

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет мистецтв

Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну та дизайну

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Ємельова А.П.

«14» травня 2025 р.

Реєстраційний No

«__» _____ 2025 р.

РОЗРОБКА БАГАТОСТОРИНКОВОГО ДРУКОВАНОГО
ВИДАННЯ – БРОШУРИ

кваліфікаційна робота студентки

групи ДГ-21

ступінь вищої освіти бакалавр

спеціальності 022 Дизайн

освітньо-професійна програма

«Графічний дизайн»

Соколової Катерини Юріївни

Керівник: старший викладач кафедри

декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

Школяр Андрій Вікторович

Оцінка: Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Члени комісії: _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Кривий Ріг – 2025

Запевнення

Я, Соколова Катерина Юріївна, розумію та підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала, не одержувала 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 ознайомена. Чітко усвідомлюю, що у разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

 Соколова К.Ю.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ	6
1.1. Загальні відомості про багатосторінкові видання	6
1.2. Універсальний дизайн як інструмент багатосторінкових видань.....	9
Висновки до розділу 1	11
РОЗДІЛ ІІ. ПРОЄКТУВАННЯ БРОШУРИ	12
2.1. Гурт ДК Енергетик як джерело натхнення для створення дизайну брошури як елементу фізичного носія — CD-диску	12
2.2. Розробка брошури.....	18
2.3. Додрукарська підготовка. Розрахунок економічної складової продукту	28
Висновки до розділу 2	30
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35
ДОДАТКИ.....	39
Додаток А.....	39
Додаток Б	42

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, де інформація швидко поширюється за допомогою цифрових технологій, друковані видання набувають унікальності та важливості як канал комунікації з аудиторією. Вони поєднують візуальну естетику, матеріальність та емоційні зв'язки, які важко відтворити в цифровому середовищі. Багатосторінкові видання — це не тільки засоби поширення інформації, а й потужні інструменти для формування іміджу та популяризації брендів, концепцій і культурних продуктів.

Універсальність дизайну друкованих видань дозволяє зробити їх адаптивними до різних цільових аудиторій, зберігаючи при цьому ключову ідею. Дослідження найкращих практик у дизайні багатосторінкових видань сприятиме створенню якісних продуктів, які одночасно є інформативними, естетично привабливими та функціональними.

Друковані видання грають важливу роль в формуванні культурного простору в суспільстві. Українська культура потребує унікальних інструментів для розширення свого впливу, як всередині країни, так і за її межами. Створення якісного друкованого матеріалу — брошури, що супроводжує музичний продукт, є не лише засобом реклами, але й способом формування позитивного іміджу сучасної української культури. Такі видання стають частиною культурного простору, який сприяє поширенню українських цінностей та ідентичності. Створення продукту, ідеєю якого є поширення української культури, обумовило вибір теми кваліфікаційної роботи: «Розробка багатосторінкового друкованого видання — брошури».

Мета дослідження: дослідження специфіки багатосторінкових видань, зокрема періодичні та неперіодичні видання. Дослідження та аналіз ролі універсального дизайну в створенні багатосторінкових видань. Розкриття ролі візуального стилю в друкованих виданнях, а саме брошури, в музичній сфері.

Відповідно до мети визначені такі **завдання дослідження:**

1. Дослідити специфіку багатосторінкових видань. Виокремити значення брошури з-поміж інших різновидів багатосторінкових видань.
2. Визначити роль універсального дизайну в створенні багатосторінкових видань.
3. З'ясувати стилістичні особливості друкованих видань в музичній сфері на основі аналізу дизайну українських та закордонних аудіоносіїв.
4. В процесі практичного виконання кваліфікаційної роботи — розробити інформаційну брошуру, що є елементом аудіоносія (музичного компакт-диска), що містить творчість українського гурту.

Об'єкт дослідження: багатосторінкове друковане видання — брошура

Предмет дослідження: брошура як спосіб поширення інформації, зокрема як елемент рекламно-інформаційний продукт музичного гурту.

Методи дослідження ґрунтуються на комплексних, теоретичних та практичних підходах до проблематики створення багатосторінкового видання, як унікального методу поширення інформації за допомогою сучасних графічних засобів.

Практичне значення дослідження полягає у пошуку нових шляхів створення інформаційної брошури в музичній сфері з подальшим використанням з метою поширення української культури аналоговими методами.

Структура дослідження: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та літератури, який налічує 34 позиції та додатків в кількості 47. Основний зміст викладений на 34 сторінках й доповнений додатками, розміщеними на 70 сторінках.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ

1.1. Загальні відомості про багатосторінкові видання

Багатосторінкові видання є невід'ємною частиною культурного та інформаційного простору суспільства. Вони відіграють важливу роль у збереженні та передаванні знань, розвитку освіти, науки, сфері розваг та мистецтва. Надалі ми розглянемо історію виникнення багатосторінкових видань, їх основні різновиди та значення в сучасному світі.

Історія виникнення друкованих видань бере свій початок з глибокої давнини, коли людство вперше почало фіксувати інформацію на різних матеріалах. Першим проривом у сфері друку стала поява ксилографії у Китаї у VIII столітті. Ксилографія передбачала вирізання тексту — гравіювання та зображень на дерев'яних дошках, які потім покривали фарбою і відбивали на папері. Цей метод дозволяв виготовляти більшу кількість копій, порівняно з методом рукописного копіювання. Згодом, у XI столітті, китайський винахідник Бі Шен запропонував технологію друку за допомогою набірних шрифтів з літер, виготовлених з глини (Рис. 1.1). Ця технологія значно спростила процес друку та дала можливість створювати складні тексти з меншою витратою часу та зусиль [7].

У Європі ключовою подією стало винайдення у XV столітті Йоганном Гутенбергом друкарського верстата з використанням рухомих металевих літер (Рис. 1.2). Це відкриття започаткувало нову еру в історії книгодрукування та зробило можливим масове поширення знань. Першою відомою друкованою книгою стала «Біблія Гутенберга», надрукована на початку 1450-х років. Друкарський верстат Гутенберга дозволив значно прискорити процес тиражування книг, зробивши їх доступнішими для широкого загалу. Масове виробництво друкованої продукції сприяло розвитку грамотності, поширенню наукових знань та зміцненню культурних зв'язків між країнами [2].

Протягом XVI-XVIII століть технології друку активно вдосконалювалися. З'явилися нові типи друкарських машин та шрифтів, а також різні види

багатосторінкових видань: книги, журнали, газети та брошури. Друковані видання стали основним засобом передачі інформації та відігравали важливу роль у суспільному житті, сприяючи розвитку науки, освіти та культури [6].

Індустріальна революція XIX століття дала новий імпульс розвитку поліграфії. Винахід ротаційної машини та вдосконалення способів виготовлення паперу дозволили друкувати видання великими накладками з високою швидкістю (Рис. 1.3). Це значно розширило аудиторію читачів та зробило друковану продукцію доступною для різних верств населення. З того часу багатосторінкові видання стали невід'ємною частиною повсякденного життя, як забезпечуючи людей інформацією, так і в розважальних цілях [31].

У XX столітті розвиток комп'ютерних технологій та цифрового друку сприяв ще більшій популяризації друкованої продукції. З'явилися можливості для високоякісного друку малими тиражами, що було особливо важливим для спеціалізованих видань. Сучасні багатосторінкові видання відрізняються не лише змістовим наповненням, але й високим рівнем дизайну та функціональності, відповідаючи різноманітним потребам читачів.

Незважаючи на активний розвиток цифрових технологій, друковані видання залишаються одним із головних інструментів комунікації завдяки своїй матеріальності, можливості тактильного контакту та здатності створювати глибше емоційне сприйняття інформації. Багатосторінкова друкована продукція представлена різноманітними видами, серед яких найпоширенішими є книги, журнали, каталоги, брошури, альбоми та періодичні видання. Кожен із цих видів має свої особливості оформлення, призначення та цільову аудиторію [15].

Книги та журнали є основними видами друкованих видань, що відіграють важливу роль у поширенні інформації та знань. Мета таких видань подібна, але відмінності виражаються в структурі, періодичності та змісту. Для книги характерним є неперіодичність видання, цілісність викладу та зосередженість на тексті, що може бути доповнений ілюстраційними матеріалами. Журнали, на відміну від книги, характеризуються періодичністю видання, мають рубрики та

тематичні розділи та наповнені яскравими візуальними матеріалами та рекламою [5].

Каталоги та брошури займають особливе місце серед друкованої продукції завдяки своєму рекламно-інформаційному характеру. Каталоги використовуються для представлення асортименту товарів та послуг, містять детальні описи, фотографії та інформацію про ціни. Брошури, своєю чергою, є компактнішими виданнями, які дозволяють ефективно подати інформацію про певний продукт, послугу чи подію.

Досліджуючи більш детально саме брошуру як вид багатосторінкового друкованого видання ми виявили, що брошуру можна вважати одним із найпоширеніших видів багатосторінкової друкованої продукції, призначеної для передачі рекламної, інформаційної або навчальної інформації у компактній та зручній для читача формі. За визначенням, розміщеним в Літературознавчому словнику-довіднику, брошура є друкованим виданням обсягом не менше 5 і не більше 48 сторінок. Брошури відрізняються від інших видів друкованих видань своїм невеликим обсягом, лаконічністю викладу та яскравим дизайном, що дозволяє ефективно привертати увагу до певного продукту, послуги чи події [25].

Однією з головних переваг брошур є їхня універсальність. Вони можуть використовуватися у різних сферах діяльності: від комерційної реклами до соціальної та освітньої діяльності. Наприклад, комерційні брошури призначені для презентації нових продуктів, послуг або акцій, містять яскраві фотографії, графіки та лаконічні тексти, що підкреслюють основні переваги пропозиції. (Рис. 1.4). Соціальні брошури поширюють інформацію про важливі суспільні проблеми, здоровий спосіб життя, права громадян та екологічні ініціативи, тоді як освітні брошури знайомлять із навчальними програмами, курсами та іншими можливостями для професійного розвитку (Рис. 1.5).

Акцент на якісному дизайні та зручності сприйняття інформації стає особливістю сучасних брошур. Дизайнери приділяють особливу увагу вибору шрифтів, кольорових схем, композиції та інфографіки, щоб зробити інформацію не лише зрозумілою, а й привабливою для читача [1].

Зважаючи на ці особливості, можна зробити висновок, що брошури є ефективним засобом комунікації, який поєднує простоту, інформативність та візуальну привабливість. Вони дозволяють не лише донести до споживача необхідну інформацію, а й формувати позитивний імідж компанії чи організації. Тому їх популярність залишається незмінною навіть в умовах розвитку та поширення цифрових технологій.

1.2. Універсальний дизайн як інструмент багатосторінкових видань

Універсальний дизайн є концепцією, спрямованою на створення продукції та середовищ, які є доступними та зручними для максимально широкого кола користувачів незалежно від їхніх фізичних можливостей, віку або особливостей сприйняття інформації. В контексті друкованих видань універсальний дизайн передбачає застосування таких принципів оформлення та подачі інформації, які дозволяють забезпечити комфортне читання для всіх категорій читачів, включаючи людей із порушеннями зору, дислексією або іншими особливостями. Основною метою універсального дизайну є не адаптація вже наявних видань під потреби окремих груп користувачів, а початкове створення таких видань, які були б зручними та доступними для всіх [13].

Ідея універсального дизайну зародилася у 1960-х роках у США, коли архітектор Рональд Мейс висунув концепцію створення будівель та середовищ, які б не вимагали спеціальних адаптацій для людей з інвалідністю. Згодом ці принципи були перенесені на інші сфери, зокрема на дизайн друкованих видань. Універсальний дизайн базується на семи основних принципах: рівність використання, гнучкість у використанні, простота та інтуїтивність, сприйнятливність інформації, допуск до помилок, мінімальне фізичне зусилля та відповідність розмірам і просторовим вимогам. Впровадження цих принципів у розробку друкованої продукції дозволяє створювати видання, які є зрозумілими та комфортними для всіх категорій читачів [23].

Одним із ключових аспектів універсального дизайну для друкованих видань є вибір шрифтів та їх параметрів. Розмір шрифту, міжрядковий інтервал

та відстань між літерами повинні бути оптимальними для легкого сприйняття тексту. Найчастіше використовуються прості, без зарубок шрифти, такі як Arial, Verdana або Helvetica, які забезпечують кращу читабельність, особливо для людей із порушеннями зору та дислексією. Контраст між текстом і фоном також має бути достатньо високим: чорний текст на білому або світлому тлі є найбільш оптимальним варіантом.

Структурованість тексту є ще одним важливим принципом універсального дизайну. Розділи, підзаголовки, абзаци та списки дозволяють легше орієнтуватися у матеріалі та знаходити необхідну інформацію. Важливу роль відіграє також візуальна ієрархія: виділення ключових фраз жирним шрифтом або курсивом, використання кольорових блоків для акцентів та розміщення інформації у логічній послідовності полегшує сприйняття тексту [21].

Універсальний дизайн передбачає доступність інформації для людей із порушеннями слуху та когнітивними особливостями. Наприклад, супровід текстів піктограмами та символами полегшує розуміння змісту. Інформаційні блоки повинні бути лаконічними та конкретними, щоб уникнути перевантаження читача. Використання простих речень та уникнення складних мовних зворотів також сприяє кращому сприйняттю інформації. Крім того, деякі друковані видання доповнюють QR-кодами, які ведуть до аудіо- або відеоматеріалів, що особливо корисно для людей з порушеннями слуху або зору.

Застосування універсального дизайну в друкованих виданнях є не лише соціально відповідальним кроком, але й вигідною стратегією для компаній. Видання, розроблені за цими принципами, мають більший потенціал для поширення та впливу, оскільки враховують різноманітні потреби читачів. Таким чином, універсальний дизайн є важливою складовою сучасної поліграфії, що дозволяє робити друковану продукцію доступною, зручною та ефективною для кожного користувача.

Висновки до розділу 1

Перший розділ дослідження присвячений дослідженню багатосторінкових друкованих видань, історії виникнення та поширення друкованих видань від перших примірників зроблених методом ксилографії й до сучасних методів цифрового друку. Розглянуто еволюцію поліграфічного виробництва та його вплив на формування сучасного ринку друкованої продукції, що охоплює книги, журнали, каталоги та брошури.

Окрему увагу приділено аналізу брошури як одного з видів багатосторінкових друкованих видань, її функціональному призначенню та особливостям побудови. Визначено, що брошура є ефективним засобом комунікації, що поєднує текстовий та графічний контент для інформаційного чи рекламного впливу на цільову аудиторію.

Також розглянуто поняття універсального дизайну в контексті друкованої продукції, зокрема у створенні брошур. Підкреслено значення доступності та зручності сприйняття інформації незалежно від особливостей споживачів, що робить універсальний дизайн ключовим елементом сучасних видавничих проєктів.

Таким чином, проведене дослідження створює теоретичне підґрунтя для подальшої розробки брошури, враховуючи історичні передумови, сучасні технологічні можливості та принципи універсального дизайну.

РОЗДІЛ II. ПРОЄКТУВАННЯ БРОШУРИ

2.1. Гурт ДК Енергетик як джерело натхнення для створення дизайну брошури як елементу фізичного носія — CD-диску

Людина протягом життя бачить повсякденні речі, такі як природа, середовище в якому живе — місто чи особливе місце, вид з вікна вагона метро, музика почута за столиком в кафе, відображення сонячного світла в чашці кави чи паперовий чек виданий в магазині, несвідомо роблячи з цього особливу згадку. Кожен з цих моментів може стати як звичайним повідомленням в месенджері «бачив сьогодні таке...», так і стати натхненням та стимулом до створення ідеї та вираження її у творчому проєкті. Ідея створення цього проєкту виникла з надання особливого значення до звичайних речей — сучасної української музики та навколишнього середовища.

Музика завжди була невід’ємною частиною людського життя, відображаючи його емоції, переживання та зв’язок із навколишнім середовищем. Різні жанри, стилі та форми музики формувалися під впливом культури, історичних подій та навіть навколишнього середовища, в якому жили їхні творці. Під цим впливом формується і сприйняття музики слухачем. Навколишнє середовище, як природне, так і урбаністичне, відіграє ключову роль у формуванні музичних уподобань людини [22].

Проживаючи в індустріальному місті все життя несвідомо починаєш надавати особливого почуття «домівки» споглядаючи на старі заводи та панельні будівлі в пошуках позитивних думок. Індустріальні міста зі своїми заводами, шумом транспорту та монотонним ритмом життя створюють особливу атмосферу яку можна знайти й в музиці. Одним із найяскравіших прикладів впливу індустріального середовища на музику став жанр постпанк. Жанр виник наприкінці 1970-х років у Великій Британії, коли економічна криза, безробіття та занепад промислових міст сприяли появі похмурої, рефлексивної музики, зосередженої на ліричній складовій [29].

Сучасна українська музична індустрія переживає період активного розвитку та трансформації, охоплюючи різні жанри й експериментуючи з формами та звучанням. Важливим фактором цього розвитку стало зростання національної самосвідомості та прагнення до культурної незалежності як наслідок російського вторгнення. І цей розвиток не оминув і українську постпанк сцену. Знайти прояви українського постпанку можна було у творчості таких гуртів 80-90-х років як Оселедець та Годзадва, так і у творчості більш сучасних гуртів та виконавців — The last passenger, Джозерс, SadSvit, Mistmorn, Alexjazz, SUDNO, Small Depo, ДК Енергетик та інших. Кожен з цих виконавців вносить власне оригінальне звучання в жанр та одне в їх творчості є спільним — меланхолійне звучання, глибокі тексти та темна естетика, що ідеально відображає стан суспільства, що переживає нестабільність, суспільні трансформації та тепер і повномасштабну війну [29; 34].

Особливу увагу було приділено творчості гурту ДК Енергетик, що і стала натхненням саме для цього проєкту. Українське медіа про музику та культуру «СЛУХ» називають цей гурт «чи не найважливішим на просторах української постпанк сцени» та «руйнують стереотипи про жанр — постпанк не є застарілим, не мертвий чи занадто простий, а може звучати цікаво й технічно». Їхня музика вирізняється глибокими, іноді меланхолійними текстами, що відображають соціальні та екзистенційні питання, а також технічно цікавим звучанням записів та потужною енергетикою живих виступів. Ви вже могли чути їх творчість в популярній українській відеогрі S.T.A.L.K.E.R. 2: Серце Чорнобиля, також гурт виступав одним з учасників українського Нацвідбору Євробачення-2025 та є лауреатом музичної премії «Muzvar Awards 2024» [11; 24; 26; 28].

Не менш цікавим за музичну складову гурту ДК Енергетик є візуальна складова — від дизайну обкладинок альбомів та оформленню відеоматеріалів і до оформлення соціальних мереж та рекламних кампаній. Аналізуючи візуальний стиль західних постпанк гуртів можна виділити такі елементи дизайну як використання обмеженої палітри кольорів в графічних матеріалах — чорно-біла мінімалістична графіка, яку можна побачити на прикладі обкладинки

альбому «Unknown Pleasures» гурту Joy Division або «In the Flat Field» гурту BAUHAUS (Рис. 2.1). Часто в дизайні обкладинок використовуються монохромні фотографії високої контрастності та колажної графіки, прикладом для цього є обкладинки альбомів «Laugh? I Nearly Bought One!» та «Killing Joke» гурту Killing Joke (Рис. 2.2). Вплив наведених вище елементів можна прослідкувати й у візуальному стилі гурту ДК Енергетик.

Візуальний стиль гурту ДК Енергетик відображає їхню постпанкову естетику та глибокий зв'язок з індустріальним сьогоденням України. Промислові пейзажі, зокрема закинуті заводи та міські простори підкреслюють прив'язаність творчості до індустріальної тематики, а візуальні матеріали, більшість яких виконані в чорно-білих або приглушених тонах, створює атмосферу меланхолії та відчуженості, характерну для жанру постпанк [14]. Зображення житлового масиву Троєщина в Києві, що відомий своєю типовою архітектурою, на обкладинці альбому «Юність» або скляні блоки на обкладинці альбому «Завтра» символізують індустріальне минуле та соціальні аспекти життя, які відображаються в музиці гурту. В обкладинках синглів прослідковується використання колажної графіки в обкладинках до пісні «ГроБ» або «Танок» та ілюстрацій художника klrjrg до пісень «30» та «Іскра» (Рис. 2.3) [27].

Атмосферою урбаністичних пейзажів пронизаний весь візуальний стиль гурту. Ця атмосфера яскраво виражається в відеокліпах, нерозривно поєднуючи зображення та музику. Яскравим прикладом є відеокліп на пісню «Енергетик». Пісню та відеокліп присвячено загиблим енергетикам внаслідок російської агресії. Сцени кліпу зняті на території Чорнобильської зони відчуження на фоні закинутих «пам'ятників» радянської системи — недобудовані градирні ЧАЕС, ЗРС «Дуга» та ПК «Енергетик». Приглушені кольори, холодна кольорокорекція, композиція кадрів, що зіставляти величезні закинуті конструкції та учасників гурту, всі ці елементи тримають відчуття відчуженості та акцентують увагу на емоційній та сенсовій складовій пісні (Рис. 2.4) [18].

На противагу попередньому прикладу проаналізовано відеокліп до пісні «Дзвін». Чорно-біла колірна палітра, «декорації» у вигляді закинутої будівлі та гра зі світлом, що наповнює це оточення надає камерності моменту (Рис. 2.5). Історія, що розгортається наповнена символізмом часу, чим просякнута і сама пісня [17].

Такий антураж підкреслює урбаністичний характер музики гурту, характеризуючись простотою, відсутністю надмірних деталей, надаючи перевагу автентичності зображення. Це дозволяє зосередити увагу на головних елементах та нерозривно поєднуючи музику з відеорядом, підкреслюючи зміст пісень.

Стилістичні особливості візуальної складової гурту виражаються в рекламних матеріалах. Аналізуючи візуальний стиль гурту ДК Енергетик у соціальних мережах, зокрема в Instagram, та їхніх рекламних кампаніях можна виділити декілька цікавих елементів для подальшого використання в проєктній розробці.

На офіційній сторінці гурту в Instagram переважають матеріали з приглушеною палітрою кольорів або чорно-білі зображення, що створює атмосферу меланхолії, притаманну для творчості гурту. Тематика — індустріальні мотиви, урбаністичні пейзажі, монохромні та чорно-білі фотографії членів гурту, а відео матеріали оформлені з використанням зернистих фільтрів та специфічних vhs (відеокасетних) ефектів, що додає автентичності аналогових записів та підкреслює естетику творчості гурту загалом (Рис. 2.6) [33].

Рекламні матеріали продовжують візуальні ідеї, використані в оформленні соціальних мереж. На прикладі афіші першого львівського концерту гурту можна побачити використання принципів мінімалістичного дизайну — чорно-біле зображення учасників гурту на фоні індустріальної будівлі та текстовий блок акцентного червоного кольору, розміщений поверх фотографії (Рис. 2.7).

Це привертає увагу та створює впізнаваний візуальний стиль, який легко асоціюється з гуртом ДК Енергетик.

Характерний стиль типографіки можна прослідкувати на всіх матеріалах гурту — як в рекламних плакатах, так і в відео з текстами пісень. Грубі шрифти, текст контрастно накладається на зображення, динамічна «жорстка» композиція — це все нагадує бруталістичні плакати (Рис. 2.8).

Типографіці гурту характерне використання масивних, моноширинних шрифтів із чіткими, прямими лініями та геометричними формами, грубих гротестків та стиснутих шрифтів. Використання саме таких шрифтів додає відчуття строгості та індустріальної естетики, що відповідає музичному стилю (Рис. 2.9).

Детальний аналіз візуального стилю гурту ДК Енергетик надає чіткого розуміння, завдяки яким елементам створюється цей стиль — від зображень та візуальних ефектів до типографіки. Завдяки дослідженню загального візуального стилю гурту ми виділили основні елементи та підібрали матеріали для подальшого використання в проєктній розробці.

Виділено основні кольори — чорний, білий, відтінки сірого та червоний для акцентів. Ці кольори відповідають загальному візуальному оформленню гурту та витримують індустріальну атмосферу. Подальша робота з візуальними матеріалами виконується відповідно обраної палітри для створення консистентного дизайну продукту.

Фотоматеріали підібрано та систематизовано в декілька груп за походженням: кадри з відеокліпів пісень гурту, фотографії учасників гурту та власні фотографії урбаністичного оточення, що відповідають загальному стилю.

Робота над шрифтами полягає в пошуку шрифтів, що відповідають вимогам — грубі стиснуті шрифти без зарубок. Переглядаючи бібліотеку шрифтів з відкритою ліцензією Google Font було підібрано декілька шрифтів, що

підпадають під вимоги. Цими шрифтами стали: Bebas Neue, Cinematografica, Oswald, LT Amber Compressed та Sofia Sans Extra Condensed. Для заголовків сторінок (назв пісень) окремо підібрано шрифт, подібний до шрифту логотипа гурту — Proto Sans. У використанні типографіки в дизайні, зокрема друкованої продукції, важливим є збереження читабельності тексту на заданому форматі. Автори довідника *Typographic Design: Form and Communication* визначають рекомендовані мінімальні розміри для шрифту друкованої продукції — від 10 до 12pt, як «розмір, що ідеально підходить для розбірливого друку на відстані витягнутої руки» [3]. Враховуючи такі рекомендації проведено аналіз обраних шрифтів, їх читабельність при різних розмірах та нарисах шрифту. Для подальшого дизайну брошури обрано шрифт Sofia Sans Extra Condensed (Рис. 2.10). Цей шрифт відповідає вимогам проєктної розробки: шрифт відповідає параметрам типографіки візуального стилю гурту, є читабельним при малому розмірі шрифту та є варіативним, що забезпечує можливість різноманітного оформлення текстових блоків та розділення інформації без втрати гармонійного візуального вигляду. Оптимальні розміри шрифту враховуючи формат брошури — 10 pt для основного тексту, що є оптимальним для читання з близької відстані, 12 pt для заголовків, створюючи візуальну ієрархію елементів та 6 pt для додаткової інформації.

Визначивши основні стилетвірні елементи візуального оформлення гурту ДК Енергетик ми переходимо до безпосередньої розробки брошури до музичного компакт-диска.

2.2. Розробка брошури

На початку роботи над кваліфікаційною розробкою постало питання в створенні оригінального продукту, що зможе об'єднати мистецькі напрямки — музику та дизайн, та бути актуальним в період активного розвитку української культури та мистецтва. Протягом декількох тижнів проводилось дослідження багатосторінкових видань типу брошура, визначення основних функцій

продукту, визначення основних принципів створення рекламних та інформаційних брошур та загалом використання брошур в конкретних сферах, та, зокрема, використання друкованих матеріалів в музичній сфері. Дослідження різновидів багатосторінкових брошур надало чіткого розуміння, яка саме концепція є найбільш наближеною до цілей кваліфікаційної роботи. Обраною концепцією стала брошура, що є частиною фізичного музичного видання компакт-диска. Цей вид брошур є інформаційним та за графічним наповненням наближений до артбуку — найкраща концепція, що зможе виразити цілі кваліфікаційної розробки: безпосереднього вираження музичного продукту за допомогою візуальних елементів.

Музична брошура є важливою складовою фізичного музичного релізу, зокрема аудіо компакт-диска, яка поєднує в собі інформацію про виконавця, тексти пісень та візуальне оформлення. Вона допомагає слухачам краще сприймати музику, поглиблюючи зв'язок із музичною складовою та виконавцем. На відміну від стандартних інформаційних та рекламних брошур, музична брошура несе більше естетичне та змістовне навантаження та стає частиною мистецького продукту.

Музична брошура виконує декілька важливих функцій:

— Інформаційна. Надає слухачеві деталі про альбом: назви пісень, авторів, місце запису, тексти композицій.

— Естетична. Графічний дизайн брошури доповнює загальний стиль альбому, створюючи цілісне враження від музики.

— Комунікативна. Через тексти пісень, звернення виконавця та візуальний стиль брошура дозволяє слухачеві краще зрозуміти творчий задум музиканта.

— Колекційна. Для багатьох меломанів брошура є важливою складовою релізу, що робить фізичне видання альбому ціннішим.

З огляду на специфічність змісту та призначення музичної брошури основним джерелом аналогів стають вже наявні брошури до аудіо компакт дисків. На основі аналогічних продуктів визначаємо структуру аудіо компакт диску загалом.

Починаючи роботу з конкретним видом продукції варто визначити стандарти. Jewel Case — стандартний формат упаковки, який постійно використовується з моменту створення компакт-дисків компанією Phillips у 1982 році. Цей варіант пакування компакт-диска, що захищає внутрішній вміст від шкідливого впливу навколишнього середовища (Рис. 2.11). Футляр виконаний з прозорого пластику та має стандартні розміри 142x125x10 мм. Всередині, крім самого компакт-диску, розміщуються брошура та додаткові вкладки. Брошура розміщується в передній кришці футляра та утримується пластиковими закладками. Стандартний розмір багатосторінкової брошури для розміщення в футлярі — 120x120 мм [4]. Кількість сторінок музичної брошури залежить від наповнення — кількість композицій, що знаходяться на носії та загальна ціль брошури. Цю різницю можна побачити порівнюючи наявні музичні брошури. Для наочного порівняння ми обрали два фізичні релізи — альбом «Heroes» виконавця Девіда Боуї (Рис. 2.12) та альбом «Trench» гурту Twenty One Pilots (Рис. 2.13).

Брошура до компакт диска альбому Heroes складається з двох аркушів (6 внутрішніх сторінок та обкладинки). Внутрішні сторінки містять в собі список пісень (трек лист), фотографії виконавця, додаткову інформацію про реліз та тексти пісень. Брошура виконана мінімалістично, в монохромних тонах, що притаманні цьому періоду творчості Девіда Боуї, тексти пісень розміщені на двох сторінках. При такому мінімалістичному дизайні та невеликою кількістю сторінок брошура надає максимальний обсяг інформації, який вимагається від музичної брошури.

На перевагу попередньому прикладу розглянемо брошуру до альбому Trench. Брошура вже має більший обсяг ніж брошура попереднього релізу — складається з п'яти аркушів (18 сторінок та обкладинка). Дизайн брошури гармонічно презентує загальну концепцію альбому нерозривно поєднуючи графічні матеріали з історією в текстах пісень. Внутрішні сторінки містять в собі тексти пісень, що розміщені окремо на кожній сторінці та оформлені відповідно сюжету кожного треку та зображенням учасників гурту на центральному розвороті. Цей приклад брошури можна назвати брошурою, яка є повноцінним мистецьким продуктом, що розповідає власну історію через графічні та текстові матеріали, незалежно від того, чи супроводжується музичними композиціями в момент ознайомлення.

Концепція дизайну власної брошури тяжіє до структури брошури другого прикладу. Подальша розробка ґрунтується на цій та подібних за структурою наявних брошурах.

Додатково на задній кришці футляра компакт диску (під лотком для диску) розміщується односторінкова вкладка розміром 150 на 118 міліметрів, який видно крізь прозору задню частину. На вкладці вказані назви треків, студія, дані про авторські права та інша інформація. Бокові сторони вкладки видно вздовж торців футляра. На торцях зазвичай надруковано назву релізу та ім'я виконавця, а також інформацію з етикетки або каталогу, і вони призначені для того, щоб їх було видно, коли футляр зберігається вертикально, «як книжка», на полицях [4].

Визначивши стандарти для подальшого створення продукту потрібно визначити загальну структуру власної музичної брошури. Брошура складається з зовнішньої частини, що є обкладинкою продукту з назвою гурту на лицьовій стороні та трек листом на задній, та внутрішньої частини. Вмістом внутрішньої частини брошури стає список синглів гурту ДК Енергетик випущених з 2023 по 2024 рік включно та попередньо визначені фотоматеріали. Трек лист вміщує в себе 14 пісень у хронологічному порядку випуску — Енергетик, Танок, 30, Іскра,

Сонце, Шлях Ч. 1, Шлях Ч. 2, ГроБ, Епілог, 40, Черга (спільно зі SMALL DEPO), Ластівка, Правда Істина (спільно з Третя Штурмова). Тексти зазначених пісень взяті з платформи легального розміщення текстів для платформ поширення музики LyricFind [10]. Загальний обсяг брошури — 5 аркушів (18 сторінок та обкладинка).

Визначивши обсяг вмісту брошури першим етапом фактичної розробки стає створення основи макета. Для створення музичної брошури було обрано програму Adobe Illustrator – один із найпопулярніших інструментів для роботи з векторною графікою. На відміну від растрових редакторів, таких як Photoshop, Illustrator дозволяє працювати з векторними об'єктами без втрати якості при редагуванні. Ця програма широко застосовується для розробки ілюстрацій, плакатів, банерів, вебінтерфейсів та, що важливо для цієї кваліфікаційної розробки, надає можливості для верстки друкованих видань. Наявні інструменти графічного редактора Adobe Illustrator забезпечують якісну та швидку роботу з модульними сітками та шрифтами.

Розробка основи макета полягає в створенні файлу, в якому розміщуються монтажні області в кількості 20 штук (відповідно до визначеної кількості сторінок брошури) в розмірі 120 x 120 мм. Кожна монтажна область позначається коротким описом сторінки, відповідно до визначеної структури брошури — монтажні області 1-2 відповідають передній та задній частині обкладинки, на монтажних областях 3, 11-12 та 19 надалі розміщено фотографії гурту, на монтажних областях 4-10 та 13-18 зазначено розміщення текстів пісень за вибраним трек листом, на монтажній області 20 зазначено розміщення додаткової формальної інформації про виконавця та авторів.

Окрім текстового опису кожної зі сторінок на основі макета визначено загальну колірну композицію та визначено поля кожної сторінки. Колірна композиція створюється за принципом «шахової дошки» — розділення сторінок кольором (червоним для сторінок з подальшим використанням фотоматеріалів

під червоним фільтром та білим для використання фотоматеріали під чорно-білим фільтром) для забезпечення відокремлення сторінок одна від одної, але не втрачаючи консистентність дизайну брошури загалом.

Поля сторінок визначають вільні від тексту області сторінки вздовж її країв. Для конкретного дизайн-проекту внутрішній периметр полів визначає безпечну зону розміщення основного елементу сторінок — текстового блоку. Повертаючись до аналогів, а саме до наявних брошур музичних релізів, визначено діапазон розмірів полів сторінок — від 5 мм до 15 мм відступу по кожній зі сторін. Для власної проєктної розробки обрано середній розмір полів 10 мм. Відступ такого розміру забезпечує достатню площу для розміщення тексту на сторінці та створює достатній внутрішній відступ без ризику «з'їдання» важливих елементів в зоні зшивання брошури (Рис. 2.14).

Створення детальної основи макета спрощує подальшу роботу над розробкою брошури. Детальна основа надає чітке візуальне розуміння розміщення та оформлення елементів брошури та надає загальне уявлення про фінальний вигляд продукту. Створення основи макета розпочинає наступний етап проєктування кваліфікаційної розробки — детальна розробка обкладинки та внутрішніх сторінок брошури.

Створення дизайну обкладинки починається з визначення основних функцій та змісту обкладинки. Обкладинка є незамінним елементом будь-якого видання. Вона є першим, що привертає увагу покупця, тому дизайн обкладинки відіграє ключову роль у сприйнятті друкованого матеріалу [12]. Для музичної брошури обкладинка стає визначним комунікаційним інструментом від якого залежить не тільки впізнаваність музичного релізу, а й масове поширення продукту. Основними завданнями обкладинки брошури є:

- формування першого враження для аудиторії;
- передавання стилю та настрою музичного релізу;

- доповнювати айдентику виконавця;
- надавати повний обсяг інформації про наповнення продукту.

Повертаючись до власної розробки, постало питання в визначенні наповнення обкладинки брошури для компакт-диска. Обкладинка брошури має містити в собі такі елементи як назву гурту (ДК Енергетик), заголовок, що визначає вміст (збірка синглів), список пісень на диску (визначений попередньо трек лист) та рік створення, зазначення авторського права. Створено макет обкладинки з визначенням безпечних полів сторінки та розміщено текстові елементи з урахуванням ієрархії заголовків.

Основним натхненням для створення дизайну обкладинки стали кадри відеокліпу ДК Енергетик на пісню Tempora (Рис. 2.15) [16]. В кліпі відображається субтитрування тексту пісні, текст пов'язується з зображенням за допомогою ефекту накладання, а сам текст повторюється, створюючи патерн. Цей спосіб використання типографіки перенесено в дизайн лицьової частини обкладинки — основний логотип гурту розміщується по центру сторінки, силует логотипа повторюється по вертикалі створюючи патерн.

Текстові блоки на задній частині обкладинки розміщуються з використанням модульної сітки. Модульна сітка дозволяє гармонічно розташувати текстові блоки на сторінці. На задній частині обкладинки для текстових блоків використовується шрифт з товщиною 600, що відповідає нарису шрифту SemiBold в розмірах: 16pt для трек листу, та 8pt для інформації «про авторське право» (Рис. 2.16).

Обкладинку оформлено в кольорах, що відповідають визначеним раніше кольорам візуального стилю гурту — чорний (#090a0a), білий (#f2f2f2) та червоний (#8A1002). Подальші графічні матеріали створюються з використанням цієї палітри кольорів. Для фонового зображення обрано кадр з відеокліпу на пісню Енергетик. Ефект кольорового забарвлення зображення

створено за допомогою інструменту програми Adobe Photoshop — «мапа градієнта» (Рис. 2.17).

Фінальний варіант обкладинки брошури розміщено в Додатку Б (Рис. 2.18).

Наступним етапом роботи є проектування внутрішніх сторінок брошури. Основним натхненням для дизайну внутрішніх сторінок стала деконструктивна верстка в друкованих виданнях. Деконструктивний дизайн бере коріння з філософії деконструктивізму (зокрема, підходу до аналізу тексту французького філософа Жака Дерріди в праці «Про граматологію» 1967 року) та проявляється в мистецьких постмодернових течіях. Для деконструктивного дизайну характерним є руйнуванням традиційних структур, гра з формами, шарами, текстурами та типографікою. Використання деконструктивних підходів у верстці друкованих видань дозволяє експериментувати з представленням шарів сенсів тексту за допомогою візуальних елементів [9].

Вираження сенсів тексту через верстку можна побачити в оформленні збірки новел Миколи Хвильового «Сині етюди» за авторством Ірини Зіменко та збірки поезій студентів ЛНАМ «Різні тут», що була розроблена Яною Пласконіс (Рис. 2.19) [32]. Спільним для цих двох проєктів є підхід, що ґрунтується на асоціативних зв'язках, орієнтованих на емоції, образи та «звучання» тексту поезій.

Цей підхід до верстки видань дозволяє повноцінно виразити концепцію власного дизайн проєкту. Працюючи з текстами пісень гурту ми маємо уявлення про буквальне звучання та емоційне забарвлення тексту через вокал та інструментальні партії. Основною задачею при верстці сторінок брошури стає аналіз музичної складової, пошук образів та емоцій, створення асоціативних зв'язків «зміст-вигляд». Розглянемо підхід асоціативних зв'язків на прикладі створення декількох сторінок, призначених під конкретні пісні.

Першим прикладом стає сторінка, присвячена пісні «Сонце». Вихідними матеріалами для подальшого створення сторінки є сама назва пісні, обкладинка синглу та текст. Сама назва «сонце» надає початкових асоціацій за формою — коло, спіраль, колесо, мішень. Таке коло асоціацій можна поєднати з обкладинкою синглу, що відображає розмите по краях темне коло на світлому фоні. Виходячи з цих асоціацій основною формою для текстового блоку стає кругла або наближена до круга форма.

В тексті пісні простежується циклічне повторення рядків — структурний елемент — поетичне ехо, що створює циклічний, майже медитативний ритм. Наприклад, рядки «Початок і кінець всьому» і «З промінням першим оживу» повторюються як частина куплету, що створює циклічний ритм під кінець пісні. Зокрема, повторювана фраза «початок і кінець» напряду асоціюється з повторенням і циклом. Визначені асоціації ми переносимо у візуальну частину розробки. Цикли, ритм, повторювання — все це можна виразити такими візуальними елементами, як: текст у формі кола, спіралі, променів, симетричних орнаментів, радіальні лінії, що створюють форму. На основі асоціацій створено декілька варіантів макета сторінки (Рис. 2.20).

Наступна сторінка присвячена пісні «Ластівка». Асоціативний ряд, подібно попередньому прикладу, будується на назві та сенсах тексту. В інтерв'ю для Радіо Промінь вокаліст гурту Яків Марний розповідає про написання синглу, описуючи як пісню про «проблеми тих, хто одружений на своїй роботі та історії про довготривалі стосунки» [30]. В тексті пісні можна почути історію стосунків через образи, дотичні до професії водія, повертаючись до згаданих в інтерв'ю далекобійників. Ми створюємо візуальні асоціації до цих образів — сторінки документів, дорога та рух та птах ластівка. На основі обраних образів створено варіанти макетів сторінки (Рис. 2.21).

Дизайн не кожної зі сторінок створюється за підібраним до назви та сенсів асоціативним рядом. Деякі сторінки створюються за звучанням та загальним

настроєм композиції. Приклад такого створення візуальних асоціацій використано в дизайні сторінки, присвяченої пісні «Епілог». Звучання цієї пісні можна описати як «останній подих, внутрішній монолог перед межею». Цей настрій відчувається як у вокальній партії, що гасне до останніх рядків, так і в візуальному ряді відеокліпу [19]. Беручи за основу настрій та сенси музичної композиції можна виділити основні елементи побудови візуальної композиції тексту: вертикальна композиція тексту, що нагадує падіння, розпад тексту по рядках, що створюється ефектом затухання через зменшення інтенсивності кольору, розміру кегля, розміру міжрядкового інтервалу або товщини шрифту, виділення цитати Василя Стуса як «слова порятунку» методом змінення нарис шрифту. Визначені елементи побудови використано для створення варіантів сторінки (Рис. 2.22).

Визначені методи побудови текстової композиції — створення асоціативних зв'язків на основі назви, сенсу та настрою пісень, звучанні композицій, використовуються для побудови макетів всіх сторінок брошури. Створено попередній макет з розміщенням текстів пісень на сторінках, кожен текстовий блок на сторінках підпорядковується визначеній модульній сітці для збереження гармонійного візуального вигляду брошури загалом. Готовий макет сторінок з розміщенням текстових блоків подано в Додатку Б (Рис. 2.23).

Визначивши розміщення текстових блоків розробка переходить в наступний етап — підготовка графічних матеріалів. Основним графічним матеріалом стають власні фотографії середовища, що стало джерелом натхнення для створення брошури — індустріальні пейзажі міста Кривий Ріг. Індустріальна тематика притаманна і творчості обраного гурту, то ж підбір саме таких фотоматеріалів зберігає цілісність брошури, забезпечуючи зв'язок «зображення — сенси». Обробка фотоматеріалів для розміщення на сторінках брошури полягає в створенні цілісних зображень методом колажування. Колажі створюються за допомогою інструментів графічного редактора Adobe Photoshop. Попередньо підібрані фотоматеріали розміщуються на робочій області на

окремих шарах, для створення колажів використовується функція режимів накладання шарів, що надає можливість коректно поєднати фотографії. На кожен з готових колажів накладається відповідна мапа градієнтів — градієнт чорний/білий для сторінок визначених в сірих тонах, градієнт чорний/червоний для кольорових сторінок. Детальні етапи створення колажів для сторінок розміщено в Додатку Б (Рис. 2.24; Рис. 2.25).

Підібрані графічні матеріали розміщуються на макеті відповідно до текстового вмісту. Макет готових сторінок брошури посторінково розміщено в Додатку Б (Рис. 2.26-2.34). У фотоматеріалах до сторінок 2, 12, 16 використовуються кадри відеокліпів гурту ДК Енергетик «Енергетик», «Епілог» та «Правда Істина» відповідно [18; 19; 20].

На даному етапі роботи варто враховувати, що створений макет є цифровим. Цифровий макет є версією макета, що створений для перегляду на екрані або для внутрішньої роботи над дизайном. У цифровому макеті сторінки йдуть у природному, хронологічному порядку: від першої до останньої сторінки. Оскільки проєктна розробка надалі виконується в матеріалі, наступним етапом стає підготовка макета до друку. Цей етап детально розглянуто в наступному параграфі.

2.3. Додрукарська підготовка. Розрахунок економічної складової продукту

Додрукарська підготовка є одним із найважливіших етапів створення друкованої продукції. Від її якості залежить вигляд, функціональність і професійність готового виробу. Брошура, як складний багатосторінковий продукт, вимагає особливої уваги до технічних і дизайнерських деталей на цьому етапі.

Навчальний посібник Desktop Publishing for Prepress Production визначає основні етапи додрукарської підготовки друкованих матеріалів, зокрема багатосторінкових видань:

1. Брошура повинна мати логічну послідовність сторінок. Для забезпечення коректного вигляду брошури виконується процес спуску сторінок.
2. Встановлення точного формату готової брошури з урахуванням вильоту під обріз (зазвичай становить 3-5 мм з кожної сторони сторінки)
3. Для поліграфічної продукції обов'язковим є використання колірної моделі СМУК.
4. Усі растрові зображення в брошурі повинні мати роздільну здатність не менше 300 ррі. Це забезпечує чіткість і якість фотографій у друці.
5. Щоб уникнути проблем із відображенням тексту, усі шрифти у макеті необхідно конвертувати в криві.
6. Найпоширенішим форматом для передачі файлів у друкарню є PDF. Під час експорту важливо увімкнути параметри: вбудовані шрифти, коректні вильоти під обріз, мітки обрізу та високоякісні зображення [8].

Визначивши основні етапи додрукарської підготовки продовжуємо роботу над власною проєктною розробкою. Для створення коректної брошури виконується спуск сторінок — розміщення сторінок брошури на друкарському аркуші відповідно до технології друку й подальшого складання. Сторінки компонуються парами так, щоб після друку, фальцювання та скріплення брошури їх порядок відповідав послідовній нумерації. Для цього необхідно враховувати кількість сторінок, формат аркуша, спосіб скріплення та технологічні припуски. Правильний спуск забезпечує цілісність дизайну розворотів і точність розташування всіх елементів макета у готовому виробі. В процесі роботи над спуском сторінок виконуються всі етапи додрукарської підготовки — додавання вильоту під обріз та відповідних міток, конвертація шрифтів та корекція кольорів в колірній моделі СМУК. В процесі додрукарської підготовки проводиться співпраця з працівниками місцевої друкарні для

створення макета, що відповідає технічним вимогам конкретної друкарні. Підготовлений до друку фінальний макет проєктної розробки розміщено в Додатку Б (Рис. 2.35-2.39).

При створенні конкретної проєктної розробки використовуються стандартизовані матеріали (папір відповідної товщини), додаткове пакування (коробка для компакт-диска та компакт-диск) та включаються послуги друкарні для виконання проєкту в матеріалі. Беручи до уваги визначені елементи розраховано собівартість створення брошури до музичного компакт-диска.

Таблиця 1.1

№		Найменування	Кількість (шт.)	Вартість
1.	Послуги друкарні	Цифровий друк + обріз та зшивання на скобу Друкарський аркуш 297×420 мм, товщина 130 г/м ²	1	207 грн.
2.		CD-BOX Jewel clear на 1 диск розмір 141 мм× 124 мм×10 мм	1	35 грн.
3.		Диск DVD-R ALERUS Printable Bulk/50	1	14 грн

Загальна вартість створення одиниці продукту: 256 грн.

Готовий продукт — брошура до компакт диску музичного гурту ДК Енергетик, виконано в матеріалі, зображення розміщено в Додатку Б (Рис. 2.40; Рис. 2.41).

Висновки до розділу 2

У другому розділі було розглянуто ключові етапи проектування брошури як невід'ємної частини фізичного носія — CD-диску, що містить творчість музичного гурту ДК Енергетик. Концепцію брошури було сформовано на основі зв'язку навколишнього середовища та сучасної української музики. Основними джерелами натхнення стали індустріальні пейзажі міста Кривий Ріг та музичний гурт ДК Енергетик, творчість якого нерозривно пов'язана з атмосферою індустріальних місць та промислових пейзажів.

Аналіз як музичного, так і візуального стилю гурту допоміг сформулювати основні елементи дизайну, що відображають його ідентичність та стилістичні риси, що властиві гурту. Визначення основних елементів дизайну дозволило створити візуально привабливий та змістовний продукт, який гармонійно доповнює музику і підсилює емоційний вплив на слухача. Деконструктивна верстка в дизайні брошури дозволила створити текстові блоки, які візуально передають настрої та сенси пісень, а використання індустріальних зображень міста додають особистого значення продукту, не порушуючи цілісності продукту загалом.

У процесі розробки брошури було враховано не лише візуальні аспекти, а й технічні вимоги, які обов'язково мають бути дотримані при підготовці до друку. Брошура, як елемент CD-диска, має функцію не тільки інформативного носія, а й важливого естетичного доповнення до музичного продукту.

У частині додрукарської підготовки було здійснено переведення макета в колірну модель СМҮК, встановлено правильний формат, а також виконано налаштування всіх графічних елементів, що дозволяють досягти високої якості друку. Також важливою складовою стала підготовка фінального файлу для передачі у друк, що включає спуск сторінок та врахування вильотів для обрізки.

Окремо було розглянуто економічну складову виготовлення брошури, що включає розрахунок витрат на друк, матеріали та інші компоненти, пов'язані з виробництвом фізичного носія. Це дозволяє оптимізувати витрати та оцінити загальний бюджет для випуску продукту в тираж.

Таким чином, другий розділ надає глибше розуміння процесу розробки, що поєднує в собі креативний підхід, технічну точність та економічну доцільність, що в свою чергу забезпечує успішну реалізацію проєкту.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто теоретичні та практичні аспекти створення багатосторінкових видань, зокрема брошур, які поєднують в собі естетичні та функціональні аспекти. Процес створення брошури, що стала частиною CD-диска для гурту ДК Енергетик, включає низку етапів, починаючи від глибокого аналізу теоретичних аспектів багатосторінкових видань до конкретних практичних завдань, що стосуються розробки та підготовки продукту до друку.

Багатосторінкові видання залишаються важливим каналом комунікації з аудиторією у сучасному світі. Посеред активного розвитку цифрових технологій та швидкого поширення інформації друковані видання набувають унікальності завдяки поєднанню візуальної естетики, матеріальності та емоційних зв'язків. Речі, які важко відтворити в цифровому середовищі. Багатосторінкові видання є не тільки засобами поширення інформації, а й потужними інструментами для формування іміджу та популяризації брендів, концепцій і культурних продуктів.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто багатосторінкові видання як важливу частину культурного простору — історію виникнення та поширення методів друку, різновиди багатосторінкової друкованої продукції та її значення в культурному просторі. Визначено характерні особливості пов'язані з проєктною розробкою — багатосторінковою брошурою, її значення та специфіка видання. Детально було розглянуто концепцію універсального дизайну, що є важливим інструментом для забезпечення функціональності та привабливості видання, а також врахування потреб аудиторії. Універсальний дизайн охоплює не лише естетичні аспекти, але й технічні вимоги, які дозволяють створювати видання, зручні для сприйняття та ефективні з точки зору споживача. Проведене дослідження створює теоретичне підґрунтя для подальшої розробки брошури.

У другому розділі зосереджено увагу на проектуванні конкретної брошури для компакт-диска українського музичного гурту ДК Енергетик. Основними джерелами натхнення для створення брошури стали навколишнє середовище — індустріальні пейзажі міста, та музика, що повторює атмосферу промислового оточення. Важливим етапом перед початком розробки дизайну брошури став аналіз візуального стилю гурту ДК Енергетик. Визначення основних стилетвірних елементів — промислова естетика, монохромна палітра кольорів, грубі стиснуті шрифти, використання яких надалі забезпечує цілісний зв'язок дизайну брошури з візуальним стилем гурту. Важливо, що брошура є не тільки інформативним елементом, а й виступає повноцінним візуальним доповненням до музичного продукту, що дозволяє створити цілісну атмосферу і підкреслити унікальність гурту. Методи деконструктивної верстки, включені в розробку дизайну брошури, дозволили візуально виразити звучання, настрої та сенси пісень. Використання власних фотографій міста зберігає промислову естетику всього продукту та додає особистого значення матеріалам. Дизайн брошури розроблений таким чином, щоб передати не лише стиль гурту, але й звернути увагу на важливість візуального контексту для сприйняття музики.

Важливим етапом у розробці макета стало врахування всіх вимог до додрукарської підготовки. Додрукарська підготовка є одним із найважливіших етапів у створенні брошури. Саме на цьому етапі потрібно забезпечити технічну відповідність всіх елементів дизайну вимогам друкарні. Підготовка макета до друку включає налаштування колірної моделі, виконання коректного спуску сторінок, форматування тексту, підготовку зображень та створення фінального макета для передачі в друкарню. Все це дозволяє досягти високої якості друку та мінімізувати ймовірність виникнення помилок, які можуть зіпсувати кінцевий вигляд брошури.

Окрім технічних аспектів, було проведено розрахунок економічної складової виготовлення брошури, що є важливим елементом проєкту. Розрахунки дозволяють визначити точну вартість виробництва, включаючи

витрати на матеріали та послуги друкарні. Це дозволяє оптимізувати бюджет і забезпечити фінансову ефективність виробництва брошури.

У роботі було детально розглянуто як теоретичні, так і практичні аспекти створення багатосторінкових видань, що поєднують у собі творчість і технічні вимоги. Виконаний проєкт брошури для компакт-диска гурту ДК Енергетик є яскравим прикладом того, як можна поєднати дизайн, технічну підготовку і економічну доцільність для досягнення високоякісного результату. Всі етапи, починаючи від теоретичних основ і завершуючи розрахунками економічної складової, підтверджують важливість комплексного підходу до створення багатосторінкових видань, що відповідають вимогам сучасного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Aspects of Contemporary Book Design / за ред. Richard Hendel, University of Iowa Press, 2013. 277 с.
2. Bennett A.P., Books and Printing: A Treasury for Typophiles. Frederic C Beil, New Ed edition, 1991. 417 с.
3. Carter R., Day B., Maxa S., Meggs B.P., Sanders M., Typographic Design: Form and Communication. Wiley; 7th Edition, 2018. 368 с.
4. CD Jewel Cases : веб-стаття, CDrom2go. URL: <https://www.cdrom2go.com/cd-jewel-case-information> (дата звернення: 20.01.2025)
5. Difference Between Booklets, Books, Brochures, Magazines, and Pamphlets : веб-стаття, The Printhive, URL: <https://www.theprinthive.co.uk/blog/difference-between-booklets-books-brochures-magazines-and-pamphlets/> (дата звернення: 02.03.2025)
6. Febvre L., Martin H-J., The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450–1800. Verso Books; 3th Edition, 2010. 384 с.
7. Gunaratne A.Sh., Paper, printing and the printing press: A horizontally integrative macrohistory analysis. International Communication Gazette, 2001, 63 (6). С. 459-470.
8. Hinderliter H., Desktop Publishing for Prepress Production. ArtFlow Publishing; 2nd Edition, 2013. 156 с.
9. Lupton E., Miller J. A. Deconstruction and Graphic design: History Metts Theory. Visible Language. 1994. Vol. 28. P. 345–365.
10. LyricFind : веб-ресурс. URL: <https://lyrics.lyricfind.com/artists/дк-енергетик> (дата звернення: 15.03.2025)
11. Muzvar Awards 2024: оголошено переможців премії : веб-стаття, INSIDER, 2024. URL: <https://insider.ua/muzvar-awards-2024-ogolosheno-peremozhcziv-premii/> (дата звернення: 03.03.2025)

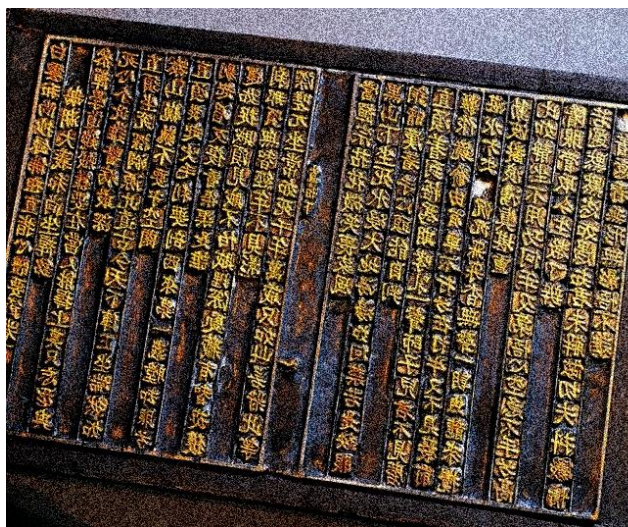
12. Rand J., The Importance of Cover Design in Book Printing : веб-стаття, Imprintdigital, URL: <https://imprintdigital.com/the-importance-of-cover-design-in-book-printing/> (дата звернення: 27.05.2025)
13. Story M.F., Maximizing Usability: The Principles of Universal Design, The Official Journal of RESNA, 1998, 10(1). С. 4–12. DOI: <https://doi.org/10.1080/10400435.1998.10131955> (дата звернення: 08.03.2025)
14. Альбоми та сингли гурту ДК Енергетик : веб-ресурс, YouTube Music. URL: <https://music.youtube.com/browse/MPADUCJCxMgiILPuFJf-TJUH00Tg> (дата звернення: 29.03.2025)
15. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців: монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора. Київ: Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2019. 272 с.
16. Відеокліп ДК Енергетик — Tempora : веб-ресурс, Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/DA71i2fRjPv/> (дата звернення: 19.02.2025)
17. Відеокліп ДК Енергетик — Дзвін : веб-ресурс, YouTube. URL: https://youtu.be/uchIN_cMCqo?si=oiFVoFaHnNKlmzx9 (дата звернення: 29.03.2025)
18. Відеокліп ДК Енергетик — Енергетик : веб-ресурс, YouTube. URL: https://youtu.be/zk_NhKMX5iA?si=NHw3rR3U7HLoq9In (дата звернення: 29.03.2025)
19. Відеокліп ДК Енергетик — Епілог : веб-ресурс, YouTube. URL: <https://youtu.be/-0MGzKkSpas?si=3qGp10DGbvWwA7zt> (дата звернення: 10.04.2025)
20. Відеокліп ДК Енергетик — Правда Істина : веб-ресурс, YouTube. URL: <https://youtu.be/azOBFpMyBGg?si=0c1bO5-N8DpWk316> (дата звернення: 10.04.2025)
21. Голмз К., Невідповідність: Як інклюзія формує дизайн, ArtHuss, 2024. 144 с.
22. Довжинець І.Г., Музичне середовище українців: реалії та перспективи, World Science. Суми: Сумський державний педагогічний університет ім. А. С.

- Макаренка, 2020, 1(53). DOI: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ws/31012020/6904
23. Ісаченко І., Нова елегантність міст. Еволюція інклюзивного дизайну: веб-стаття, 2020. URL: <https://pragmatika.media/nova-elegantnist-mist-evoljucija-inkluzivnogo-dizajnu> (дата звернення: 08.03.2025)
 24. Кузьменко О., На радіо в S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl звучатиме український постпанк : веб-стаття, DEV, 2024. URL: <https://dev.ua/news/muzyka-na-radio-v-stalker-2-1720074895> (дата звернення: 03.03.2025)
 25. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Гром'яка Р. Т., Коваліва Ю. І., Теремка В. І., Київ : ВЦ «Академія», 2007. С. 91-92.
 26. Луценко Є., Нацвідбір "Євробачення 2025": стали відомі 9 фіналістів : веб-стаття, Суспільне Культура, 2024. URL: <https://suspilne.media/culture/907291-nacvidbir-evrobacenna-2025-stali-vidomi-9-finalistiv-se-odnogo-oberut-u-dii/> (дата звернення: 03.03.2025)
 27. Митець klpjpg : веб-ресурс, Instagram. URL: <https://www.instagram.com/klpjpg/> (дата звернення: 29.03.2025)
 28. Мосійчук О., Знайомимось: «ДК Енергетик» — гурт, що руйнує стереотипи про постпанк : веб-стаття, СЛУХ медіа, 2024. URL: <https://slukh.media/texts/dk-enerhetyk/> (дата звернення: 03.03.2025)
 29. Мосійчук О., Український постпанк 1980–1990-х: 6 автентичних колективів : веб-стаття, СЛУХ медіа, 2023. URL: <https://slukh.media/texts/ua-postpank/> (дата звернення: 03.03.2025)
 30. Незабаром новий альбом: Гурт ДК Енергетик видав сингл «Ластівка» : веб-стаття, Радіо Промінь, 2024 <https://ukr.radio/news.html?newsID=105025> (дата звернення: 10.04.2025)
 31. Овчінніков В.С., Історія книги: становлення сучасного книгодрукарського мистецтва: навч. посіб. Львів: Укр. акад. друкарства, 2010. 356 с.
 32. Пласконіс Я., Збірка поезії студентів ЛНАМ «Різнi тут», Львів, 2021. 75 с.

33. Профіль гурту ДК Енергетик : веб-ресурс, Instagram. URL: https://www.instagram.com/dk_energetyk/ (дата звернення: 10.03.2025)
34. Цехмістренко К., Made in ukraine: музика постпанк : веб-стаття, I.Nure, 2023. URL: <http://i.nure.ua/test0/1762-made-in-ukraine-muzyka-postpank> (дата звернення: 03.03.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А



與藥相粘不可取不若燻土用泥再火令
其印為余藥從所得至令保藏
南人術精於磨磨一行之流也春秋日
他三十六諸磨通驗者不過得二十六
七唯一行得二十七林乃得三十五頃莊
公十八年一飲今古算皆不入飲法疑前
史誤耳自夏仲康五年癸巳歲至熙寧六
年癸丑凡三千二百一十一年等傳所載日食
凡四百七十五歲磨多驗雖各有得失而
非所得為多非能用算推古今日月餘
但口誦乘除不差一算凡大曆為算數
令人就耳一讀即能曉通則則疑誤
編之書令人為磨者為疑今用耳讀之有
差一算者誤至其處則曰此誤某字其精
如此大衆除皆不下照位運算如磨人眼
不能逐人有故格其一算若朴自上至下
手搖一過至移其處則校正而去點字中
撰本元曆以無誤傳未能盡其術自言得
六七而已然已客於化曆

Рис. 1.1. Технологія Бі Шена — набірний шриффт

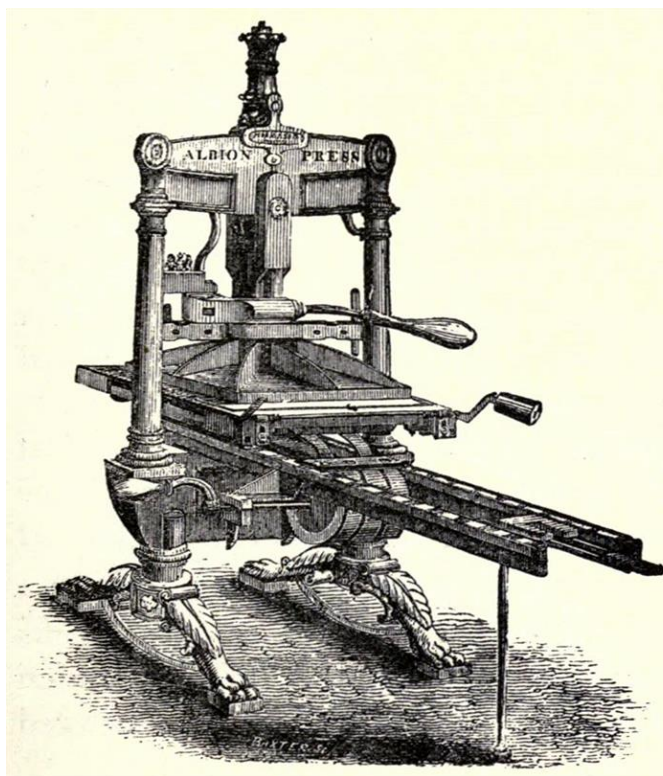


Рис. 1.2. Друкарський верстат Гутенберга

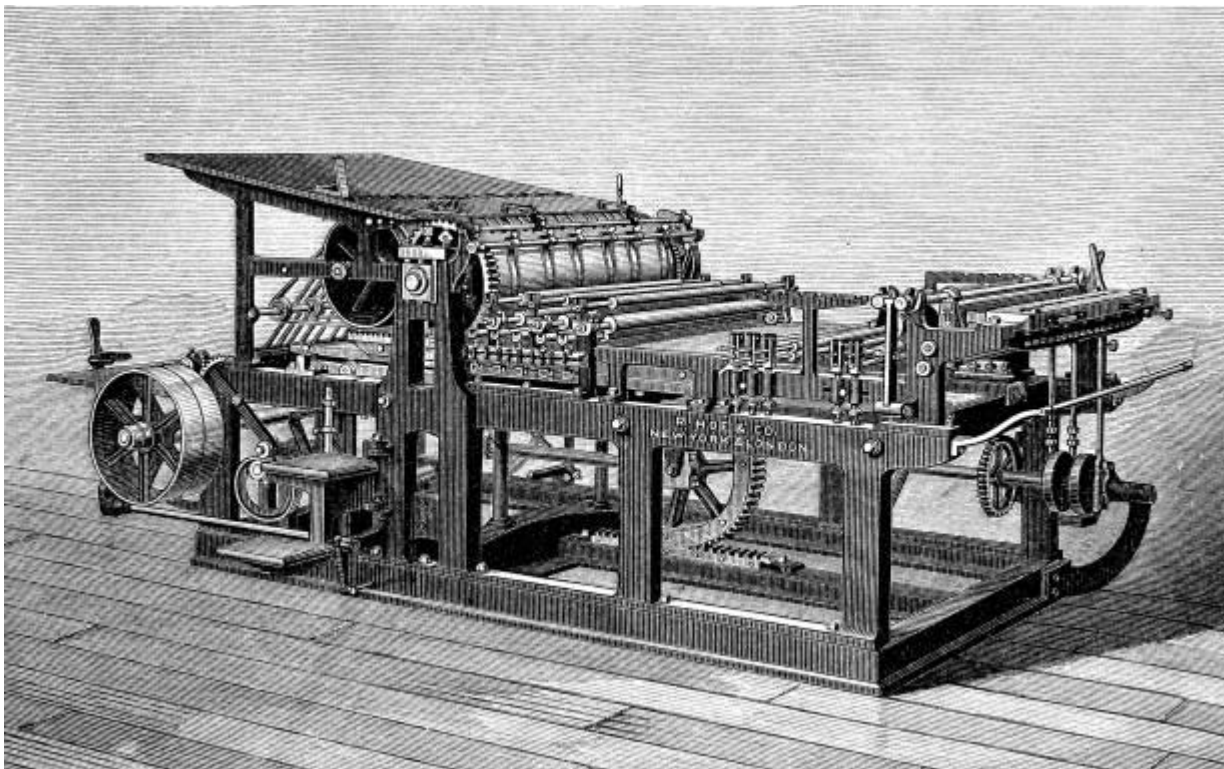


Рис. 1.3. Ротаційна друкарська машина



Рис. 1.4. Приклад комерційної брошури



Рис. 1.5. Приклад соціальної брошури

Arial Aa Ee Rr a Aa Ee Rr Deliverable	Verdana Aa Ee Rr a Aa Ee Rr Sylvestris	Helvetica Aa Ee Rr a Aa Ee Rr Kunsthalle
abcdefghijklm nopqrstuvwxyz 0123456789	abcdefghijklm nopqrstuvwxyz 0123456789	abcdefghijklm nopqrstuvwxyz 0123456789

Рис. 1.6. Приклад оптимальних шрифтів без зарубок для використання в універсальному дизайні



Рис. 2.1. Обкладинки альбомів «Unknown Pleasures» гурту Joy Division або «In the Flat Field» гурту BAUHAUS

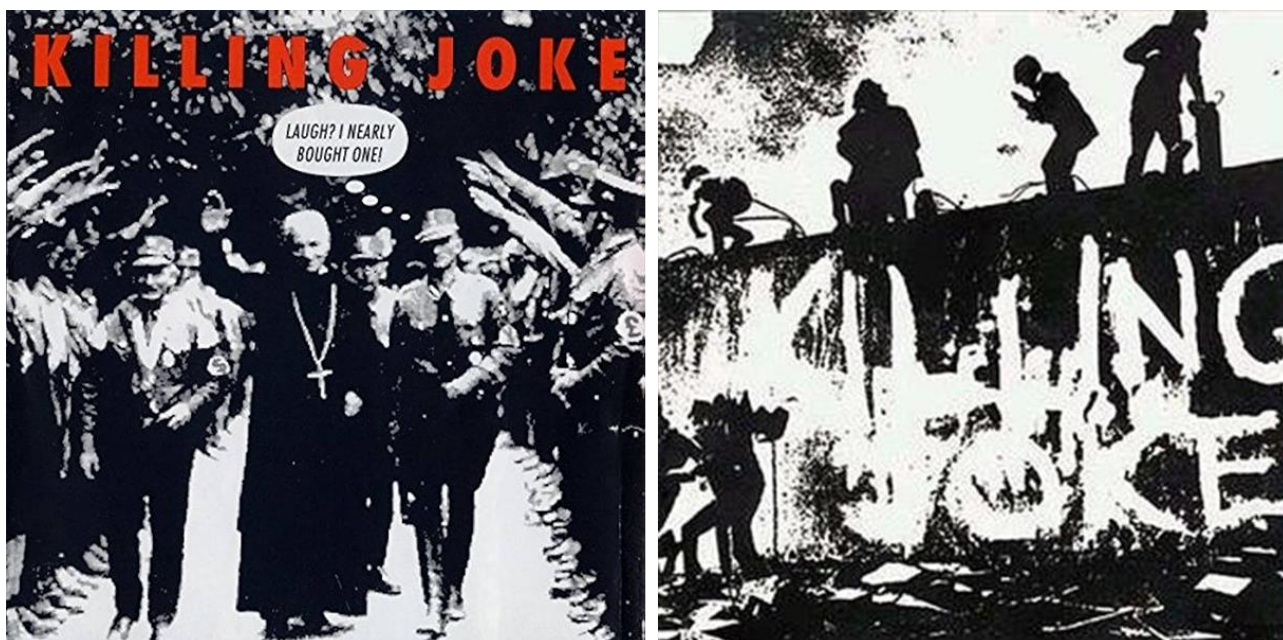


Рис. 2.2. Обкладинки альбомів «Laugh? I Nearly Bought One!» та «Killing Joke» гурту Killing Joke.

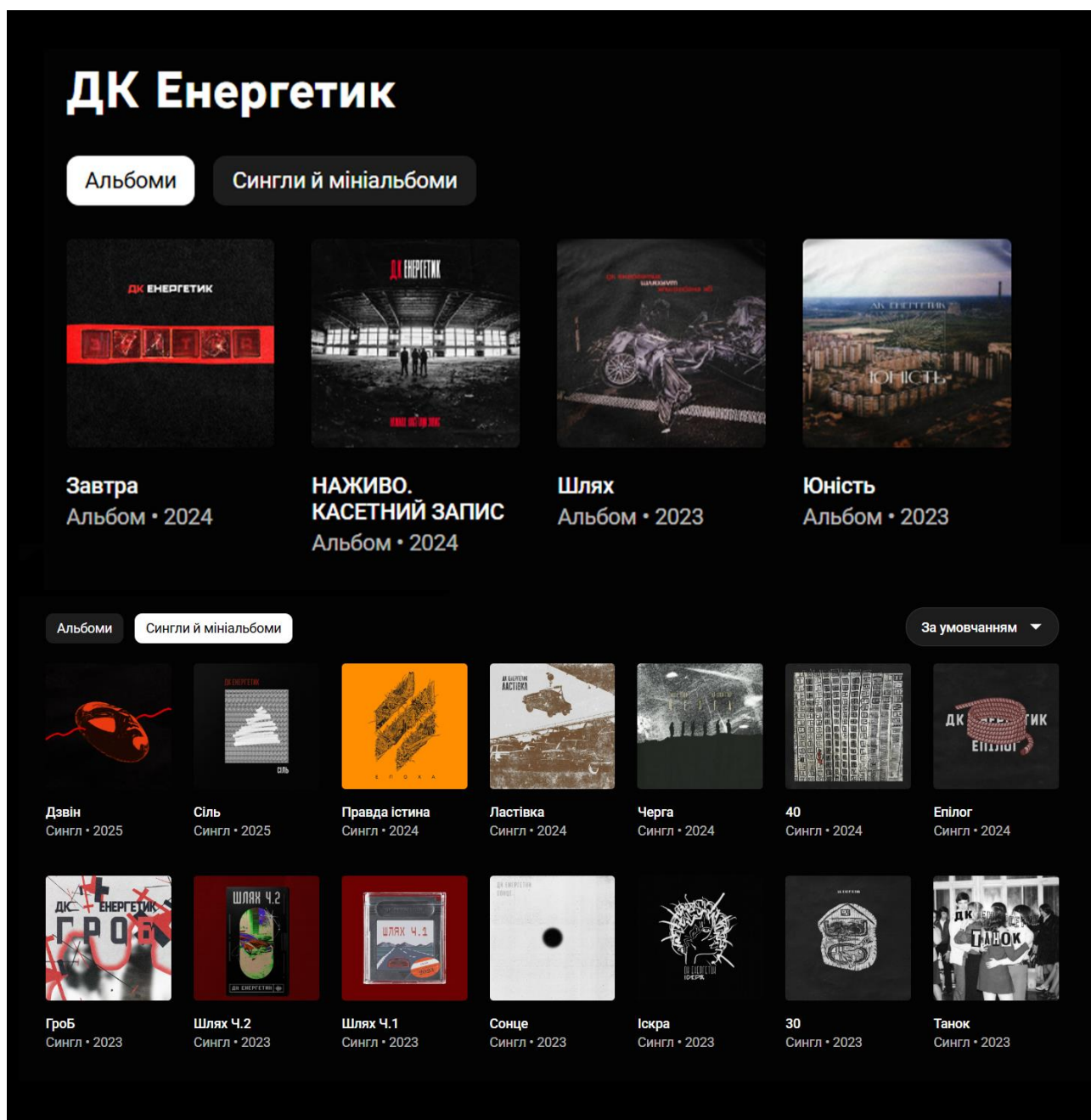


Рис. 2.3. Обкладинки альбомів та синглів гурту ДК Енергетик



Рис. 2.4. Кадри відеокліпу «Енергетик»



Рис. 2.5. Кадри відеокліпу «Дзвін»

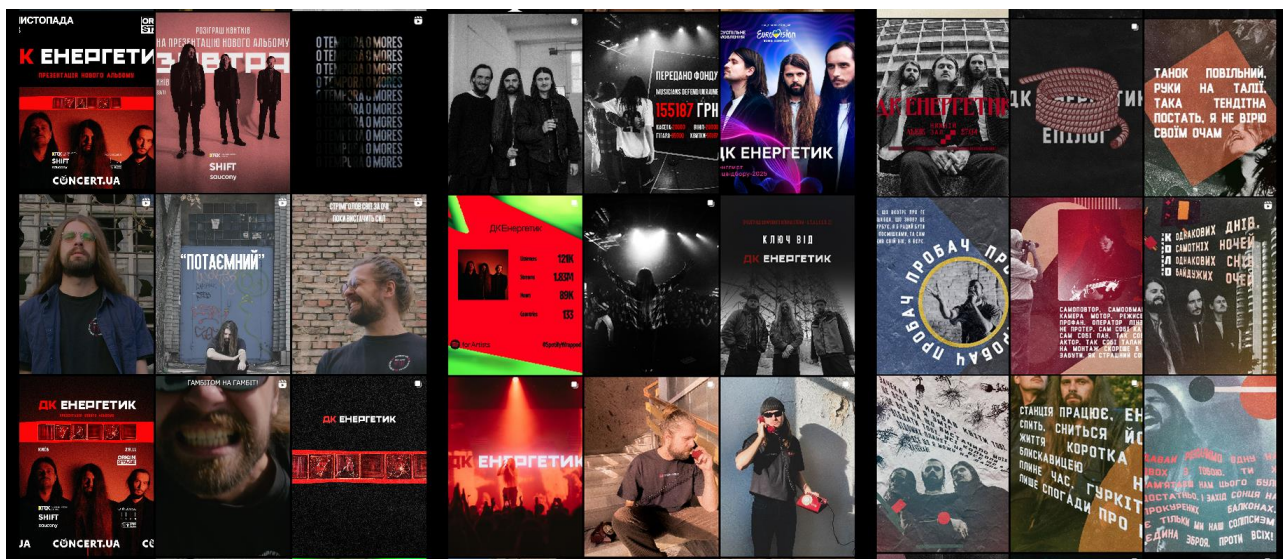


Рис. 2.6. Instagram профіль гурту ДК Енергетик



Рис. 2.7. Афіша до концерту



Рис. 2.8. Приклад плакатів стилю бруталізм

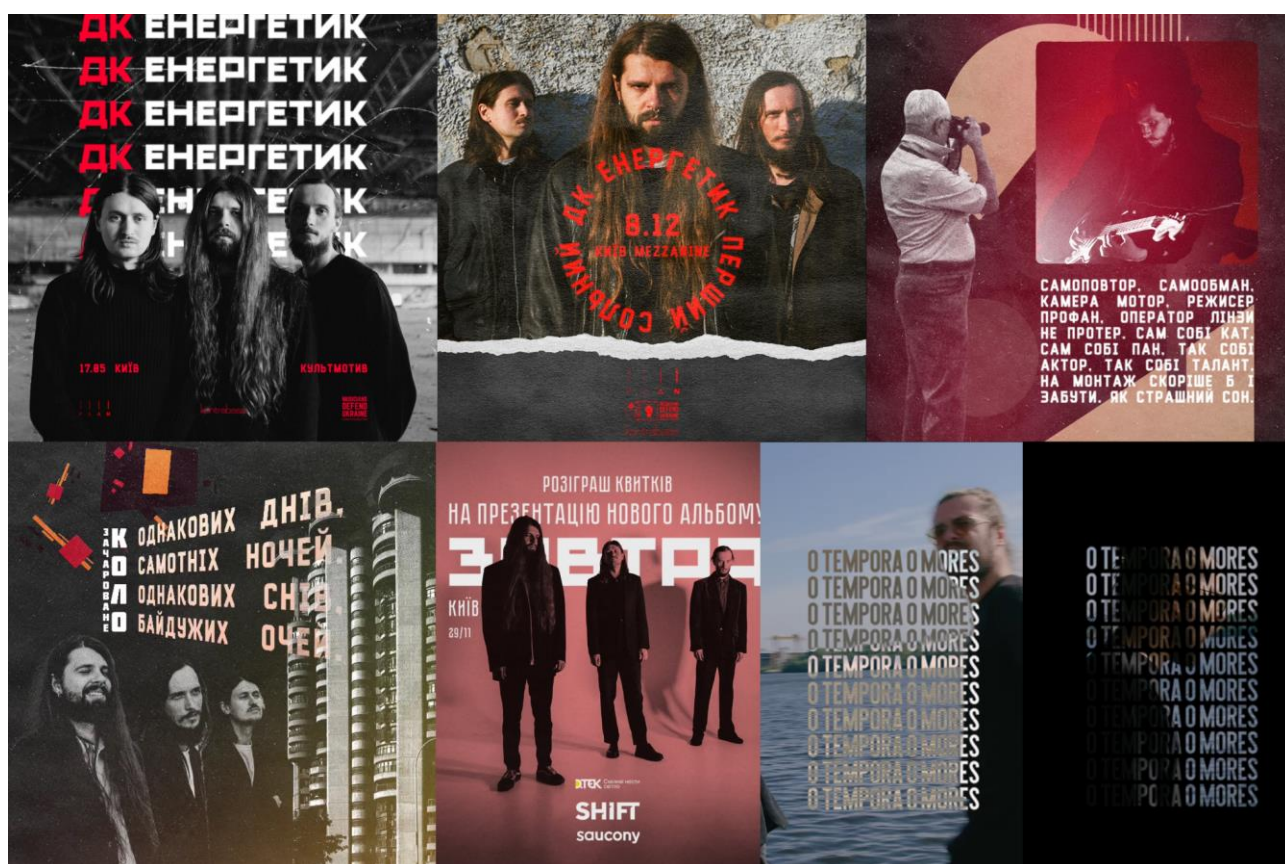


Рис. 2.9. Використання грубих гротеск шрифтів в візуальному стилі гурту

Sofia Sans Extra Condensed Regular	Sofia Sans Extra Condensed SemiBold	Sofia Sans Extra Condensed SemiBold Italic
Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж	Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж	Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж
Зз Ии Іі Іі Йй Кк Лл Мм Нн	Зз Ии Іі Іі Йй Кк Лл Мм Нн	Зз Ии Іі Іі Йй Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц	Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц	Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Яя	Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Яя	Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Яя
+*/=%" '#@ [], . ; : ? ! { } < > [] ^	+*/=%" '#@ [], . ; : ? ! { } < > [] ^	+*/=%" '#@ [], . ; : ? ! { } < > [] ^

Proto Sans 25	Proto Sans 53
Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж	Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж
Зз Ии Іі Іі Йй Кк Лл Мм Нн	Зз Ии Іі Іі Йй Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц	Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Яя	Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Яя
+*/=%" '#@ [], . ; : ? ! { } < > [] ^	+*/=%" '#@ [], . ; : ? ! { } < > [] ^

Рис. 2.10. Обрані шрифти — *Sofia Sans Extra Condensed* для основного тексту та *Proto Sans* для заголовків (назв пісень)



Рис. 2.11. Пакування компакт диска jewel case

Рис. 2.12. Брошура до компакт диска альбому «Heroes» виконавця Девіда Боуї



Рис. 2.13. Брошура до компакт диска альбому «Trench» гурту Twenty One Pilots



Рис. 2.14. Макет з визначенням вмісту брошури



Рис. 2.15. Кадри відеокліпу ДК Енергетик — Tempora



Рис. 2.16. Етапи створення обкладинки брошури

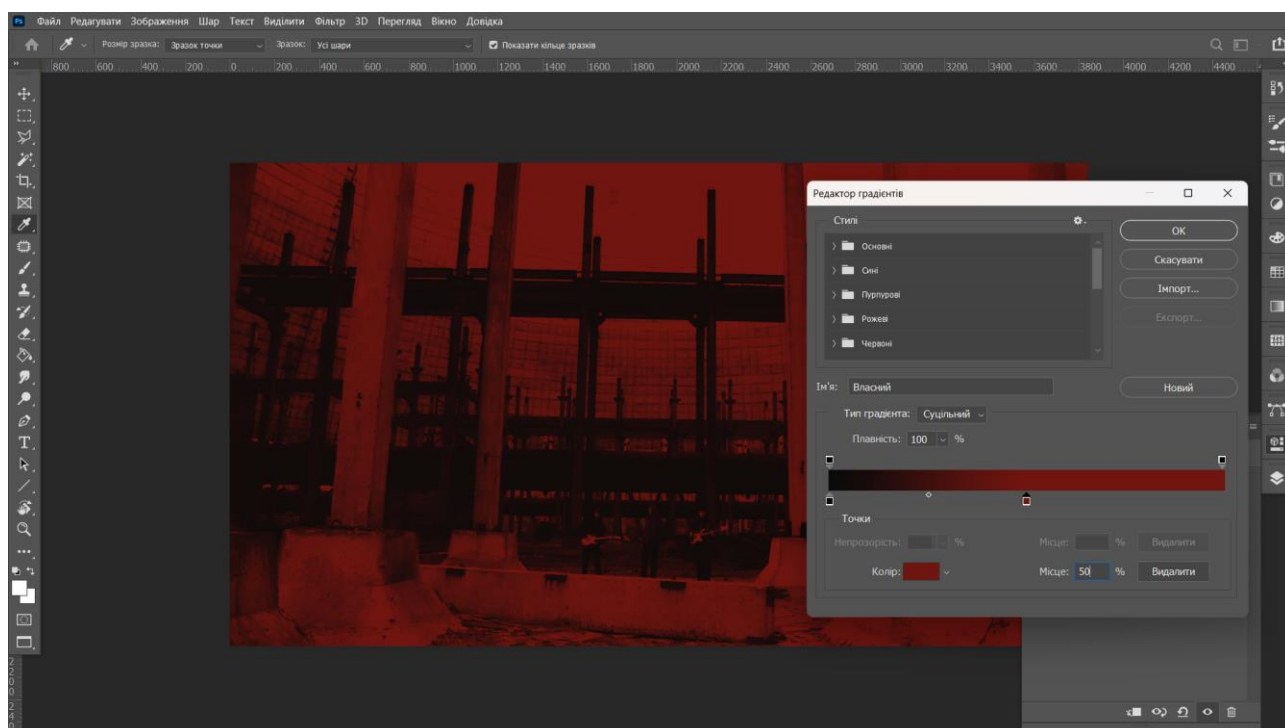


Рис. 2.17. Знімок екрана програми Adobe Photoshop



Рис. 2.18. Обкладинка брошури



Рис. 2.19. Приклад деконструктивної верстки в друкованих виданнях — збірки Ірини Зіменко «Збірка новел Миколи Хвильового «Сині етюди», Яна Пласконіс «Збірка поезій студентів ЛНАМ «Різні тут» відповідно

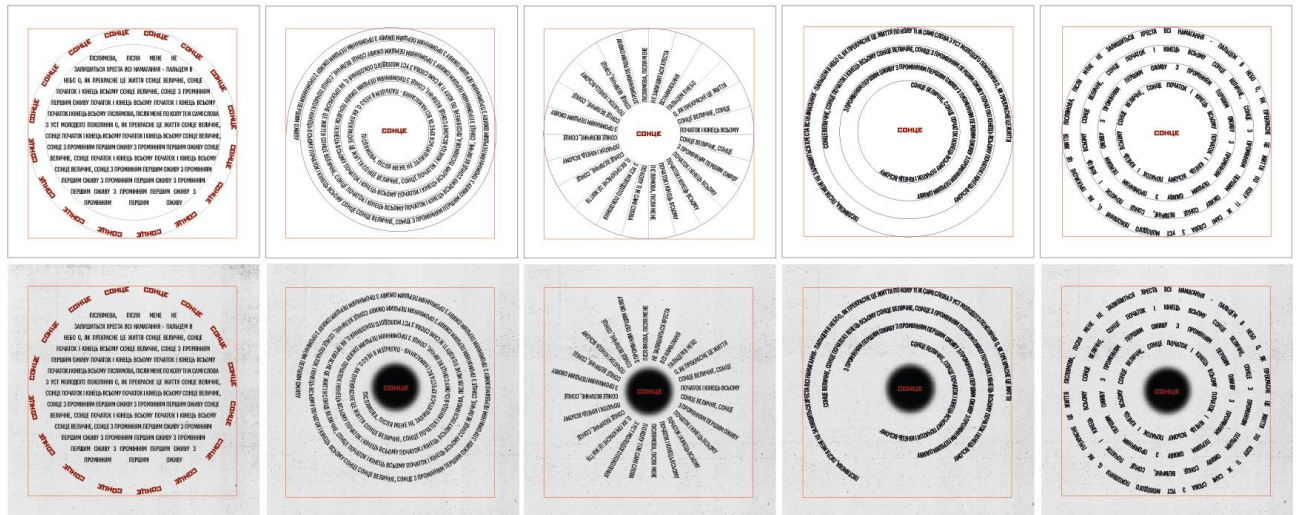


Рис. 2.20. Варіанти розміщення тексту на сторінці до пісні «Сонце»

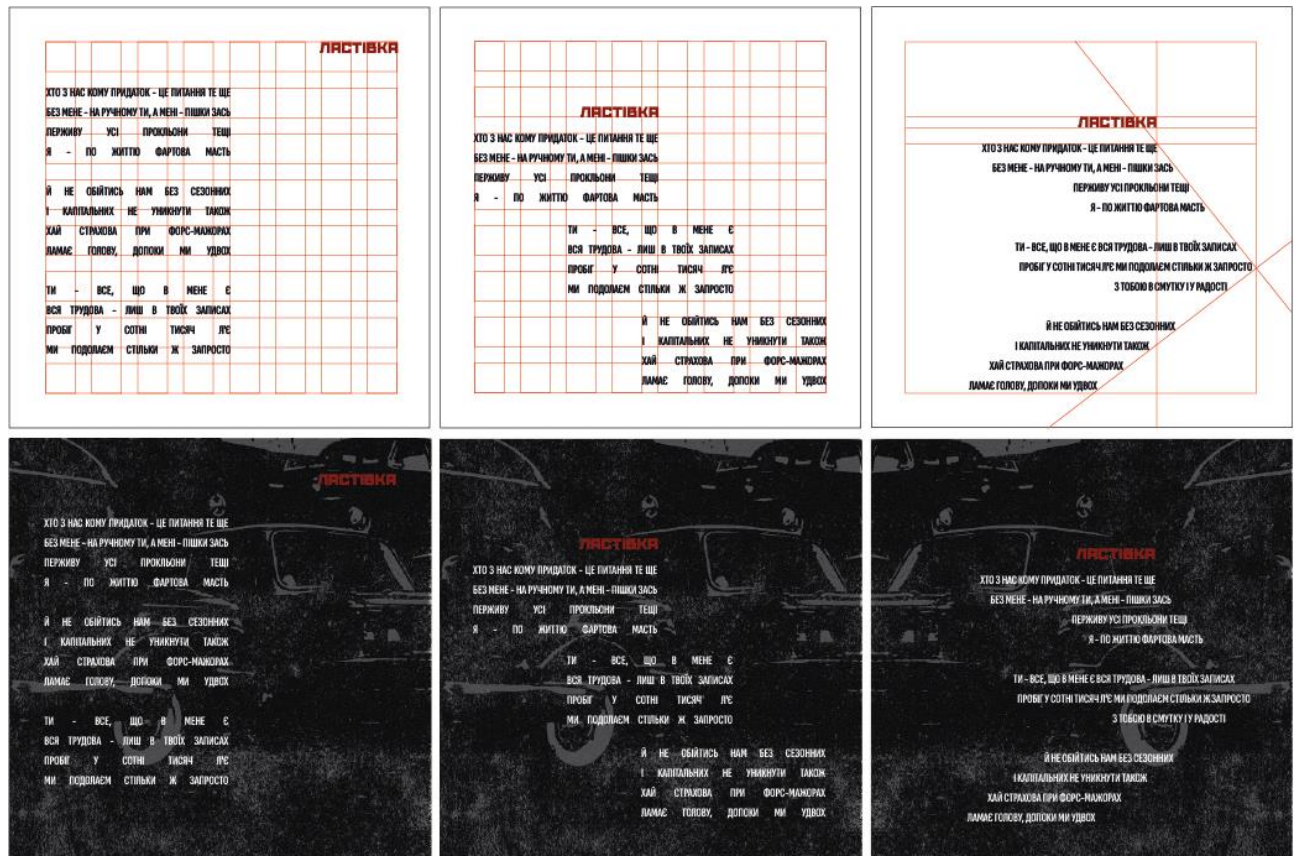


Рис. 2.21. Варіанти розміщення тексту на сторінці до пісні «Ластівка»



Рис. 2.22. Варіанти розміщення тексту на сторінці до пісні «Епілог»

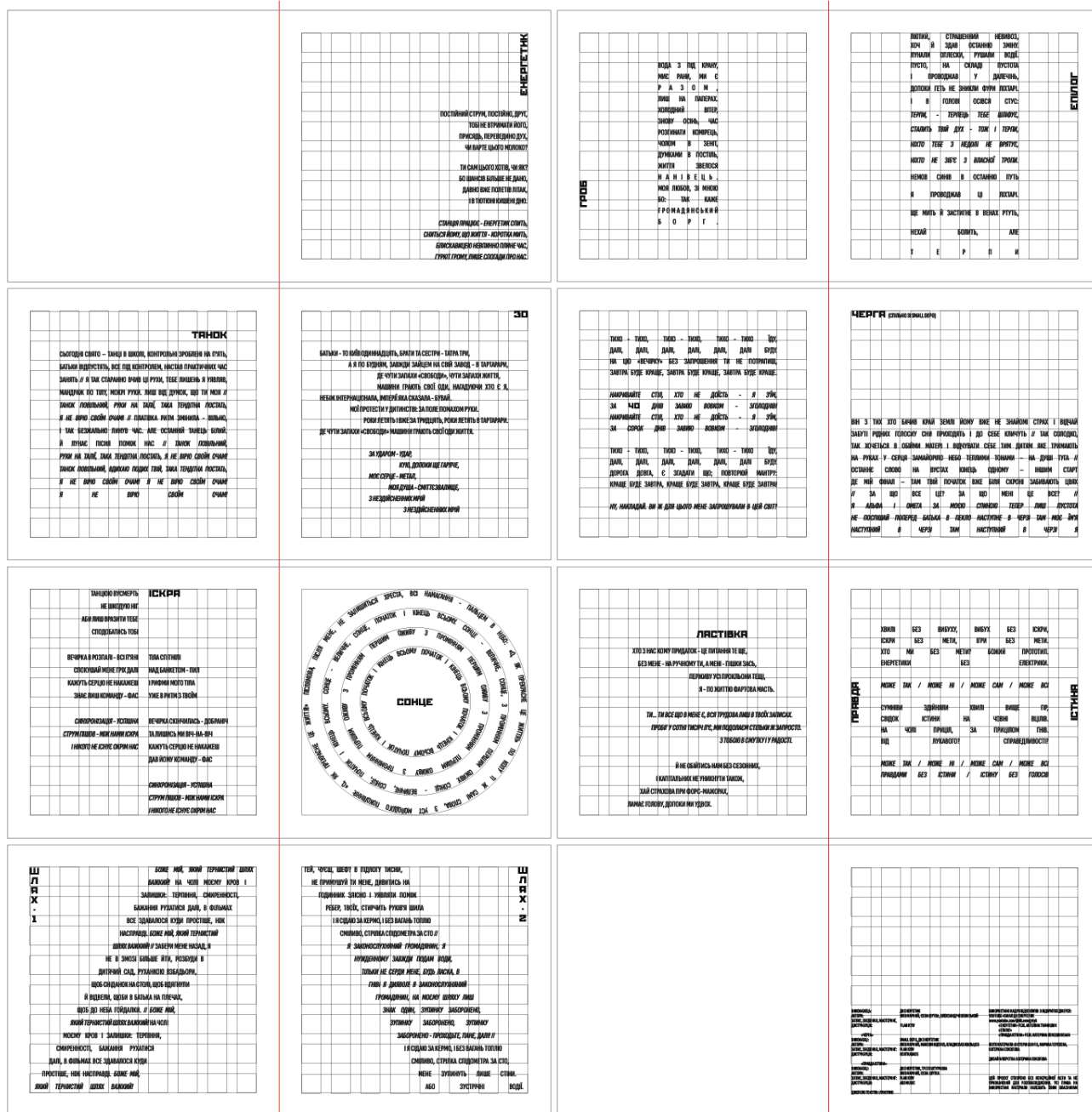


Рис. 2.23. Макет сторінок брошури з розміщенням текстових блоків

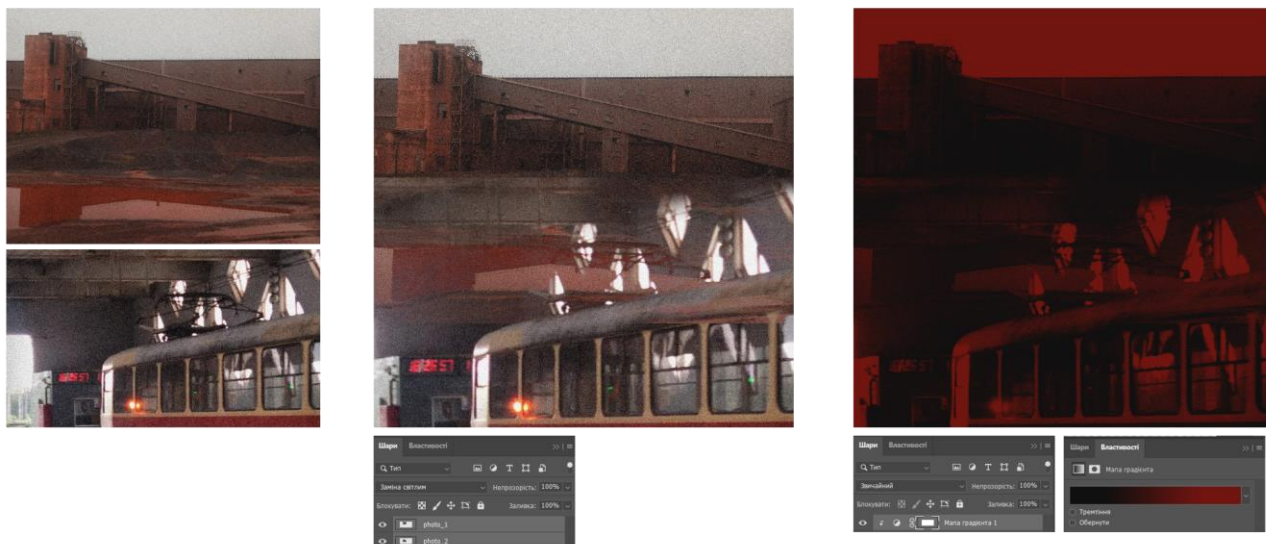


Рис. 2.24. Створення монохромного (в червоних тонах) колажу

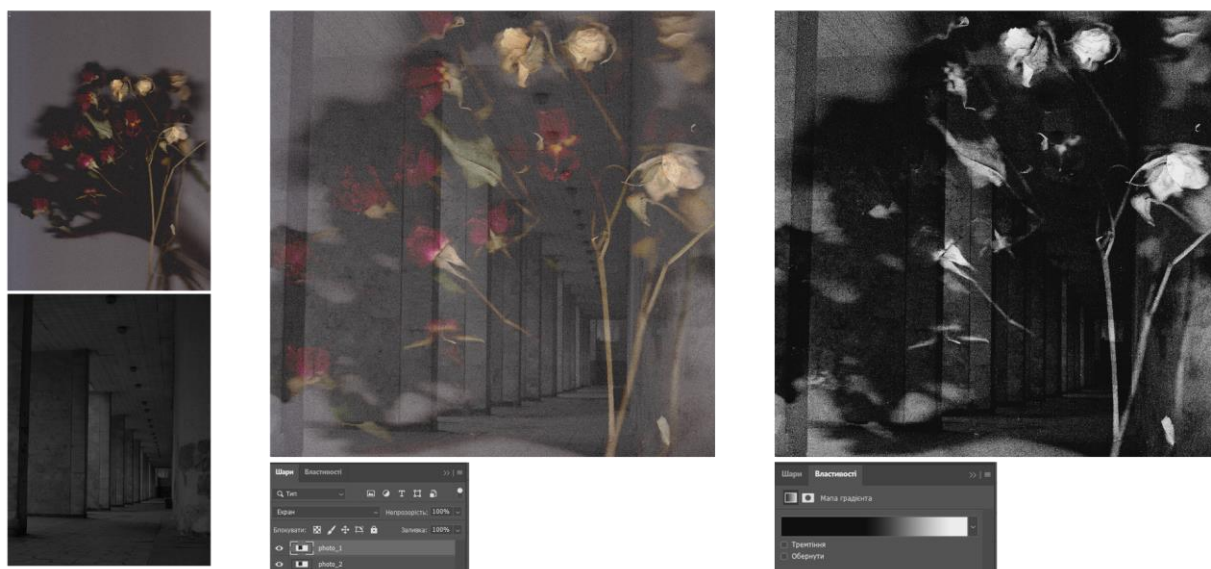


Рис. 2.25. Створення чорно-білого колажу



Рис. 2.26. Сторінки брошури 1-2



Рис. 2.27. Сторінки брошури 3-4



Рис. 2.28. Сторінки брошури 5-6



Рис. 2.29. Сторінки брошури 7-8

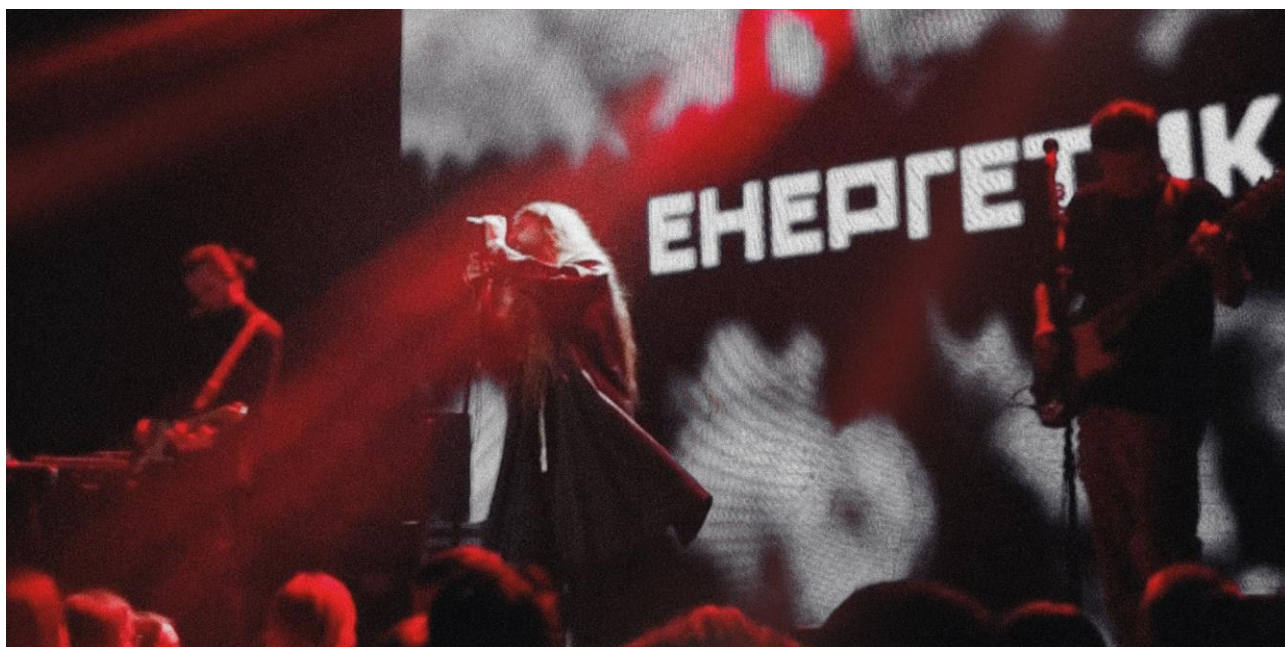


Рис. 2.30. Сторінки брошури 9-10

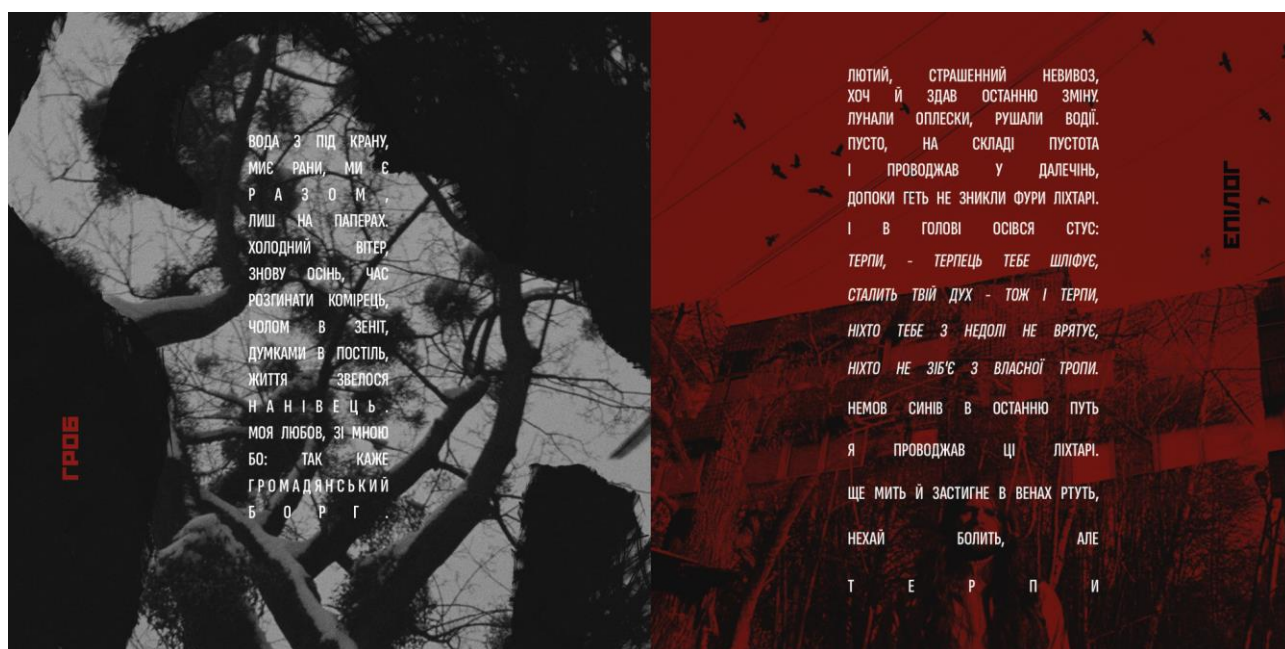


Рис. 2.31. Сторінки брошури 11-12

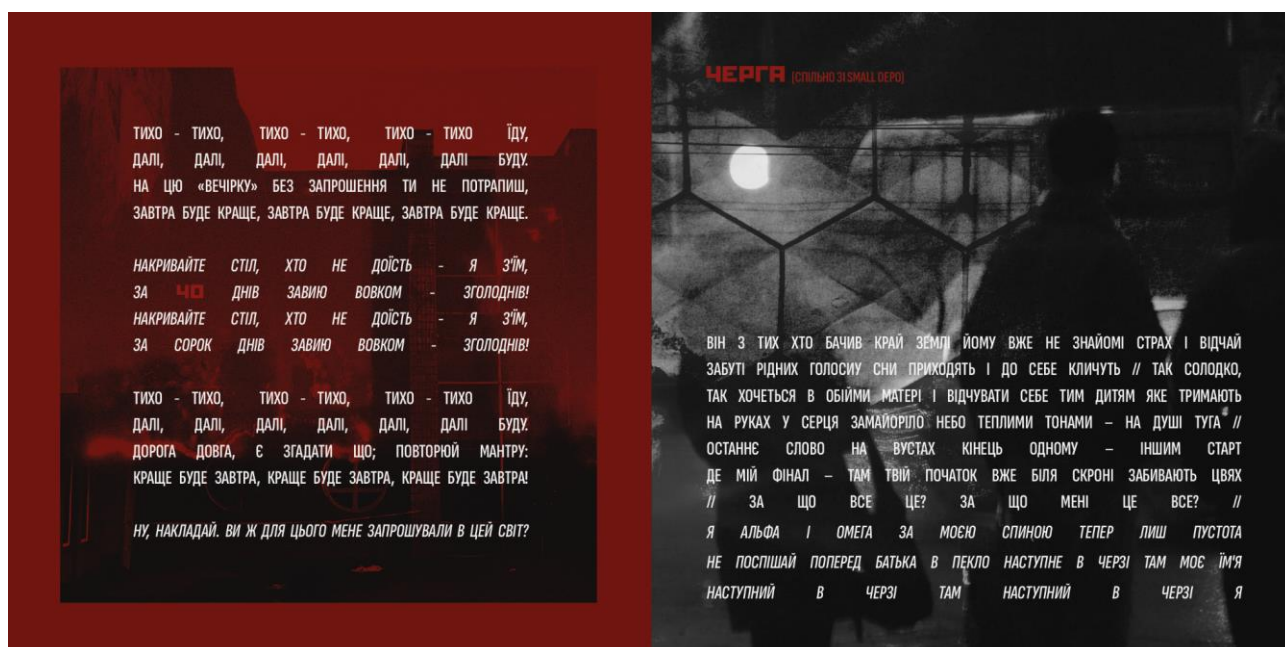


Рис. 2.32. Сторінки брошури 13-14



Рис. 2.33. Сторінки брошури 15-16

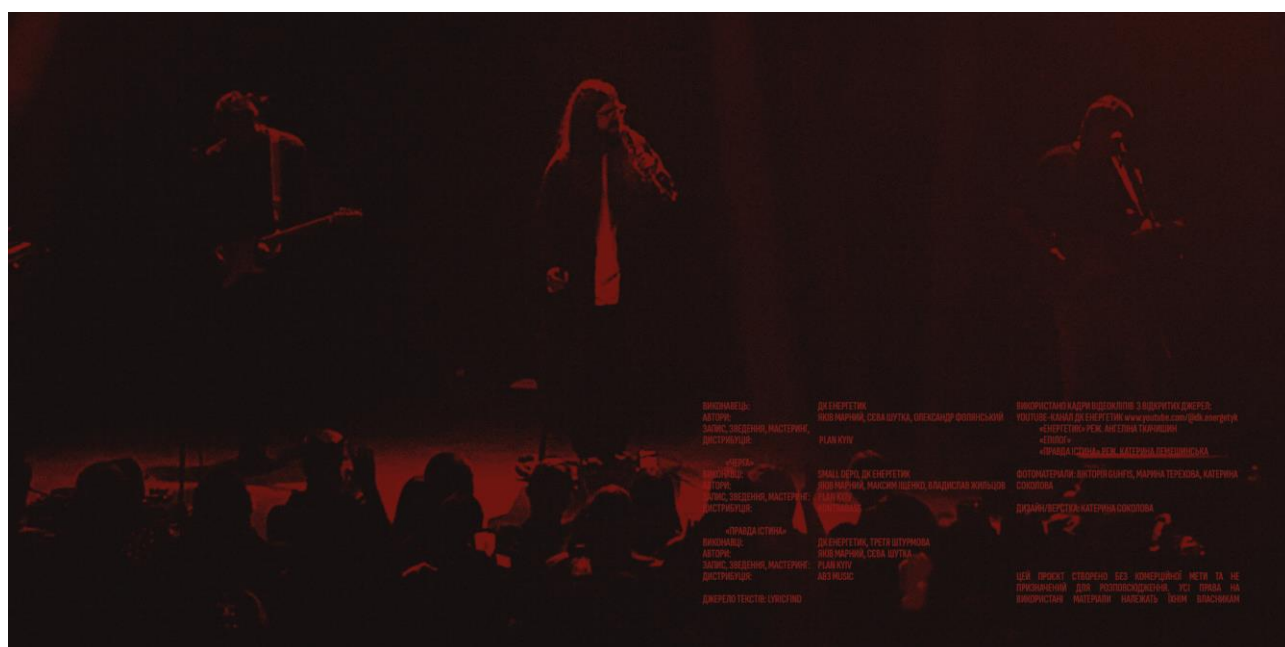


Рис. 2.34. Сторінки брошури 17-18

Рис. 2.35. Лист 1. Розміщення обкладинки та внутрішніх сторінок 1-18

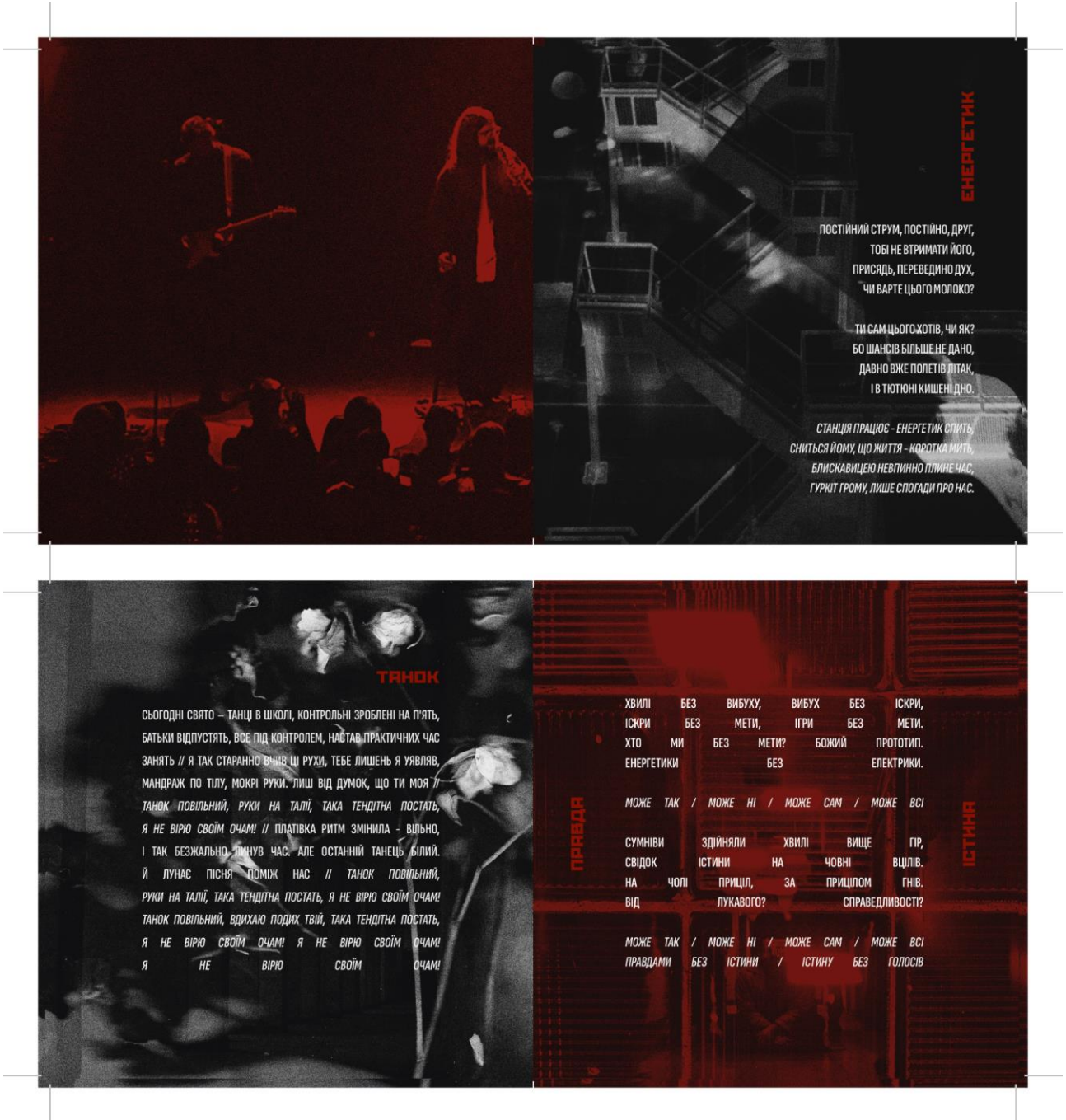


Рис. 2.36. Лист 2. Розміщення внутрішніх сторінок 17-2 і 3-16



Рис. 2.37. Лист 3. Розміщення внутрішніх сторінок 15-4 і 5-14



Рис. 2.39. Лист 5. Розміщення внутрішніх сторінок 11-8 і внутрішнього розвороту сторінки 9-10



Рис. 2.40. Проєкт в матеріалі



Рис. 2.41. Проект в матеріалі