

–Хмельницький національний університет  
Факультет технологій та дизайну  
Кафедра дизайну

## ДИПЛОМНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

### РОЗРОБКА КАТАЛОГУ РОБІТ ХУДОЖНИЦІ ЛІЛІ КОЛЕННИКОВОЇ

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ.2018038.01.15.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ГДР-18-1 В. В. Матвєєва  
Підпис Ініціали, прізвище

Керівник С. А. Петрашук  
Підпис, дата Ініціали, прізвище

Нормоконтролер С. А. Петрашук  
Підпис, дата Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну

Підпис

Е. В. Базилюк

Ініціали, прізвище

\_\_\_\_\_ 2022 р.

Хмельницький, 2022

Хмельницький національний університет

(повне найменування навчального закладу)

Факультет технологій та дизайну

Кафедра Дизайну

Освітній рівень перший (бакалаврський)

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

(шифр і назва)

Спеціальність 022 Дизайн

(шифр і назва)

Освітня програма Дизайн

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри дизайну

Базилюк Е. В.

\_\_\_\_\_ 2022 року

## **ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ**

Матвєєва Вероніка Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту Розробка каталогу робіт художниці Лілії Коленникової

Керівник проекту Петращук Світлана Анатоліївна, к.т.н., доцент

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від « 01 » березня 2022р., № 18

2. Строк подання студентом закінченої роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи \_\_\_\_\_

Мета роботи – розробка художнього каталогу робіт старшого викладача кафедри  
рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету Лілії  
Коленникової

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ

1 Обґрунтування вихідних даних до проектування каталогу

2 Ретроспектива теми

3 Творча розробка дизайну каталогу робіт художника

Висновки

Перелік джерел посилання

Додаток А Графічна частина дипломної роботи

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) \_\_\_\_\_

6 планшетів 600 на 900 мм

1 планшет. Розробка каталогу робіт художниці Лілії Коленникової

2 планшет. Концепція верстки каталогу

3 планшет. Розробка обкладинки каталога

4 планшет. Оформлення додаткових сторінок

5 планшет. Верстка основних сторінок

6 планшет. Верстка основних сторінок

## 6. Консультанти розділів проекту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петращук С.А., к.т.н., доцент		
2	Петращук С.А., к.т.н., доцент		
3	Петращук С.А., к.т.н., доцент		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту	Строк виконання етапів проекту	Примітка
1	Збір основної інформації	01.02.22	
2	Обґрунтування вихідних даних до проектування каталогу	24.02.22	
3	Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкту проектування	09.03.22	
4	Історичний огляд ретроспективи дизайну каталогів	19.03.22	
5	Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів з художнього оформлення каталогів та арт-буків	02.04.22	
6	Вибір та обґрунтування концепції дизайну та об'єкту проектування	14.04.22	
7	Вибір джерела творчості ат його композиційний аналізі	28.04.22	
7	Розробка ескізів ідей для проектування каталогу робіт	01.05.22	
8	Висновки,	22.05.22	
9	Розробка презентаційних планшетів	31.05.22	
10	Затвердження роботи	15.06.22	

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис)

В. В. Матвєєва  
Ініціали, прізвище

Керівник проекту \_\_\_\_\_  
(підпис)

С. А Петращук  
Ініціали, прізвище

## Анотація

дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»  
на тему: «Розробка каталогу робіт художниці Лілії Коленникової»  
студентки групи ГДР-19-1 Матвеевої В. В.  
керівник – к.т.н., доцент Петрашук С. А.

Обсяг пояснювальної записки – 66 с., 46 рис., 1 додаток, 22 джерела

Обсяг графічної частини – 6 планшетів розміром 600×900 мм

КАТАЛОГ, ГРАФІЧНИЙ АЛЬБОМ, АРТ БУК, ХУДОЖНИК,  
КАРТИНА, ЖИВОПИС, ГРАФІКА, АКВАРЕЛЬ, КОМПОЗИЦІЯ, ДЖЕРЕЛО  
ТВОРЧОСТІ, МОДУЛЬНА СІТКА, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, СТИЛЬ,  
ВЕРСТКА, НЕОМОДЕРНІЗМ, ШРИФТ

У ході виконання дипломної роботи було розроблено презентаційний каталог художніх робіт старшого викладача кафедри рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету Лілії Коленникової. Було проаналізовано великий обсяг матеріалу про каталоги робіт художників, графічні альбоми та арт буки, верстку, дизайн та його стилі, вивчено роботи графічних дизайнерів, які працювали над створенням каталогів для митців. За джерело творчості при створенні каталогу був обраний графічний стиль неомодернізм. На основі композиційного аналізу джерела творчості були вибрані головні композиційні елементи для розробки презентаційного каталогу робіт.

Розроблено стиль оформлення презентаційного каталогу робіт: створено модульну сітку, підібрано шрифти та їх розмір, вирішено композиційну побудову, знайдено колірне рішення. Зверстано та оформлено оригінал-макет каталогу робіт художниці у стилі неомодернізм.

---

(дата)

---

(підпис)

## ЗМІСТ

	С
Вступ.....	5
1 Обґрунтування вихідних даних до проектування каталогу .....	7
1.1 Загальна характеристика каталогу як виду рекламної продукції .....	7
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну каталогів.....	13
1.2.1 Вимоги до каталогів робіт художника.....	14
1.2.2 Розробка дизайну каталогу відповідно до затвердженої структури	16
1.2.3 Вимоги до дизайну обкладинки каталогу.....	19
1.2.4 Вимоги поліграфії до оригінал-макетів каталогів.....	20
2 Ретроспектива теми.....	23
2.1 Історія розвитку друкованого рекламного каталогу .....	23
2.2 Історія альбомної культури .....	27
2.3 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів з художнього оформлення каталогів та арт-буків .....	30
3 Творча розробка дизайну каталогу робіт художниці Л. Коленникової.....	37
3.1 Неомодернізм як джерело творчості при створенні каталогу .....	37
3.2 Розробка варіантів творчих ідей для проектування каталогу.....	40
3.2.1 Вибір головних композиційних елементів джерела творчості.....	40
3.2.2 Розробка ескізів ідей для проектування каталогу робіт.....	42
3.2.2.1 Підбір шрифту для верстки каталогу.....	42
3.2.2.2 Розробка модульної сітки і варіанти верстки сторінок.....	45
3.2.2.3 Розробка обкладинки каталогу	51
Висновки.....	57
Перелік джерел посилання.....	58
Додаток А Графічна частина дипломної роботи.....	61

					<b>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</b>		
Змн.	Арк.	№ Документа	Підпис	Дата			
Розроб.		Матвеева В. В.			Лім.	Арк.	Аркушів
Перевір.		Петрашук С.А.				4	66
Реценз.		Бобровський О.В			Розробка каталогу робіт художниці Лілії Коленникової ХНУ ст. гр. ГДР-18-1		
Н.Контр.		Петрашук С.А.					
Затверд.		Базиліук Е.В.					

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У наш час каталог художніх робіт є одним з найпопулярніших видів для реклами творчості митців. Грамотно виготовлений і красиво оформлений каталог значно піднімає імідж митця і допомагає просуванню художньої продукції на ринку товарів та послуг у сфері мистецтва.

Кожен художник мріє про те, щоб його мистецтво було комерційно успішним, а сам він знаменитим та впізнаваним. У зв'язку з цим особливого значення набувають як довідкові видання з мистецтва, так і художні каталоги живописців, тобто такі видання, для яких візуальний матеріал природній і необхідний.

Сьогодні книжкові полиці крамниць України наповнені великою кількістю подібної друкованої продукції. Це все є свідченням інтересу читацької аудиторії до мистецьких образотворчих видань. А тому підготовку такого видання можна вважати актуальною в сьогоденних умовах.

**Мета роботи** – розробка художнього каталогу робіт старшого викладача кафедри рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету Лілії Коленникової.

Для досягнення поставленої **мети** необхідним було вирішення наступних **завдань**:

1. Дослідити та систематизувати вихідні дані, характеристики та вимоги для проектування каталогу художніх робіт, ретроспективи дизайну каталогів художніх робіт та графічних альбомів.

2. Дослідити художні графічні та композиційні прийоми при розробці каталогів художніх робіт, вивчити сучасні тенденції графічного дизайну при проектуванні художніх каталогів.

3. Обрати концепцію дизайну каталогу робіт Лілії Коленникової. Розробити стиль оформлення презентаційного каталогу: створити модульну сітку, підібрати шрифти та їх розмір, вирішити композиційну побудову, знайти колірне рішення, редагувати фотографії робіт художниці.

4. Розробити варіанти творчих ідей обкладинки, зверстати та оформити оригінал-макет каталогу робіт художниці.

5. Створити електронний макет презентаційного каталогу.

**Методи дослідження:** теоретичні методи (аналіз, синтез, узагальнення, пояснення, класифікація тощо) для обґрунтування вихідних даних до проектування каталогу художніх робіт; порівняльно–історичні методи для вивчення теоретичного та візуального матеріалу про виникнення і розвиток рекламних каталогів та графічних альбомів; методи комп’ютерного проектування та комп’ютерної дизайн-графіки при розробці оригінал-макету каталогу робіт художниці.

**Засоби дослідження:** комп’ютерні програми та графічні редактори Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Indesign, Microsoft Office Word.

**Структура й обсяг роботи.** Дипломна робота складається з пояснювальної записки, графічної частини з 6 планшетів розміром 600×900 мм та виробу в матеріалі.

Пояснювальна записка виконана на 66 сторінках друкованого тексту, містить 46 рисунків, 1 додаток та список використаних джерел з 22 найменувань.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
						6
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

# 1 ОБГРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЕКТУВАННЯ КАТАЛОГУ

## 1.1 Загальна характеристика каталогу як виду рекламної продукції

Каталог – зручний та функціональний носій рекламної інформації. За своїм призначенням каталоги можна умовно розділити на наступні типи [1]:

- рекламний каталог (буклет, проспект, інше друковане видання, яке розповсюджується в магазині і його околицях для залучення уваги потенційних покупців до товару, спеціальними пропозиціями, супутніми послугами тощо). Друкований рекламний каталог – це відмінна можливість просування товарів та послуг компанії на ринку. Завдяки високій якості поліграфії, яскравому дизайну, ненав'язливості він не втрачає своєї ефективності, незважаючи на перехід більшої частини рекламних інструментів в он-лайн. І одне не виключає іншого – поліграфічне видання може гармонійно доповнити інтернет-версією.

- каталог продукції (наприклад, одного виробника або одного типу продукції; поширюється серед фахівців, що займаються проектуванням, оптовими закупівлями тощо). Такий вид каталогів являє собою яскраву рекламну компанію для фірми. Це дозволяє клієнтам легко зорієнтуватися в цілому різноманітті пропонованих товарів і послуг фірми і зробити правильний вибір. Особливу увагу при створенні каталогу продукції слід приділити фотографіям пропонованих предметів. Для цього краще не пошкодувати грошей і найняти справжніх професіоналів, адже фото продукції – це основне складові даного каталогу. На якісну рекламу впливає якість зроблених фотографій, саме в 90% випадків грають головну роль при визначенні покупки представленої продукції.

- поштовий каталог (перелік товарів з їх текстовим описом і фотографіями, який застосовується для продажу товарів поштою). Поштова реклама представляє собою розсилання рекламних повідомлень (у тому числі і персоналізованих) на адресу визначеної групи осіб-споживачів або можливих ділових партнерів. Для реклами поштою використовуються всі види друкованої

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		7

реклами, окрім плакатів і афіш. Однак найбільша питома вага припадає на каталоги, проспекти та листівки.

- художній каталог.

В дипломній роботі будуть розглянуті саме художні каталоги, як окремий вид каталогів, та графічні альбоми (арт буки). Для цього потрібно визначити мету створення художніх каталогів та арт буків, яким має бути їх наповнення та сфера застосування.

Художні каталоги створюються для користі колекціонера, художника, галериста, ентузіаста мистецтва, які повинні зберігати архіви свого мистецтва. Каталоги робіт – це вичерпний запис кожного твору, в якому перелічено його назву, походження, матеріали. Каталог – це гарний спосіб упорядкувати та відстежувати колекцію в цілому. Такий архів – це хороший спосіб організувати та відстежувати колекцію в цілому. Іноді каталоги художніх творів використовують для показу або продажу.

Художній каталог, як правило, орієнтований на одну виставку або колекцію і може бути поширений серед зацікавлених художників і колекціонерів, щоб показати твори, включені в цю колекцію (рис. 1.1). Це скоріше маркетинговий актив. Такі каталоги як правило містять великі глянцеві фотографії з основними деталями кожної картини або іншого твору мистецтва. Класичним прикладом каталогу є каталоги музейних виставок. Існує кілька способів каталогізації творів мистецтва, залежно від того, які інструменти використовуються, і того що, планується робити готовим продуктом [2].

Ще одним видом художнього каталогу є каталог-резоне. Каталог-резоне відрізняється від виставкового каталогу тим, що у ньому неможливо вільне чи вибіркоче представлення робіт, оскільки каталог-резоне має вичерпним чином висвітлювати творчий шлях автора [3]. Насамперед каталоги-резоне складаються для вчених, надаючи тим у розпорядження повну і вичерпну інформацію про базу робіт певного художника. Створення каталогу-резоне займає довгі роки, а де й десятиліття.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		8



Рисунок 1.1 – Каталог для виставки з архітектури та дизайну Kiruna Forever (шведський центр архітектури і дизайну ArkDes)

Репродукції робіт у каталозі-резоне розташовуються за хронологією, кожену роботу супроводжує інформація про розмір, техніку, участь у виставках, всі згадки у наукових монографіях та статтях (рис. 1.2) [4].

Каталоги-резоне містять найповнішу інформацію про кожену роботу, серед якої можуть бути такі дані:

- назва роботи;
- розмір;
- дата створення;
- місце створення;
- поточне розташування/власник на момент включення в резоне;
- провенанс (історія володіння);
- виставки, на яких твір експонувався;
- стан твору;
- література, в якій згадується про твір;
- публікації, присвячені художнику;
- критичні оцінки та зауваження;
- повний опис картини/скульптури;
- підписи, написи та монограми художника, присутні на творі;

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		9



допустити заповнення ринку підробками, адже останнє може викликати його обвалення.

Графічний альбом чи Артбук (від англ. artbook) – колекція зображень та ілюстрацій, зібрана у вигляді альбому під однією обкладинкою [5].

Вміст графічного альбому майже завжди пов'язаний між собою спільною темою, будь то твори окремого образотворчого жанру, образотворчого або фотомистецтва взагалі або конкретного художника (рис. 1.3) або фотографа. За останні роки також зросла популярність рекламних графічних альбомів, присвячених творам інших напрямів мистецтва, наприклад, кінематографа, відеоігор і аніме (рис. 1.4).



Рисунок 1.3 – Сальвадор Далі. Артбук

Останнім часом артбуки виходять часто в електронному форматі. Подібні електронні журнали також мають назву огляду (англ. Review) або вітрини (англ. Showcase). Огляди містять роботи митця за певний період, а вітрини – це майданчики, де розміщують роботи художників із вказівкою контактів.

Артбук – це багатозначний термін, який означає:

1) інноваційний вид книжкових видань, що сконденсовує авангардні підходи автора й видавця щодо створення й організування контенту;

										Лист
										11
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата	ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ					



## 1..2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну каталогів

Дизайн каталогу – найважливіша складова, від якої на 50% залежить успіх видання. Грамотно продумане оформлення каталогу дозволить отримати візуально привабливий продукт з легкими для сприйняття графікою і текстами. Якість дизайну каталогу, правильна структура визначає в підсумку кількість продажів і задоволеність клієнтів.

Будь-яке рекламне видання має відповідати призначенню і запитам цільової аудиторії, і саме споживач диктує стилістичне рішення в оформленні каталогу [6].

Головна особливість будь-якого каталогу – класифікація вмісту за певними ознаками. Каталог виглядає як ілюстроване багатосторінкове видання, ретельно структуроване на розділи і рубрики з метою полегшення пошуку необхідної споживачеві інформації. Рекламні, виставкові та презентаційні каталоги передбачають креативні дизайнерські рішення для вираження цінності та сутності бренду, передачі клієнтові потрібного враження про компанію.

Хороший каталог повинен привертати увагу дизайном, мати зручний формат, його зміст має бути інформативним і читабельним. Якщо потенційному замовнику або споживачеві легко знайти цікавий для нього розділ, інформацію щодо певного товару, він без зусиль орієнтується в рубрикаторі – каталог вдався. А тому можна виділити головні принципи при розробці каталогів:

- 1) новизна і запам'ятовуваність дизайну;
- 2) цілісність та оригінальність композиції;
- 3) жорстке структурування видання;
- 4) достовірність та повний об'єм інформації;
- 5) використання логотипів і фірмових знаків;
- 6) наявність системи орієнтування;
- 7) висока якість ілюстрацій і фотографій;
- 8) дотримання законів типографіки;
- 9) правильний вибір паперу;

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		13

10) післядрукарська обробка.

### 1.2.1 Вимоги до каталогів робіт художника

Каталог робіт, проектування якого є завданням дипломної роботи, буде створений, в першу чергу, для наукових та художніх потреб кафедри рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету, лише потім – для особистого використання художниці Лілії Коленникової в цілях самопрезентації. Даний каталог по виду інформаційний, а по типу друкований. По суті це портфоліо робіт художника.

До початку розробки каталогу необхідно структурувати весь матеріал, для упорядкування великого обсягу даних слід розбити каталог на розділи і рубрики. В проєктованому каталозі будуть представлені роботи художника різними техніками, а тому пропонується розташувати роботи по розділам «Живопис», «Графіка», «Акварель». Дизайнерських та поліграфічних прийомів для виділення окремих розділів безліч: від введення кольору смуги або окремого елемента до використання більш щільних або фактурних сторінок.

Оформлення каталогу – відповідальне завдання, що вимагає ретельної підготовки: розробки концепції, структури, наповнення обкладинки і сторінок.

1. Перш, ніж зробити каталог, необхідно розробити логічну послідовність елементів, вибудувати дерево каталогу і його зміст.

2. Особлива увага приділяється фотозйомці товарів. Професійні рекламні фото створюють привабливий образ продукту, будуть стимулювати клієнтів прочитати опис і схилити до рішення купити товар або скористатися послугами. Тому важливо зробити всі зображення для каталогу яскравими і виразними. Відібрані фото необхідно ретельно обробити: виконати ретуш, корекцію, масштабування. Фотографіям і ілюстраціям надають обробку в спеціальних графічних програмах. Найбільш широко використовують програму Adobe Photoshop для обробки графічних зображень (рис. 1.5). Також дуже важлива достовірність кольорів, особливо якщо це каталог художніх робіт і

потрібно передати всі нюанси і тонкощі роботи митця у різних техніках і з різними матеріалами.



а)



б)

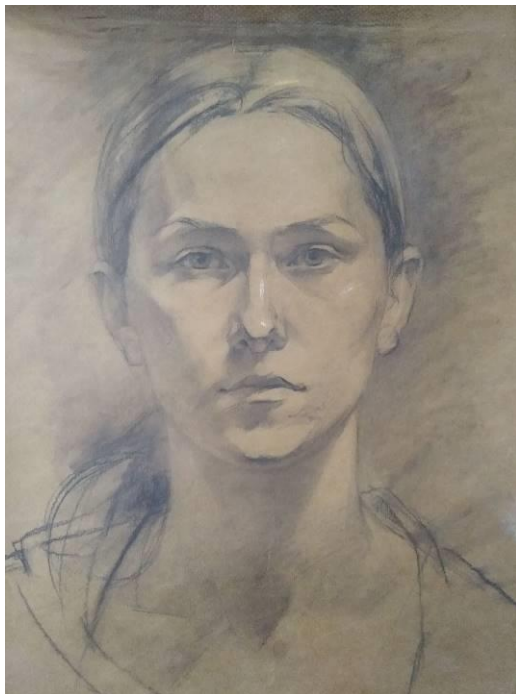


Рисунок 1.5 – Фото робіт Лілії Коленникової для каталогу, скореговані в програмі Adobe Photoshop

а) акварель «Квіти»; б) етюд «Фортеця»;

в) графічна робота «Автопортрет»; г) олійний живопис «Бузок»

3. Підготовка текстової складової. Інформація повинна бути максимально короткою, але розкривати всі особливості і конкурентні переваги продукції.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		15

4. Наступний етап – це вибір оптимального розміру і кількості сторінок друкованого видання. Для каталогу краще вибрати середній формат, щоб його було зручно переглядати в будь-яких умовах – вдома, в поїздках або на роботі. Для каталогу робіт художника пропонується квадратний формат видання. При кріпленні на скобу кількість сторінок повинна бути кратна 4, а при кріпленні на термобіндер або пружину - кратна 2.

5. Не останнім за важливістю є і вибір паперу для друку каталогу. Від якості паперу і друку залежить гідний зовнішній вигляд і термін служби виробу. Обкладинка зазвичай друкується на більш щільному папері, ніж основний блок. Щільність паперу для основного блоку 90-150 г/м<sup>2</sup>, для обкладинки – 180-250 г/м<sup>2</sup>. Для підвищення зносостійкості застосовуються спеціальні технології: ламінування, лакування тощо.

6. На основі обраної концепції, готових текстів, візуальних матеріалів (ілюстрацій) розробляється дизайн каталогу продукції. Продумуються композиція і колірне рішення, підбираються шрифти. Щоб грамотно оформити каталог, слід правильно витримати баланс креативу та інформаційної складової.

#### 1.2.2 Розробка дизайну каталогу відповідно до затвердженої структури

Стратегія розробки дизайну каталогу полягає в тому, що починати роботу над каталогом рекомендується з систематизації візуальної інформації і розмітки. Дизайнери-графіки використовують модульну сітку – шаблон розташування графічних елементів на сторінці. Залежно від ідеї дизайнера і цільового призначення каталогу, модульна сітка може бути найрізноманітнішою, але саме вона є запорукою цілісності композиції (рис. 1.6) [7].

Дизайн-проект каталогу завжди розробляється в фірмовому стилі, якщо такий є. Завдяки цьому формується зорова та змістова єдність інформації, що надходить від фірми. Споживач швидше і простіше розпізнає і запам'ятає бренд в умовах нинішньої високої конкуренції.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		16



Рисунок 1.6 – Приклад модульної сітки і зверстаний по ній розворот друкованого періодичного видання

При розробці дизайну сторінок каталогу продумуються стилістичні і композиційні рішення подачі інформації – тексту та ілюстрацій, інфографіки: таблиць, діаграм і графіків, колірне рішення смуг, вибір шрифтів основного тексту, заголовків і розділів. Чітка нумерація сторінок з підписами рубрик та розділів, контакти (телефони і адреси) для звернення покупця до компанії, - обов'язкові.

Типографіка – основа читабельності рекламного або торгового каталогу і запорука успіху. Завдання дизайнера – підібрати стилі заголовків, шрифти і акуратно розмістити текстові блоки. Чим простіший шрифт, тим краще для читання каталогу. Потрібно брати щось класичне, пряме і зручне для читання. Не рекомендується використання більше двох шрифтів в тексті. Якщо потрібно змішати шрифти, то вони повинні бути максимально контрастними, а висота їх малих літер приблизно однаковою. Довжина рядка в 45-75 символів вважається нормою, хоча рекомендовано 60 символів.

Є кілька стандартних основних принципів використання шрифту у верстці каталогів, які мають допомогти при виборі шрифтів.

Основний текст каталогу:

- приймаємо кегль основного тексту: 12 пунктів;

- інтерліньяж основного тексту ніколи не повинен бути меншим, ніж розмір шрифту, або більше, ніж 2 x розмір шрифту, виміряний в цицера (діапазон 12 - 24 цицера становить 2 - 4 дюйми);

- міжрядковий інтервал, становив приблизно 120-130% розміру кегля шрифту; тобто кегль 12 pt повинен мати інтерліньяж 14 - 15 pts.

Текст підзаголовка:

- набірний текст 12pt можна назвати кеглем 14pt;  
- використання надмірно великого шрифту для заголовків без смаку і може справити враження, що Ви «заповнюєте» простір

Текст заголовка:

- заголовки набору можна оформити в шрифті, відмінному від основного;

- заголовки – частини каталогу, що найбільш кидаються в очі; вони повинні легко читатись.

Загальні принципи підбору шрифтів:

- мінімізуйте використання великих літер, курсиву і жирного шрифту;  
- для привертання уваги до певних пунктів верстки використовуйте кольори;

- встановіть усі заголовки в одному шрифті та стилі.

При верстці каталогу робіт художника потрібно керуватися розташовуваним матеріалом і поставленими на підготовчому етапі завданнями. Наприклад, для товстого каталогу передбачаються внутрішні поля ширшими. Абсолютно всі ілюстрації повинні бути відмінної якості, з високою роздільною здатністю, переведені в колірну модель СМҮК.

При розробці макета каталогу важливо зберігати баланс і не перевантажувати його зайвими елементами декору, краще залишити більше вільного простору, навіть якщо ви обмежені кількістю сторінок при великому обсязі тексту.

Найпоширеніша помилка при розробці дизайну каталогів – це бажання заощадити на друці сторінок, але зробити «по-багатому», перенаситивши

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		18

композицію всілякими елементами. Але саме вільний простір (повітря) полегшує сприйняття інформації, а не переобтяжений дизайн виглядає легко, сучасно та витончено.

### 1.2.3 Вимоги до дизайну обкладинки каталогу

При створенні каталогу товарів дизайн обкладинки має величезне значення. Обкладинка - це «обличчя» каталогу, вона формує попередню думку про каталог. Тому до її розробки варто підходити серйозно. Щоб викликати інтерес і привернути увагу, в концепції дизайну обкладинки повинна бути закладена унікальна або креативна ідея, яка тісно переплітається з атрибутами фірмового стилю. Небажано перевантажувати обкладинку каталогу зайвою інформацією, щоб вона легко сприймалася. Залежно від призначення дизайн обкладинки каталогу може бути як помітним і яскравим (рис. 1.7), так і стриманим (рис. 1.8). Якщо вам здається, що каталог зі спокійним і ненав'язливим дизайном обкладинки не матиме успіху, це не так.



Рисунок 1.7 – Олексій Шовкуненко: каталог творів з колекції Херсонського обласного художнього музею» (2019)

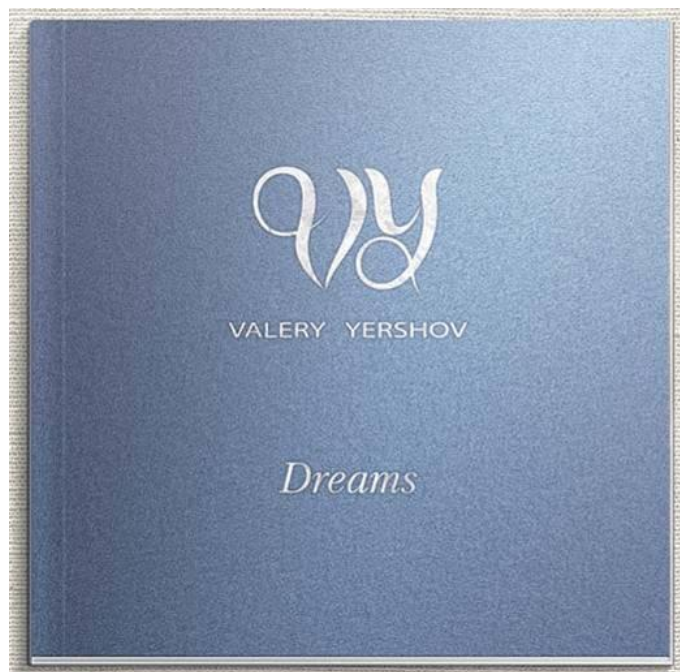


Рисунок 1.8 – Валерій Єршов: каталог робіт, Нью Йорк (2021)

					<b>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</b>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		19

## 1.2.4 Вимоги поліграфії до оригінал-макетів каталогів

Вимоги до каталогів, що ставляться поліграфічними підприємствами, називають практичними вимогами.

Друкарні приймають оригінал-макети каталогів у вигляді адаптованих до друку файлів графічних програм, таких як Adobe InDesign, Adobe Illustrator, CorelDraw, які є популярними пакетами верстки видань, або зведені, такі що не піддаються редагуванню документи PostScript, eps і pdf. Останній з перерахованих форматів – найкращий варіант передачі даних. Можливість оперативного контролю параметрів .pdf, невелика вага вихідника, вбудовані дані є основною перевагою продукту.

Якщо файлів декілька, їх обов'язково необхідно спакувати в один архів. Макет каталогу можна надати посторінково або спусками, готовими до друку. Розворотами каталог не приймається. Припуски під обрізку: по 2 мм з 3-х сторін (знизу, зверху, та з зовнішньої сторони) для посторінкових макетів, та по 2 мм з 4-х сторін для спусків.

Відступ від краю до важливих елементів:

- 5мм для каталогів до 32 сторінок;
- 6мм – до 44 сторінок;
- 7мм – до 56 сторінок;
- 8мм – до 68 сторінок;
- 9мм – до 80 сторінок.

Всі елементи «навиліт» (фото або фоновий малюнок) повинні займати всю область макету.

Загальні вимоги для файлу з розширенням ai и eps:

- не має ефектів;
- шрифти в переведені в «криві»;
- немає посилань на вбудовані зображення;
- немає градієнтної заливки;
- кольорова модель СМУК.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		20

Загальні вимоги для файлу з розширенням psd та tif:

- всі шари зведені;
- немає альфа-каналів;
- немає посилань на вбудовані зображення (для форматів ai та eps);
- кольорова модель – CMYK.

Загальні вимоги для файлу з розширенням pdf:

- PDF версія не нижче 1.5;
- не має прозорості;
- всі шрифти переведені в «криві»;
- немає міток, різів або інших недрукованих елементів;
- кольорова модель CMYK.

Загальні вимоги для файлу з розширенням jpg:

- тільки стандартний формат. Не можна використовувати формат JPG 2000 або JPG stereo;
- файл має бути збережений з максимальною якістю і не мати стиснення.

Розширення файлу – оптимальне розширення для офсетного друку – 300 dpi.

Вимоги до кольору:

- CMYK або градації сірого, 8 біт/канал;
- мінімальна колірність не менше 15%;
- максимальна колірність не більше 300%;
- кольоровий профіль не вбудовувати.

Для прикладу за вимогами кольору: насичений чорний С–50 М–50 Y–50 К–100; сірий С–0 М–0 Y–0 К–100.

Документ, що відповідає технічним вимогам друкарні, відправляється в друк, в іншому ж випадку, при виявленні помилок у звіті, відомості про необхідність внесення поправок повідомляються замовнику. Конвертація документа з програми Adobe InDesign у формат .pdf здійснюється в розділі експорту даних. На першому етапі необхідно визначити тип використання

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		21

готового файлу, чи призначений він для друку високої якості або буде збережений для публікації на веб-ресурсі.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		22

## 2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

### 2.1 Історія розвитку друкованого рекламного каталогу

У історії про каталоги потрібно спочатку визначитись із поняттями про рекламу. Термін «реклама» походить від латинського слова «reclamo», що означає «виголосити, вимагати». За час розвитку культури людини реклама постійно розвивалася шляхом проникнення в різні соціальні прошарки, залучаючи та використовуючи нові інтелектуальні, матеріальні та технічні прийоми. Так творці реклами стали постійно інтегрувати у свої роботи складові культурної, соціальної та побутової областей, які становлять життя людини. Люди вели торгівлю з давніх-давен, про що стало зрозуміло завдяки археологічним розкопкам. У ході розкопок на місці древнього Мемфіса археологи виявили напис: «Я, Ріно з острова Крит, з волі богів тлумачу сновидіння» [8].

У давнину люди часто використовували подібні повідомлення, які зазвичай надрапували або малювали на кам'яних скелях чи на стінах житла. Цехові статуї раннього середньовіччя свідчать про появу інституту глашатаїв і герольдів. У завдання глашатаїв входив збір інформації з населення – прийом заяв щодо придбання потрібних товарів шляхом оголошення наступного повідомлення: «Якщо хтось потребує продажу чогось, він повинен повідомити про це глашатаю, який затверджувався графським намісником». Для кожного подібного оголошення, яке було прийнято називати «криками», існував особливий текст, особлива мелодія і навіть певна тональність та тембр голосу. Для спрощення цієї процедури випустили особливий збір правил, який включав усі можливі вимоги, побажання та варіації застосовуваних «криків». «Крики Риму» – видання, яке містило 192 різних типів криків продавців, що пропонували свої вироби. У XIII столітті Гійом де Вільнєв випустив книгу «Крики Парижа», а в 1608 році вийшла книга «Крики Лондона» із схожим наповненням (рис. 2.1) [9].

Перша фабрика з виготовлення паперу була зведена в Німеччині неподалік Майнца у 1320 р. На дерев'яній або кам'яній пластині робітники вирізали малюнки або тексти і безпосередньо з неї копіювали дані на папір. Варто

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		23



нюосмена на службі. Ті складали для них рукописні доповіді та аналітичні довідки, найбільш схожі на журнали. Ці бюлетені поширювалися серед колег та друзів. Через деякий час ці фахівці ставали робітниками різних рекламних бюро.

Говорячи про розвиток друкувального виробництва, не можна не відзначити, що справжнім проривом став перший друкарський верстат Йоганна Гуттенберга. У західній частині Європи з'являється величезний друкарський базар, внаслідок чого в рази збільшується конкуренція між виробниками, що породжує все нові й нові досягнення друкованої індустрії. У 1498 р. з'являється перший офіційно визнаний у світі каталог: Альд Мануцій друкує каталог п'ятнадцяти перших випущених ним книг із зазначенням цін. Такі видання з'являлися всюди: в 1478 р. Йоганн Мюллер випустив список спеціалізованої продукції своєї нюрнберзької друкарні з розбивкою на книзі готові і готуються до друку [8].

Варто зазначити, що подібні каталоги випускали не лише видавці, а й інші торговці та бізнесмени. Так в 1872 році в Чикаго підприємець Аарон Монтгомері вирішив реалізувати свій залежалий і непопулярний товар вельми не типовим для того часу способом, він залишив списки свого нерозкупленого товару і відправив їх поштою потенційним покупцям. Перший каталог був у вигляді звичайного аркушу паперу, у якому значилися умови купівлі та перелік продукції. По суті, це була проста листівка – проте вона припала до душі споживачам, і товари, що залежалися, буквально «розлетілися з прилавка». Нереалізований і незатребуваний раніше товар був розкуплений в перший же тиждень, а подібні рекламні каталоги міцно закріпилися, як одна з форм торгівлі.

Усвідомивши прибутковість задуму, Аарон створив виробниче підприємство під назвою «Montgomery Ward». Через нетривалий термін йому вдалося побити всі рекорди XIX-го століття: він випустив двокілограмовий каталог у тиражі 2 000 000 одиниць. Монтгомері з Америки став відомий усьому світі як першовідкривач великого друкованого каталогу. Надалі фірма стала першим виробником каталогів на регулярній основі – двічі на рік.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		25

У європейських країнах почали застосовувати списки товару у цьому форматі лише на початку ХХ ст. До речі, оформлення каталогів тут було на порядок краще, ніж у каталогах із США, оскільки на той час у Європі друковані технології були розвинені на порівняно високому рівні. Найчастіше для доставки каталогу до споживача використовували поштові розсилки.

У сучасних каталогів зі своїми першими аналогами загальна хіба що концепція (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Сучасні рекламні каталоги

Сьогодні будь-яка друкована продукція, у тому числі каталоги, використовуються для реклами. І поняття «каталог» стало ширшим. Тепер воно не має на увазі лише посібник, за допомогою якого можна вибрати товар і зробити замовлення. Сучасні каталоги мають високу якість друку та гарне оформлення. Часом їх вартість достатньо висока і їх вже не поширюють поштовою розсилкою.

Практично кожна більш-менш велика компанія виготовляє докладний каталог своєї продукції чи послуг, замовляє друк візитних карток, розробляє дизайн буклетів та багато інших поліграфічних послуг. Ці видання більшою мірою використовуються для збереження та покращення іміджу компанії. Крім

цього, каталоги покликані переконати потенційного клієнта, який прийшов в офіс, купити послугу або товар.

## 2.2 Історія альбомної культури

Різновидом рекламного каталогу в області мистецтваа стали художні альбоми (арт буки). Основна мета альбомного видання – можливість візуального ознайомлення читачів із творами живопису, графіки, скульптури. І що є особливо цінним – з тими, які побачити на власні очі часом украй важко чи взагалі неможливо. Завдяки художнім альбомам з'являється можливість здійснювати екскурсії найкращими музеями чи виставковими майданчиками світу, глибше знайомитися з творчістю улюблених авторів, дізнаватися нове, та повертатися до улюбленого старого, наново переживаючи таїнство спілкування з Мистецтвом ) [10] (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Розворот з «Казанського альбому»: Ліворуч – список вірша «Чим краще милу від серця подарує!». 1816, Л. Д. Крюков. Краєвид з урною. 1810-ті. Б., гуаш

У Давньому Римі альбомами називали білі (покріті здебільшого гіпсом) дошки оголошень, які виставляли в публічних місцях для інформування

					ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		27

населення. Рідше повідомлення писали на вибілених стінах будівель, які в такому разі також називалися альбомами.

У Пізньому Середньовіччі альбоми мали вигляд комплекту білих зшитих або незшитих аркушів для ділових і приватних нотаток.

До початку XIX ст. у межах культури сентименталізму сформувалася традиція ведення альбомів інтимного змісту жінками із панських родин. Згодом альбоми набули відкритого характеру – їх заповнювали відвідувачі літературних салонів, залишаючи експромти, шаржі, побажання господарям.

Традиція рукописних альбомів прийшла в Україну у середині XVIII століття із Західної Європи, переважно з Німеччини та Франції. У Європі альбоми стали відомі ще в середні віки; у XVI - XVII століттях вони були популярними серед мандрівних студентів. У Німеччині альбом називали «штамбухами» (stammbuch), в Англії «кіпсеками» (keepsake). Слово «альбом» запозичено на початку XIX ст. в українську мову з французької, де воно означає «пам'ятна книга».

У XVIII-XIX ст. альбом – невід'ємний атрибут освіченого мандрівника: в ньому виконували замальовки, записували враження, роздуми тощо. Такими були альбоми Т. Шевченка, які він вів, подорожуючи Україною, і за матеріалами яких підготував видання серії офортів «Живописна Україна» (1844) (рис. 2.4) [11].

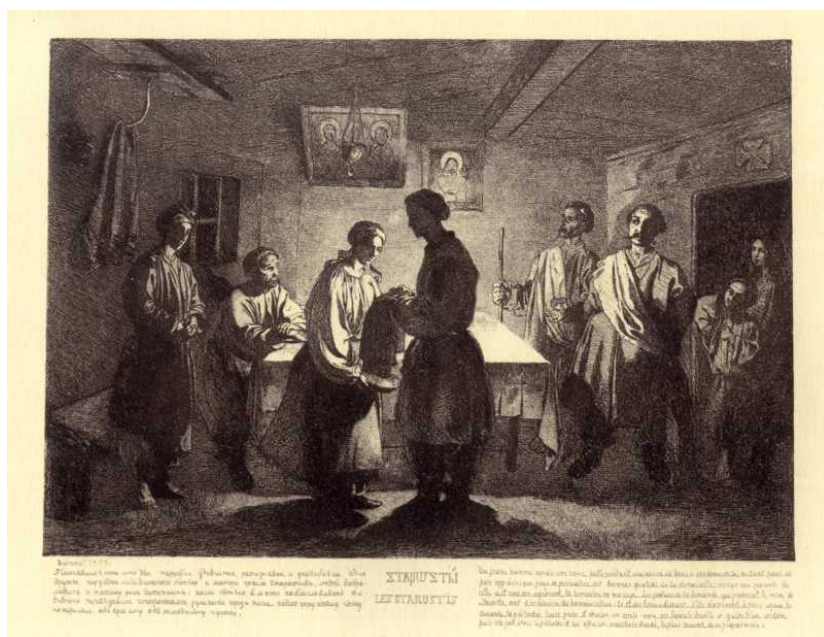


Рисунок 2.4 – Т. Г. Шевченко. Серія офортів «Живописна Україна», 1844 р.

										Лист
										28
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата	ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ					

У XIX ст. набули популярності альбоми літографій різної тематики (пейзажі, сатири, альбоми на сюжети Біблії тощо), до прикладу, альбоми Г. Доре (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Альбоми Г. Доре

Із розвитком поліграфії альбоми стають друкованими, багатофарбовими, типологічно і тематично різноманітними (весільні, родинні, випускні тощо).

У XX ст. альбом утвердився як мистецький проект, видання ексклюзивного подарункового типу, наприклад, арт-бук «Sumo» Г. Ньютона (Helmut Newton) (рис. 2.6) [12].

Широкого визнання набули також альбоми українського фотохудожника В. Пилип'юка, «Декоративне мистецтво України кінця XX століття. 200 імен» (2002 р.) З. Чегусової, «Україна й українці» (2006 р.) І. Гончара, «Таїна Пінзеля» В. Стецько (2012 р.) тощо.

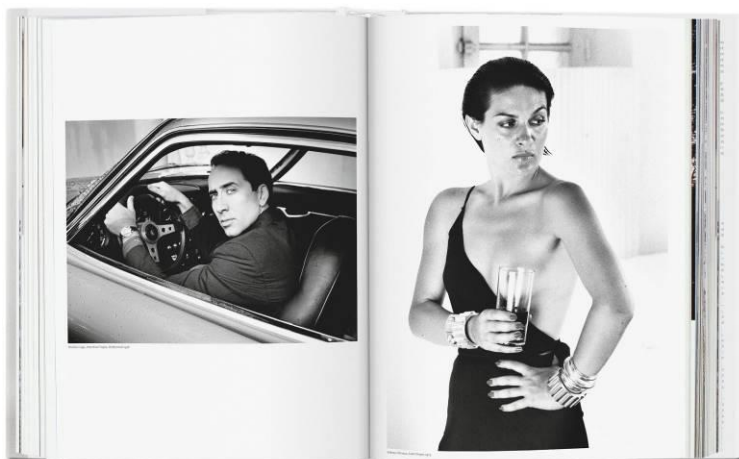
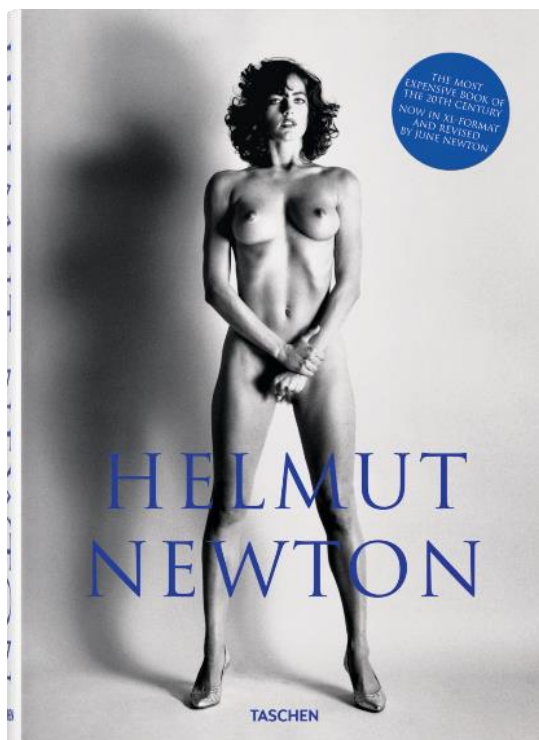


Рисунок 2.6 – Арт бук Г. Ньютона «Sumo»

### 2.3 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів з художнього оформлення каталогів та арт-буків

Створювати каталоги робіт художників – це завжди виклик для друкарні. Необхідно ідеально передати кольори картин, вибрати цупкий папір, щоб задовольнити тонкий художній смак художника та його клієнтів. У видавництві Huss багатий досвід роботи з каталогами для художників Анатолія Криволапа, Тіберія Сільваші, Петра Бевзи, Влади Ралка, Володимира Буднікова [13].

На рисунку 2.7 представлені розвороти каталогу художника Михайла Демцю. Його називають українським Сальвадором Далі, хоча стильові особливості їхніх картин є різними. У його творчій практиці траплялися і підробки картин, і масштабні арт-вистави з малюванням картини для банку в реальному часі, а також

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата



кадрами. З того часу він організував кілька персональних виставок, а його роботи публікували такі впливові видання як «New York Times» та «The Guardian».

Нині Сергій Рістенко знімає міста України з дрона. У 2018 році одна з його робіт потрапила у перелік 25 найкращих фото, знятих таким способом, за версією skurixel.com. У каталозі фотографій «KYIV. ON AIR» відображено саме цей аспект творчості фотографа.

У фотоальбомі захоплені кадри поєдналися з естетичним дизайном. Адже обкладинка задає настрій перед переглядом інших фото. Монумент, що є одним із символів Києва, оточений хмарами, ранкове місто з висоти пташиного польоту. А щоб глядач не втратив відчуття легкості та висоти, дизайнери не додавали текст на обкладинці. Натомість, додали суперобкладинку (рис. 2.8 а, б). Типографія Huss зробила тиснення назви книги та імені автора на прозорому цупкому матеріалі, який оберігає обкладинку від забруднень та механічного тертя і водночас не відволікає від споглядання фотографії.

Фотографії мають підписи. Типографія застосувала офсетний кольоровий друк, тож яскраві і насичені кольори забезпечені (рис. 2.8 в, г).



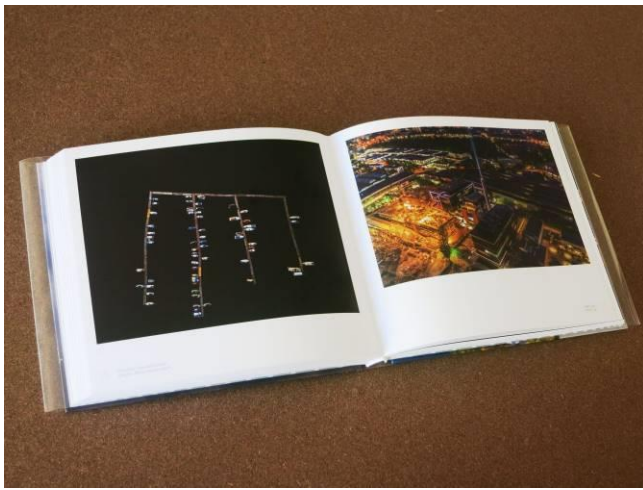
а)



б)

Рисунок 2.8 – Фотоальбом Сергія Рістенка «KYIV. ON AIR»

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		32



в)



г)

Рисунок 2.8, аркуш 2

Наступним прикладом вдалого оформлення каталогу художніх робіт є каталог «Dokoupil» (рис. 2.9, 2.10), створенням дизайну якого займався Лука Марензі (Luca Marenzi) [14].



Рисунок 2.9 – Обкладинка каталогу «Dokoupil»



Рисунок 2.10 – Madonnas in Ecstasy, 1987  
Їржі Георг Докупіл

Під заголовком «Шановний любитель мистецтва, я центральноевропейський художник», цей каталог показує виставку, яку чеський

художник Їржі Георг Докупіл представив у Palacio de Velázquez з широким переліком усіх його робіт з 1980-х до 2000 року. Роботи в каталозі представлені у трьох розділах: «Ось я і став художником!»; «Новий початок, але як?» і «Раптово стає академічним».

Це перший каталог іспанською мовою. Щодо дизайну каталогу, то він вирізняється особливим аскетизмом, оскільки у ньому відсутні наступні обов'язкові елементи, виключення яких з каталогу, навіть в угоду дизайну, є неприпустимим. Це нумерація сторінок, не достатній опис картин, історія художника саме як творця, а не просто людини.

Варто також розглянути оформлення каталогу «Caravaggio. The Complete Works» (рис. 2.11 а) за авторством Себастіана Шутца [15]. Караваджо, а точніше Мікеланджело Мерізі да Караваджо (1571-1610), завжди був ім'ям, з яким слід рахуватися. Сумнозвісний поганий хлопчик італійського живопису, художник був одночасно знаменитим і суперечливим: буйний за вдачею, точний у техніці, творчий майстер і людина в бігах.

Цей каталог вирізняється різним оформленням сторінок. Так, деякі зі сторінок каталогу мають дизайн за класичною для каталогів формулою: біла сторінка+чорний текст поряд з картиною (рис. 2.11 б, в). Проте на деяких сторінках можна побачити друк тексту поверх картин, а саме їх частин без виразних елементів (на фоні), за допомогою тексту контрастного з фоном картини кольору (рис. 2.11 г). Таке рішення дозволяє розширити межі картини, створити відчуття безмежності полотна, його всеохоплюваності. Кожна картина відтворена у великому форматі, з останніми високоякісними фотографіями, що дозволяють робити драматичні великі плани з геніальними деталями поглядів і жестів Караваджо.

Чудовими прикладами арт-каталогів є каталоги американського художника Жана-Мішеля Баскія (рис. 2.12-2.13), який став відомим спочатку як графіті-художник у Нью-Йорку, а згодом, у 1980-х роках, як дуже успішний неоекспресіоніст [16].



у мінімалістичному стилі, що, дозволяє зосередити увагу читача на роботах художника [17].

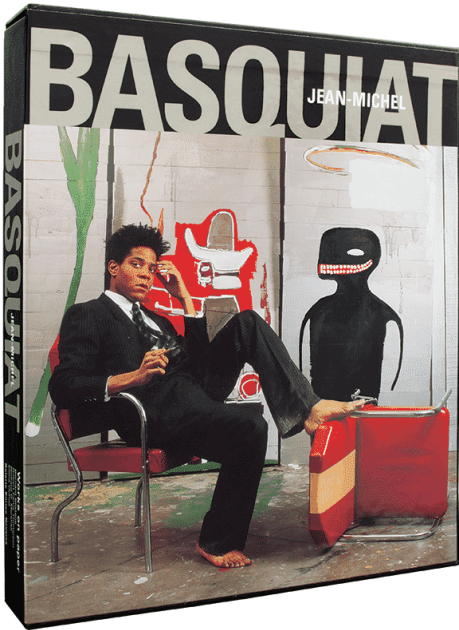


Рисунок 2.12 – Жан-Мішель Баскія: Каталог-резоне Маршалла, Ричарда та інш. Париж, галерея Енріко Наварри, 1999

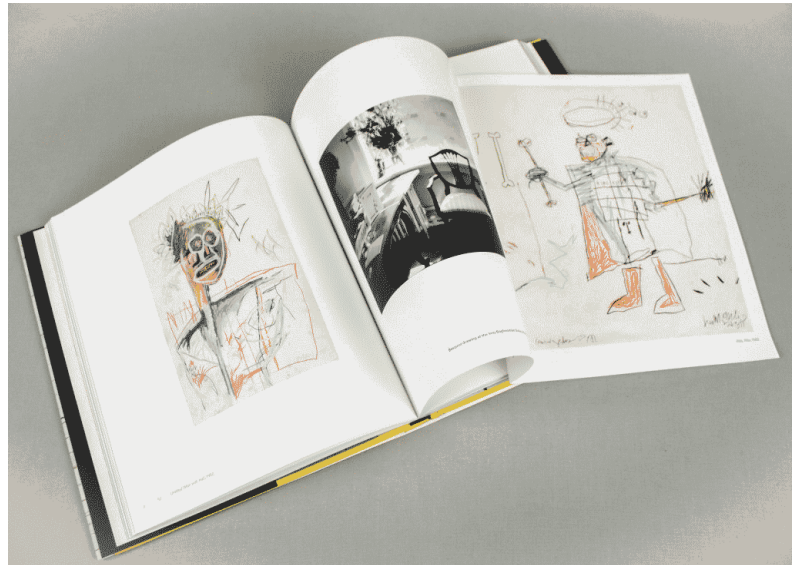


Рисунок 2.13 – Каталог творів Жана-Мішеля Баскія. Куратор Ларрі Гагосян, тексти Роберт Фарріс Томпсон і Рене Рікард. Нью Йорк, галерея Гагосяна, 2013

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата	Лист
					36

ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ

## 2 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ КАТАЛОГУ РОБІТ ХУДОЖНИЦІ Л. КОЛЕННИКОВОЇ

### 3.1 Неомодернізм як джерело творчості при створенні каталогу

Неомодернізм – стиль в графічному дизайні, який є логічним продовженням попередніх варіацій «модерну»: авангардного модерну, модернізму, постмодерну. І так само як кожен із них, представляє собою певне поєднання форми і змісту [18].

Неомодернізм позначає суттєво оновлену естетику, що витікає з Баухаузу та Швейцарського модернізму.

Для цього стилю характерні лаконічність, економія виразних засобів, функціональність і стримана вишуканість.

Неомодернізм використовує «неголосні» виразні ходи. Насамперед, це відкидання еkleктики, орієнтування на прості, але чіткі і виразні геометричні форми та сміливе використання кольору (рис. 3.1). Всі ілюстрації (рис. 3.2 -3.3) для каталогу робіт Л. Коленникової представляють собою чіткі геометричні форми прямокутника. І оскільки, в основному, роботи представлені в техніці акварельного і олійного живопису, то і використання кольору – широке і сміливе.



Рисунок 3.1 – Графічна продукція, створена в стилі неомодернізм

					ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		37



а)



б)

Рисунок 3.2 – Фото акварельних робіт Л. Коленникової для каталогу:

а) «Травневий вечір»; б) «Соняхи»



а)



б)

Рисунок 3.3 – Фото живописних картин Л. Коленникової для каталогу:  
а) олійний живопис «Натюрморт»; б) олійний живопис «Фортеця. Етюд»

Також, неомодернізм визначається використанням строгих рублених шрифтів та базових прийомів роботи з типографікою: комбінуванням *курсива*, рядкових і ЗАГОЛОВНИХ літер (рис. 3.4). На рисунках 3.5-3.8 представлені найпопулярніші рублені шрифти, які використовують в Швейцарському модернізмі і які розглядаються як шрифти для проектування каталогу робіт Л. Коленникової.

## SMALLCAPS

LOREM IPSUM dolor sit amet,  
consectetur *adipiscing elit*, sed do  
eiusmod tempor incidunt ut  
labore et dolore magna aliqua.  
Ut enim ad MINIM VENIAM, quis  
nostrud exercitation ullamco *laboris*  
*nisi* ut aliquip ex ea COMMODO  
CONSEQUAT.

Рисунок 3.4 – Використання в тексті заголовних, рядкових літер та курсиву



Рисунок 3.5 – Шрифт Verdana

Рисунок 3.6 – Шрифт Impact

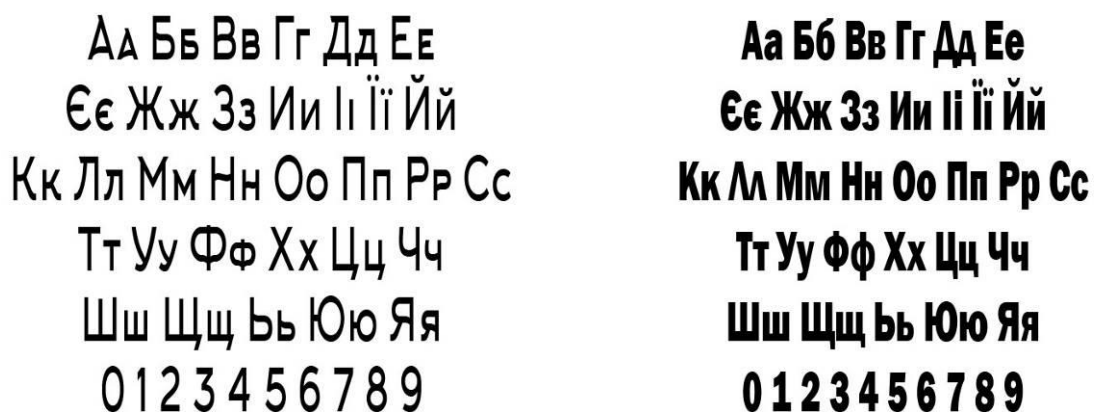


Рисунок 3.7 – Шрифт Arkhip Regular

Рисунок 3.8 – Шрифт Franklin Gothic

При розробці поліграфічної продукції в стилі неомодернізму також широко використовується модульна сітка.

Неомодернізм поширився на різні жанри дизайну, особливо отримав популярність у дизайні книжкової обкладинки. Відомі роботи таких дизайнерів-неомодерністів як Г. Кулік, Р. Коррал, Д. Пірсон.

Неомодернізм, на відміну від модернізму 20-х та 30-х рр. минулого сторіччя, являє собою не месію боротьби за ідеали прекрасного, а скоріше естетичну перевагу на користь вишуканого аскетизму.

### 3.2 Розробка варіантів творчих ідей для проектування каталогу

#### 3.2.1 Вибір головних композиційних елементів джерела творчості

Головним композиційним елементом джерела творчості є **КОНСТРУКЦІЯ** (модульна сітка). При верстці у друкарських композиціях в стилі неомодернізму обов'язкове використання **ПРОСТИХ** модульних сіток. Формат майбутньої композиції задається системою горизонтальних та вертикальних ліній, які розбивають лист на модулі (рис. 3.9 а). Умова створення модульної сітки – сітка має бути простою та явною. Логічно продумана побудова графічної композиції посилює ефект довірчого ставлення до проєктованого продукту (рис. 3.9 б).

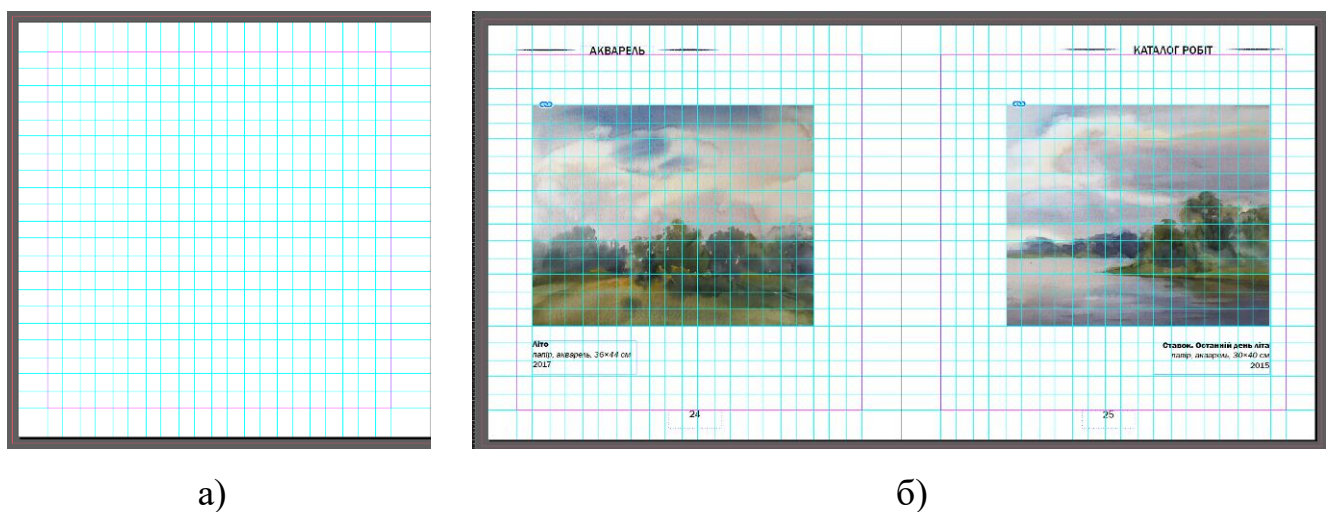


Рисунок 3.9 – Модульна сітка (а) і зверстаний по ній розворот каталогу (б)

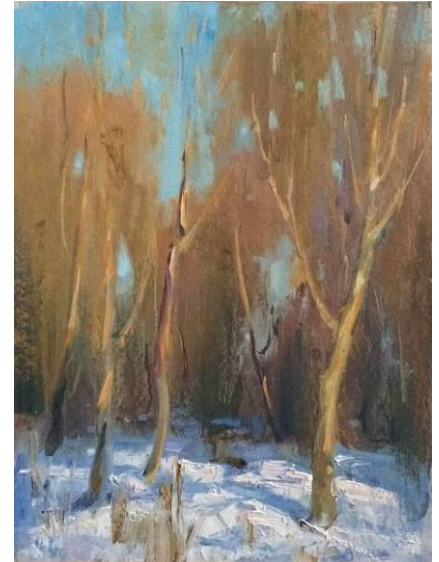
Другим головним композиційним елементом в стилі неомодернізм і який можливий для використання в проєктованому художньому каталозі є КОЛІР. Більш ніж 70 творів мистецтва для проєктування каталогу представлені як акварельні і графічні роботи та живописні картини (рис. 3.10).



а)



б)



в)

Рисунок 3.10 – Композиційний елемент колір в картинах Л. Коленникової  
а) акварель; б) графіка; в) олійний живопис

ШРИФТ є важливим композиційним елементом в стилі неомодернізм, який є джерелом творчості в дипломній роботі. Дизайнери Баухаузу та Швейцарського модернізму створили нові види шрифтів без засічок – гротески. Характерна ознака цих шрифтів є мінімальний контраст рисок або навіть повна його відсутність. Шрифт став рубаним, простим, легко читаним, без прикрас.

В графічних композиціях, створених в стилі неомодернізм, використовують мінімум шрифтів, щоб читачеві було простіше сприймати текст. Оптимально брати один-два різних шрифти: для заголовка, для основного тексту, та (якщо потрібно) для наголошення ключових абзаців. Можливо використання варіант *Italic*, **Bold**, заголовних літер для виділення ключових моментів або цитат (рис. 3.11).

## ЛІЛІЯ КОЛЕННИКОВА

Народилась в Хмельницькому 4 травня 1985 р. У 1996-2000 роках навчалась у Дитячій школі образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва м. Хмельницького.

У 2003-2005 роках здобувала вищу освіту в Хмельницькому національному університеті (ХНУ) на кафедрі дизайну за спеціалізацією «Дизайн одягу».

З 2006 по 2012 роки навчалась у Національній академії образотворчого мистецтва та архітектури міста Києва (НАОМА) за спеціальністю «Реставрація творів мистецтв» (спеціалізація «Художник-реставратор творів станкового і монументального живопису»). Приймала активну участь у Всеукраїнських та студентських живописних пленерах.

Після закінчення НАОМА професійну кар'єру почала на кафедрі дизайну Хмельницького національного університету, де працювала у 2012-2013 роках викладачем рисунку та живопису. З 2013 по 2014 роки – художник-реставратор у Новоєрусалимському монастирі в м. Істра (Московська обл.).

У 2021-2022 роках працює вчителем малювання в Хмельницькій дитячій школі мистецтв «Райдуга». Починаючи з 2021 року, є старшим викладачем кафедри рисунку та проектної графіки ХНУ. На кафедрі викладає такі дисципліни як рисунок і живопис. Також, починаючи з 2012 року і по сьогоднішній день, Лілія Коленникова працює як реставратор творів живопису та вільний художник.

**Квіти**

папір, акварель, 40×65 см

2005

а)

б)

Рисунок 3.11 – Використання одного гротескного шрифту у тексті, написання *Italic*, **Bold** в композиції сторінки каталогу та використання ЗАГОЛОВНИХ літер для виділення

Для продукції швейцарської типографіки характерна наявність такого композиційного елемента як геометричний форма – прямокутник. Прямокутні елементи найбільш зручні для організації життєвих процесів та орієнтації людини у просторі; прямокутні елементи легко з'єднуються в групи; внутрішній простір прямокутних елементів неважко розділити на ньому подібні простори меншого розміру..

Отже композиційними елементами проектованого художнього каталогу є конструкція (модульна сітка), колір, шрифт, форма.

### 3.2.2 Розробка ескізів ідей для проектування каталогу робіт

#### 3.2.2.1 Підбір шрифту для верстки каталогу

Об'єктом дослідження дипломної роботи є каталог художніх робіт Лілії Коленникової.

Каталог репрезентує творчість старшого викладача кафедри рисунку та проектної графіки Хмельницького національного університету Лілії

					<b>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</b>	Лист
						42
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

Коленникової. Каталог складається з більш ніж сімдесят творів мистецтва, які були створені художницею в період з 2004 по 2022 роки. В каталозі представлені акварельні і графічні роботи та живописні картини.

Перед розробкою ескізів ідей оформлення художнього каталогу був проведений аналіз верстки та графічного оформлення вже існуючих графічних і фото альбомів, а також каталогів робіт відомих художників сучасності і минулого.

Було обране сучасне графічне оформленням в стилі неомодернізм.

Після обраного стилю для каталогу був обраний формат видання. Для даного каталогу робіт підібраний квадратний формат розміром (210×210 мм), оскільки квадратний формат завжди виглядає оригінально. Тому, зазвичай, такий варіант вибирають для подарункових видань, каталогів, де багато фото і мало тексту.

Після обраного формату почався підбір рубаних шрифтів для підтримки стилю неомодернізм. На рис. 3.5-3.8 представлені найбільш популярні рубані шрифти.

Одним із таких шрифтів є шрифт Вердана (рис. 3.5) (англ. Verdana) – гуманістичний гротеск, створений 1996 року Метью Картером для компанії Microsoft [19]. Особливістю шрифта Verdana є відсутність зарубок букв і їхній збільшений розмір за рахунок зменшення міжрядкового інтервалу. Шрифт Verdana не має засічок, а літери збільшені за рахунок зменшення міжрядкового інтервалу. За рахунок цього шрифт добре читається і при маленькому розмірі кегля (рис. 3.5).

Другим шрифтом, який розглядався при проектуванні каталогу, був відомий шрифт Impact – це шрифт в індустріальному стилі, розроблений Джеффрі Лі в 1965 р. і випущений підприємством Stephenson Blake в Шеффільді. Шрифт став добре відомий тим, що був включений в основні шрифти для пакета Web і поширювався з Microsoft Windows, починаючи з Windows 98 (рис. 3.6).

Третім із шрифтів, що розглядались, був шрифт Arkhip. Цей шрифт був створений командою студії Klimov Design. Жирні великі літери, зроблені «з широкою душею», миттєво додадуть характеру заголовкам, плакатам та іншій

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		43

продукції та інших. Arkhip доступний як на кирилиці, так і на латиниці, а також є вільним для використання (рис. 3.7) [20].

Останнім із шрифтів, що розглядались для верстки каталогу, був шрифт Франклін готичний (англ. Franklin Gothic) – реалістичний рукописний шрифт без засічок, розроблений Моррісом Фуллером Бентоном в 1902 для засновників American Type Founders (рис. 3.8). З роками він був доповнений великою та універсальною родиною шрифтів. [21].

Після розгляду заголовків та основного тексту (рис. 3.12, 3.13), зверстаних за допомогою ряду гротескних шрифтів (див. п. 3.1), для тексту каталогу пропонується використання одного шрифту Franklin Gothic. Для назви каталогу пропонується шрифт Franklin Gothic Heavy (рис. 3.12), для основного тексту Franklin Gothic Medium (рис. 3.13). Для виділення ключових моментів пропонується написання Italic основного шрифту Franklin Gothic Medium (рис. 3.11 б) (див дод. А, рис. А1).

**ПАЛІТРА**  
КОЛЬОРІВ

Verdana Bold

**ПАЛІТРА**  
КОЛЬОРІВ

Impact Regular

**ПАЛІТРА**  
КОЛЬОРІВ

Arkhip Regular

**ПАЛІТРА**  
КОЛЬОРІВ

Franklin Gothic Heavy

Рисунок 3.12 – Підбір шрифту для назви каталогу

					ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		44

Народилась в Хмельницькому 4 травня 1985 р.  
У 1996-2000 роках навчалась у Дитячій школі образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва м. Хмельницького.

Verdana Regular

**Народилась в Хмельницькому 4 травня 1985 р.  
У 1996-2000 роках навчалась у Дитячій школі образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва м. Хмельницького.**

Impact Regular

Народилась в Хмельницькому 4 травня 1985 р.  
У 1996-2000 роках навчалась у Дитячій школі образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва м. Хмельницького.

Arkhip Regular

Народилась в Хмельницькому 4 травня 1985 р.  
У 1996-2000 роках навчалась у Дитячій школі образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва м. Хмельницького.

Franklin Gothic  
Medium

Рисунок 3.13 – Підбір шрифту для основного тексту

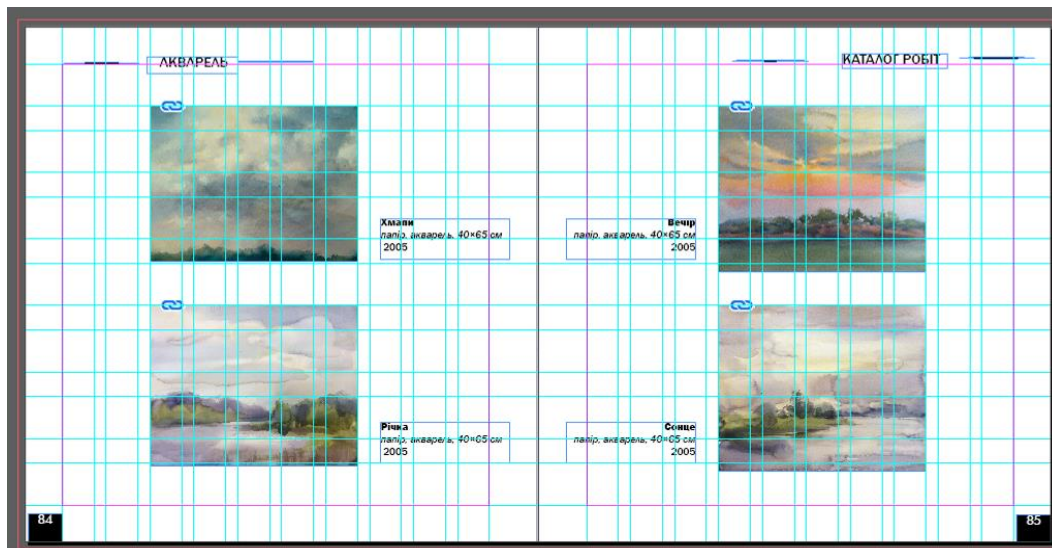
### 3.2.2.2 Розробка модульної сітки і варіанти верстки сторінок

Перед початком роботи по верстці каталогу в програмі Adobe InDesign аото всіх робіт були опрацьовані в програмі Adobe Photoshop. Всі фотографії були переведені із системи RGB в колірну систему CMYK.

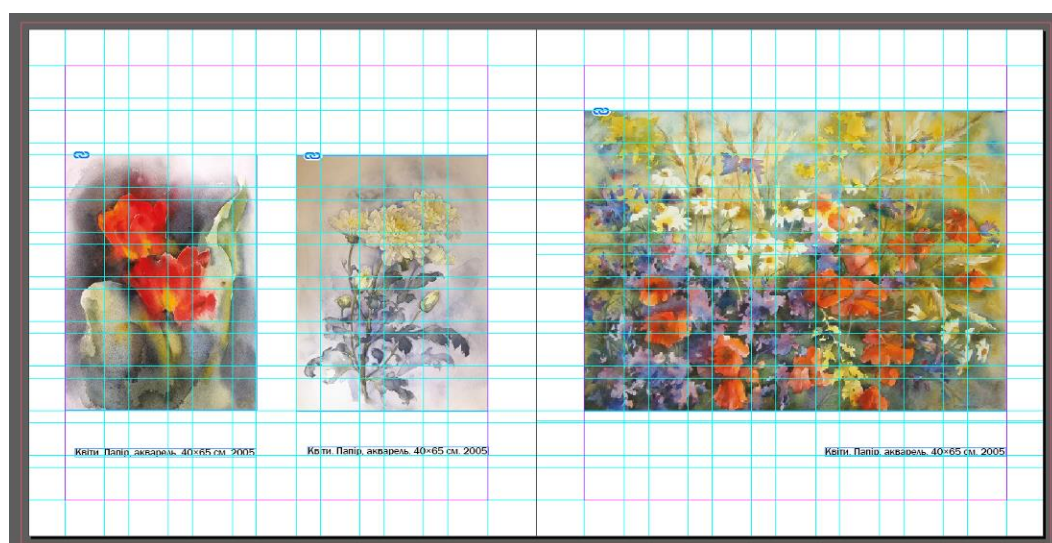
Далі була проведена робота по створенню простої модульної сітки для каталогу. Варіанти сіток і верстка фото по ній представлені на рис. 3.14. Кінцева модульна сітка (рис. 3.15 а) являє собою конструкцію з наступними параметрами, показаними на рис. 3.15 б.

Далі, виходячи з формату видання, працювали над варіантами верстки сторінок каталогу. Оскільки роботи для каталогу представлені в трьох графічних техніках, то і було прийнято рішення подавати роботи трьома групами: АКВАРЕЛЬ, ГРАФІКА, ОЙНИЙ ЖИВОПИС. Варіанти верстки сторінок каталогу з поділом на розділи та нумерацію сторінок показані на рис. 3.16.

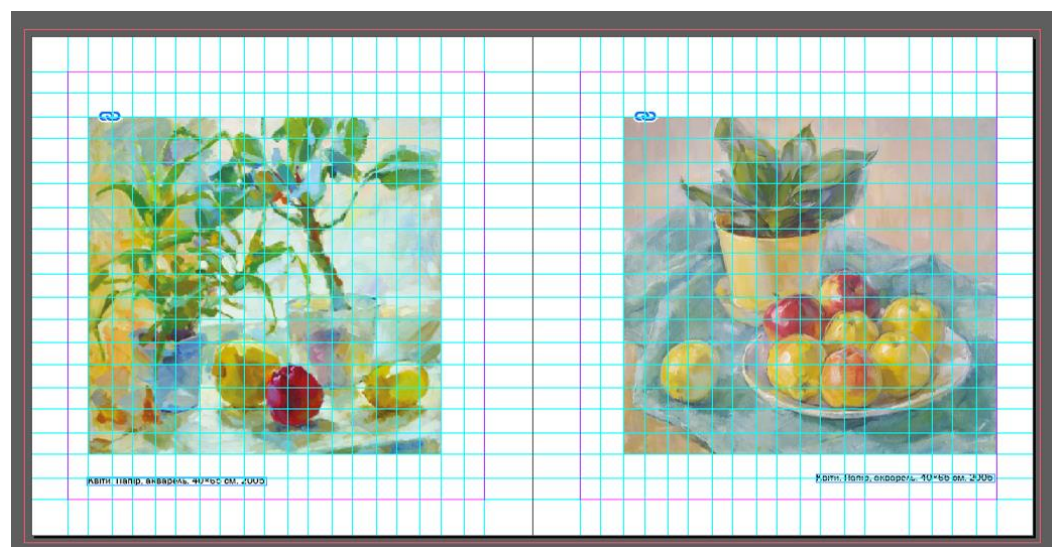
					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		45



а)



б)

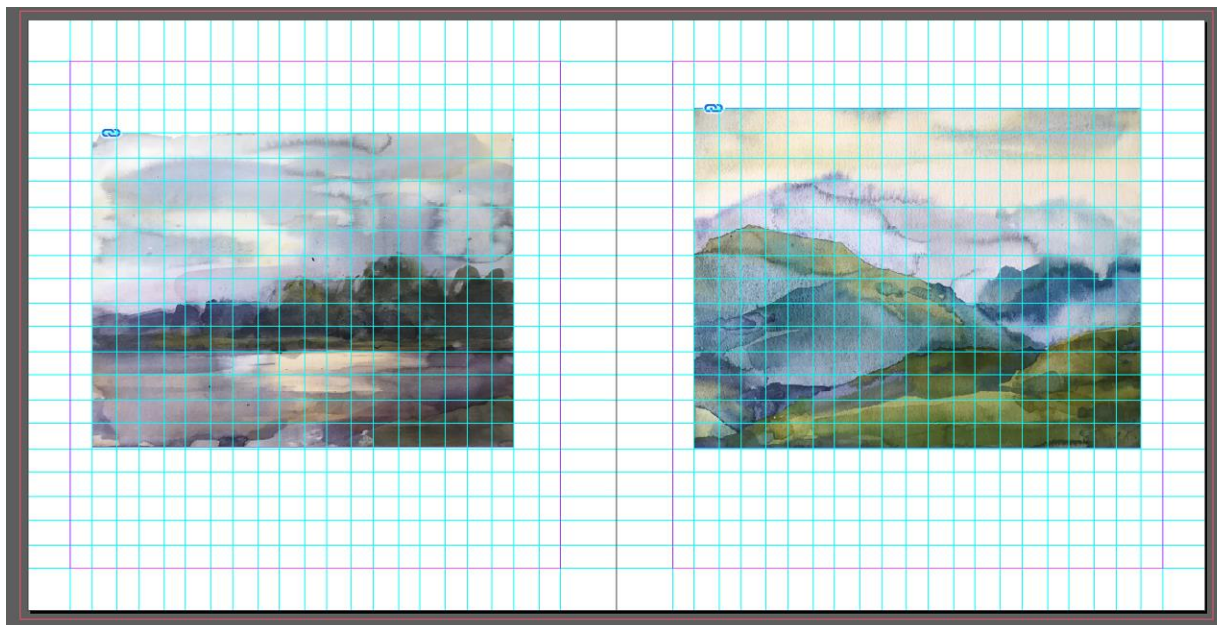


в)

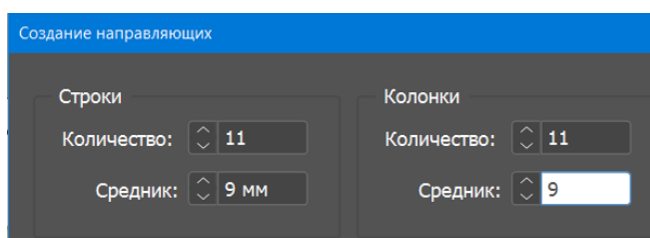
Рисунок 3.14 – Варіанти модульних сіток

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата

ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ

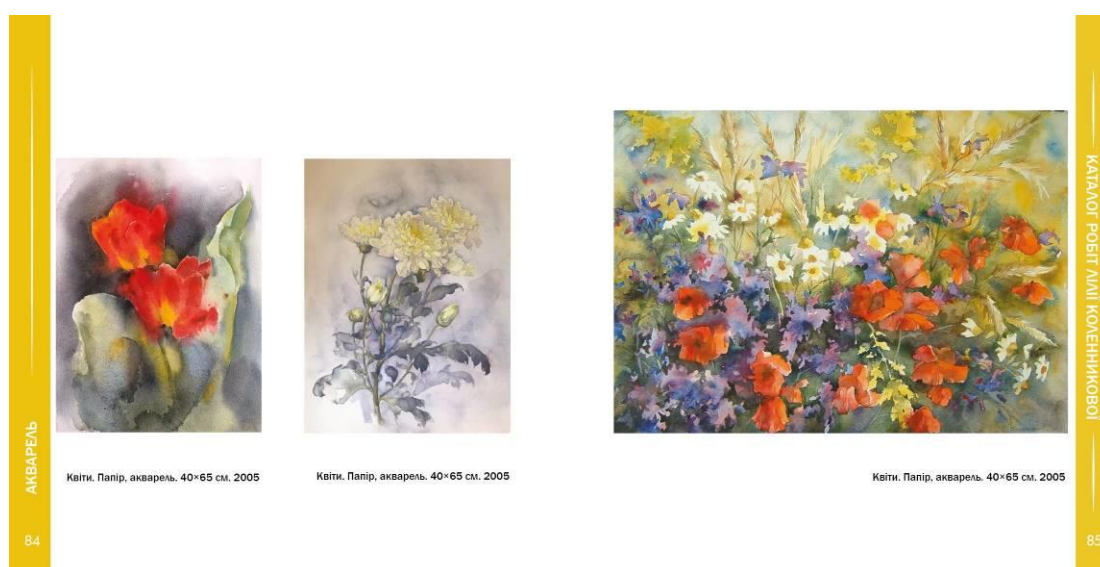


а)



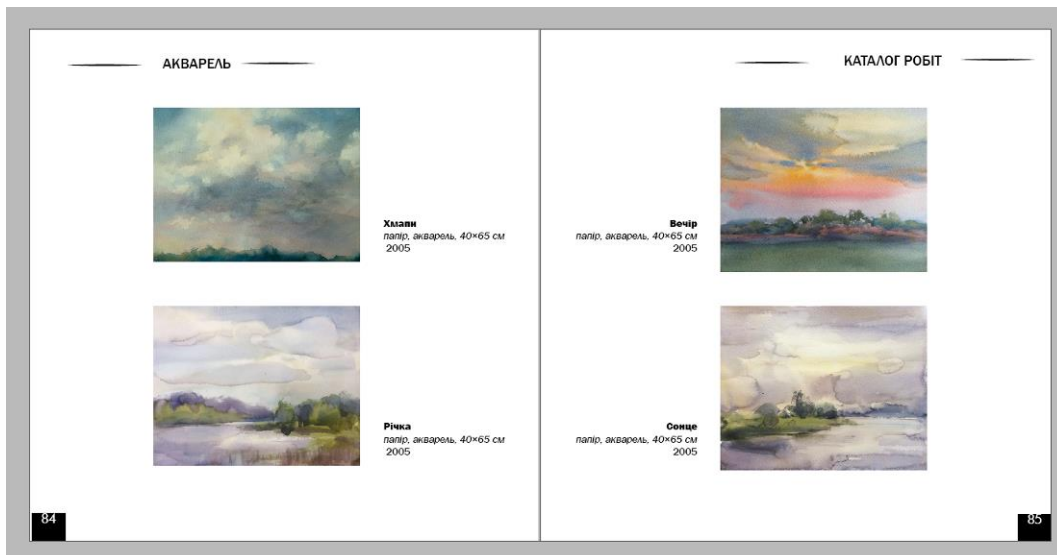
б)

Рисунок 3.15 – Кінцева модульна сітка (а) та її параметри (б)

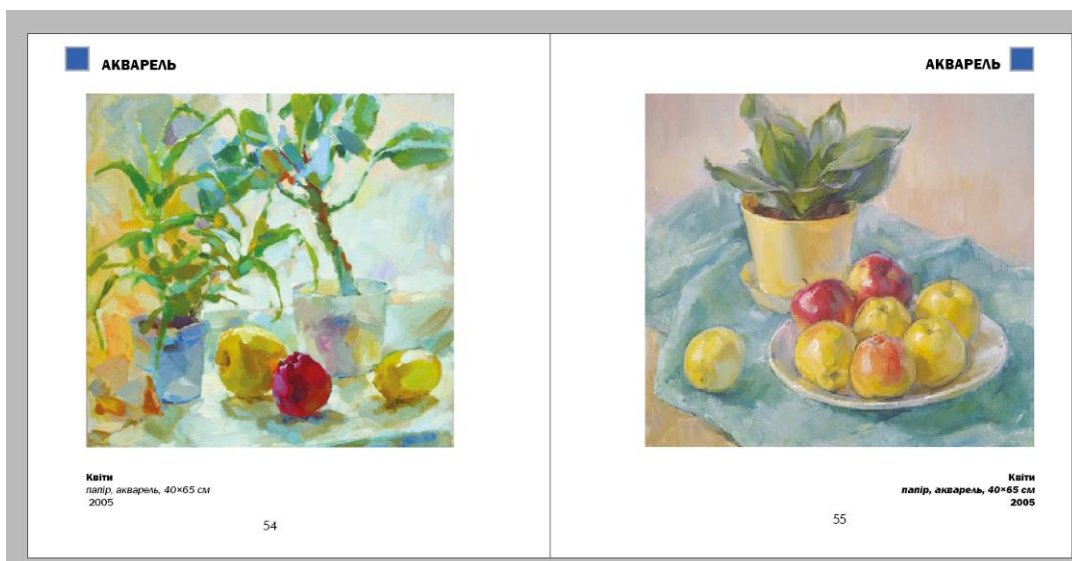


а)

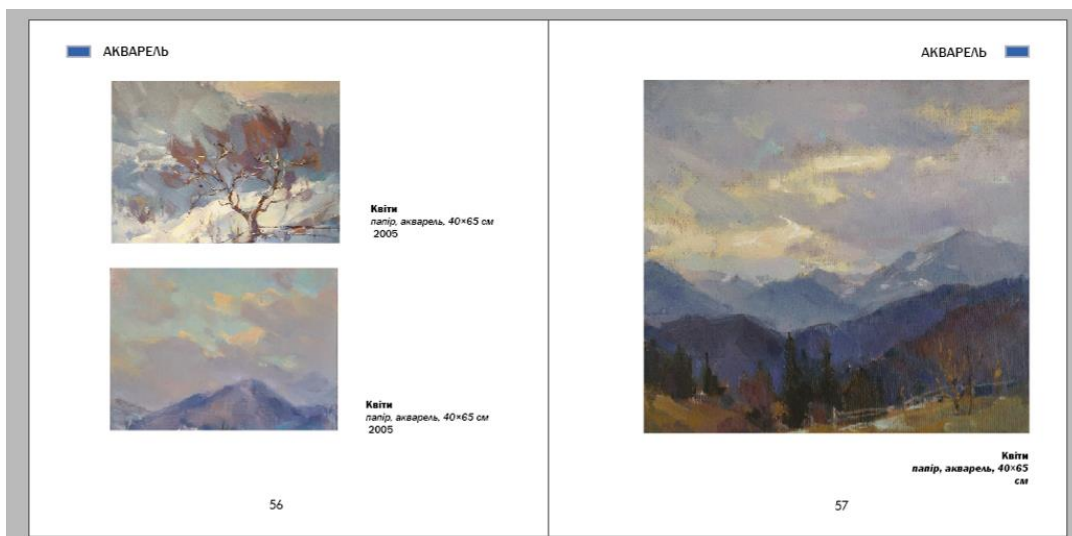
Рисунок 3.16 – Варіанти оформлення розділів та нумерації сторінок



б)



в)



г)

Рисунок 3.16, аркуш 2

Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата

ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ

Лист

48

Також були підібрані варіанти підписів під творами (рис. 3.17 а, б). Відповідно до Довідника Мільчина [22] принцип оформлення підписів у виданнях по художньому мистецтву такий:

- назва картини,
- техніка виконання,
- розміри в сантиметрах (висота на ширину),
- рік створення.

Можливо виділення курсивом окремих елементів підпису.



Квіти. Папір, акварель. 40×65 см. 2005

а)



**Квіти**  
папір, акварель. 40×65 см  
2005

б)

Рисунок 3.17 – Варіанти підпису під картинами в каталозі

Для підтримки концепцію художнього видання запропоновано для оформлення каталогу використати графічний елемент (рис. 3.18), який імітує мазок пензля. Він розташований біля назви розділу чим акцентує увагу і гармонійно доповнює дизайн (див дод. А, рис. А2).

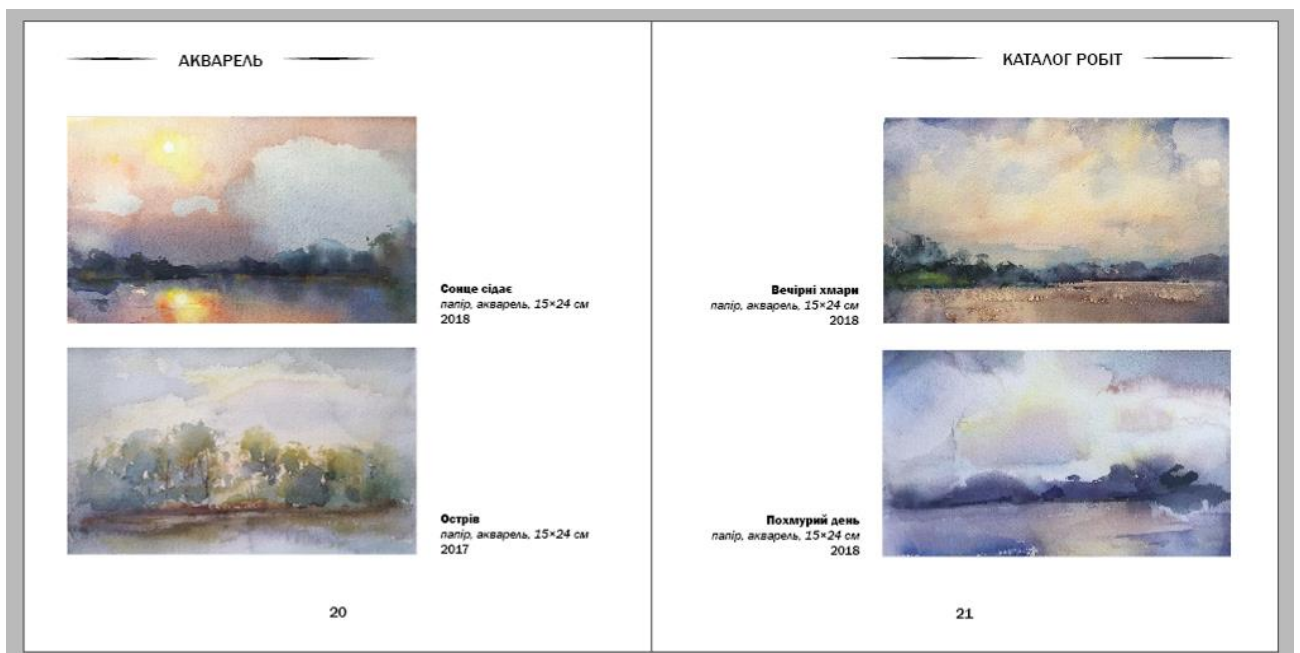
Рисунок 3.18 – Графічний елемент

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		49

Остаточний варіант верстки розвороту каталогу робіт з підписами під картинами, назвами розділу та нумерацією сторінок представлений на рис. 3.19.

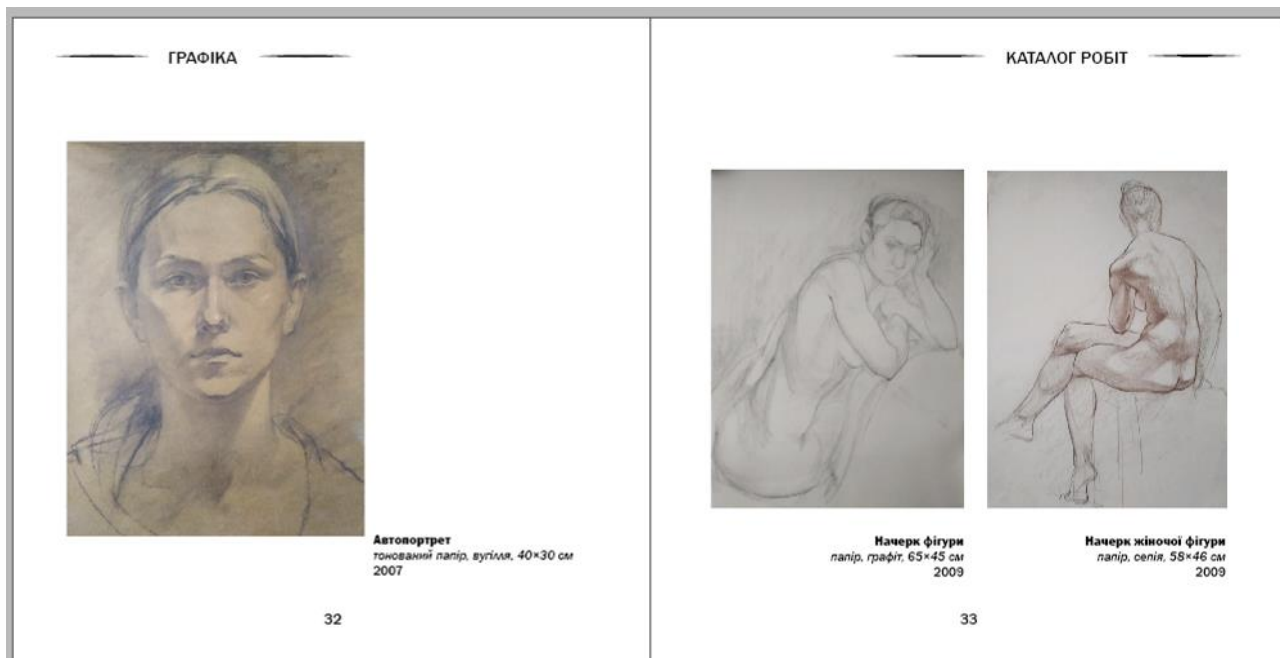


а)

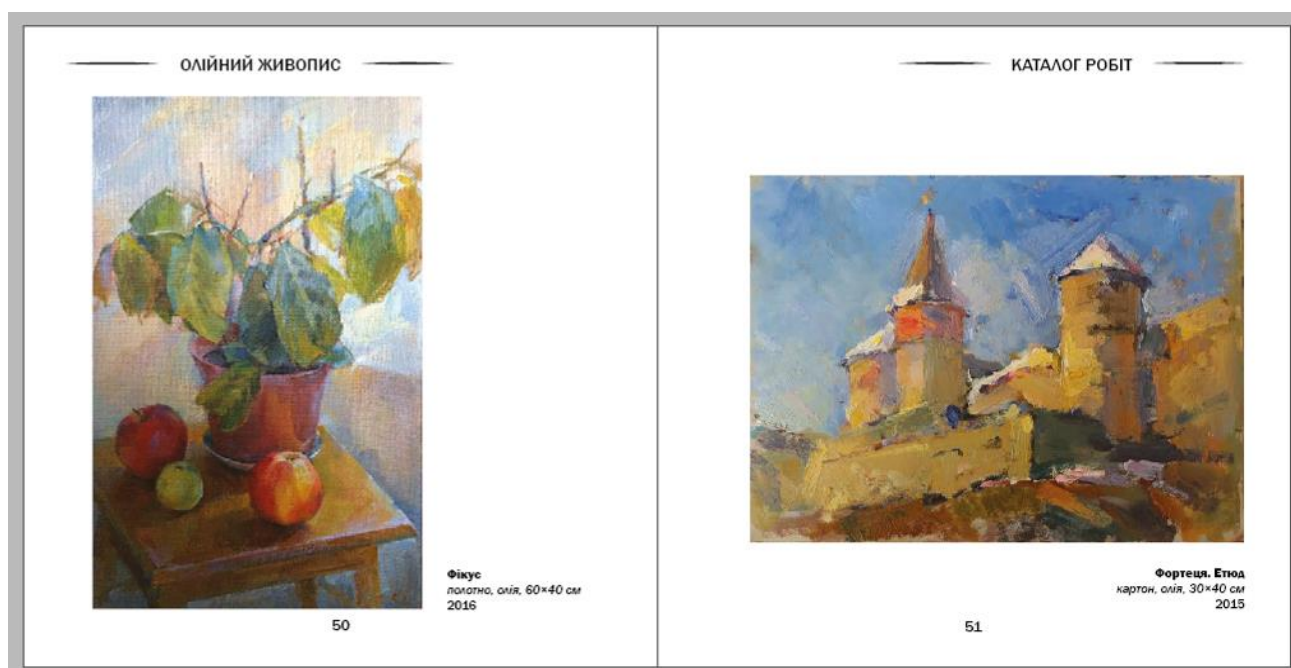


б)

Рисунок 3.19 – Приклади верстки розворотів каталогу



В)



Г)

Рисунок 3.19, лист 2

### 3.2.2.3 Розробка обкладинки каталогу

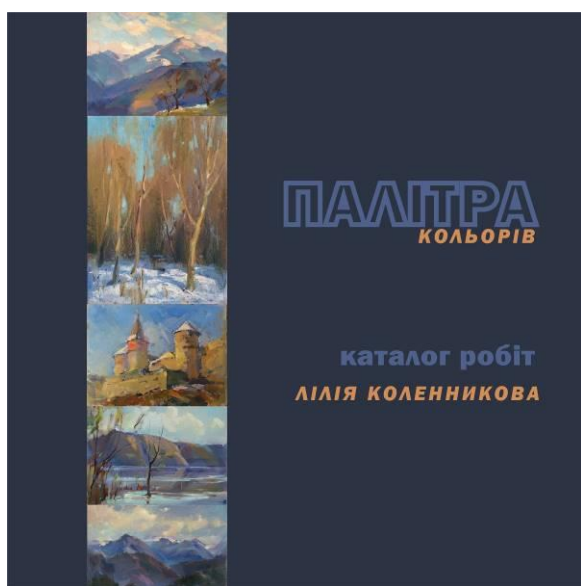
Обкладинка каталогу – перше, що сприяє його популярності серед споживачів. Це центр композиції всієї книги. В більшості випадків на сторонах

					<b>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</b>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		51

обкладинок, палітурок або суперобкладинок одночасно використовується декілька різнорідних оформлювальних елементів: поряд зі шрифтом може бути орнамент або зображення сюжетного характеру.

При створенні обкладинки, не можна допускати, щоб зображення на ньому було шаблонним, воно має бути виразним та цікавим. Такими цікавими і оригінальними зображеннями в даному випадку можуть слугувати картини художниці Лілії Коленникової.

Запропоновані ідеї для обкладинки показані на рис. 3.20.



а)



б)



в)



г)

Рисунок 3.20 – Ідеї для обкладинки



в)



г)



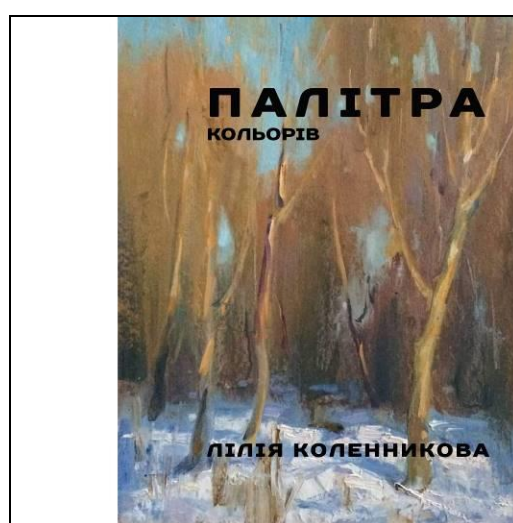
д)



е)



є)



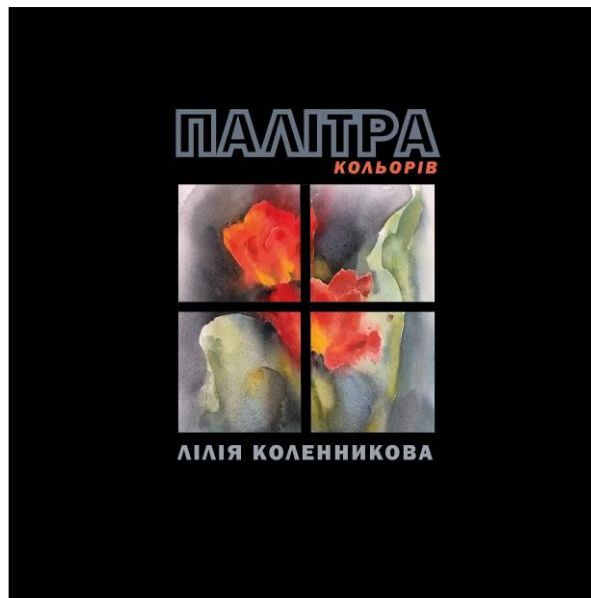
ж)

Рисунок 3.20, лист 2

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		53



з)



і)

Рисунок 3.20, лист 3

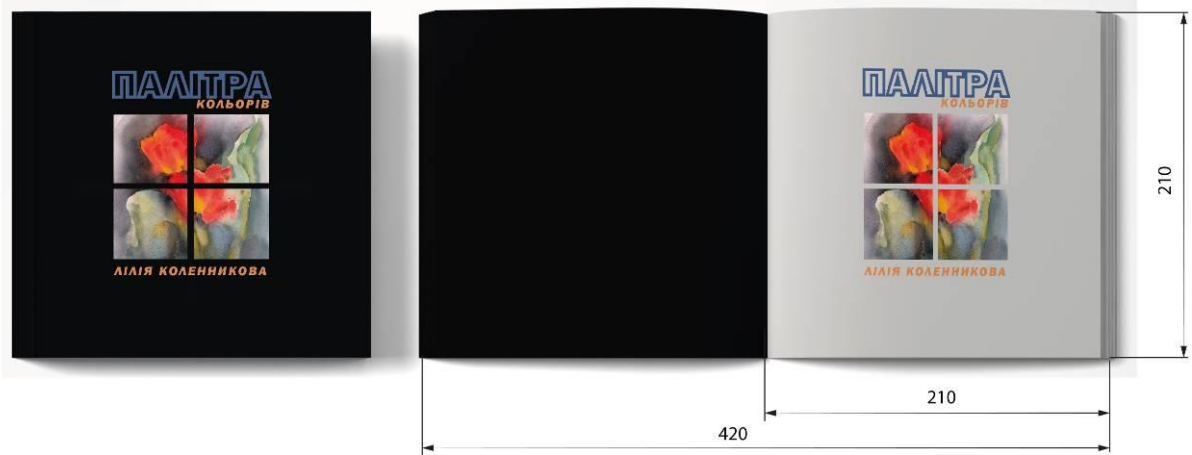
Було прийнято рішення надалі працювати з ідеями, представленими на рис. 3.20 з, і.

Розроблені обкладинки по цим ідеям представлені на рис. 3.21 - 3.22.



Рисунок 3.21 – 1-й варіант обкладинки з титульною і заключною сторінкою

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		54



а)



б)

Рисунок 3.22 – 2-й варіант обкладинки з титульною і заключною сторінкою

Як кінцевий варіант була прийнята обкладинка з рис. 3.22 (б). Ця обкладинка поєднує в собі як зображення сюжетного характеру, так і шрифтову композицію (див дод. А, рис. А3).

При розробці титульного аркуша (рис. 3.23) на його обороті була поміщена вихідна інформація про каталог. Вихідна інформація необхідна для

					<b>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</b>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		55

бібліографічної обробки друкованого видання та інформування читача. Цей елемент не передбачає художнього оформлення, розміщується на титульному аркуші, його обороті (рис. 3.24) чи останній сторінці і виглядає стандартизовано.

Для оформленні останньої сторінки каталогу були використані логотипи Хмельницького національного університету і кафедри рисунку та проектної графіки (див дод. А, рис. А4).



Рисунок 3.23 – Титульна сторінка каталогу

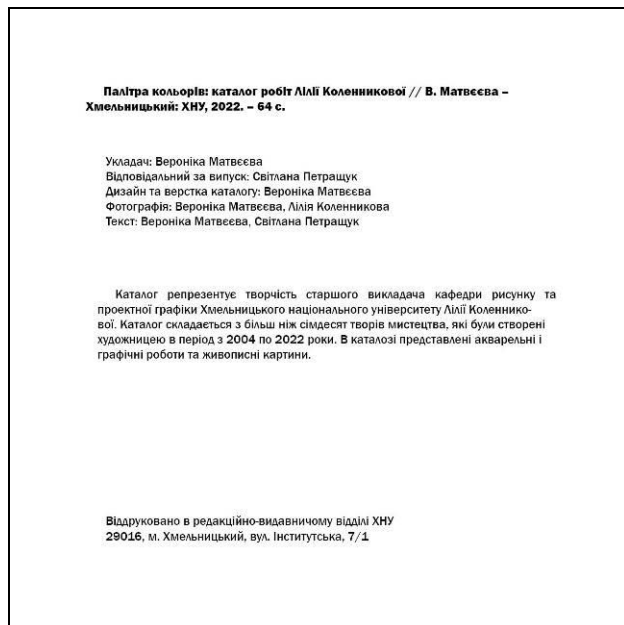


Рисунок 3.24 – Сторінка з вихідними даними

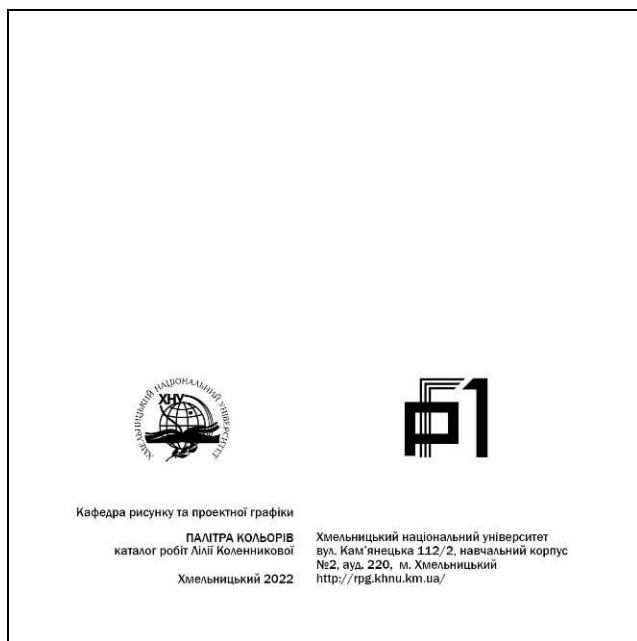


Рисунок 3.25 – Остання сторінка каталогу

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		56

## ВИСНОВКИ

- 1 Вивчено та систематизовано інформацію щодо історії виникнення, візуального вигляду та графічного оформлення рекламних і художніх каталогів, арт буків та графічних альбомів.
- 2 Досліджено художні графічні і композиційні прийоми при розробці дизайну каталогів, а також сучасні тенденції графічного дизайну при проектуванні каталогів робіт художника.
- 3 Вибрано концепцію дизайну каталогу, засобів художнього оформлення та графічного дизайну.
- 4 Проведено композиційний аналіз джерела творчості – графічного стилю неомодернізм. Виділено головні композиційні елементи при створенні графічних композицій у стилі неомодернізм.
- 5 Розроблено стиль оформлення презентаційного каталогу робіт: створено модульну сітку, підбрано шрифти та їх розмір, вирішено композиційну побудову, знайдено колірне рішення, редаговані фотографії робіт художниці.
- 6 Розроблено варіанти творчих ідей обкладинки, зверстано та оформлено оригінал-макет каталогу робіт художниці у стилі неомодернізм.

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	<i>Лист</i>
<i>Зм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		57

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3\\_\(%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D1%96%D0%B2%D0%BB%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3_(%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D1%96%D0%B2%D0%BB%D1%8F)) (дата звернення 16.05.2022). – Каталог (торгівля).

2 Друкарня HUSS [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Издательский партнер ArtHuss, 2022. – Режим доступу: <https://huss.com.ua/katalogi-dlya-vistavki-arhitekturi-i-dizaynu/> (дата звернення 12.05.2022). – Каталоги для виставки архітектури і дизайну.

3 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3-%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%B5> (дата звернення 11.05.2022). – Каталог-резоне.

4 Arthive [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Arthive 2022. – Режим доступу: [https://artchive.ru/encyclopedia/3894~new\\_publication](https://artchive.ru/encyclopedia/3894~new_publication) (дата звернення 16.05.2022). – Каталог-резоне.

5 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%82%D0%B1%D1%83%D0%BA> (дата звернення 12.05.2022). – Артбук.

6 Vizitka.com [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Інтернет-друкарня Vizitka.com, 2010-2022. – Режим доступу: <https://vizitka.com/uk/dizayn-kataloga> (дата звернення 12.05.2022). – Дизайн каталогу здається складним завданням? Ми знаємо рішення.

7 Cammeliadesign. Design and Life blog [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Cammeliadesign.com, 2012-2017 – Режим доступу:

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		58

<http://cammeliadesign.com/modulnaya-setka-ot-slov-k-delu/> (дата звернення 16.05.2022). – Модульная сетка. От слов к делу.

8 Апрель типография [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://apprint.ru/istoriya-sozdaniya-katalogov> (дата звернення 09.05.2022). – История создания рекламных каталогов

9 Радио Arzamas [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Arzamas akademy, 2020. – Режим доступу: <https://arzamas.academy/materials/771> (дата звернення 09.05.2022). – Что было слышно на улицах Парижа.

10 Издавництво ДЕАН [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – ООО «Издательство ДЕАН», 2022. – Режим доступу: <https://deanbook.ru/art-albums/> (дата звернення 09.05.2022). – Художественные альбомы.

11 Велика українська енциклопедія [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво», Інститут програмних систем НАН України, 2015-2020. – Режим доступу: <https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BB%D1%8C%D0%B1%D0%BE%D0%BC> (дата звернення 12.05.2022). – Альбом.

12 Мистецька книгарня Nebo [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Мистецька книгарня Nebo, 2014-2020. – Режим доступу: <https://nebobookshop.com.ua/ru/11335-helmut-newton-sumo-revised-by-june-newton> (дата звернення 12.05.2022). – Helmut Newton. Sumo. Revised by June Newton

13 Друкарня HUSS [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Издательский партнер ArtHuss, 2022. – Режим доступу: <https://huss.com.ua/portfolio/katalogi/katalog-dlya-hudozhnika-mihayla-demcyu/> (дата звернення 10.05.2022). – Каталог для художника Михайла Демцю

14 La Central [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – La Central, 2022. – Режим доступу: <https://www.lacentral.com/web/book/?id=9788480269544> (дата звернення 10.05.2022). – Jiri Georg Dokoupil. Catálogo Exposición Reina Sofía 2001

15 Amazon [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Amazon.com, Inc. or its affiliates, 1996-2022. – Режим доступу:

					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		59

<https://www.amazon.com/Caravaggio-Complete-Works-40th-Ed/dp/3836587963> (дата звернення 10.05.2022). – Caravaggio. The Complete Works. 40th Ed. Hardcover – September 23

16 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BD-%D0%9C%D1%96%D1%88%D0%B5%D0%BB%D1%8C\\_%D0%91%D0%B0%D1%81%D0%BA%D1%96%D1%8F](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BD-%D0%9C%D1%96%D1%88%D0%B5%D0%BB%D1%8C_%D0%91%D0%B0%D1%81%D0%BA%D1%96%D1%8F) (дата звернення 11.05.2022). – Жан-Мішель Баскія

17 ARTDEX [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – ARTDEX, 2021. – Режим доступу: <https://www.artdex.com/how-to-catalogue-art/> (дата звернення 10.05.2022). – How to Catalogue Art.

18 Денисенко С. М. Стили графического дизайна [Електронний ресурс]: довідник / уклад.: С. М. Денисенко – Київ: НАУ, 2021. 56 с.– Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU.pdf> (дата звернення 31.05.2022 р.)

19 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Verdana> (дата звернення 11.11.2021). – Verdana.

20 UAmgGuru.ru. Цікаве в мережі [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – UAmgGuru.ru, 2021. – Режим доступу: <https://uamgguru.ru/rizne/16496-15-krutih-bezkoshtovnih-shriftiv-na-lipen.html> (дата звернення 01.06.2022). – 15 крутих безкоштовних шрифтів на липень

21 Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Українська вікіпедія, 2004. – Режим доступу: [https://ru.frwiki.wiki/wiki/Franklin\\_Gothic](https://ru.frwiki.wiki/wiki/Franklin_Gothic) (дата звернення 01.06.2022). – Франклин готический

22 Мильчин А. Справочник издателя и автора / А. Мильчин, А. Чельцова. – М. : Студия Артемия Лебедева, 2018. – 1010 с.

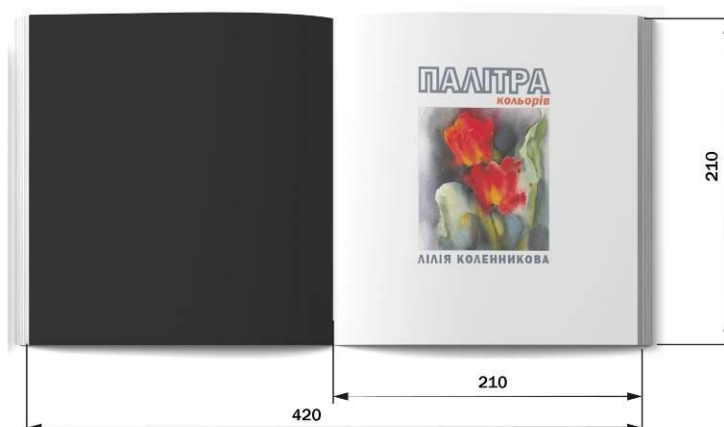
					<i>ДРДЗ. 2018038.01.15.ПЗ</i>	Лист
Зм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		60

## ДОДАТОК А

### ГРАФІЧНА ЧАСТИНА ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Розробка каталогу робіт художниці Лілії Коленникової

#### 01 / ДИПЛОМНА РОБОТА ОСВІТЬОГО РІВНЯ «БАКАЛАВР»



ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

Роботу виконала :  
студентка групи ГДР-18-1  
Матвеева В. В.  
Керівник :  
к.т.н., доц. Петрашук С.А.

ДРДЗ. 2018038.01.15

Рисунок А.1 – Інформаційний планшет

**Каталог робіт художниці Лілії Коленникової**  
**КОНЦЕПЦІЯ ВЕРСТКИ**

ПІДБРАНІ ШРИФТИ

Franklin Gothic Heavy

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее**  
**Єє Жж Зз Ии Іі Її Йй**  
**Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс**  
**Тт Уу Фф Хх Цц Чч**  
**Шш Щщ Ъь Юю Яя**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Franklin Gothic Medium

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее**  
**Єє Жж Зз Ии Іі Її Йй**  
**Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс**  
**Тт Уу Фф Хх Цц Чч**  
**Шш Щщ Ъь Юю Яя**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Franklin Gothic Medium Italic

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее**  
**Єє Жж Зз Ии Іі Її Йй**  
**Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс**  
**Тт Уу Фф Хх Цц Чч**  
**Шш Щщ Ъь Юю Яя**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

ШАБЛОН ОФОРМЛЕННЯ РОЗДІЛІВ



Назва розділу  
Franklin Gothic Medium  
17 pt

Графічний елемент

Верхній колонтитул



Рисунок А.2 – Концепція верстки каталогу

## ОСНОВНІ ІДЕЇ ОБКЛАДИНОК



## КІНЦЕВИЙ ВАРІАНТ ОБКЛАДИНКИ

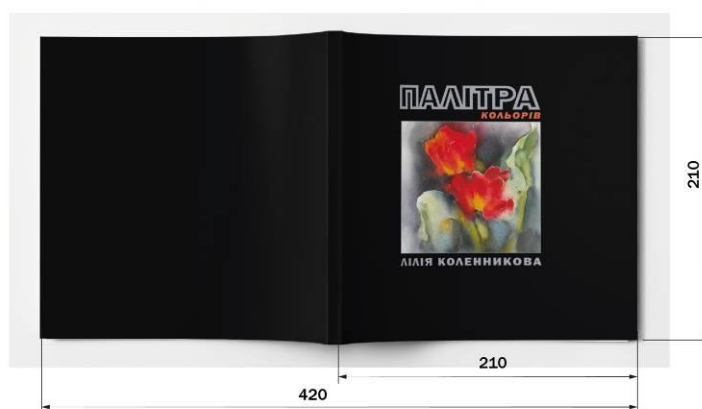
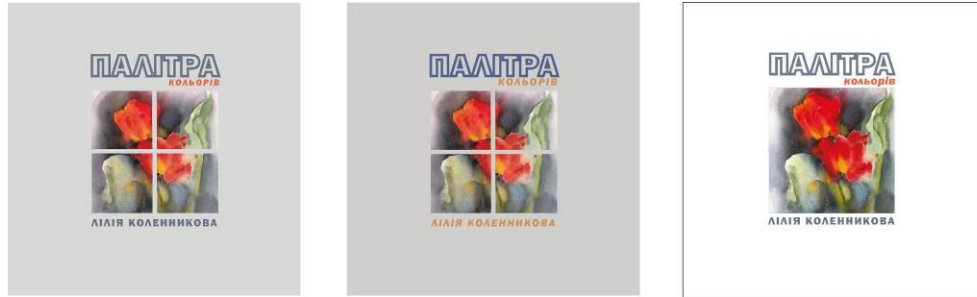


Рисунок А.3 – Розробка обкладинки каталогу

ВАРІАНТИ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА



КІНЦЕВИЙ ВАРІАНТ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА

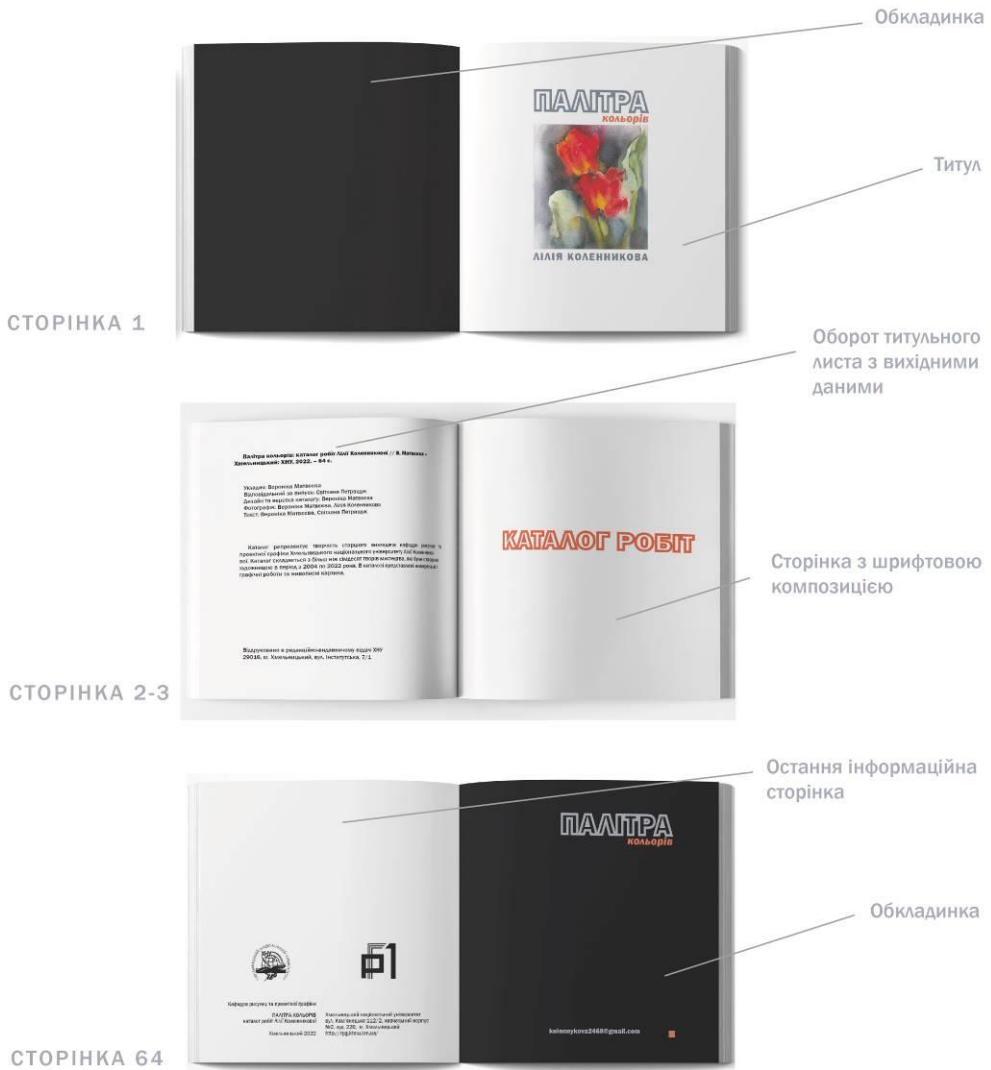


Рисунок А.4 – Оформлення додаткових сторінок

ПІДБІР МОДУЛЬНОЇ СІТКА



ІДЕЇ ДЛЯ ВЕРСТКИ РОЗВОРОТІВ

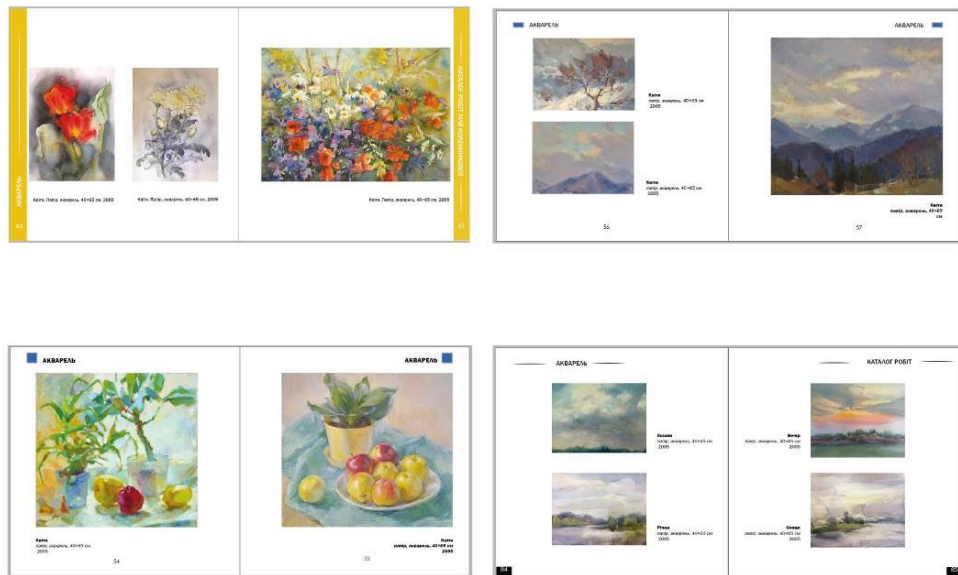


Рисунок А.5 – Верстка основних сторінок

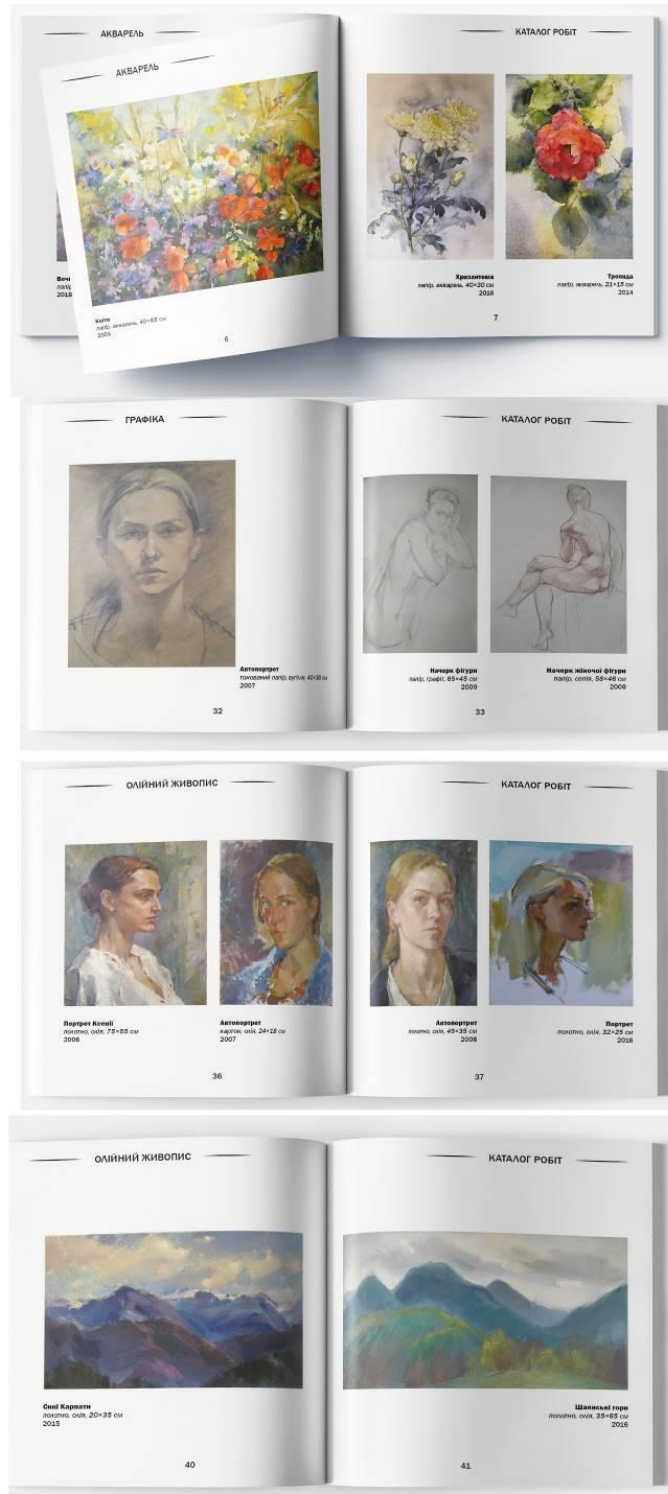


Рисунок А.6 – Верстка основних сторінок