Портланд, 2014 р. URL: <https://www.pdxmonthly.com/news-and-city-life/2014/04/kinfolk-magazines-family-business-april-2014> (дата звернення 20.01.2022 р.)

16. Раскин А. Н., Ромейков И. В., Бирюкова Н. Д., Муратов Ю. А., Ефремова А. Н. Технология печатных процессов (под ред. Раскина А. Н.). Москва. «Книга», 1989. 12–20, 84–94, 160–179, 196–209 с.

17. Рязанов В. М. Офсетная печать. Москва. «Книга», 1983. 66–77 с.

18. Грет Галина Петрівна: Читання книг як фактор економічного зростання України: стаття, м. Київ, 2018 р.

ДОДАТКИ

Додаток А

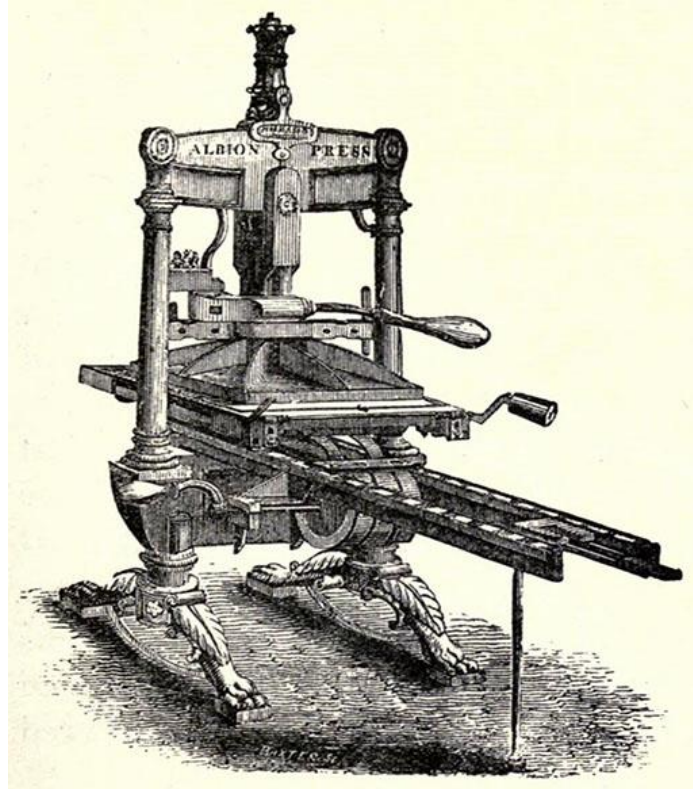


Рис. А.1.1 Перший друкарський станок



Рис.А.1.2. Перша друкарня



Рис.А.1.3. Фронтиспис

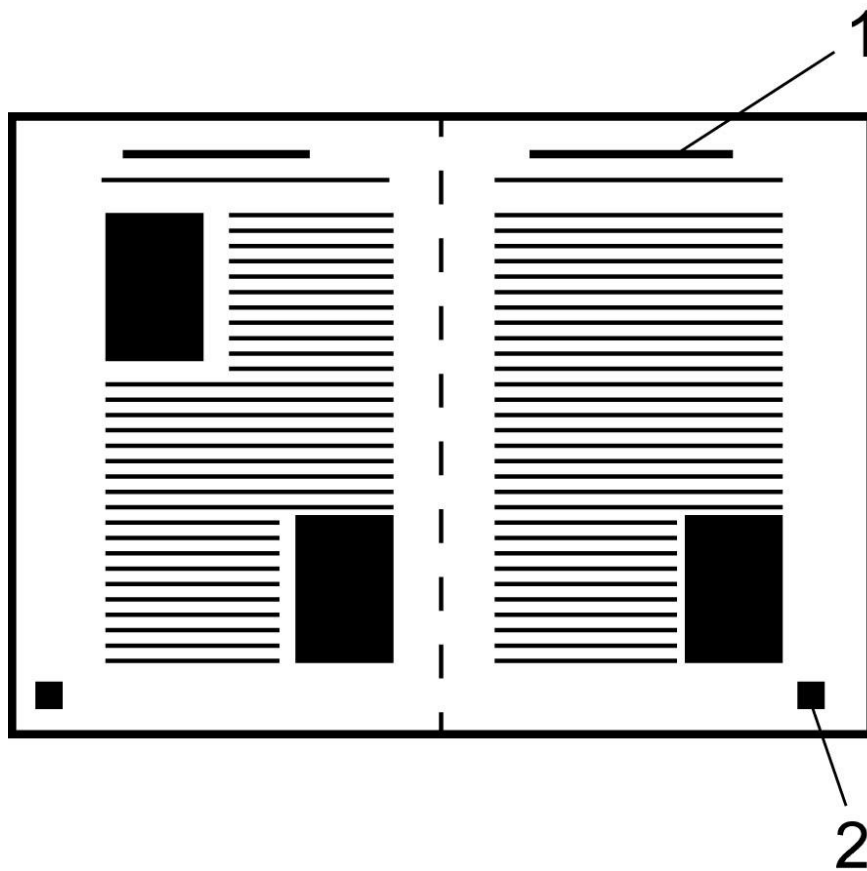


Рис.А.1.4 Довідкові елементи полоси видання

Додаток Б



Рис. Б.2.1 Обкладинка журналу «Kinfolk».

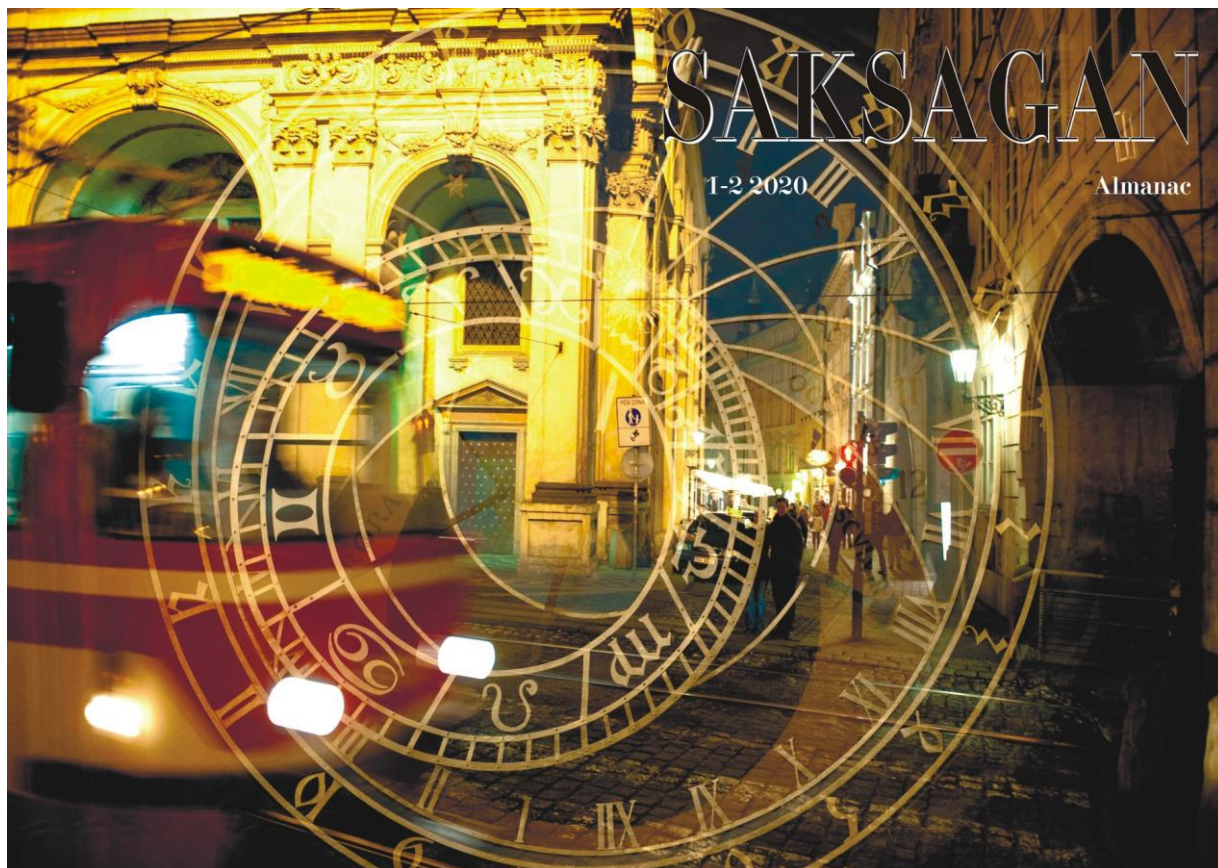


Рис. Б.2.2 Обложка альманаху «Саксагань»



Рис. Б.2.3 Дизайн альманаху «Саксагань»

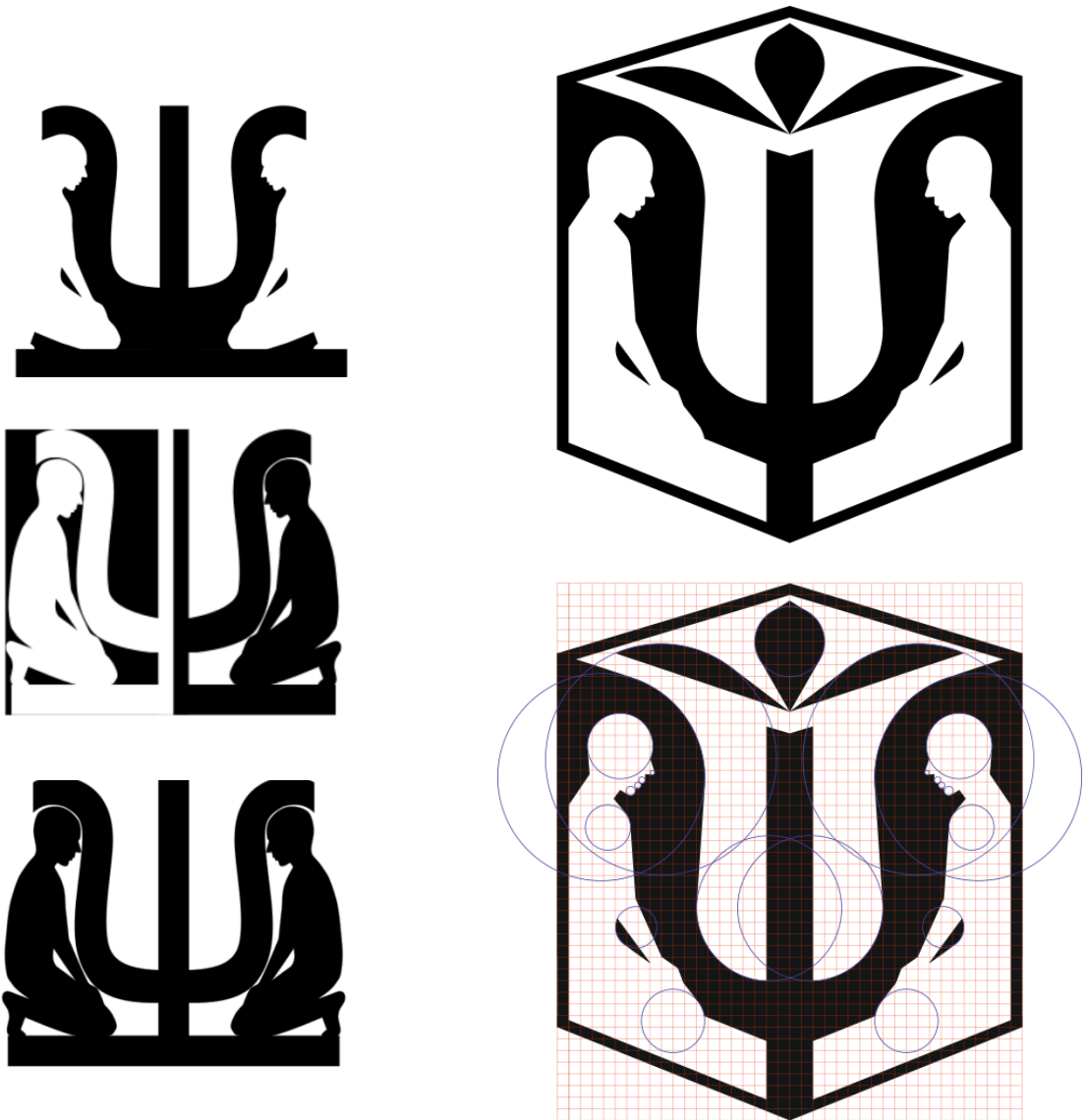


Рис. Б.2.4 Розробка логотипу

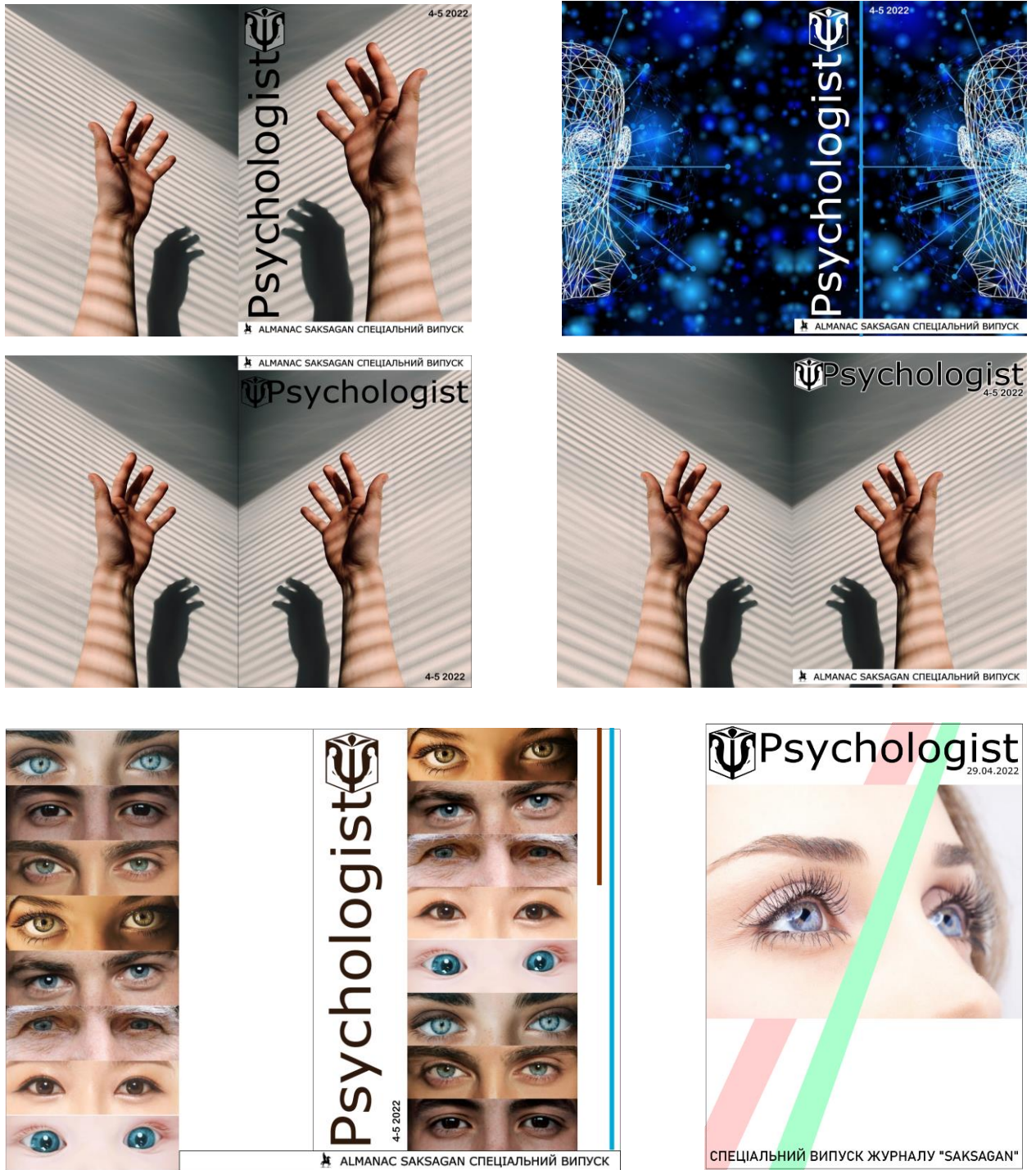


Рис. Б.2.5 Варіанти дизайну обкладинки журналу

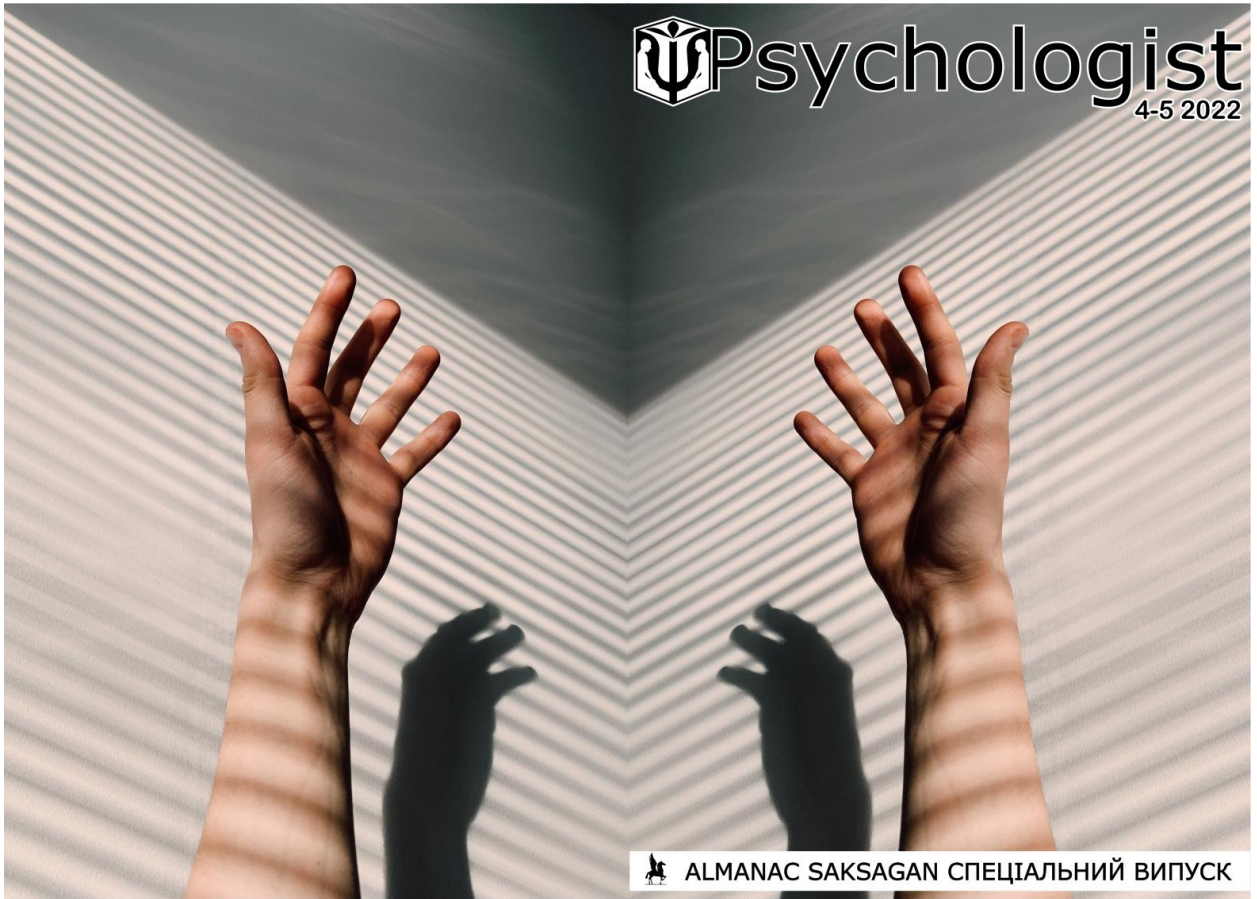


Рис. Б.2.6 Кінцевий варіант обкладинки журналу

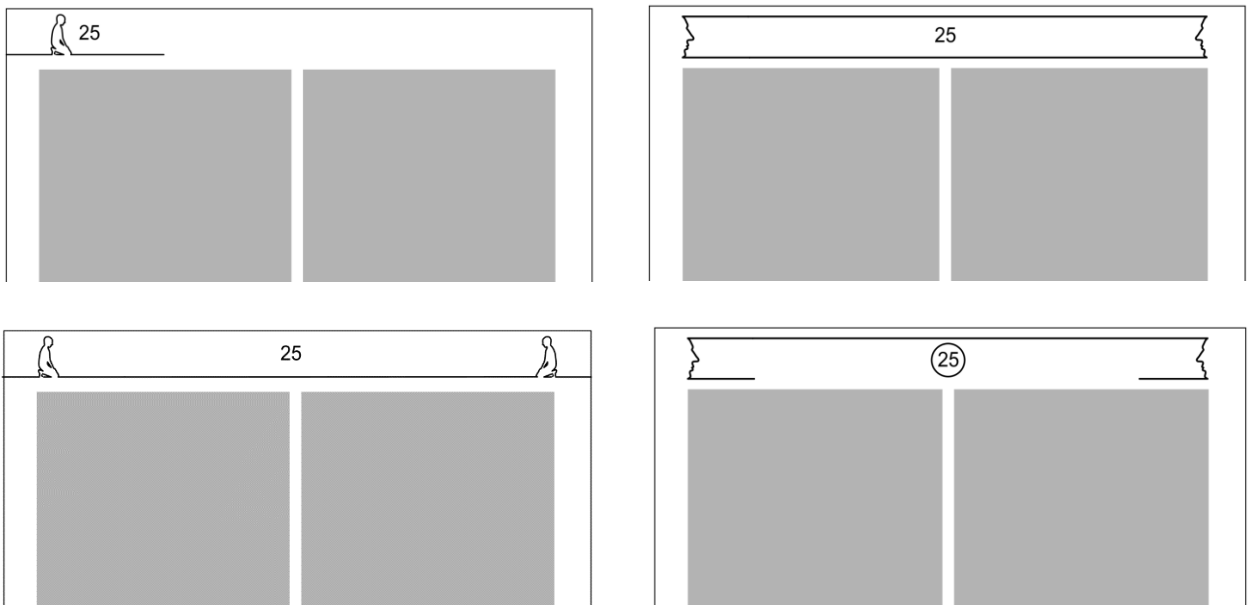


Рис. Б.2.7 Дизайн сторінок основного тексту



Рис. Б.2.8 Зовнішній вигляд журналу «Psychologist»