

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ІНСТИТУТ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ДИЗАЙНУ
ТА ТРАНСПОРТУ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОЄКТУВАННЯ
ТА ДИЗАЙНУ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання розрахунково-графічної роботи
«Візуалізація архітектурних ідей у форматі журналу»
з дисципліни «Графічний дизайн»
для студентів 2 курсу
Інституту цифрових технологій, дизайну та транспорту
за освітньо-професійною програмою «Архітектурний дизайн»
для очної та заочної форм навчання

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність – 022 ДИЗАЙН
Спеціалізація – 022.1 ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ІНСТИТУТ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ДИЗАЙНУ
ТА ТРАНСПОРТУ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОЄКТУВАННЯ
ТА ДИЗАЙНУ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання розрахунково-графічної роботи
з дисципліни «Графічний дизайн»
«Візуалізація архітектурних ідей у форматі журналу»
для студентів 2 курсу
Інституту цифрових технологій, дизайну та транспорту
за освітньо-професійною програмою «Архітектурний дизайн»
для очної та заочної форм навчання

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність – 022 ДИЗАЙН
Спеціалізація – 022.1 ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

Затверджено на засіданні
кафедри інформаційних технологій
проєктування та дизайну
Протокол № 1 від 28.08.2024 р.

Методичні вказівки до виконання розрахунково-графічної роботи «Візуалізація архітектурних ідей у форматі журналу» з дисципліни «Графічний дизайн» для студентів першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн, спеціалізація 022.1 Графічний дизайн за освітньо-професійною програмою «Архітектурний дизайн» для очної та заочної форм навчання / Укл.: А.В. Торопенко, А.В. Павлишко – Одеса : ОНПУ, 2024. – 17 с.

Укладачі:

Торопенко А. В., канд. техн. наук, доц.

Павлишко А.В., канд. техн. наук, доц.

Методичні рекомендації спрямовані на набуття знань та практичних навичок у сфері графічного дизайну через виконання розрахунково-графічної роботи. В методичних рекомендаціях розглянуті цілі, завдання, етапи виконання розрахунково-графічної роботи, котрі дозволяють забезпечити структурований підхід до вивчення основ графічного дизайну, ознайомити з професійними інструментами та програмами (Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign). Розрахунково-графічна робота передбачає візуалізацію архітектурних ідей у форматі журналу.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
КОРОТКІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ	6
НАВЧАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ.	8
Історія виникнення та розвитку журналу як виду видання.	8
Типологія журнальних видань	9
Структура та дизайн журналу	10
Основні проблеми верстання	12
ВАРІАНТИ ЗАВДАНЬ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНИХ РОБІТ	13
ЕТАПИ ВИКОНАННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ	15
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ЕТАПІВ	16
РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ	16
ЛІТЕРАТУРА	16

ВСТУП

Розрахунково-графічна робота (РГР) – це самостійне дослідження студента, індивідуальне завдання, яке передбачає вирішення конкретної практичної, навчальної задачі з використанням відомого, а також (або) самостійно вивченого теоретичного матеріалу. Виконуючи РГР студент повинен продемонструвати вміння визначати мету, виділяти задачі, формулювати проблеми та знаходити, способи їх розв'язання з використанням знань та умінь, отриманих в процесі вивчення дисципліни.

Розрахунково-графічна робота з графічного дизайну виконується студентами очної та заочної форм навчання за індивідуальними завданнями паралельно з вивченням курсу «Графічний дизайн». Виконання розрахунково-графічної роботи – це особливий вид навчального процесу, головною **метою** якого є закріплення знань, які студенти отримали під час лекцій, лабораторних робіт та при самостійній підготовці.

Відповідно до освітньо-професійної програми підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Архітектурний дизайн» навчальна дисципліна «Графічний дизайн» є частиною професійної підготовки здобувачів, становить основу для подальшого формування фахівця у галузі.

Широкое поширення web-ресурсів і мультимедійних інформаційних продуктів породило потребу у кваліфікованих фахівцях міждисциплінарного профілю, що мають фундаментальні знання в сфері дизайну і візуальної комунікації, а також у сфері комп'ютерних технологій і аналітичної переробки інформації, здатних до активної творчості і адаптації в мінливих умовах, до освоєння нових знань і технологій.

Практика показує, що спеціалістам, які створюють інформаційні ресурси в сфері економіки, культури, науки, конструюванні і у будь-якій іншій сфері діяльності, крім глибоких знань у конкретній області, потрібен високий рівень володіння інформаційними технологіями і програмним забезпеченням для рішення професійних творчих завдань. Дизайн-підготовка спрямована, насамперед, на формування особистості проектанта, виховання навичок комбінаторного мислення і вміння генерувати безліч творчих ідей. Ціль досягається шляхом розвитку і стимулювання образно-графічного мислення студентів. Вивчення методів та засобів дизайнерських рішень підводить студентів до розробки мультимедійних інформаційних систем будь-якої складності і функціональності. Такі системи являють собою багаторівневі інформаційно- і графічно насичені проекти, семантично і стилістично об'єднуючі різномірні елементи (текст, графіка, відео, анімація, звук і т.п.). При цьому вони орієнтовані на чітко певну аудиторію і відповідають основному принципу дизайн-проектування – оптимально сполучать функціональну доцільність, ергономічні і культурні норми.

Графічний дизайн як навчальна дисципліна передбачає процес створення графічних зображень за допомогою різного роду прикладних графічних пакетів. Для дизайнерських потреб використовується як векторна так і растрова графіка.

Працюючи над розрахунково-графічною роботою студент отримує вміння та навички, що будуть корисними в майбутньому — при виконанні більш складних завдань (дипломна робота, дисертація, наукове дослідження). РГР висвітлює відношення студента стосовно досліджуваного питання, його власні погляди на розв'язання поставленої задачі та досягнення визначеної мети. Метою роботи є систематизація, поглиблення і закріплення знань студентами з відповідних питань програми, розвиток навичок самостійної роботи, практичного застосування теоретичних знань при вирішенні конкретних завдань архітектурного підприємництва.

Виконання роботи потребує попереднього вивчення навчальної, науково-виробничої і довідкової літератури, систематизації отриманої інформації, що розвиває здатність до самостійного оновлення і придбання знань. Оволодіння методами наукового дослідження та аналізу діяльності підприємств (фірм) архітектурного спрямування.

Основні задачі.

1. Теоретичні знання (ознайомлення з основами графічного дизайну, адаптованими до архітектурного середовища; вивчення принципів композиції, кольорознавства та типографіки в контексті архітектурних проєктів; аналіз історії та сучасних напрямків графічного дизайну в архітектурі).
2. Практичні навички:
 - візуалізація архітектурних проєктів (створення презентаційних матеріалів для архітектурних проєктів (плани, фасади, 3D-візуалізації), робота з інфографікою, схемами та діаграмами);
 - робота з графічними редакторами (освоєння Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign для графічної адаптації, використання цифрових інструментів для розробки макетів архітектурної документації);
 - розробка елементів візуальної айдентики для архітектурних об'єктів (створення логотипів, презентаційних матеріалів і рекламних макетів для архітектурних компаній; розробка графічного оформлення для виставок, буклетів, інформаційних стендів).
3. Творчий розвиток (формування здатності до графічного вираження архітектурних концепцій; вміння поєднувати архітектурні форми з естетикою графічного дизайну; розробка художніх презентацій для архітектурних конкурсів і проєктів).
4. Комунікаційні вміння (створення графічних матеріалів, що чітко передають архітектурні ідеї та рішення; візуальна адаптація проєктів для різних цільових аудиторій: інвесторів, замовників, громадськості; презентація графічних концепцій у друкованому та цифровому форматах).
5. Інтеграція в професійну діяльність (підготовка студентів до роботи в архітектурних бюро та студіях дизайну; навчання розробці проєктної документації з урахуванням графічного оформлення; знання правових аспектів у графічному дизайні для архітектури (авторське право, етичні норми)).

КОРОТКІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

Графічний дизайн – це галузь професійної діяльності та навчальна дисципліна, яка займається створенням візуальних комунікацій для передачі повідомлень певним соціальним групам з конкретною метою. На відміну від мистецтва, яке орієнтоване на споглядання, графічний дизайн дотримується принципу «форма слідує за функцією» [3].

Графічний дизайн можна вважати міждисциплінарною галуззю, яка базується на аналізі проблем та цілей для прийняття рішень через використання креативності, інновацій та нестандартного мислення. Це дозволяє створювати ефективні візуальні комунікації[4]. Цей напрямок також відомий як дизайн візуальної комунікації, візуальний або редакційний дизайн.

Будь-яке друковане видання, будь-який поліграфічний продукт виконує три основні функції:

а) утилітарно-комунікативну функцію зберігання і передачі інформації (включає комунікативну функцію візуалізації інформації шрифтовими та ілюстративними засобами, а також утилітарну функцію зберігання та передачі інформації за допомогою конкретного матеріального носія);

б) естетичну функцію, яка забезпечує продукт можливістю естетично впливати на користувачів;

в) емоційно-психологічну функцію фіксації невербальної інформації, що забезпечує формування емоційного враження від продукту (враження динамічності – спокою, активності – пасивності, ніжності – грубості, жіночності – мужності й т. ін.).

Названі функції тісно взаємопов'язані. Проте кожна з них ставить свої особливі завдання перед дизайнерами і розробниками.

Утилітарно-комунікативна функція поліграфічного продукту є первісною, обов'язковою. Ця функція реалізується шляхом матеріальної організації поліграфічного продукту як речі, як носія інформації. Наприклад, проектування утилітарно-комунікативної функції книги полягає в розробці книжкової конструкції, в організації її елементів в систему, що здатна забезпечити людині зручність користування книгою як пристроєм для читання.

Естетична та емоційно-психологічна функції поліграфічного продукту спрямовані на формування в користувача естетичних та емоційних вражень. Інформаційний контент поліграфічного продукту якби "пакується" у художній образ (наприклад, у гламур або мінімалізм). Така "упаковка" не повинна впливати на зміст інформації, але вона формує враження користувача від поліграфічного продукту та його контенту. "Проектування вражень" передбачає внесення до продукту образотворчо-графічних та декоративних елементів, що відображають його індивідуальний зміст.

Програмне забезпечення **Adobe InDesign** – універсальна видавнича програма, що дозволяє контролювати дизайн та типографіку до останнього пікселя, створювати сторінки для друкованих матеріалів, планшетних та інших пристроїв, адаптувати макети для забезпечення якісного відтворення на сторінках різного розміру та різних пристроях. З Adobe InDesign CS6 з легкістю можна створювати макети сторінок для друку або публікації, покращувати продуктивність за допомогою різноманітних можливостей, таких як перегляд у розділеному вікні, швидкий доступ до нещодавно використаних шрифтів та інших технологій, які дозволяють суттєво заощаджувати час.

Текст – це найголовніша складова будь-якого макета. Програма InDesign надає максимальний набір функцій для роботи з текстовими фрагментами, а саме, дозволяє імпортувати текст, зв'язувати його за допомогою фреймів і редагувати текст всередині фрейму. Після того, як текст імпортований, можна створювати та змінювати стилі, що забезпечить точне управління шрифтом, а саме, легку зміну шрифту і стилю його накреслення, встановлення режиму вирівнювання, додавання табуляції й відступу та в подальшому форматування самого документа.

Графічні елементи – невід'ємна частина будь-якого макета. Фотократки забезпечують можливість візуального спілкування з читачем, допомагають розкрити тему статті. Одна вдала ілюстрація, композиційно правильно розміщена на сторінці, привертає увагу, породжує цікавість. Натомість графічний елемент, що вносить диспропорцію, дратує, викликає неприязнь до матеріалу в цілому. Вміння опрацьовувати ілюстрації, правильно їх подавати є дуже важливим завданням для професійного верстальника.

Процес друку – це не тільки виведення зверстаної публікації на принтер, це комплекс дій, пов'язаних із налаштуванням параметрів документів, правилами відображення півтонів, прозорості, кольороподілу та ін. InDesign працює з принтерами і друкарським обладнанням, що підтримують мови PostScript та Adobe Acrobat. В якості альтернативи виведення публікації на друк, документ можна зберегти як файл PostScript (розширення *.PS). Розмір файла PostScript зазвичай більший, ніж файла збереженого безпосередньо в InDesign (розширення *.INDD), оскільки до нього приєднуються усі шрифти і графіка. Після створення файла PostScript його можна пересилати для друку в сервісне бюро видавництва. У свою чергу Adobe PDF надзвичайно ефективний у видавничих процесах. Формат PDF – популярний формат для обміну документами та зображеннями, до яких, наприклад, належать рекламні матеріали, тому що даний формат зберігає кольори професійної якості, векторні та растрові зображення, текст для широкого діапазону програм і комп'ютерних платформ. Формат PDF можна використовувати для публікації одного й того ж документа на папері та в Інтернеті, підтримуючи відповідну якість для обох джерел.

Розробка макета документа – найважливіший етап роботи верстальника. Перед створенням нового документа необхідно продумати його макет досить докладно: визначити параметри публікації, її структуру, а саме: розміри сторінок, кількість колонок,

відстань між ними (середник), поля, гарнітуру, основний кегль, колонтитули та інші атрибути. У принципі, макет можна замінити і пізніше, вже при набраному документі, але це створить багато додаткової роботи, і найімовірніше, доведеться переробляти увесь документ заново.

Людське око сприймає величезну кількість кольорів та їх відтінків. На відміну від ока, пристрої, з якими працює верстальник, здатні відтворювати дуже малу частину всієї гами. Саме через обмеженість таких пристроїв, як монітор, принтер і сканер ввели поняття кольірних моделей та систем відповідності кольорів. В поліграфії перш за все використовується модель CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key color) – субтрактивна кольорова модель. Вона застосовується у друкарських машинах і кольорових принтерах. Українською перші три кольори називають так: блакитний, пурпуровий та жовтий; але професіонали мають на увазі ціан, маджента і жовтий. Ці кольори візуально не ідентичні із загальноприйнятими назвами кольорів. Так, маджента – це лише один з пурпурових відтінків; жовтий і блакитний – абсолютно певні відтінки, а не цілі діапазони, як у веселці. Останній колір – Key – відповідає чорному кольору. RGB (Red, Green, Blue – червоний, зелений, синій) – адитивна кольорова модель, що описує спосіб синтезу кольору, за якою червоне, зелене та синє світло накладаються разом, змішуючись у різноманітні кольори. Кольорова модель RGB призначена сприймати, представляти та відображати зображення в електронних системах, таких як телебачення та комп'ютери, хоча її також застосовували у традиційній фотографії. Опанування основ роботи з кольорами та кольоровими моделями у програмі InDesign зробить макет більш привабливим.

НАВЧАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ.

Історія виникнення та розвитку журналу як виду видання.

Журнал як окремий вид видання виник пізніше, ніж газета. Це періодичний документ, що містить статті або реферативні відомості, огляди з різноманітних суспільно-політичних, виробничих, наукових питань, літературно-художні твори. Статті в журналі, в порівнянні з газетою, більшого обсягу, мають постійну рубрикацію. Журнали – видання ілюстровані, мають ширшу тематику, більш розлогі статті.

Журнальне видання випускається у виді блоку закріплених в корінці аркушів друкованого матеріалу визначеного формату, в обкладинці або палітурці. Характерними особливостями для журнальних видань є великі формати сторінок, двуколонний набір. Більшість журналів є ілюстрованими виданнями, а наявність і характер ілюстрованих матеріалів визначається конкретним типом журналу. Оскільки журнал виходить раз на тиждень, або раз на місяць, інформація, яка в ньому міститься є менш оперативною, ніж в газетах. Але тематика більш різноманітна. Інформація в журналі може бути первинною: статті, художні твори, нариси; вторинною: реферати, огляди тощо. Журнальні видання можуть містити, також, оригінали творів, або переклади.

Найпершим журнальним виданням вважається французький «Journal de Savants». Його перший номер побачив світ у Франції в 1665 році, а зміст складався з огляду книг з питань філософії, літератури, природознавчих наук, що були випущені в різних країнах Європи.

У 1665 році журнал з'явився в Англії, в 1668 – в Італії, в 1682 році – в Німеччині, але в більшості країн журнали почали з'являтися у XVIII столітті. Журнали для жіночої аудиторії з'явилися в кінці XVIII століття, першим «справжнім» виданням для жінок став американський Ladies' Magazine, що вийшов у 1828 році. Основними темами, що висвітлювалися, чи навіть пропагувалися у журналі були боротьба за жіночі права, а також заклик до слабкої статі ставати шкільними вчителями. Тиражі видання були дуже великими для того часу і сягали 40 000 щомісяця. Наприкінці XIX століття почали з'являтися масові жіночі журнали, які були приблизно такими, як ті, що ми звикли бачити сьогодні.

В 50-і та 60-і роки минулого століття почала з'являтися реальна конкуренція між жіночими виданнями. Тенденцією 70-х стало фокусування публікацій на жінках, які займаються кар'єрою. Видання відображали зміни у сприйнятті ролі жінок у суспільстві. Стрімке зростання різних назв жіночих видань пояснюється й зацікавлення рекламодавців жіночою тематикою, які по сьогоднішній день вбачають у жінках найбільшого споживача товарів. Не дивно, що саме жіночі журнали збирають найбільші рекламні бюджети. Наприклад, наприкінці 2004 року в Німеччині налічувалося 64 жіночих журнали, серед яких були 35 щотижневих, 6, що виходять раз в два тижні і 23 щомісячних. Їх сукупний тираж склав 13 млн. екз. Два жіночих видання входять в десятку найбільш високотиражних журналів Німеччини: Bild der Frau з аудиторією в 5,48 млн. читачів і Neue Post, які мають 3-х мільйонну аудиторію. Жіночі журнали в Німеччині належать до виду публічних видань, оскільки за своїм редакційним і рекламним змістом вони орієнтуються на широку публіку незалежно від професії, соціального положення, політичної або релігійної приналежності.

Типологія журнальних видань

Журнал – періодичне журнальне видання, яке виходить під постійною назвою, має постійні рубрики, містить статті, реферати, інші матеріали з різних громадсько-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, ілюстрації фотографії. Журнал може мати додаток чи додатки у вигляді періодичних чи продовжуваних видань, а також платівок, дискет, магнітофонних стрічок, інших носіїв візуальної інформації. Завданням журналів є забезпечення комунікації в різних видах суспільної практики. Як засіб інформації журнал має такі власні особливості: нескінченність та регулярність виходу в світ номерів через певні проміжки часу, наявність публікуємих матеріалів у виді статей; журнал має певний тематичний напрямок змісту матеріалів, статей, які в ньому містяться; особливе поліграфічне оформлення.

Журнал має постійно діючу редколегію, яка з погодження директивних органів запановує програму видання, його функціональне та читачке призначення, тематичний напрямок видання. Кожний номер журналу виходить впродовж року під постійною назвою, але номери мають, звісно, різний зміст.

За функціональним призначенням журнали класифікують наступним чином:

Громадсько-політичний журнал – періодичне журнальне видання зі статтями та матеріалами актуальної громадсько-політичної тематики.

Науковий журнал – періодичне журнальне видання статей та матеріалів з теоретичних досліджень, а також статей та матеріалів прикладного характеру, призначене переважно фахівцям певної галузі науки.

Науково-популярний журнал – періодичне журнальне видання статей та матеріалів з основ наукових знань з популярними відомостями щодо теоретичних та експериментальних досліджень у галузях науки, культури, практичної діяльності, що служить поширенню знань та самоосвіти.

Виробничо-практичний журнал – періодичне журнальне видання статей та матеріалів з технології, техніки, економіки, організації виробництва або практичної діяльності з методичними розробками, призначене працівникам певної галузі.

Популярний журнал – періодичне журнальне видання статей та матеріалів з різноманітних питань – культури, спорту, побуту тощо, призначене широкому колу читачів.

Літературно-художній журнал – періодичне журнальне видання творів художньої літератури, а також публіцистичних та критичних статей і матеріалів.

Реферативний журнал – періодичне реферативне видання, офіційно зареєстроване як журнал.

За цільовою аудиторією журнали поділяють на велику кількість типів, серед яких

значної популярності набувають спеціалізовані журнали, зокрема журнали для жіноцтва. Журнал може мати додаток чи додатки у вигляді періодичних чи продовжуваних видань, а також платівок, дискет, магнітофонних стрічок, інших носіїв візуальної інформації.

Журнали розрізняються і за територіальною ознакою. Важливе значення для формування особливостей журналу мають його обсяг і періодичність випуску. Журнали умовно поділяють на тонкі – обсягом 2-5 друкованих аркуша і товсті – обсягом 20-25 друкованих аркушів. Чим більша періодичність випуску журналу, тим менше його обсяг і навпаки. Періодичність видань журнального типу коливається від 1 разу на тиждень до 1-2 рази на рік (альманах, щорічник). Тривалість життя є теж характерною ознакою журналу, бо вона, в порівнянні з газетою та іншими медіа, триває чи не найдовше. Впродовж тижня-місяця, в залежності від частоти виходу видання, примірник читають і перечитують. Більшість людей навіть має звичку зберігати примірники журналів тривалий час, згодом повертаючись до деяких публікацій. При цьому, треба зазначити, що один примірник майже завжди читають декілька осіб. За свідченнями статистики, в Україні один журнал читає приблизно у п'ять разів більше людей, ніж примірник газети, а в регіонах України цілком нормальною вважається ситуація, коли один номер видання читають десять і більше людей. Тому можна говорити про ґрунтовніший вплив такого типу видання у порівнянні з іншими видами періодичної друкованої преси.

Структура та дизайн журналу

Єдність змісту і форми, функціонального та естетичного складає основну мету в мистецтві художньо-технічного оформлення періодичних видань. Внутрішню форму видання утворюють тематична і жанрова структури. Зміст починає виявляти свою форму під час безпосередньої реалізації редакційних планів у кожному номері видання і на кожній його полосі.

Як відомо, рубрикація є моделлю композиційної будови (структури) журналу. Без тематичної структурованості видання втрачає цільність, стає схожим на вінегрет, де в одну купу згорнуто все, що потрапило під руку. Це не тільки дезорієнтує читача, ускладнює його пошуки потрібного матеріалу, зле й унеможливує цілеспрямовану роботу працівників, вносить хаос у трудовий ритм колективу редакції.

Композиція номера здійснюється з допомогою верстки – розміщення текстових матеріалів, ілюстрацій та заголовків на полосах. Усі особливості верстки та оформлення журналу зумовлені змістом. Місце журнального матеріалу визначається його значенням: найважливіші статті і замітки, добірки розміщують на кращих місцях номера і кожної сторінки. Графічна композиція у періодичному виданні має такі основні властивості: цілісність, стильова єдність всіх елементів, сталість та універсальність елементів і засобів композиції.

Цілісність композиції – це внутрішня єдність. Яка виникає завдяки підпорядкуванню її частин. Цілісна композиція вирізняється такими якостями, як організованість, гармонійність та образність.

Важливою є стильова єдність усіх елементів. Арсенал засобів оформлення дуже різноманітний. Тому оформлювачі постійно стикаються з проблемою їх вибору. З текстових і заголовних шрифтів, форматів набору, лінійок, пробілів, відбивок треба відібрати найнеобхідніші для втілення композиційного задуму. Вибір кожного оформлювального засобу залежить від того, наскільки він відповідає задумові композиції, функціональним та естетичним вимогам і характерові видання.

Дуже велике значення мають сталість та універсальність елементів композиції. Специфіка періодичної преси полягає в тому, що загальне в ній проявляється через одиничне; іншими словами, загальне ми знаходимо в кожному окремому номері, хоча за загальним змістом один номер зовсім не схожий на інший.

Спільність композиції номерів досягається завдяки єдності стилю оформлення. Ті самі елементи (шрифти, лінійки, формати набору тощо) використовуються в аналогічних

ситуаціях – для оформлення постійних і тимчасових розділів, а також матеріалів, що друкуються з продовженням у декількох номерах.

Ще одна суттєва ознака більшості елементів і засобів композиції – універсальність, пристосованість до різних ситуацій, що виникають під час складання номерів.

Сталість композиції, зовнішніх особливостей і ознак дає підстави для побудови композиційно-графічної моделі видання, що включає найтиповіші особливості його змісту і форми, головну тематику видання, його структуру, форми організації та подачі матеріалів, способи графічного вираження всіх змістових компонентів видання.

Внутрішню структуру журнальних видань визначають рубриковані розділи та різноманітні за жанром, обсягом матеріали. Читацьке призначення журналів багато залежить від сфери діяльності читача, його професії, загального культурного розвитку та інтересів. Саме читацьке призначення визначає стиль викладу інформації, тематику видання, характер його матеріалів, розрахованих на читачів певних вікових категорій, залежно від роду їх занять, виду діяльності. Існують, також, видання, розраховані на специфічні групи населення, наприклад, для людей з фізичними недоліками.

Унікальність журнального формату порівняно з газетним визначають:

- дизайн, що характеризується більш креативними рішеннями;
- якісна поліграфія, що в порівнянні з газетою використовує кращий папір, більшу гаму фарб та робить щільнішу обкладинку;
- портативність, тобто зручний формат журналу, який зазвичай є меншим ніж у газети;
- вузька спеціалізація, розмаїття якої значно перевищує газетні тематичні спрямування;
- чітко окреслена цільова аудиторія;
- брендинг особистості, тобто використання зображення відомих людей задля створення або підтримання іміджу видання.

Журнали мають особливості художнього оформлення (дизайну), організації виробництва та засобів розповсюдження залежно від періодичності, тиражу, обсягу, формату, фарбовості, ілюстративності, тематики.

Конструкція журналів за останні 10 – 15 років стала складнішою, у тому числі й за рахунок архітектурно-технічних надлишків і незвичних побудов.

Об'єм журналів також визначає видавець. Перший закріплюється наповнюючи окремі числа вкладками різноманітного характеру, збільшуючи або зменшуючи журнал залежно від пори року, певних соціальних подій (виставки, семінари, форуми, свята тощо).

Журнали вимагають яскравих візуальних ефектів, щоб прибавити читача своїм виглядом. Візуальне подання, зокрема, має на увазі:

- розташування частин тексту відносно один одного;
- тип і розмір шрифту;
- ілюстрації і їхнє оптимальне розташування;
- єдиний стиль;
- колірні сполучення;
- співвідношення елементів по розташуванню, розміру, пропорції.

Ілюстрація – один із елементів, які формують образ журналу, його обличчя. При цьому завдяки своїй специфіці – наочності – ілюстрація справляє значний вплив на читачів. Ілюстрації як засіб художнього оформлення мають велике значення у формуванні естетичної привабливості видання. По-перше, ілюстрації відіграють активну роль у конструюванні полоси чи сторінки журналу, виступаючи в композиційній єдності з іншими елементами; завдяки зображувальним матеріалам сторінки видання набувають вигляду завершеного, гармонійного цілого. По-друге, художні переваги періодичних видань залежать також від зображальної досконалості надрукованих фотознімків. Обидва моменти однаково важливі. Привабливість оформлення видання може знизити як композиційну незавершеність його графічної моделі, так і невиразність фотопублікацій.

Ілюстрації доповнюють зміст матеріалів, дають можливість побачити їх з нового, більш виразного боку. Існують ілюстрації і як самостійні жанри у вигляді окремих фотографій, нарисів, тематичних добірок. Тема і сюжет їх розглядаються самостійно, а текст відіграє роль пояснювального підпису.

Обираючи форму ілюстрації треба визначити її розміри. Передусім тут виходять зі змісту і значення ілюстрації на полосі та в усьому номері. Усі ілюстрації, залежно від характеристик їхніх оригіналів, поділяються на дві групи. Перша – фотоілюстрації, оригінали яких отримують з допомогою фото-чи кіноапарата. Це – репортажні знімки, фотопортрети, фотомонтажі і фотоплакати, фотонариси, фотоетюди і фотопейзажі, фотонатюрморти, фоторепродукції та ін. Друга група – нефотографічні ілюстрації, оригінали яких – це малюнки чи накреслення, виконані олівцем, пером чи пензлем. До цієї групи входять малюнки, карикатури, шаржі, плакати, фігури, карти, схеми, тощо.

Побудова підписів до ілюстрацій у різних виданнях неоднакова: є підписи, що повідомляють тільки номер малюнка у виданні, є підпису розгорнуті, що коментують малюнок. Обсяг підписів також різний – є підпису в один рядок.

Найчастіше загальні тексти підписів набирають шрифтом, що на один-два пункти менше кеглю шрифту основного тексту. Пояснючі частини підпису набирають ще дрібніше (до кегля 6), або іншим накресленням шрифту (наприклад, курсивом).

Існують різноманітні способи розміщення підписів (стосовно малюнків). Найпоширеніший – розташування підпису безпосередньо під малюнком. Принцип розміщення підписів визначається одночасно з планом розміщення ілюстрацій, при розробці задуму оформлення видання.

Отже, структура журнального номеру багато в чому визначає інтерес читачкої аудиторії до видання, тобто є фактором популярності журналу, його рейтингу серед видань такого ж типу. Логічно вибудований, чітко структурований журнал завжди буде приваюювати читача, привертати увагу зручність отримання інформації.

Основні проблеми верстання

Типові проблеми верстання, які існували і продовжують існувати незалежно від змін у технології набору, а також способи боротьби з ними.

1. Висячі рядки.

Висячий рядок – це кінцевий рядок абзацу, який стоїть першим на смузі (в колонці), або початковий рядок абзацу, який стоїть останнім на смузі (в колонці). В довідковій літературі розрізняють "верхній висячий рядок" і "нижній висячий рядок". На англійському типографському жаргоні висячі рядки називають, відповідно, вдовами (верхні висячі рядки) та сиротами (нижні). Німецькі друкарі з неприязню називають їх "сукіними синами". Російський типографський жаргон не більш люб'язний у відношенні до висячих рядків.

Висячі рядки – один з найпотворніших огріхів, що зустрічаються у типографії. За традиційними правилами набору висячий рядок є недопустимим. Виняток становлять лише короткі рядки текстів між математичними формулами, а також висячі рядки в оперативних інформацій-них виданнях – газетах і журналах – за умови, що верхній висячий рядок займає не менше 2/3 формату набору, а рядок перед нижнім висячим рядком також не менше 2/3 формату набору.

Проблему висячих рядків вирішують такими способами:

- можна вдатися до маніпуляцій з міжсловними і міжбуквеними інтервалами, щоб "втягнути хвіст";
- можна об'єднати два-три абзаци в один;
- якщо ці способи не допомагають, можна вдатися до більш радикальних заходів;
- збільшити інтервал між абзацами (Ян Чихольд вважає, що "такий підхід суперечить нормам хорошого книгодрукування");

- трохи відредагувати абзац (як вважав С. М. Львівський, "якість тексту при цьому теж частенько покращується), проте це можливо тільки під час верстання власного твору;
- збільшити попередню смугу на один рядок або зменшити поточну смугу на один рядок (у застосуванні цього прийому Чихольд посилається на практику XVIII – XIX віків).

2. Скупчення декількох рядків з переносами.

Рекомендується не застосовувати переноси більше ніж у двох-трьох рядках підряд заради збереження легкості читання та краси набірної смуги. При великій кількості переносів око часто знову потрапляє на прочитаний рядок або ж, навпаки, перескакує через рядок.

Не потрібно повністю покладатися на автоматичний переніс слів, що є функцією сучасних комп'ютерних програм. Автоматичний переніс не цілком і не завжди відповідає вимогам естетики переносу. Тому верстальник повинен взяти керування переносами у свої руки: іноді використовувати примусовий перенос, іноді відмінати переноси взагалі.

3. Коридори.

Коридор – це збіг, злиття міжсловних пропусків по вертикалі або похилій лінії в трьох і більше суміжних рядках. Коридори порушують "добротну кладку" текстового блоку. Особливо неприємним коридор є тоді, коли його ширина перевищує величину інтервалу між рядками (інтерліньяж).

Проблему коридорів вирішують такими способами:

- змінюють міжсловні та міжбуквені інтервали;
- застосовують вирівнювання за лівим краєм.

4. Неправильне рознесення слів заголовка на різні рядки.

Під час розподілу заголовку на рядки не допускаються переноси у словах. Також не можна залишати в кінці рядка заголовка прийменники і сполучники. В ідеалі, кожний рядок заголовку повинен містити осмислений фрагмент фрази

5. Коливання ширини міжрядкових інтервалів.

Порушення прийнятої величини інтервалу між рядками надає сторінкам книги неакуратного вигляду. Воно також може бути сприйняте читачем як смисловий сигнал.

6. Значні коливання міжсловних пропусків.

Недопустимі ні дуже вузькі міжсловні інтервали, при яких слова мовби зливаються, ні дуже широкі, при яких мовби втрачається зв'язок між словами.

7. Оптична нерівність відстаней між деякими знаками при стандартному апроші.

При однакових міжбуквених інтервалах сусідні букви, які обмежені прямими штрихами, здаються такими, що стоять ближче один до одного, ніж букви, які обмежені косими штрихами, особливо у великих кеглях. Для виправлення цього недоліку застосовується кернінг – зміна міжбуквеного інтервалу певних пар знаків.

ВАРІАНТИ ЗАВДАНЬ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНИХ РОБІТ

1. Тема: «Сучасні архітектурні тренди»

Розробити макет журналу, присвяченого сучасним тенденціям у міському будівництві.

Структура:

- обкладинка з мінімалістичним дизайном;
- стаття з фото галереєю сучасних будівель;
- інфографіка про матеріали, що використовуються у сучасній архітектурі.

2. Тема: «Архітектурна спадщина України»

Верстати випуск журналу про історичні будівлі в різних регіонах України.

Особливості завдання:

- використання архівних фотографій;
- додавання мап із розташуванням архітектурних пам'яток;
- створення акцентів через шрифти та кольори, що відображають традиції.

3. Тема: «Екологічна архітектура та зелений дизайн»
Створити макет журналу, присвяченого екологічним ініціативам у будівництві та ландшафтному дизайні.
Структура:
- обкладинка з фотографією «зеленої» будівлі;
 - статті з інфографікою про переваги екологічного дизайну;
 - сторінки з патернами природних текстур для фону.
4. Тема: «Дизайн інтер'єру: ідеї для сучасного дому»
Верстати номер журналу, присвячений архітектурним рішенням для внутрішніх просторів.
Особливості завдання:
- включення розділів з фотографіями інтер'єрів (лофт, мінімалізм, скандинавський стиль);
 - додавання колонок з порадами дизайнерів;
 - використання великого заголовного тексту для основних акцентів.
5. Тема: «Міста майбутнього»
Розробити концептуальний журнал про футуристичні проекти в архітектурі.
Структура:
- вступна стаття з інтерактивним дизайном (використання ілюстрацій із перспективою);
 - галерея цифрових макетів футуристичних будівель;
 - діаграми, що пояснюють енергоефективні технології.
6. Тема: «Архітектурний конкурс: концепції та реалізація»
Верстати журнал про результати студентського архітектурного конкурсу.
Особливості завдання:
- додати сторінку з профілями учасників та їх роботами;
 - інтерв'ю з журі;
 - інфографіка про процес оцінювання конкурсних проектів.
7. Тема: «Вплив архітектури на емоційний стан людини»
Макет журналу, присвяченого психологічним аспектам архітектури.
Структура:
- сторінки з фотографіями будівель і поясненням їх впливу на настрій;
 - інфографіка про кольорові схеми в архітектурі;
 - розділ із порадами для студентів-дизайнерів про створення комфортних просторів.
8. Тема: «Ландшафтний дизайн у сучасній архітектурі»
Створення макету журналу з прикладами інтеграції природи в архітектурні проекти.
Елементи:
- панорамні фотографії ландшафтних проектів;
 - колонки з порадами з використання натуральних матеріалів;
 - шаблон сторінки для опису ідей студентів.
9. Тема: «Реконструкція старих будівель»
Верстати журнал про збереження та адаптацію старих будівель для сучасного використання.
Особливості:

- порівняння фото до та після реконструкції;
- розділи про технології, які використовуються для відновлення;
- використання строгих шрифтів і палітри приглушених кольорів.

10. Тема: «Модульна архітектура: швидко, стильно, економічно»

Створити журнал про модульні будівлі та їх переваги.

Елементи:

- технічні креслення модулів у макеті;
- інфографіка про вартість і швидкість зведення модульних будівель;
- розділи, присвячені модульним школам, офісам та житловим приміщенням.

Також можна зверстати макет журналу на будь-яку іншу тему відповідну навчальній дисципліні «Графічний дизайн» за освітньо-професійною програмою «Архітектурний дизайн».

ЕТАПИ ВИКОНАННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

1. Аналіз завдання (2 бали)
 - Ознайомлення з технічним завданням (кількість сторінок, формат журналу, цільова аудиторія).
 - Визначення концепції дизайну: стиль, кольорова палітра, типографіка, композиційні рішення.
 - Підготовка вихідних матеріалів: текст, зображення, графіка.
2. Налаштування документа (2 бали)
 - Створення нового документа в Adobe InDesign. Вибір формату сторінки (наприклад, A4, A5). Налаштування полів, колонок і напрямних. Визначення кількості сторінок та створення багатосторінкового макета.
 - Створення майстер-сторінок. Включення елементів, що повторюються (нумерація сторінок, заголовки, фонові графічні елементи).
3. Розробка дизайну обкладинки (2 бали)
 - Створення дизайну обкладинки журналу. Додавання заголовків, підзаголовків та графічних елементів. Вибір шрифтів та кольорів, що відповідають концепції. Інтеграція основного зображення або ілюстрації для обкладинки.
4. Верстка сторінок журналу (2 бали)
 - Робота з текстом. Розміщення статей та текстових блоків. Налаштування абзацних і символічних стилів для уніфікації тексту. Розподіл тексту по колонках із дотриманням композиційної гармонії.
 - Робота з графікою. Вставка зображень і ілюстрацій. Налаштування розмірів і розташування графічних елементів. Використання обтікання текстом.
 - Композиційна організація сторінок. Баланс між текстовими та графічними елементами. Використання білого простору для візуальної легкості.
5. Додаткові елементи оформлення (2 бали)
 - Створення змісту журналу (таблиця вмісту, перелік статей).
 - Додавання декоративних елементів (іконки, графічні вставки, цитати).
 - Створення рекламних блоків, якщо передбачено завданням.
6. Перевірка та фінальне редагування (2 бали)
 - Перевірка орфографії та типографіки.
 - Аналіз макета на предмет помилок у розташуванні елементів.
 - Застосування узгоджених кольорів і шрифтів.
7. Підготовка до друку (2 бали)
 - Налаштування кольорового режиму (СМΥК).

- Додавання обрізів, полів та міток.
 - Експорт готового макета у форматі PDF для друку з відповідними параметрами (висока роздільна здатність, включення шрифтів).
8. Презентація і захист роботи (5 балів)
- Підготовка документа для демонстрації (PDF-версія, віртуальний макет).
 - Коротка презентація концепції дизайну та її реалізації.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ЕТАПІВ

Інтегральна оцінка кожного етапу роботи базується на визначенні відповідності оцінюваної роботи наступним основоположним критеріям:

технічна якість виконання
композиційна гармонія
типографіка
кольорова гармонія
інноваційність та креативність
функціональність
візуальна естетика
відповідність технічному завданню.

Бездоганне виконання оцінюється у 15 балів. Захист роботи – 5 балів.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

Розрахунково-графічна робота повинна бути структурованою, акуратно оформленою та відповідати стандартам навчального закладу. Усі елементи роботи мають бути логічно пов'язані між собою, а графічна частина – виконана якісно та зрозуміло.

Формат роботи зазвичай подається на аркушах формату А4. Загальний стиль оформлення повинен бути єдиним, із чітким дотриманням шрифтових і колірних рішень. Основний текст виконується шрифтом Times New Roman, розміром 12, із міжрядковим інтервалом 1.0. Заголовки можуть бути більшими за розміром і жирними. Поля документа встановлюються так: праве, верхнє та нижнє – 20 мм, лівє – 25 мм. Нумерація сторінок розміщується в правому нижньому куті.

Структура роботи включає титульний аркуш, зміст, вступ, теоретичну та практичну частини, висновки, список використаних джерел та додатки (за необхідності). На титульному аркуші зазначається назва навчального закладу, тема роботи, ПІБ студента, група, рік виконання та ПІБ викладача.

У вступі пояснюється мета роботи, завдання, які ставляться перед студентом, та актуальність теми. Теоретична частина містить опис інструментів і методів, які використовуються для виконання роботи, а також розгляд відповідних аспектів тематики (наприклад, принципи верстки, типографіка, кольорові моделі).

Практична частина детально пояснює процес виконання роботи, включаючи ілюстрації та скріншоти для демонстрації етапів. У цьому розділі також описуються використані дизайнерські рішення та застосовані інструменти. Графічна частина має містити чіткі, якісні елементи, такі як обкладинка, сторінки макету, інфографіка тощо.

Результати роботи повинні бути представлені у вигляді фінального макету, доповненого візуальними матеріалами. У висновках зазначається, чи досягнуто мети роботи, аналізуються результати та надаються пропозиції щодо можливого вдосконалення.

Список використаних джерел формується відповідно до вимог навчального закладу й включає літературу, статті, інтернет-ресурси, що були використані в роботі.

Підготовка до захисту включає створення короткої усної доповіді з поясненням ідей та технічних рішень, а також демонстрацію роботи у друкованому або цифровому форматі.

При захисті важливо бути готовим відповісти на питання стосовно дизайнерських рішень і використаних інструментів.

Дотримання цих рекомендацій дозволить студенту створити професійно оформлену та якісну розрахунково-графічну роботу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Клубкова М. *Вступ до роботи з програмами Adobe: Photoshop, Illustrator, InDesign*. — Харків: Фактор, 2021.
2. Гордон Б. *Основи графічного дизайну*. — Київ: Видавництво «Книга», 2020.
3. Лупандін А. *Типографіка: мистецтво розміщення тексту*. — Київ: АртПрес, 2018.
4. Вільямс Р. *Дизайн для недизайнерів*. — Львів: Видавництво Старого Лева, 2021.
5. Малевич А. *Сучасні інструменти графічного дизайну*. — Київ: Дизайн-Медіа, 2019.
6. Adobe Systems Incorporated. *Adobe Illustrator: Керівництво користувача*. — Офіційна документація.
7. Пентак С., Лофті Д. *Дизайн і композиція*. — Київ: Рідна Мова, 2020.
8. Шаров В. *Практика графічного дизайну: навчальний посібник*. — Київ: Альпіна Паблішер, 2017.
9. Бартон Д. *Візуальне мислення у дизайні*. — Львів: Видавництво Старого Лева, 2019.
10. Крістоферсон Б. *Графічний дизайн: основи для професіоналів*. — Київ: Манн, Іванов і Фербер Україна, 2020.
11. Васишин Д.В. *Технологія набору та верстки: навч. посіб.* / Д.В.Васишин, О.М. Васишин; за ред. О.В.Мельникова. — Вид.2е. — Львів: Укр.акад.друкарства, 2011. — 272 с.
12. Потрашкова Л. В. *Основи композиції та дизайну : навч. посібн.* / Л. В. Потрашкова. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. — 144 с.
13. Білодід Ю.М. *Основи дизайну: навч. посіб.* / Ю.М. Білодід, О.П. Поліщук. — Київ: ПАРАПАН, 2004. — 240 с.
14. Вілер А. *Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Аліна Вілер*. — Київ: КМ-Букс, 2020 — 336 с.
15. *The Business of Graphic Design: The RGD Professional Handbook – 3* – Toronto: 2015. — С. 12–15. — 264 с. — ISBN 978-0-9688734-5-8
16. Charlotte Fiell, Peter Fiell. *Contemporary Graphic Design*. — Taschen Publishers, 2008. — 559 с. — ISBN 978-3-8228-5269-9.
17. Wiedemann, Julius & Taborda, Felipe. *Latin-American Graphic Design*. — Taschen Publishers, 2008. — 544 с. — ISBN 978-3-8228-4035-1.