

Хмельницький національний університет

Повна назва вищого навчального закладу

Кафедра дизайну

Повна назва кафедри

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший бакалаврський

освітній рівень

### ДИЗАЙН І ВЕРСТКА КАТАЛОГУ РОБІТ ВИКЛАДАЧА КАФЕДРИ: РИСУНКУ ТА ПРОЄКТНОЇ ГРАФІКИ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ЛЮБОВІ МИЛЕНЬКОЇ

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр, назва


Спеціальність 022 Дизайн

Шифр, назва


Шифр ДРДЗ. 20080.03.18.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ДЗН-20-3  Анастасія ПЕТРІВСЬКА

Керівник: старший викладач  Олег БОБРОВСЬКИЙ

Нормоконтролер: викладач кафедри дизайну  Павло ГОРНИЙ

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну 

Ельвіра БАЗИЛЮК

13 червня 2024р.

Хмельницький 2024

# ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технологій та дизайну  
Кафедра дизайну  
Освітній рівень перший (бакалаврський)  
Галузь знань 02 Культура і мистецтво  
Спеціальність 022 Дизайн  
Освітня програма Дизайн

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри**

*Е.В. Базилюк* доцент Базилюк Е.В.  
*15 лютого* 2024 року

## ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Петрівська Анастасія Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту Дизайн і верстка каталогу робіт викладача кафедри РПГ  
ХНУ Любові Миленської

Керівник проекту старший викладач Бобровський О.В.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «15»лютого 2024 р., № 8

2. Строк подання студентом закінченої роботи 7 червня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи об'єкт проектування: каталог робіт викладача  
кафедри РПГ ХНУ Любові Миленської, призначення каталогу: представлення  
робіт викладача кафедри РПГ ХНУ для ознайомлення та використання у  
навчальному процесі та наукових дослідженнях

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно  
розробити) Обґрунтування вихідних даних до проектування каталогу,  
Ретроспектива теми, Творча розробка дизайну об'єкта  
проектування

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових  
креслень) презентаційний банер розміром 1500x2000 мм

## 6. Консультанти розділів проекту


Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

## 7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Приміт
1	Вибір тем та формування вихідних даних	15.02-20.02	
2	Аналіз та обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта	10.02-01.03	
3	Оформлення розділу 1	10.02-01.03	
4	Збір матеріалів та виконання ретроспектива теми	02.03-01.04	
5	Оформлення розділу 2	02.03-01.04	
6	Творча розробка дизайну об'єкта проектування та опрацювання ескізної пропозиції	02.04-15.05	
7	Оформлення розділу 3	26.04-15.05	
8	Формулювання висновків	16.05	
9	Оформлення додатків	17.05-24.05	
10	Друк та виготовлення матеріалів	25.05-30.05	
11	Допуск кваліфікаційної роботи керівником	28.05-30.05	
12	Нормоконтроль кваліфікаційної роботи	5.06	
13	Перевірка на антиплагіат	7.06	
14	Допуск результатів проектування до захисту	9.09	
15	Рецензування кваліфікаційної роботи	11.06-14.06	
16	Оформлення презентації результатів проектування, підготовка доповіді	7.06-14.06	
17	Захист кваліфікаційної роботи	18.06	

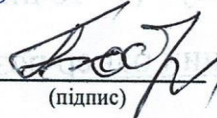
**Студент**

  
(підпис)

**А.М.Петрівська**

Ініціали, прізвище

**Керівник проекту**

  
(підпис)

**О.В. Бобровський**

Ініціали, прізвище

## АНОТАЦІЯ

до дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»  
на тему: «Дизайн і верстка каталогу робіт викладача кафедри: рисунку та  
проектної графіки Хмельницького національного університету Любові  
Миленької»

студентки групи ДЗН-20-3 Петрівська А.М.  
керівник — старший викладач Бобровський О.В.

Обсяг пояснювальної записки — 66 стор., 26 іл., 5 додатків, 25 джерел посилання.

Обсяг графічної частини — презентаційний банер розміром 1500x2000 мм

КАТАЛОГИ, ДИЗАЙН, ХУДОЖНІЙ КАТАЛОГ, ХУДОЖНИК, ЛЮБОВ  
МИЛЕНЬКА, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ІЛЮСТРАЦІЯ, ТВОРЧІСТЬ, ВЕРСТКА,  
РЕТРОСПЕКТИВА, ТРЕНДИ В ДИЗАЙНІ, ПРОЄКТУВАННЯ, СТРУКТУРА  
КАТАЛОГІВ, АНАЛІЗ, КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙНУ.

Дипломна робота присвячена дослідженню та розробці каталогу робіт художниці Любові Миленької. У роботі обґрунтовано вихідні дані для проектування каталогу, висвітлено основні принципи та концепції створення каталогів, а також проаналізовано сучасні підходи до структури та елементів каталогів. Також проведено ретроспективний огляд розвитку дизайну каталогів, здійснено аналіз існуючих прикладів каталогів та виявлено сучасні тренди у дизайні та верстці. Окремий розділ присвячено творчій розробці дизайну каталогу робіт Любові Миленької, де розглянуті вибір та обґрунтування концепції дизайну, розробка макетів та варіантів дизайну сторінок каталогу, а також обґрунтування головної ідеї та дизайну верстки.

5.06.2024

(дата)



(підпис)

## ЗМІСТ

Вступ .....	6
1 Обґрунтування вихідних даних до проєктування каталогу .....	8
1.1 Основні принципи та концепції створення каталогів .....	8
1.2 Структура та елементи каталогу: аналіз сучасних підходів .....	14
2 Ретроспектива теми .....	18
2.1 Історичний огляд розвитку дизайну каталогів .....	18
2.2 Аналіз існуючих прикладів каталогів .....	24
2.3 Сучасні тренди у дизайні та верстці каталогів .....	27
3 Творча розробка дизайну об'єкта проєктування... ..	42
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну каталогу робіт Любові Миленської .....	42
3.2 Розробка макетів та варіантів дизайну сторінок каталогу... ..	44
3.3 Обґрунтування головної ідеї та дизайну верстки каталогу .....	49
Висновки .....	54
Перелік джерел посилання .....	55
Додаток А. Зразки каталогів .....	59
Додаток Б. Сторінки дизайну і верстки каталогу робіт викладача кафедри РПГ ХНУ Любові Миленської .....	62
Додаток В. Сторінки дизайну і верстки каталогу робіт викладача кафедри РПГ ХНУ Любові Миленської .....	63
Додаток Г. Сторінки дизайну і верстки каталогу робіт викладача кафедри РПГ ХНУ Любові Миленської .....	64

Додаток Д. Сторінки дизайну і верстки каталогу робіт викладача кафедри РПП ХНУ Любові Миленської .....	65
Додаток Е. Презентаційний банер .....	66

## ВСТУП

**Актуальність теми** даного дослідження обумовлена низкою вагомих факторів, що підкреслюють її значущість у сучасних умовах. По-перше, зростання значення візуальної комунікації в епоху цифрових технологій зумовлює необхідність створення візуально привабливих та інформаційно насичених матеріалів. Візуальний контент стає ключовим засобом передачі інформації, що сприяє формуванню позитивного іміджу установи та ефективнішому сприйняттю змісту.

По-друге, наявність якісно оформленого каталогу робіт викладача є важливою умовою для представлення його досягнень та творчих проєктів. Такий каталог дозволяє систематизувати та професійно подати інформацію про науковопедагогічну діяльність викладача, що є важливим як для академічного середовища, так і для потенційних студентів та партнерів.

По-третє, сучасні вимоги до дизайну та верстки вимагають інноваційних підходів та високих стандартів якості, що стосується не лише естетичних, але й технічних аспектів створення каталогів, які забезпечують зручність використання та естетичне задоволення від перегляду.

По-четверте, розширення можливостей цифрового розповсюдження інформації відкриває нові перспективи для представлення творчих робіт. Цифрові каталоги мають значні переваги у порівнянні з друкованими версіями, оскільки вони можуть бути доступні широкій аудиторії через інтернет, забезпечуючи інтерактивний перегляд та можливість швидкого оновлення інформації.

Враховуючи всі зазначені аспекти, тема розробки дизайну і верстки каталогу робіт викладача кафедри РПП ХНУ Любові Миленської є надзвичайно актуальною. Вона об'єднує теоретичні знання та практичні навички, необхідні для створення

високоякісного продукту, який буде корисним як для самого викладача, так і для університету в цілому. Дослідження та практична реалізація цього проєкту сприятимуть підвищенню рівня візуальної комунікації та представлення науковопедагогічних досягнень у сучасному освітньому просторі.

**Метою роботи** є розробка дизайну і верстки каталогу робіт викладача кафедри РПГ ХНУ Любові Миленької, що забезпечить ефективне представлення її творчих досягнень та науково-педагогічної діяльності.

Для досягнення мети поставлені наступні **завдання**:

- визначити основні принципи та концепції створення каталогів;
- дослідити структура та елементи каталогу;
- дослідити історію розвитку дизайну каталогів;
- проаналізувати існуючі приклади каталогів;
- проаналізувати сучасні тренди у дизайні та верстці каталогів;
- обрати та обґрунтувати концепцію концепції дизайну каталогу робіт Любові Миленької;
- розробити варіанти творчих ідей;
- обґрунтувати розробку головної ідеї дизайну верстки каталогу.

**Практичне значення роботи** полягає у створенні професійно оформленого каталогу робіт, який сприятиме підвищенню іміджу викладача та університету, а також забезпечить зручне і ефективне представлення творчих досягнень широкій аудиторії.

**Структура теоретичної роботи** обумовлена її метою і завданнями та складається з вступу, трьох розділів, висновків, переліку джерел інформації (25 позицій), додатків. Дипломна робота складається з пояснювальної записки презентаційного банера розміром 1500x2000 мм.

Пояснювальна записка виконана на 65 сторінках друкованого тексту, містить 26 ілюстрацій, 2 додатки та список використаних джерел з 25 найменувань.

## 1 ОБГРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ КАТАЛОГУ

### 1.1 Основні принципи та концепції створення каталогів

Каталог є систематизованим переліком об'єктів, які можуть містити товари, послуги, документи та інші елементи. Використання каталогів спрямоване на структурування та організацію інформації з метою полегшення доступу до неї та забезпечення зручної навігації користувачів. У контексті бізнесу каталоги відіграють ключову роль, допомагаючи у систематизації та зберіганні даних про товари, послуги та клієнтів, а також забезпечуючи швидкий та зручний доступ до цієї інформації для співробітників та клієнтів (рис.1.1) [4].



Рисунок 1.1 — Приклад каталогу продукції

Каталоги є структурованими засобами систематизації та організації інформації про товари, послуги, клієнтів, документи та інші об'єкти відповідно до їх функціонального призначення. Вони виконують важливу роль у полегшенні доступу до цієї інформації та навігації користувачів, що робить їх ключовим

інструментом для бізнесу та інших організаційних структур. Каталоги можуть бути представлені у різних форматах, включаючи паперовий та електронний, і включають в себе різноманітну інформацію, необхідну для прийняття рішень щодо покупки товарів, замовлення послуг, аналізу клієнтської бази, управління документами та інше (рис.1.2).



Рисунок 1.2 — Приклад паперового та електронного каталогів

Каталоги поділяються на дві основні категорії: загальні та спеціалізовані. У загальних каталогах міститься інформація про різноманітні товари або послуги, що надаються певною компанією (рис.1.3). Спеціалізовані каталоги, натомість, фокусуються на конкретному типі товарів або послуг (рис.1.4) [4].



Рисунок 1.3 — Приклад загального каталогу



Рисунок 1.4 — Приклад спеціалізованого каталогу

Каталог *raisonné*, або критичний каталог, являє собою вичерпний, анотований перелік усіх відомих творів мистецтва конкретного художника в певному носії або у всіх засобах масової інформації. Такі каталоги складаються з метою забезпечення надійної ідентифікації робіт сторонніми особами і відіграють важливу роль у процесі автентифікації. Термін «*catalogue raisonné*» походить з французької мови і означає «розумний каталог», тобто каталог, що містить аргументи щодо наданої інформації, зокрема атрибуції. Даний термін є частиною технічної термінології англomовного світу мистецтва і не американізується навіть у Сполучених Штатах, де також використовується французький варіант множини «*catalogues raisonnés*» [18].

Каталоги *raisonné* можуть варіюватися за обсягом, охоплюючи як усі роботи одного художника, так і певний тип творів мистецтва одного чи кількох художників. Створення такого каталогу може займати багато років і вимагати участі великих груп дослідників. Наприклад, для створення тритомного каталогу *raisonné* художника-абстрактного експресіоніста Роберта Матервелла, організованого

Фондом Дедалуса та опублікованого Yale University Press у 2012 році, залучалося близько 25 осіб протягом 11 років.

Ранні зразки каталогів *raisonné* склалися з двох окремих частин: біографії художника та самого каталогу. Сучасні аналоги містять критичні каталоги, що можуть мати особисті погляди автора. Такі каталоги відіграють вирішальну роль в автентифікації, будучи науковим зібранням робіт художника та «вищим арбітром» у визначенні їх справжності. Автори, редактори, комітети або видавці каталогів *raisonné*, які вважаються стандартними текстами, можуть мати значні повноваження у визначенні автентичності творів. Включення або виключення роботи з поважного каталогу *raisonné* може суттєво вплинути на її ринкову ціну, у деяких випадках визначаючи різницю між значним багатством і маловартісністю, аукціонні будинки часто відмовляються від робіт, не включених у такі каталоги. Через це автори каталогів *raisonné* можуть ставати об'єктами судових позовів, спроб хабарництва та навіть погроз. Додаткові труднощі виникають у випадках, коли для одного художника існує більше одного каталогу *raisonné*, як це сталося з роботами Амедео Модільяні, які охоплені принаймні п'ятьма різними каталогами [18].

У 2012 році New York Times повідомила, що деякі фонди вчених і художників вирішили припинити публікацію майбутніх каталогів *raisonné* через побоювання судових позовів з боку незадоволених покупців чи продавців. Питання про відповідальність виробників каталогів *raisonné* за визначення автентичності творів обговорювалося на семінарі, проведеному 29 березня 2012 року в Christie's, НьюЙорк під егідою Catalog Raisonné Scholars Association.

Прикладом індивідуальної політики в сфері автентифікації творів мистецтва є політика Інституту Вільденштейна. Дана політика, оголошена станом на 8 лютого 2014 року, визначає, що рекомендація комітету стосовно включення або не включення досліджуваного твору у каталог *raisonné* формується після перевірки та обговорення, і може бути продовженою для подальших досліджень. Не

допускається вважати таку рекомендацію сертифікатом автентичності чи оцінки, і не надається жодного обґрунтування для прийнятих рішень. Ця політика протиставляється висловленому у листі від Інституту під час епізоду британського телесеріалу «Fake or Fortune» у 2011 році.

У першому епізоді «Fake or Fortune» розглядалася автентичність картини Клода Моне «Bords de la Seine à Argenteuil». Після подання картини до Інституту Вільденштейна, вона була відхилена для включення до каталогу *raisonné* за побажаннями нащадка художника, незважаючи на значні докази її автентичності. У противагу цьому, в епізоді 1 серії 3 програми, трансльованого у 2014 році, комітет Інституту Вільденштейна вирішив включити до каталогу одну з картин, вважаних роботами французького художника Едуарда Вюйара. Дане рішення мало значний вплив на ринкову ціну картини, що підкреслює значення автентифікації в контексті оцінки творів мистецтва [18].

У більш загальному контексті, не завжди наявний каталог *raisonné* для художника, але може існувати організація, яка публікує автентифікації, що мають таку ж вагу, як офіційний каталог. Наприклад, в епізоді 3 серії 3 програми «Fake or Fortune?» розглядалася картина з підписом «Марк Шагал». Ця картина була відхилена комітетом Шагала і вимагалось її знищення відповідно до французького закону про право моралі, незважаючи на певні вагомі свідчення автентичності. Такі рішення можуть стати предметом критики інших мистецтвознавців та арт-дилерів, які підкреслюють необхідність об'єктивності та ретельності при оцінці автентичності творів мистецтва.

Основні принципи та концепції створення каталогів базуються на кількох ключових аспектах, які забезпечують їхню ефективність, зручність використання та естетичну привабливість. Перш за все, важливою є чітка структура та організація матеріалу. Каталог повинен мати логічну структуру, яка забезпечує легкість навігації, що передбачає поділ на розділи та підрозділи, які групують роботи за певними критеріями, такими як тематика, хронологія або тип робіт. Наявність

змісту або навігаційного меню допомагає користувачам швидко знаходити потрібну інформацію [15].

Єдність стилю та дизайну є наступним принципом. Всі елементи каталогу мають бути виконані в єдиному стилі, що відображає загальну концепцію та ідентичність автора або організації. Використання єдиної колірної гами, шрифтів, оформлення зображень та графічних елементів створює гармонійний та професійний вигляд каталогу.

Візуальна ієрархія також відіграє важливу роль. Розробка візуальної ієрархії, яка чітко розрізняє заголовки, підзаголовки, основний текст та додаткову інформацію, допомагає користувачам швидко орієнтуватися в матеріалі та виділяє ключові моменти.

Якість візуальних матеріалів є обов'язковою умовою для створення привабливого та професійного каталогу. Використання високоякісних зображень та графіки, які добре відредаговані, з високою роздільною здатністю, правильно масштабовані та відповідають загальному стилю каталогу, підвищує його візуальну привабливість.

Зручність та читабельність тексту є ще одним важливим принципом. Текст у каталозі має бути легко читабельним, з достатнім міжрядковим інтервалом, відповідним розміром шрифту та контрастністю. Чіткий поділ тексту на абзаци та використання маркерів або нумерації для переліків полегшують сприйняття інформації.

Адаптивність до різних форматів є необхідною вимогою сучасних каталогів, які мають бути доступні як у друкованій, так і в цифровій версіях, що передбачає адаптивний дизайн, зручний для перегляду на різних пристроях, включаючи комп'ютери, планшети та смартфони. Додатково в цифрових версіях можуть бути використані інтерактивні елементи, такі як посилання, кнопки та мультимедійний контент.

Останнім, але не менш важливим принципом є фокус на цільову аудиторію. Під час розробки каталогу необхідно враховувати потреби та очікування цільової аудиторії, що допоможе визначити найбільш релевантний контент, стиль подачі інформації та додаткові функціональні можливості каталогу. Дотримання цих принципів забезпечує створення функціональних, естетично привабливих та зручних для користувачів каталогів, які ефективно виконують свої інформаційні та комунікативні завдання.

## 1.2 Структура та елементи каталогу: аналіз сучасних підходів

Художні каталоги створюються з метою забезпечення користі для колекціонерів, художників, галеристів та ентузіастів мистецтва, які бажають зберегти архіви своїх творів. Вони є вичерпним записом кожного твору, що містить інформацію про його назву, походження та використані матеріали. Каталог слугує ефективним засобом організації та відстеження всієї колекції. Такі архіви можуть використовуватися як для внутрішнього використання, так і для показу або продажу творів. Художні каталоги, як правило, фокусуються на конкретній виставці або колекції і можуть бути поширені серед зацікавлених сторін для демонстрації включених творів. Такий архів часто виступає як маркетинговий інструмент, містять вони детальні описи та великі глянцева фотографії кожного твору мистецтва [15].

У каталогах-резоне репродукції художніх робіт розташовані в хронологічному порядку, кожену роботу супроводжує детальна інформація, яка включає розмір, техніку виконання, участь у виставках, згадки у наукових монографіях та статтях. Каталоги-резоне містять повний набір даних про кожену роботу, такі як назва, дата і місце створення, поточний власник, провенанс, інформація про виставки, стан, літературні джерела, критичні оцінки, опис твору,

підписи художника, номери каталогу, репродукції твору та права на відтворення зображень, прикладом якого може слугувати каталог-резоне з роботами Поля Сезанна (рис.1.5) [3].



Рисунок 1.5 — Розворот каталога-резоне з роботами Поля Сезанна

Основним аспектом будь-якого каталогу є його систематизація та класифікація вмісту відповідно до певних ознак. Каталоги представляють собою ілюстровані видання, ретельно структуровані на розділи та рубрики з метою полегшення пошуку необхідної інформації для споживача. Рекламні, виставкові та презентаційні каталоги часто використовують креативні дизайнерські рішення для вираження цінностей та сутності бренду, створюючи враження про компанію. Ефективний каталог привертає увагу своїм дизайном, має зручний формат та інформативний зміст. Головні принципи при розробці каталогів включають: новизну і запам'ятовуваність дизайну, цілісність та оригінальність композиції, жорстке структурування, достовірність та повноту інформації, використання логотипів і фірмових знаків, систему орієнтування, високу якість ілюстрацій, дотримання правил типографіки, правильний вибір паперу та післядрукарську обробку [3].

Структура каталогу художнього мистецтва, що включає приклади робіт художника, зазвичай має наступні елементи:

1. Введення, яке визначає мету каталогу, його область дослідження та загальний контекст.
2. Історична довідка про художника, його життя, важливі події, впливові фактори і творчі здобутки.
3. Розділи або рубрики, у яких роботи художника класифікуються за темами, стилями, періодами або іншими характеристиками.
4. Кожна робота супроводжується детальним описом, включаючи її назву, рік створення, техніку виконання, розмір, контекст її створення та інші відомості.
5. Кожна робота супроводжується ілюстраціями або фотографіями, що демонструють її зовнішній вигляд і деталі.
6. Короткі аналітичні записи або рецензії, які висвітлюють важливі аспекти кожної роботи, їхнє значення, стильні особливості тощо.
7. Список джерел, літератури та досліджень, на які посилається каталог.
8. Зручний перелік робіт за алфавітом, хронологією, темами або іншими критеріями, що допомагає знаходити потрібну інформацію.

Приклади робіт художника, що включаються до каталогу, можуть бути представлені в різних форматах: від репродукцій чи фотографій до оригінальних мистецьких творів. Кожен приклад роботи повинен бути якісно описаний та ілюстрований, щоб передати його характеристики та враження від перегляду.

Структура та елементи каталогу художника представляють собою систематизоване видання, спрямоване на документування й аналіз його творчої спадщини. Каталог включає в себе титульний аркуш з інформацією про автора та його твори, розділи, розміщені за тематикою чи стилем, з детальними описами та ілюстраціями робіт. Також в ньому може міститися біографічна довідка про художника, критичні огляди, система каталогізації, індекс, а також додаткова інформація про виставки та публікації. Дизайн та формат каталогу сприяють зручному сприйняттю та надають йому естетичний характер, а контактна інформація забезпечує зв'язок зі широким колом зацікавлених осіб. Такий підхід

допомагає систематизувати та відобразити художню творчість в комплексному інформаційному форматі [5].

Розробка каталогу є важливим процесом, що потребує уважного підходу до кожного етапу: від концепції та структури до наповнення обкладинки та сторінок. Визначення логічної послідовності елементів і побудова дерева каталогу є першим кроком у підготовці. Особлива увага приділяється фотозйомці, де професійні знімки створюють привабливий образ продукту. Текстовий матеріал має бути коротким, але інформативним. Вибір розміру та кількості сторінок, а також паперу для друку, важливий для зручного перегляду та високої якості видання. Дизайн каталогу розробляється на основі обраної концепції, з урахуванням композиції, кольорового рішення та збалансованого поєднання креативності та інформаційної складової.

Розпочинаючи роботу над каталогом, рекомендується систематизувати візуальну інформацію та використовувати модульну сітку для розміщення графічних елементів на сторінці. Дизайн-проект каталогу завжди розробляється відповідно до фірмового стилю компанії, що сприяє єдності інформації та підвищує впізнаваність бренду. Під час розробки дизайну сторінок каталогу важливо враховувати стилістичні та композиційні аспекти, такі як подача інформації, кольорні рішення, використання шрифтів. Також потрібно забезпечити чітку нумерацію сторінок, включити контактну інформацію компанії та зберегти баланс між декоративними елементами та вільним простором на сторінках. Під час верстки слід керуватися розташуванням матеріалу та завданнями проекту, а всі ілюстрації повинні бути високої якості і відповідати вимогам друку [8].

Отже, розглянуто основні принципи та концепції, що лежать в основі створення каталогів, а також проведено аналіз сучасних підходів до їх структури та елементів. В результаті дослідження виявлено, що успішне проектування каталогу передбачає систематизацію вихідних даних і ретельне вивчення концепції, яка повинна відповідати цілям і завданням проекту. Основні принципи створення каталогів включають зосередження на користувачі, забезпечення зручного доступу

до інформації, а також збалансоване поєднання дизайну та функціональності. Щодо структури та елементів каталогу, важливо враховувати сучасні підходи, такі як використання модульних сіток, збереження єдності з фірмовим стилем компанії та уникнення перевантаження інформацією на обкладинці та сторінках каталогу. Таким чином, даний розділ надає необхідний фундамент для подальшого проектування каталогу, підкреслюючи важливість ретельної підготовки та зосередження на потребах цільової аудиторії.

## **2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ**

### **2.1 Історичний огляд розвитку дизайну каталогів**

Графічний дизайн є сферою професійної діяльності, яка спрямована на розробку та створення візуальних комунікаційних засобів з метою передачі конкретних повідомлень аудиторії. Ця діяльність базується на проектуванні, програмуванні та естетичному оформленні, використовуючи промислові засоби та технології.

Історично графічний дизайн розвивався на тлі зростання обміну інформацією та розвитку засобів масової комунікації. Його походження пов'язане з потребою у впорядкуванні та візуальному поданні інформації для забезпечення її зрозумілості та ефективності сприйняття. З часом графічний дизайн став невід'ємною складовою сучасної культури та індустрії [11].

В сучасному світі графічний дизайн використовується у багатьох сферах, включаючи рекламу, поліграфію, веб-дизайн, дизайн упаковки та багато інших. Він є важливим інструментом для створення візуальних образів та передачі інформації в сучасному суспільстві.

Поняття графічного дизайну як професійної діяльності виникло у досить недалекому минулому, що відображає загальне уявлення про завдання та цілі, що стоять перед цією галуззю. Немає однозначної думки щодо точної дати народження

графічного дизайну, однак деякі дослідники вважають, що він з'явився наприкінці XIX століття.

Існують різноманітні точки зору на це питання, і деякі вважають, що попередники графічного дизайну можуть бути виявлені в давніх нарисах палеолітичних печер, або в розвитку писемності в III тисячолітті до н.е. Однак різниця в методах роботи та підготовки перешкоджає прямому порівнянню мистецтва дизайну з доісторичним або середньовічним періодом.

Книга Келлс, написана ірландськими монахами у IX столітті, вважається одним із найдавніших та визначних прикладів графічного дизайну. Її висока художня якість та функціональна ефективність свідчать про значне мистецтво та професійний підхід до створення візуальних образів.

Для графічного дизайну значне значення має історія друкарства, що тісно пов'язана з розвитком книжкової культури. Після введення рухомого типу Йоганном Гутенбергом у XV столітті настали істотні зміни, які зробили книги більш доступними та поширеними. Цей період, відомий як епоха Старого стилю, характеризувався естетичними та функціональними вимогами, які формувалися філософією того часу.

У XIX столітті графічний дизайн почав розвиватися як самостійна професія. Художники та видавці відігравали ключову роль у формуванні стилю та виразності в цій галузі. Різні аспекти графічного дизайну, такі як використання шрифтів та орнаментів, стали об'єктом вивчення та застосування для досягнення якісних та естетично вишуканих результатів [11].

Між 1891 та 1896 роками Вільям Морріс виробив кілька найзначущих графічних продуктів руху мистецтв і ремесел, встановивши прибутковий бізнес, спрямований на дизайн книг високого стилістичного рівня, які продавалися як предмети розкоші за високою ціною.

Морріс продемонстрував, що існує ринок для графічного дизайну, створивши відділення дизайну безпосередньо на виробництві для реалізації образотворчого мистецтва.

Перший період авангарду в графічному дизайні можна відзначити за появою різноманітних стилів та напрямків, таких як модерн, Дада, де Сіль, супрематизм, кубізм та інші, які протиставляли себе занепаду традиційного дизайну наприкінці ХІХ століття. Ці рухи стимулювали нове бачення і стиль у всіх галузях образотворчого мистецтва та дизайну.

Впливовими фігурами в розвитку графічного дизайну були такі особистості, як Вільям Морріс, а також представники мистецьких рухів, як Баухаус, які внесли свій внесок у визначення стилю та методів графічного дизайну. Цей період також відзначився змінами у способах сприйняття візуальної інформації та у використанні геометричних форм у дизайні.

Символом сучасної друкарні став шрифт без засічок або з засічками, який був натхнений промисловими шрифтами кінця ХІХ століття. Розвиток цього стилю великою мірою сприяв Едвард Джонстон, автор шрифту, що використовується у лондонському метро, та Ерік Гілл.

У 1928 році Чіхольд узагальнив принципи сучасної друкарні у своїй книзі "Нова друкарня". Пізніше він відкинув ідеї, викладені в цій книзі, яку він назвав фашистською, але вона залишилася надзвичайно впливовою. Герберт Байер, який працював в Друкарні та рекламній майстерні в Баухаусі з 1925 по 1928 рік, створив передумови для нової професії - графічного дизайнера. Він ввів предмет "Реклама" в навчальну програму, включаючи аналіз рекламних носіїв та психологію реклами. Варто зазначити, що термін "графічний дизайн" був вперше використаний Двіггінсом в 1922 році.

Таким чином, Чіхольд, Герберт Байер, Мохой-Надь та Ель Лисицький стали піонерами графічного дизайну, як ми його знаємо сьогодні. Сьогодні комп'ютери радикально змінили виробничі процеси, але підхід, який сприяв

експериментальному дизайну, залишається актуальним. Динаміка, експерименти та вибір шрифтів (таких як Helvetica, який спочатку був розроблений Друкарнею на основі промислових шрифтів ХІХ століття) залишаються важливими аспектами сучасного графічного дизайну [11].

Вища школа Gestaltung (ЕПРА) в Ульмі є ще одним ключовим інститутом у розвитку професії графічного дизайну. З моменту свого заснування ЕПРА відокремилася від можливої асоціації з рекламою. На початку її діяльності відділ називався "Візуальний дизайн", але пізніше стало зрозуміло, що її основна мета полягала в вирішенні проблем дизайну в галузі масової комунікації. У 1956-1957 навчальному році назву змінили на "Департамент візуальної комунікації" за зразком Візуального Департаменту зв'язку в Нью-Баухаузі в Чикаго. У HFG Ульм було прийнято працювати переважно в галузі конвенційної комунікації, такій як системи дорожніх знаків, плани технічного обладнання та візуальний переклад наукового змісту. До цього часу такі предмети не викладалися в інших європейських школах. На початку 70-х років члени Бунду Deutscher Grafik-Designer (Асоціація німецьких дизайнерів) представили кілька особливостей своєї професійної ідентичності, включаючи Антона Станковського. У 1962 році офіційне визначення професії було розширено, щоб включити райони, які підпадають під термін "візуальний зв'язок".

Сьогоднішнім основним інструментом графічних дизайнерів є цифрові технології. Вони радикально змінили виробничі процеси та розширили можливості комунікації. Незважаючи на ці зміни, основні поняття графічного дизайну залишаються незмінними. Творчість, інновації та нестандартне мислення залишаються ключовими аспектами професійної діяльності графічного дизайнера.

Роль дизайнера в процесі комунікації полягає у тому, щоб він виступає як кодер або перекладач, інтерпретуючи, організовуючи та презентуючи візуальні повідомлення. Він повинен мати однакову чутливість до форми та вмісту. Робота дизайнера включає планування та структурування комунікації, її виробництво та оцінку. Проектні завдання ґрунтуються на запитах клієнтів, які виражаються усно

або письмово, і які в кінцевому підсумку стають мовним повідомленням, що перетворюється дизайнером на візуальну демонстрацію.

Професійний графічний дизайн рідко обмежується тільки невербальними повідомленнями. Іноді слово використовується як компонент у текстових повідомленнях.

Для успішного виконання завдань дизайнер часто співпрацює з різними фахівцями, такими як фотографи, ілюстратори, технічні експерти тощо. Дизайнер виступає як координатор різних дисциплін, які сприяють створенню візуального повідомлення [11].

Графічний дизайн є міждисциплінарним, і тому дизайнер повинен мати глибокі знання в таких областях, як фотографія, малюнок, технічне малювання, психологія сприйняття, друкарство, технології та комунікація.

Професійний графічний дизайнер виступає як візуальний експерт з комунікації, і його робота включає всі етапи комунікаційного процесу, від визначення проблеми до оцінки результатів. Для успішного виконання завдань дизайнер повинен мати глибокі знання у таких областях, як візуальний зв'язок, управління ресурсами, технології та методи оцінки.

Розвиток дизайну каталогів представляє собою важливий етап у еволюції друкованих матеріалів та маркетингових засобів. Починаючи з ранніх етапів свого розвитку, каталоги служили передусім як текстові документи, що містили переліки продукції чи послуг. Протягом історії дизайн каталогів пройшов значний шлях від простих списків до складних візуальних конструкцій.

Післявоєнний період, особливо в 1950-1960-х роках, відзначився значним розквітом масового виробництва та споживчого ринку. У цей період каталоги стали широко використовуваними для презентації продукції та залучення покупців. Вони стали більш кольоровими та зрозумілими, ілюстрації та фотографії стали невід'ємною частиною каталогів, доповнюючи текст та дозволяючи клієнтам краще оцінювати товари.

З появою Інтернету у другій половині ХХ століття, дизайн каталогів відчутно трансформувалася. Електронні та онлайн каталоги надали компаніям можливість представляти свою продукцію в онлайн-середовищі, що значно розширило аудиторію та забезпечило зручний доступ до інформації для споживачів. Сучасні технології дозволяють створювати інтерактивні каталоги з використанням відео, анімації, 360-градусних зображень та інших елементів, що сприяє створенню захопливого користувацького досвіду.

Тенденції сучасного дизайну каталогів орієнтовані на персоналізацію та індивідуалізацію. Компанії намагаються надати споживачам індивідуалізовані пропозиції, враховуючи їхні потреби та попередні вподобання. Також акцентується увага на естетичному вигляді каталогів, з використанням сучасних дизайнерських тенденцій та стилів.

У цілому, дизайн каталогів відображає зміни в суспільстві, технологіях та споживчих уподобаннях, а його еволюція відбувається у напрямку більшої функціональності, естетичності та інтерактивності.

З винаходу Монтгомері у 1872 році, коли американська компанія Montgomery Ward почала використовувати друковані каталоги для продажу товарів поштою, минуло значне число років. Незважаючи на загальний розвиток цифрових технологій та зростання електронної комерції, друковані каталоги залишаються важливим інструментом директ-маркетингу як для онлайн, так і для офлайн продажів [11].

Еволюція каталогів відбувалася від початкового "Dream book" Монтгомері до сучасних видань з унікальними технічними можливостями, що відображають всі сучасні досягнення поліграфічної галузі. Це створює значний потенціал для збільшення продажів.

Каталоги виступають як засіб стимулювання продажів, оскільки вони сприяють виникненню емоцій у покупців. Акцент на індивідуальність стає

важливим аспектом розробки каталогів у сучасному світі, де поліграфічні можливості дозволяють створювати унікальні вироби для кожного клієнта.

Сучасні каталоги стежать за тенденцією сторітеллінгу, розповідаючи цікаві історії, що сприяють формуванню довіри в споживачів. Також, вони використовують новітні технології післядрукарської обробки для створення WOWефектів, що робить їх більш привабливими та підвищує їхню ефективність у просуванні товарів.

Важливо також підкреслити необхідність високої якості друку, що забезпечується якістю поліграфічного виконання та використанням якісного паперу. Якісний каталог є не лише інструментом просування товарів, а й підтвердженням їхньої якості, що позитивно впливає на сприйняття бренду та сприяє зростанню продажів.

## 2.2 Аналіз існуючих прикладів каталогів

Каталоги є важливим інструментом для презентації товарів та послуг, що дозволяє клієнтам ознайомитися з асортиментом продукції компанії та зробити інформований вибір. Сучасний дизайн каталогів поєднує в собі естетичну привабливість, логічну організацію інформації та зручність використання. У цьому аналізі ми розглянемо кілька прикладів сучасних каталогів, щоб проаналізувати їх дизайн, структуру та ефективність у представленні продукції. Кожен каталог відображає вдумливий підхід до візуального представлення інформації та використання дизайну для створення привабливого та корисного засобу комунікації [10].

Для детального вивчення складових дизайну, проаналізовано 3 приклади каталогів для натхнення:

1. Каталог від Pidgeon Ward, який використовує мінімалістичний дизайн та типографічні прийоми для ефективної презентації продукції.

2. Каталог виставки Typeface, що використовує контрастні сміливі кольори для привертання уваги та створення запам'ятовуваного образу.

3. Каталог Crossover Festival, який вражає перфорованим дизайном та оригінальним підходом до презентації інформації.

В огляді існуючих прикладів каталогів варто врахувати кілька ключових аспектів, що визначають їх ефективність і привабливість. Перш за все, мінімалістичний дизайн каталогів відзначається простотою та лаконічністю, де кожен елемент має чітке призначення. Використання різних типів шрифтів, їх розмірів і стилів створює ієрархію та акцентує увагу на важливих деталях. Додавання текстурних ефектів, таких як тиснення чи використання ниток для прошивки, підсилює візуальну привабливість та додає текстурну глибину. Кольорова гармонія обкладинки, корінця та вмісту каталогу сприяє створенню єдності і візуальної гармонії. Крім того, важливо підкреслити адаптацію дизайну до теми та контенту каталогу, що сприяє кращому відображенню представленої інформації. Враховуючи ці аспекти, можна визначити найкращі практики для створення ефективного та привабливого каталогу, який вдало презентує продукти чи послуги компанії.

Студія креативного дизайну Pidgeon Ward, знаходячись у Мельбурні, Австралія, здобула свою репутацію завдяки інноваційним підходам до розв'язання завдань для різних клієнтів з 1993 року. Особливу увагу заслуговує каталог робіт Marion Boose з виставки «The Bowerbird and the Bride», який презентує різноманітність стилів у дизайні весільних суконь на протязі різних епох.

Обкладинка цього каталогу відрізняється витонченим мінімалізмом, з використанням тиснення для створення візуального ефекту та текстури. Дизайн корінця каталогу є стильним і сучасним, а вибір кольору нитки для прошивки гармонійно вписується в загальну кольорову палітру обкладинки (рис. А.1) [10].

Каталог Typeface Typeface 2 виступає не лише як засіб передачі інформації про друковану майстерність, але й як відображення досвіду відвідувачів виставки.

Зміст каталогу систематизований відповідно до трьох окремих секцій, кожна з яких використовує контрастні кольори для передачі різних аспектів виставки: мотивація (синій), суть (повнокольоровий) і досвід (червоний).

Для підвищення взаємодії з каталогом та створення відчуття унікального досвіду була використана перфорована розривна печатка на обкладинці, яка дозволяє вручну прикріпити її до кожного екземпляру, забезпечуючи свіжість та безпеку каталогів.

Обкладинка розроблена з урахуванням функціональності, де розділені смужки зображень кожного художника служать рольовим змістом книги. Ці смуги на обкладинці відповідають смугам на розворотах кожного художника, що сприяє швидкому та зручному доступу до потрібної інформації.

Створення каталогу було командною роботою, в якій взяли участь Will Miller, Darren McPherson, Nick Adam, Ohn Ho, Firebelly Design та Co-Prosperity Sphere. Вони працювали над кожним елементом з урахуванням естетики та функціональності, щоб створити вражаючий та ефективний засіб комунікації (рис.А.2).

У співпраці зі Стефані Огльсбі був розроблений проєкт з метою брендування та просування нового фестивалю, спрямованого на творчих професіоналів. Фестиваль передбачав залучення творчих практиків з різних галузей для співпраці та створення творів у стилі кросоверу, яких вони зазвичай не робили б. Проєкт отримав назву "Кросовер Фестиваль" і був представлений в різних формах у брендингу, включаючи скорочення "x-over". Основною колірною схемою використовувалися чорний, білий, сірий та кораловий, доповнені неоновими плашковими кольорами трафаретного друку.

Поліграфічний супровід проєкту включав розробку рекламних плакатів, путівника фестивалю, розкладу заходів, квитків, браслетів, шнурів та іншої рекламної поліграфії (рис.А,3).

Висновуючи з аналізу існуючих прикладів каталогів, можна зазначити, що їх успішність залежить від декількох ключових аспектів. Перш за все, важливо правильно вибрати колірну схему та графічний дизайн, які відповідають концепції та цілям проєкту. Далі, розподіл інформації та його представлення повинні бути чіткими та логічними, щоб сприяти зручному сприйняттю інформації користувачем. Також важливою є інтерактивність та ергономіка каталогу, які можуть покращити взаємодію користувача з матеріалами та зробити досвід користування більш приємним та ефективним. Нарешті, успішність каталогу також залежить від здатності відобразити унікальний стиль та ідентичність бренду чи проєкту, що рекламується. Ретельне планування, врахування потреб аудиторії та інноваційні підходи до дизайну можуть значно підвищити ефективність каталогу та зробити його привабливим для користувачів.

### 2.3 Сучасні тренди у дизайні та верстці каталогів

Сучасні тренди у дизайні та верстці каталогів відображають стрімкий розвиток галузі графічного дизайну та маркетингу. Основні напрямки включають мінімалізм та простоту у виконанні, мобільну оптимізацію для зручного перегляду на різних пристроях, використання інтерактивних елементів для залучення уваги, персоналізацію для врахування індивідуальних потреб користувачів, екологічність у виборі матеріалів та фотографію високої якості для кращого представлення продукції. Ці тренди свідчать про важливість інноваційного підходу до створення каталогів, спрямованого на задоволення потреб сучасного споживача та врахування актуальних тенденцій у сфері маркетингу та дизайну.

На даний момент, з огляду на діджиталізацію та загальний розвиток культурної парадигми, виникає суттєва увага до ретроспективних підходів, яка

проявляється у феномені ностальгії. Прагнення знаходити утішне пристанище у відомому та прагнення втілити елементи минулих епох у сучасний контекст надають цьому тренду значного значення [13].

Наступною важливою складовою цього тенденції є використання візуальних елементів, що сповіщають про ретро-стилістику, таких як вінтажні кольори, ретрошрифти та ілюстрації. Крім того, старовинні естетичні мотиви та образи, відомі з минулих епох, активно використовуються для створення атмосфери ностальгії та забезпечення емоційного зв'язку з аудиторією.

У цьому контексті, прикладом може бути тенденція використання вебдизайном ефектів скевоморфізму, які імітують реальні об'єкти або інтерфейси, що додає візуальної цікавості та реалізму. Такі елементи стають важливими для забезпечення користувачам емоційного комфорту та зв'язку з колишніми аналоговими технологіями.

У контексті дизайну каталогів, ці тенденції проявляються у використанні натуральних кольорів, приглушених відтінків та ретро-стилізованих шрифтів, щоб створити візуальне враження аутентичності та стабільності. Це сприяє створенню довірчого ефекту та сприйняттю бренду як надійного та консервативного.

Загалом, сучасні тренди в дизайні та верстці каталогів свідчать про важливість врахування психологічних та культурних аспектів споживачів, а також поєднання історичної спадщини з інноваційними підходами у технологічному та естетичному вимірах.

З огляду на використання передових технологій, таких як Meta Quest 3 і Vision Pro від Apple, спостерігається зростаючий інтерес до багатовимірності та інноваційних комбінацій різних технік у креативних галузях. Одним із очікуваних тенденцій на 2024 рік є популяризація 3D-шрифтів та їхнє поєднання з AR та VRтехнологіями, що ставить перед дизайнерами виклик опанування 3D-інструментів.

У графічному дизайні ці тенденції можна реалізувати через застосування багатошаровості, колажів та експериментів з різними стилями. Новаторське поєднання форматів 2D та 3D контенту з AR та VR-технологіями, як зазначає Adobe, буде активно використовуватися для створення складних та вражаючих візуальних ефектів [17].

Також, спостерігається збільшення уваги до текстової комунікації у дизайні. Прогнозується, що великий акцент буде зроблено на типографії та шрифтових рішеннях. Цей тренд буде виявлятися у використанні великих вінтажних літер, комбінації контрастних шрифтів та експериментах з анімованими шрифтами.

У вебдизайні мінімалізм буде поступово відступати на другий план, замінюючись більш складними композиціями з анімаціями, текстурами та насиченими кольорами. Великий акцент буде зроблено на використанні нестандартних шрифтових рішень та експериментах з текстом.

Щодо питання про вибір шрифтів, актуальних у 2024 році вказується, що протягом останніх десяти років спостерігається тенденція до відмови від засічок у шрифтах. Ця тенденція пояснюється потребою забезпечити читабельність тексту на малих екранах, що актуально для цифрового середовища. Однак, зазначається, що для відзначення тексту дизайнерам рекомендується експериментувати з різними гарнітурами та робити їх більш химерними, контрастними та динамічними.

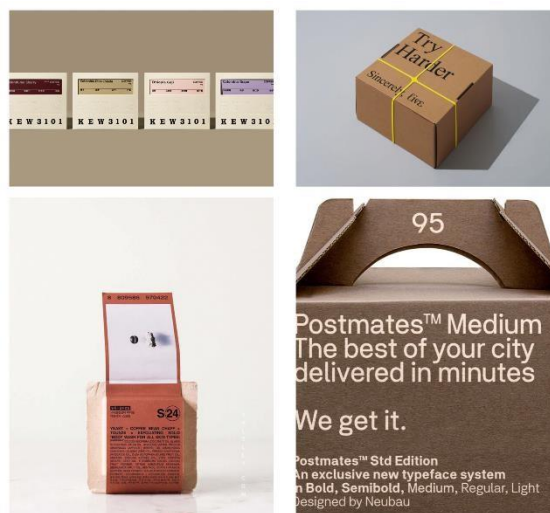
Також, відзначається зростаюча популярність кінетичної типографії, яка виявляється у використанні динамічних та анімованих шрифтових написів у дизайнах. Заохочується розвиток навичок у моушн-дизайні та використання різноманітних інструментів для 3D та анімації.

Обговорюється тренд, що спрямований на підвищення уваги до користувача, включаючи заспокійливі та плавні візуальні ефекти, м'які округлі шрифти та теплі натуральні відтінки. Зазначається, що ці елементи сприяють створенню більш комфортного та спокійного користувацького досвіду.

Особливим аспектом є соціальний дизайн, який враховує сучасні соціокультурні тенденції, такі як рівноправ'я та екологічна відповідальність. Для реалізації цього тренду рекомендується використовувати фото та графічні елементи, що відображають різноманітність та природність, а також акцентувати увагу на екологічних аспектах у дизайні.

Тенденція до автентичності в дизайні, при якій створюються роботи, що намагаються імітувати людське творче висловлювання, натхненні штучним інтелектом, що відповідає бажанню аудиторії бачити візуально автентичні та навіть наївні роботи, що здаються створеними людиною.

Природні матеріали, як аспект екологічного дизайну, перетинаються зі структурними аспектами природи в контексті сучасних дизайнерських тенденцій у 2024 році. Цей підхід зумовлює глибокий зв'язок з природними формами та матеріалами, відтворюючи естетику природного середовища. Сучасні дизайнери, все більш інспіровані органічними образами, пропонують візуальні концепції, що відтіняють спокій та автентичність природи. У сфері пакування спостерігається тенденція до звернення до чистого та природного дизайну, з упором на використання перероблених матеріалів та екологічних палітр кольорів (рис.2.1) [21].



## Рисунок 2.1 — Природні матеріали

Мінімалістичний підхід у графічному дизайні, що відображає концепцію позачасового стилю, виявляється надзвичайно стійким і ймовірно ніколи не вийде з моди. Сучасна тенденція спрямована на філософію "менше - це більше", де кожен елемент дизайну має конкретне призначення, не дозволяючи зайвому розгалуженню. Мінімалістичний підхід відзначається простотою ліній, достатнім використанням пустого простору і лаконічною естетикою. Він характеризується обмеженою палітрою кольорів та типографікою. Адаптивність цього стилю до різних медіа-середовищ, від веб-сайтів до брендингу, робить його універсальним вибором для дизайнерських проєктів (рис.2.2).



Рисунок 2.2 — Сміливий мінімалізм

Для акцентування сучасності, інноваційності та, можливо, футуристичного характеру вашого бренду, важливо використовувати пікселі як елемент дизайну. Пікселі представляють собою мініатюрні кольорові квадратні блоки, які відображають унікальне поєднання ностальгії та сучасності. Використання пікселів у сучасному контексті вже не обмежується лише ретро-відеоіграми, але також

охоплює круті анімації, ілюстрації та елементи брендингу великих корпорацій. Зазначено, що пікселі тепер відображаються не лише у формі мікроскопічних кубиків, але також у формі великих блоків (рис.2.3) [21].

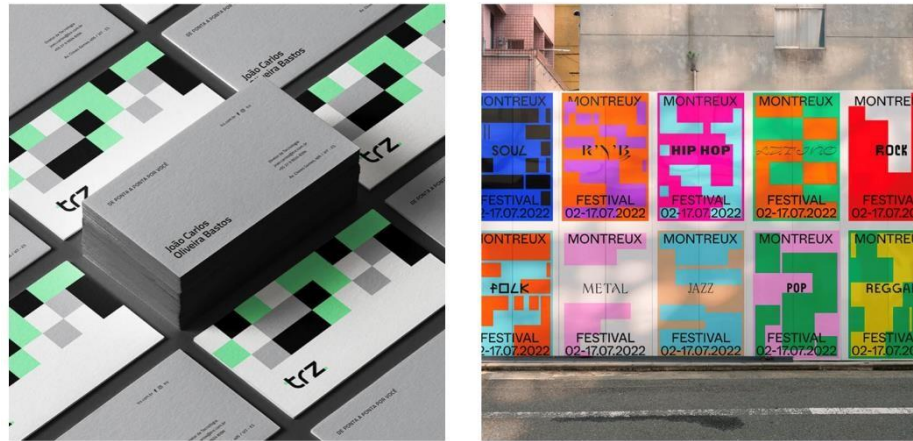


Рисунок 2.3 — Пікселі

Утилітарний дизайн підкреслює акцент на функціональності та спрощенні взаємодії користувача шляхом відкидання зайвих елементів. Ця методологія пропонує використання мінімалістичного підходу, чіткої системи навігації та доступного для розуміння контенту. Дизайн, який відповідає цим принципам, створює враження надійності та довіри до якості продукту. Часто цей підхід асоціюється зі скевоморфізмом, оскільки він переносить продукт в нове середовище, залишаючись вірним тим же основним елементам (рис.2.4).

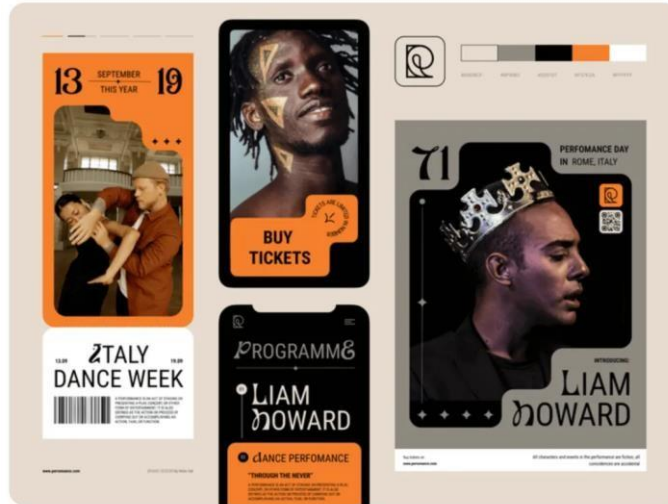


Рисунок 2.4 — Утилітарний дизайн

Ілюстрації, намальовані від руки, відзначаються химерністю та спонтанністю, надаючи брендам індивідуальності та людської особистості. Карикатурні елементи викликають враження автентичності, ніби сам рука художника вільно та самовпевнено створює зображення. Від замальованих полів блокнотів до цифрових медіа дудлі відтворюють підтон гри та креативності. Вони можуть виступати як акценти або займати центральне місце у композиції, відповідно до специфіки повідомлення та настрою. Прогнозується, що у 2024 році ця тенденція до неформальності та привабливої естетики ручної ілюстрації збереже свою популярність, де кожна лінія втілення стане унікальним виразом уяви та характеру (рис.2.5) [21].



Рисунок 2.5 — Каракулі

У 2024 році увага знову спрямовується на тривимірний графічний дизайн, і ця тенденція набуває особливого значення завдяки доступності, яку пропонує функція "Inflate" у програмі Adobe Illustrator. Раніше створення навіть простих тривимірних елементів вимагало від користувачів великого досвіду у роботі з 3Ддизайном та використання професійного програмного забезпечення. Однак Adobe спростила процес тривимірного дизайну, дозволяючи будь-кому створювати від невеликих елементів до складних тривимірних шедеврів (рис.2.6).



Рисунок 2.6 — 3D дизайн

Градiєнти є універсальними і можуть бути використані у різних аспектах дизайну, починаючи від фонів і закінчуючи типографією та логотипами. Вони представляють собою ідеальний засіб для оживлення фону, замість використання стандартних кольорових плоскостей. Візуальний ефект градієнта настільки сильний і впізнаваний, що він може стати ключовим елементом корпоративного стилю вашого бренду (рис.2.7).



Рисунок 2.7 — Градієнти

Тенденція фірмових ілюстрацій відображає перехід від загальних стокових зображень та візуальних елементів до індивідуалізованих та унікальних ілюстрацій, характерних для фірмового стилю. Бренди створюють власні ілюстрації, що не лише відтворюють їхні цінності та особистість, але й сприяють формуванню більш автентичного та наближеного зв'язку з аудиторією. Ці ілюстрації підлаштовуються під різноманітні носії, включаючи веб-сайти, соціальні мережі, пакування та рекламні матеріали, що забезпечує послідовність у візуальному виразі бренду (рис.2.8) [21].



Рисунок 2.8 — Фірмові ілюстрації

Незважаючи на те, що технічно засічки не є візуальним стилем, увага до шрифтів з високими відсічками стала значущою тенденцією у графічному дизайні у 2023 році та передбачається, що вони стануть ще більш популярними у 2024 році. Ця тенденція охоплює як "різкі" засічки, такі як ті, що використовуються у заголовках серіалу "Дивні дива", так і їх повну протилежність — закруглені засічки, що знаходять своє застосування у "добрих" і "дружніх" брендах (рис.2.9).



Рисунок 2.9 — Засічки

Фотографія, що безперечно є ключовим елементом графічного дизайну як у цифровому, так і у паперовому середовищі, відіграє важливу роль у ефективній комунікації повідомлень. Традиційно це часто означало використання стокових фотографій, які часто вражали плоскістю та відсутністю живості. Однак у тенденціях графічного дизайну 2024 року спостерігаються значні зміни. Все більше дизайнерів віддають перевагу оригінальним фотографіям або розробляють винахідливі підходи до використання існуючих зображень (рис.2.10).



Рисунок 2.10 — Фотографія

Ця тенденція не обмежується лише фотографіями продуктів; вона охоплює захопливі зображення людей, природи та інших елементів, які викликають сильні емоції. Імпульс, що породжує цю тенденцію, ймовірно, залишиться актуальним у найближчі роки, оскільки компанії прагнуть виділитися серед конкурентів. Ймовірно, ми будемо спостерігати ще більше 3D-зображень та інтерактивних елементів AR/VR досвіду, а також зображень, створених за допомогою штучного інтелекту [21].

У ландшафті графічного дизайну 2024 року спостерігається плавне злиття різноманітних зображень, форм і текстур, що характеризується художнім підходом. Незалежно від того, чи використовується цифрова мозаїка чи ручна робота, колажі

надають дизайнам невідшліфовану автентичність, яку неможливо досягти за допомогою ідеально вирівняних сіток, що є типовим для більшості дизайнів. Застосування змішаних технік та композицій макета у формі колажу виносить цю виразну естетику на передній план серед тенденцій графічного дизайну (рис.2.11).



Рисунок 2.11 — Колаж

Від яскравих колірних схем і нетрадиційної типографіки до химерних ілюстрацій та інтерактивних елементів, спостерігається тенденція порушення звичайних форм і використання нетрадиційних підходів у графічному дизайні. У сучасній епохі, коли візуальний контент змагається за увагу, грайливість виявляється як ефективний метод створення привабливого та трохи дитячого дизайну (рис.2.12).



Рисунок 2.12 — Грайливість

Ретро-дизайни продовжують залишатися одним з найбільш популярних трендів, відзначаючись насиченими помаранчевими і коричневими колірними палітрами, використанням зернистої фотографії та образами, натхненими мультфільмами. Одночасно отримує популярність підтренд мінімалізму, відомий як вінтажний мінімалізм. Цей гібридний підхід поєднує найкращі аспекти обох стилів, спрощуючи дизайн шляхом вилучення зайвих елементів та залишаючи лише необхідні (рис.2.13).



Рисунок 2.13 — Ретро

Тенденція виникла з соціальних медіа, де наліпки стали засобом вираження особистості та комунікації. У дизайні елементи, що нагадують наліпки, додають відчуття індивідуальності та яскравості візуальним композиціям. Незалежно від того, чи це цифровий сплеск конфетті, емодзі або намальована вручну зірка, вони приносять нотку ностальгії та почуття спільноти, нагадуючи про радість персоналізації та обміну візуальними історіями (рис.2.14) [21].



Рисунок 2.14 — Наліпки

Ще однією тенденцією у графічному дизайні 2024 року, що продовжує зростати в популярності, є налаштована типографіка. Використання рукописних точок та налаштованих шрифтів довгий час вважається художнім прийомом серед дизайнерів, проте особливо захоплюючим є їхня популярність серед великих брендів, які почали активно впроваджувати індивідуальне налаштування літер або навіть створювати унікальні шрифти. Таким чином, при розробці типографічного проєкту варто розглядати можливість зробити його унікальним. Важливо пам'ятати, що шрифти призначені для доповнення дизайну, а не його обмеження (рис.2.15).



Рисунок 2.15 — Нестандартна типографіка

Стилі кіберпанк, бруталізм і антидизайн, характеризуються грубістю і незавершеністю, що становить їхню спільну рису. Ці стилі часто сприймаються як суворі або навіть холодні, але водночас вони вражають силовим і могутнім враженням. Антидизайн відзначається порушенням усіх можливих правил, включаючи різноманітність шрифтів і елементів, інтенсивне текстурування, піксельне зображення та випадкове використання сітки. Цей стиль вважається досить нішевим і може не всім подобатися, проте якщо метою є зробити відважну заяву через дизайн, то антидизайн може бути відмінним вибором (рис.2.16).



Рисунок 2.16 — RAW

Хоч традиційний дизайн прихильно віддавав перевагу принципу «менше — краще», максималістський підхід вважає, що «більше — це краще». Застосування сміливих кольорових комбінацій, багат шарових зображень, помітної типографіки та повторюваних мотивів привертає увагу користувачів до цього стилю. Один з найвідоміших проєктів, який ілюструє максималізм, — це ребрендинг Театру Пабліка Паули Шер з фірми Пентеграм. Характерною рисою є використання густих мазків, яскравих кольорів та великих візерунків, а також максимізація використання вільного простору (рис.2.17).



Рисунок 2.17 — Максималізм

У підсумку аналізу існуючих прикладів каталогів можна зазначити, що цей розділ є ключовим для розуміння еволюції та сучасних тенденцій у дизайні каталогів. Аналіз різноманітних зразків каталогів дозволяє виявити ефективні стратегії та дизайнерські прийоми, які сприяють привабливості та функціональності таких матеріалів. Зокрема, виявлення вдалих рішень у використанні кольорів, композиції та організації інформації дозволяє визначити основні принципи успішного дизайну каталогів.

Сучасні тренди у дизайні та верстці каталогів відображають стрімкий розвиток графічного дизайну та технологічні зрушення. Новітні підходи включають в себе використання персоналізованих та унікальних ілюстрацій, захоплюючих зображень людей, природи та інших елементів, що викликають емоції. Також популярні графічні елементи, що нагадують наліпки, та налаштована типографіка, які надають візуальним композиціям індивідуальності та яскравості. Не менш важливими є максималістські підходи, які відзначаються використанням сміливих кольорових комбінацій, багат шарових зображень та помітної типографіки. Підсумовуючи, сучасні тренди в дизайні та верстці каталогів сприяють створенню більш захоплюючих, емоційно насичених та індивідуальних продуктів, які привертають увагу та забезпечують позитивний користувацький досвід.

### **3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ**

#### **3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну каталогу робіт Любові Миленської**

Любов Павлівна Миленська (народилася 29 квітня 1952 року в Запоріжжі) – видатна українська живописець і поетеса. Її освіта включає навчання у запорізькій образотворчій студії під керівництвом Ф. Шевченка (1973-1976), Одеському художньому училищі (1976-1980) під наставництвом В. Криштопенка, Українському поліграфічному інституті у Львові (1982-1985) під керівництвом М. Таранова, та Московському вищому художньо-промисловому училищі (1985-1989) під викладанням С. Смирнова і С. Фролової [19].

Миленська працювала у Запоріжжі в якості художника-постановника на державному телебаченні (1982-1985) і художника-проектанта на художньовиробничому комбінаті (1989-1998). Пізніше вона зайнялася творчою діяльністю та працювала викладачем кафедри дизайну технічного університету (2007-2013). Її участь у обласних мистецьких виставках розпочалася з 1980 року, а її персональні виставки відбулися у Запоріжжі у 2001-2002 та 2013-2015 роках.

У своїй художній творчості Миленка зосереджується на створенні пейзажів рідного краю та Криму, натюрмортів та портретів сучасників у реалістичному стилі. Її роботи вирізняються м'якою манерою письма, багатою нюансуванням та вальорністю. Серед її відомих творів — "Мій молодший сучасник" (1981), "Мистецтвознавець Л. Давиденко" (1983), "Червона калина" (2002), "Наталі" (2003), "Кримський бузок" (2005), "Ірина К.", "Сонячний ранок у Ялті", "Травневі піони" (усі – 2006), "Хортицькі квіти і фрукти з мого саду" (2007), "Квітуча Хортиця", "Соняшники" (обидва — 2013), "Поет В. Солодовников" (2014), "Вересень на Дніпрі", "Чарівний бузок" (обидва — 2015) [19].

Крім живопису, Любов Миленка відома своєю літературною діяльністю. Вона є авторкою поетичних циклів "Осінній пленер" та "Кримський зошит". Її вірші були опубліковані в альманасі "Провінція" (2000, № 6; 2001, № 7), журналі "Хортиця" (2008, № 1) та книзі "Антологія творів літераторів запорізького краю" (Запоріжжя, 2008) [19].

Таким чином, творчий доробок Любові Миленкої відзначається багатогранністю та різноплановістю, включаючи живописні та поетичні роботи, що підкреслюють її м'який реалістичний стиль та багатство нюансування. Її внесок у мистецтво та літературу є важливим елементом культурного надбання Запорізького краю та України в цілому.

Каталог робіт художниці та поетеси Любові Павлівни Миленкої призначений не лише для презентації її творчого доробку, але й для відображення її унікального художнього стилю та багатогранності мистецької діяльності. Вибір концепції дизайну каталогу базується на аналізі її художніх та літературних робіт, а також на врахуванні сучасних тенденцій у дизайні та верстці художніх каталогів.

Любов Миленка створює пейзажі рідного краю та Криму, натюрморти, портрети сучасників у реалістичному стилі. Її роботи відзначаються м'якою манерою письма, багатою нюансуванням та вальорністю. Також вона є авторкою поетичних циклів, що додають літературну глибину її мистецтву. Концепція

дизайну каталогу базується на кількох ключових елементах: по-перше, реалістичний стиль та нюансування, що визначатимуть основні візуальні та текстурні рішення каталогу, по-друге, використання сучасних дизайнерських тенденцій, таких як мінімалістичні макети, які забезпечать чітку структуру та легкість сприйняття, дозволяючи зосередитися на роботах художниці.

Структура каталогу передбачає такі основні розділи: обкладинку, основні розділи з роботами. Обкладинка буде виконана в стилі мінімалізму з використанням одного з найбільш впізнаваних творів художниці, із спокійними тонами та акцентами на деталях, що відображають нюансування її живопису. Основні розділи каталогу будуть присвячені пейзажам, натюрмортам, портретам сучасників та поетичним циклам. Кожен розділ буде оформлено з акцентом на відповідні особливості робіт, що підкреслюють увагу до деталей та багатство кольорових нюансів. Заклучна частина міститиме відгуки, критичні статті та коментарі про творчість Любові Миленської.

Візуальні та технічні аспекти дизайну включатимуть використання спокійної пастельної палітри з акцентами на більш насичені кольори для підкреслення ключових моментів, елегантних та читабельних шрифтів, що підкреслюють поетичність та художню вишуканість робіт, а також чітку структуру сторінок з достатнім простором для зображень та текстів, що дозволить легко сприймати інформацію.

Таким чином, вибір концепції дизайну каталогу робіт Любові Миленської спрямований на створення гармонійного, естетично привабливого та функціонального видання, що максимально повно відображає її художню та літературну творчість. Поєднання реалістичного стилю, нюансованих кольорів та інтеграції поетичних текстів дозволить створити каталог, який буде не лише інформаційним, але й надихаючим для читачів та поціновувачів мистецтва.

### 3.2 Розробка макетів та варіантів дизайну сторінок каталогу

Розробка дизайну каталогу робіт художниці Любові Павлівни Миленької передбачає використання кількох варіантів обкладинки, кожен з яких відображає різні аспекти її творчої діяльності та індивідуального стилю. Центральним елементом всіх варіантів є логотип у вигляді ініціалів "ЛМ", що символізує особисту ідентичність художниці та забезпечує впізнаваність.

Представлені на зображенні ескізи обкладинок каталогу робіт Любові Миленької є варіантами дизайну, що різняться стилем та концепцією, але всі вони мають спільний момент — використання елементів, що асоціюються з творчістю та живописом. Кожен ескіз виражає індивідуальний підхід до втілення образу художниці через використання різних кольорів, текстур та композиційних рішень. Логотип у вигляді ініціалів "Л.М." присутній на кожній обкладинці, що створює єдність бренду та сприяє його впізнаваності. Використання палітри кольорів, пензлів та художніх мазків допомагає передати художній характер та творчий підхід Любові Миленької. Кожен ескіз має свою унікальну атмосферу та виражає особливості творчої ідентичності художниці, розкриваючи різноманітність її мистецького бачення.

На зображенні 3.1 представлені ескізи обкладинок каталогу, які варіюються за стилем та дизайном, але всі мають елементи, пов'язані з творчістю та живописом. Ось опис кожного ескізу зліва направо, зверху вниз:

1. Перший ескіз:

- Фон: Білий з художніми мазками синього кольору.
- Логотип: Стилізована літера "М".
- Текст: "Любов Миленька".

2. Другий ескіз:

- Фон: Текстурний бежевий.
- Логотип: Круглий чорний знак з білими літерами "Л.М".
- Текст: "Любов Миленька".

### 3. Третій ескіз:

- Фон: Бежевий.
- Логотип: Біла літера "Л.М" на бежевому фоні у вигляді палітри.
- Текст: "Любов Миленька".

### 4. Четвертий ескіз:

- Фон: Бежевий з текстурою.
- Логотип: Палітра з кольоровими фарбами та пензликом.
- Текст: "Любов Миленька".

### 5. П'ятий ескіз:

- Фон: Текстульний бежевий.
- Логотип: Кольорове коло, схоже на палітру.
- Текст: "Любов Миленька".

### 6. Шостий ескіз:

- Фон: Текстульний бежевий.
- Логотип: Палітра з художніми мазками.
- Текст: "Любов Миленька", додано слово "живопис".

### 7. Сьомий ескіз:

- Фон: Кольоровий з яскравими художніми мазками.
- Логотип: Палітра з кольоровими фарбами.
- Текст: "Любов Миленька", додано слово "живопис".

### 8. Восьмий ескіз:

- Фон: Яскравий абстрактний з малюнком метелика.
- Текст: "Любов Миленька", додано слово "живопис".

### 9. Дев'ятий ескіз:

- Фон: Бежевий з текстурою.
- Логотип: Колірне коло з пензлями.
- Текст: "Любов Миленька".

## 10. Десятий ескіз:

- Фон: Бежевий з текстурою.
- Логотип: Літера "М" у вигляді палітри з пензлем.
- Текст: "Любов Миленська".

## 11. Одинадцятий ескіз:

- Фон: Текстурний з відтінками зеленого.
- Логотип: Літера "М" зі стилізованою палітрою.
- Текст: "Любов Миленська".



Рисунок 3.1 Ескізи обкладинки каталогу

Кожен із запропонованих варіантів обкладинки відображає різні аспекти творчості Любові Миленської, забезпечуючи багатшаровість і змістовність дизайну. Логотип "ЛМ" виступає як центральний елемент, що об'єднує всі варіанти та забезпечує цілісність брендингу. Використання яскравих кольорів, художніх елементів, текстур та символів дозволяє створити естетично привабливий і функціональний дизайн, що допомагає глядачам краще зрозуміти та оцінити мистецтво художниці. Такий підхід підкреслює унікальність та індивідуальність

творчості Миленької, поєднуючи естетику з глибоким символізмом, що є ключовими характеристиками її робіт.

Додатково створено ескізи кінцевого варіанту. Зображення містить ескізи обкладинок, варіанти шрифтів і логотипів для каталогу робіт художниці Любові Миленької. Описані елементи дизайну варіюються за стилем і композицією, демонструючи різноманітні підходи до оформлення каталогу, що відображають мистецьку тематику та індивідуальний стиль художниці (рис.3.2).



Рисунок 3.2 Ескізи обкладинки каталогу

Перший рядок включає чотири ескізи обкладинок. Перший ескіз характеризується вертикальним розміщенням зображення гілки з білими квітами, з написом "Любов Миленька" розташованим вертикально ліворуч і підписом

"Живопис" внизу праворуч. Другий ескіз має горизонтальне розміщення зображення квітух фіолетових квітів у вазі, з написом "Любов Миленська" вертикально ліворуч і підписом "Живопис" внизу праворуч. Третій ескіз включає зображення міського пейзажу з будинками та річкою, з великим логотипом "М" у колі на зеленому фоні та вертикальним написом "Любов Миленська". Четвертий ескіз містить зображення білих квітів на дереві, з написом "Світ навколо" зверху та вертикальним написом "Любов Миленська".

Другий рядок містить три ескізи. Перший ескіз має текстурний фон у вигляді тканини, з великим логотипом у вигляді літери "М", написом "Любов Миленська" праворуч від логотипу та підписом "Живопис". Другий ескіз включає вертикальну обкладинку з фотографією Любові Миленської праворуч, логотипом у вигляді літери "М" у трикутнику зліва та написом "Любов Миленська" під логотипом. Третій ескіз містить горизонтальну обкладинку з зображенням міського пейзажу та вертикальним написом "Живопис".

Третій рядок включає два ескізи логотипів. Перший ескіз містить кольорову палітру з художніми мазками та написом "Любов Миленська" на палітрі з підписом "Живопис". Другий ескіз має фон з художніми мазками та логотип у вигляді переплетених літер "ЛМ" і напис "Любов Миленська".

Четвертий рядок включає два ескізи. Перший ескіз містить вертикальний напис "Любов Миленська" з портретом художниці у правому нижньому куті. Другий ескіз має горизонтальну обкладинку з портретом художниці у правому нижньому куті та зображенням фіолетових квітів.

П'ятий рядок містить варіанти логотипів з ініціалами "ЛМ" і стилізованими шрифтами з засічками. Другий ескіз п'ятого рядка містить варіанти написів "Любов Миленська" з шрифтами без засічок різних розмірів і стилів.

Ці ескізи ілюструють різноманітні підходи до дизайну обкладинок, шрифтів і логотипів для каталогу робіт Любові Миленської, відображаючи її художню тематику і стиль. Кожен варіант демонструє прагнення до створення естетично

привабливого та гармонійного дизайну, що відповідає змісту та характеру мистецьких робіт художниці.

### 3.3 Обґрунтування головної ідеї та дизайну верстки каталогу

Дизайн каталогу робіт Любові Миленської має за мету відобразити не лише її творчість, а й особистість, відданість мистецтву та любов до природи. Кожна обкладинка вибрана та спроектована з урахуванням цих аспектів, створюючи атмосферу, що захоплює та вражає.

Титульна сторона обкладинки, зображаючи набережну з будівлями та гірським пейзажем на тлі, відтворює широкий діапазон тематики у творчості Любові Миленської. Вона відображає не лише красу природи, а й архітектурні дива, що співіснують у світі мистецтва. Такий підхід показує різноманіття її підходу до малювання та розкриває її майстерність у різних жанрах.

Задня сторона обкладинки, зі своїм центральним мотивом квітів на тлі сільського пейзажу, підкреслює зв'язок художниці з природою та її здатність передати красу та вишуканість природних образів. Дана картина створює відчуття спокою та гармонії, що властиве творчому процесу Любові Миленської.

В обох варіантах обкладинок використано ініціали художниці та відповідні надписи, що додатково посилюють асоціації з її роботами та творчим підходом. Разом з тим, вони надають каталогу привабливий та професійний вигляд, що привертає увагу та створює благоприємне враження про художницю та її творчість.

Вступна сторінка каталогу робіт Любові Миленської має за мету вразити та зацікавити читача, підготовуючи його до освоєння творчого світу художниці. Ця сторінка втілює у собі глибокий зміст та естетичність, використовуючи грамотну комбінацію кольорів, тексту та графічних елементів, присвячена детальному опису авторки та її творчого шляху. Зазначена сторінка надає вичерпну інформацію щодо біографічних даних та професійної діяльності Любові Миленської, розкриваючи

ключові аспекти її художнього доробку. Шрифт "FuturemediumCTT" з величиною кегля 24 pt використовується для створення текстового опису, а колір фону у відповідності до вказаних параметрів відтворюється у відтінках С:0 М: 0 Y:40 К:40 (рис.3.3).

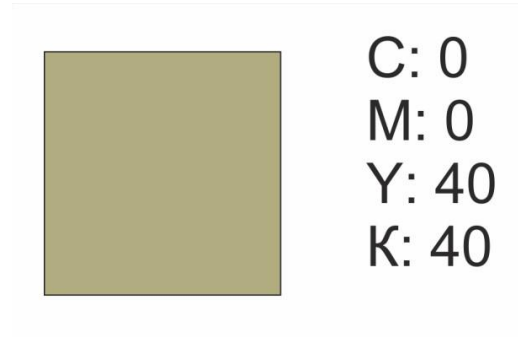


Рисунок 3.3 Колір вступної сторінки каталогу

Наступна вступна сторінка демонструє надпис "Любов Миленька", вирівняна по правому краю темно-зеленим шрифтом з засічками, надає тексту вишуканості та офіційності, відзначаючи ім'я художниці як головний фокус уваги. Виділення ініціалів "Л" та "М" додатково підкреслює особистий характер та авторство представлених робіт.

Напис "Світ навколо нас" білого кольору з контурними темно-зеленими та пастельно-зеленими кольорами на бежевому фоні з текстурою тканини надає сторінці графічної глибини та вишуканості. Цей напис додає контексту та пояснення, які допомагають глядачеві краще зрозуміти філософію та тематику творчості Любові Миленької.

Фоновий елемент у вигляді пастельно-кремового відтінку створює атмосферу затишку та гармонії, викликаючи позитивні емоції у спостерігача. Ця гармонійна комбінація кольорів та графічних елементів забезпечує відмінний старт для подальшого дослідження та оцінки творчої спадщини Любові Миленької.

Сторінка для назви розділу каталогу робіт має бути досконало збалансованою та естетично здійсненою, щоб вражати сприйняття глядача і підкреслити важливість представленого контенту. Вертикальне розміщення логотипу у вигляді

букви "М", вписаної у коло темно-зеленого кольору, створює ефект елегантності та стабільності. Такий дизайн символізує злагодженість та цілісність представленого матеріалу.

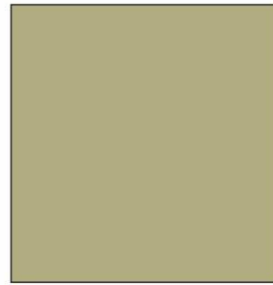
Назва самого розділу, викладена шрифтом із засічками бежевого кольору з темно-зеленими контурами, надає тексту глибину і вагомість. Ефект тіні, створений темнішими контурами, додає об'ємності та привертає увагу до заголовка. Кремовий фон слугує чудовою основою, що підкреслює вишуканість та елегантність дизайну, створюючи враження затишку та гармонії.

Загальний ефект цієї сторінки допомагає створити відчуття розкоші та професіоналізму, яке переносяться на весь контент каталогу, підкреслюючи його важливість та цінність для глядача.

Основний зміст каталогу складають картини різного жанру та типу, які представлені з різним розміщенням на сторінках. Кожне зображення супроводжується відповідним підписом, який включає назву та рік створення. Ці підписи розміщені внизу сторінки на пастельно-кремовому фоні, використовуючи шрифт без засічок. Такий дизайн додає естетики та лаконічності кожній сторінці каталогу, надаючи простоти та чистоти композиції. Така впорядкованість сприяє кращому сприйняттю та орієнтації глядача у каталозі, підкреслюючи важливість кожного представленого твору мистецтва. Шрифт та кольори, що використані в каталозі передбачають різноманітність варіантів, що зображені на рисунку 3.4.



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 100



C: 0  
M: 0  
Y: 40  
K: 40

Шрифти: *Monotype Corsiva* -  
159 п., 220 п., 244 п.,  
***Inform*** -  
51 п., 91п.  
**FuturaMediumCTT** -  
24 п.

Рисунок 3.4 Кольори та шрифти каталогу

Отже, головною ідеєю дизайну каталогу робіт Любові Миленької є створення естетичного та функціонального середовища для ефективного представлення її мистецького портфолію. Верстка каталогу спроектована з урахуванням принципів мінімалізму, лаконічності та єдності стилю, щоб найкращим чином підкреслити унікальність та виразність кожного твору. Естетичний баланс, чистота композиції та фокус на контенті допомагають забезпечити оптимальне сприйняття представленого мистецтва. Верстка каталогу підкреслює значущість самого мистецтва, створюючи гармонійне та привабливе середовище для ознайомлення з творчим доробком художниці (додаток Б).

Отже, у процесі творчої розробки дизайну каталогу робіт Любові Миленької було враховано не лише естетичні аспекти, а й функціональні потреби, сприяючи ефективному представленню мистецького портфолію. Вибір та обґрунтування концепції дизайну каталогу відображають бажання підкреслити унікальність та виразність кожного твору, забезпечуючи оптимальне сприйняття представленого

мистецтва. Розробка макетів та варіантів дизайну сторінок каталогу демонструє дбайливий підхід до візуального викладу матеріалу, враховуючи різноманітність жанрів та типів картин. Обґрунтування головної ідеї та дизайну верстки каталогу підкреслює значущість самого мистецтва, створюючи гармонійне та привабливе середовище для ознайомлення з творчим доробком художниці. Такий підхід сприяє ефективному комунікаційному процесу та збереженню автентичності та цінності мистецтва у каталозі робіт.

## **ВИСНОВКИ**

У процесі розробки каталогу робіт Любові Миленської було ретельно обґрунтовано вихідні дані та основні принципи створення каталогів, враховуючи сучасні тенденції та структуру, що визначають ефективність та зручність використання. Історичний огляд розвитку дизайну каталогів та аналіз існуючих прикладів дозволили виявити ключові моменти та тенденції, які впливають на сучасний дизайн.

Вибір та обґрунтування концепції дизайну каталогу робіт Любові Миленської відображає бажання підкреслити унікальність та естетичність кожного твору, забезпечуючи його належне візуальне представлення. Розробка макетів та варіантів дизайну сторінок каталогу показала дбайливий підхід до створення зручного та привабливого середовища для ознайомлення з мистецькими роботами.

Використано комплексний підхід, спрямований на створення якісного та ефективного продукту, що задовольняє потреби як художниці, так і аудиторії. Обґрунтування вибору концепції дизайну ґрунтується на ретельному вивченні характеру творчості Любові Миленської та її особистих вподобань, а також на аналізі поточних тенденцій у сучасному мистецтві.

Важливим аспектом розробки каталогу є уважне врахування потреб та очікувань цільової аудиторії. Верстка сторінок каталогу має бути зручною та

інтуїтивно зрозумілою для користувачів, щоб забезпечити комфортне сприйняття матеріалу та позитивне враження від взаємодії з каталогом.

Головна ідея дизайну полягає в створенні естетичного та привабливого образу каталогу, який не лише відображає творчий світ художниці, але й стимулює інтерес до її творчості. Кожен елемент дизайну, починаючи від обкладинки і закінчуючи версткою сторінок, має відтворювати неповторний стиль та виразність робіт Любові Миленської, щоб передати глядачам її талант та індивідуальність.

### ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Мателешко Ю., Бердар Я. Створення електронних каталогів стародруків : європейський досвід. Нова модель інформаційного образу бібліотеки: зміна традиційного сприйняття її призначення та функцій : матеріали III науковопрактичної інтернет-конференції (Ужгород, 21 жовтня 2021 р.) / редкол. : М. М. Медведь, В. В. Воробець, Л. О. Мельник та ін. ; ДВНЗ “Ужгор. нац. ун-т”, Наук. бка. Ужгород : Вид-во Олександри Гаркуші, 2021. С. 105-115.
2. Грабовський С. М. Аналіз доцільності створення методики розробки сайту каталогів товарів. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : тези доповідей VII Міжнар. наук.-техн. конф., 17-21 травня 2022 р. Харків : ХНУРЕ, 2022. Т. 1. С. 76-77.
3. Матвєєва В. В. Розробка каталогу робіт художниці Лілії Коленникової : дипломна робота бакалавра : 022 Дизайн; Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2022. 67 с.
4. Маліновський Д. Розроблення каталогу весільних хлібів і калачів для ТМ «Стожари» : кваліфікаційна робота бакалавра : 022 Дизайн; Хмельниц. нац. унт. Хмельницький, 2023. 54 с.

5. Многоліт О. С. Макет каталогу колекції експонатів музею Науководослідного інституту електромеханічних приладів. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавр спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія». Національний авіаційний університет. Київ, 2022. 66 с.
6. Основні принципи створення наукових каталогів. - Музейникам - Дошка оголошень - Музейний простір Волині. URL: [https://volyn-museum.com.ua/board/muzejnikom/osnovni\\_principi\\_stvorennja\\_naukovikh\\_katalogiv/2-1-0-38](https://volyn-museum.com.ua/board/muzejnikom/osnovni_principi_stvorennja_naukovikh_katalogiv/2-1-0-38) (дата звернення: 22.05.2024).
7. Розробка дизайну каталогу: верстка та оформлення. Друк поліграфії Друкарня Vazitka.com®. URL: <https://vizitka.com/uk/dizayn-kataloga> (дата звернення: 22.05.2024).
8. Розробка дизайну каталогу: верстка та оформлення. Друкарня Huss: друк поліграфії у Києві, доставка по Україні | Поліграфічні послуги для бізнесу і творчих проєктів. URL: <https://huss.com.ua/rozrobka-dizaynu-katalogu-verstka-taoformlennya/> (дата звернення: 22.05.2024).
9. Методичний посібник з укладання друкованих каталогів книг громадянського друку (XVIII - початок XX ст.) із фондів бібліотек України / АПН України. ДНПБ України ім. В.О. Сухомлинського; МКіТ України. НПБ України; Авт.-уклад. Р.С. Жданова; Наук. ред. П.І. Рогова; Рецензенти: Г.І. Ковальчук, Є.В. Рукавіцина-Гордзієвська; Літ. ред. Г.М. Лисиця; Відп. ред. В.О. Кононенко, С.О. Басенко. 2005. 124 с.
10. Верстка каталогів підприємств - Видавництво Кавун. Типографія Арбуз. URL: <https://isbn.com.ua/verstka-katalogiv/> (дата звернення: 25.05.2024).
11. Види друкованої продукції та принципи їх оформлення та верстки. SlideShare. URL: <https://www.slideshare.net/zaykoannaivanivna/ss-72978345> (дата звернення: 25.05.2024).
12. Друк та виготовлення каталогів на замовлення в друкарні Huss. Друкарня Huss: друк поліграфії у Києві, доставка по Україні | Поліграфічні послуги

для бізнесу і творчих проєктів. URL: <https://huss.com.ua/uslugi-poligrafii/katalogi/> (дата звернення: 25.05.2024).

13. ЕКСПЕРТНА ДУМКА: Сучасні тренди у світі друкованих каталогів. DesignStore.com.ua - дизайн журналів, каталогів, газет, буклетів, листовок, календарей, бланків, візиток, конвертів, папок, упаковки. URL: [http://designstore.com.ua/catalogs\\_trends.html](http://designstore.com.ua/catalogs_trends.html) (дата звернення: 25.05.2024).

14. Каталог як маркетинговий інструмент для розвитку компанії - Фамільна друкарня huss. Друкарня Huss: друк поліграфії у Києві, доставка по Україні | Поліграфічні послуги для бізнесу і творчих проєктів. URL: <https://huss.com.ua/katalog-yak-marketingoviy-instrument-dlya-rozvitku-kompaniyi/> (дата звернення: 25.05.2024).

15. Лекція Структурні елементи дизайну друкованих видань. Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола. URL: [https://moodle.gi.edu.ua/pluginfile.php/68440/mod\\_resource/content/1/Лекція.%20Структурні%20елементи.pdf](https://moodle.gi.edu.ua/pluginfile.php/68440/mod_resource/content/1/Лекція.%20Структурні%20елементи.pdf) (дата звернення: 25.05.2024).

16. ЛЕКЦІЯ 3. КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ШТРИХОВЕ КОДУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ. Головна | Elib LNTU. URL: [https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib\\_upload/готовий/page6.html](https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/готовий/page6.html) (дата звернення: 25.05.2024).

17. Сучасні тренди у світі друкованих каталогів. Типографія Київ PrintStore - Доставка Україна (Київ, Одеса, Днепропетровск, Харків, Донецьк). URL: <https://printstore.com.ua/suchasni-trendi-u-sviti-drukovanix-katalogiv/> (дата звернення: 25.05.2024).

18. Contributors to Wikimedia projects. Catalog - Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Catalog> (date of access: 25.05.2024).

19. Миленька Любов Павлівна. Енциклопедія Сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/article-65318> (дата звернення: 30.05.2024).

20. Ці тренди 2024 року має знати кожен графічний дизайнер -

Genius.Space. Genius.Space. URL: <https://genius.space/lab/tsi-trendi-2024-roku-mayeznati-kozhen-grafichnij-dizajner/> (дата звернення: 04.06.2024).

21. Darina. Тренди графічного дизайну 2024. Komarov.Design - Блог #1 про графічний UI/UX дизайн в Україні. URL: <https://www.komarov.design/triendighrafichnogho-dizainu-2024/> (дата звернення: 04.06.2024).

22. Як виділитися у онлайн-світі? Надрукувати арт-каталог | Друкарня HUSS. Друкарня Huss: друк поліграфії у Києві, доставка по Україні | Поліграфічні послуги для бізнесу і творчих проєктів. URL: <https://huss.com.ua/yak-vidilitisya-u-online-sviti-nadrukuvati-art-katalog/> (дата звернення: 04.06.2024).

23. Верстка каталогів. Професійна верстка каталогів для компаній, організацій та фірм з послугами розробки дизайну та друку накладу будь-якої кількості від 10 штук. Друкарня Кавун - поліграфічні послуги, друк на футболках та видання книг у Дніпрі та по Україні. URL: <https://arbuz.in.ua/ua/p1839262516verstka-katalogov-tolko.html> (дата звернення: 04.06.2024).

24. Учасники проєктів Вікімедіа. Комп'ютерна верстка – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Комп'ютерна\\_верстка](https://uk.wikipedia.org/wiki/Комп'ютерна_верстка) (дата звернення: 04.06.2024).

25. Учасники проєктів Вікімедіа. Верстка – Вікіпедія. *Вікіпедія*.

URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Верстка> (дата звернення 23.05.2024).



