

Хмельницький національний університет
Факультет технологій та дизайну
Кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ДОРОЖНЬОЇ КАРТИ РОЗВИТКУ КРАФТОВИКІВ ПОДНІСТЕР'Я НА 2024-2030РР.

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 20067.03.08.ПЗ

Виконав: студент 4 курсу, групи ДЗН-20-3


Підпис

Максим ІЛЬКІВ

Керівник: ст.вик.


Підпис

Олег БОБРОВСЬКИЙ

Нормоконтролер: вик. каф. диз.


Підпис

Павло ГОРНИЙ

До захисту допускаю:


Підпис

Ельвіра БАЗИЛЮК

Зав. кафедри дизайну

13 червня 2024 р.

Хмельницький, 2024

Хмельницький національний університет
(повне найменування навчального закладу)

Факультет _____
технологій і дизайну

Кафедра _____
дизайну

Освітній рівень _____
перший (бакалаврський)

Галузь знань _____
02 Культура і мистецтво
(цифра і назва)

Спеціальність _____
022 Дизайн
(цифра і назва)

Освітня програма _____
Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри дизайну

Ельвіра Ельвіра БАЗИЛЮК
15 лютого 2024р

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Ількового Максима

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Розробка дизайну дорожньої карти розвитку крафтовиків Подністер'я на 2024-2030рр.»

Керівник проекту Бобровський Олег, ст. вик.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 15.02.2024 р., № 8.

2. Строк подання студентом закінченої роботи 7 червня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: об'єкт проектування - дорожня карта, призначення - інформаційна дорожня карта, зміст матеріалів - міжнародний та український досвід розвитку крафтового виробництва

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

Вступ
розділ 1 – Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта
розділ 2 – Ретроспектива теми
розділ 3 – Творча розробка дизайну об'єкта проектування
Висновки
Додатки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____
Банер проектної частини (1,5 × 2 м)

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 15.02.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір тем та формування вихідних даних	15.02-20.02	
2	Аналіз та обґрунтування вихідних даних до проєктування об'єкта	20.02-01.03	
3	Оформлення розділу 1	20.02-01.03	
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 проєктування 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 рекламно-інформаційних матеріалів	25.05-30.05	
11	Допуск кваліфікаційної роботи керівником	28.05-30.05	
12	Нормоконтроль кваліфікаційної роботи	05.06	
13	Перевірка на антиплагіат	07.06	
14	Допуск результатів проєктування до захисту	09.09	
15	Рецензування кваліфікаційної роботи	11.06-14.06	
16	Оформлення презентації результатів проєктування, підготовка доповіді	07.06-14.06	
17	Захист кваліфікаційної роботи	18.06	

Студент

М.М.М.
(підпис)

Максим ІЛЬКІВ

Керівник роботи

О.Б.
(підпис)

Олег БОБРОВСЬКИЙ

АНОТАЦІЯ

до дипломної роботи першого бакалаврського освітнього рівня
на тему: Розробка дизайну дорожньої карти розвитку крафтовиків Подністер'я
на 2024-2030рр.

студента групи ДЗН-20-3 Максима Ількового,
керівник ст. вик. Олег Бобровський.

Обсяг пояснювальної записки - 75 с., 52 ілюстрацій, 3 додатки, 25 джерел.

ДОРОЖНЯ КАРТА, ВЕРСТКА, ДОСВІД, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН,
КОМУНІКАЦІЯ, КРАФТОВИКИ.

Дипломна робота присвячена розробці дизайну дорожньої карти розвитку крафтовиків Подністер'я на період 2024-2030 років. Проведено ретроспективний аналіз теми, розглянуто приклади ініціатив в інших регіонах і країнах, а також порівняно з існуючими варіантами стратегічного планування. Розроблено кілька варіантів карти з урахуванням специфіки регіону та потреб місцевих виробників. Особлива увага приділена візуальній складовій карти: розробці логотипів, кольорових схем і типографіки. Результати роботи можуть бути використані місцевими органами влади, підприємцями та іншими зацікавленими сторонами для підтримки та розвитку крафтової індустрії регіону, підвищення конкурентоспроможності крафтових виробів на національному та міжнародному ринках, сприяючи їх сталому розвитку на період 2024-2030 років.

05.06.2024

(дата)

Ільков М.

(підпис розробника)

ЗМІСТ

	С
Вступ.....	6
1 Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкту.....	7
1.1 Характеристика об'єкта проектування.....	7
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну проекту, огляд візуальних аналогів.....	12
2 Ретроспектива теми.....	25
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напряму (минулих та сучасних).....	25
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, які працювали над подібною темою.....	38
3 Творча розробка дизайну об'єкта проектування.....	46
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування.....	46
3.2 Розробка варіантів творчих ідей.....	50
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну проектування.....	58
Висновки.....	65
Перелік джерел посилання.....	67
Додаток А - Структурні елементи дорожньої карти.....	70
Додаток Б - Презентаційний планшет.....	75
Додаток В - Акт впровадження.....	76

ВСТУП

Темою кваліфікаційної дипломної роботи була «Розробка дизайну дорожньої карти розвитку крафтовиків Подністер'я на 2024-2030pp.» це є комерційним проектом (додаток В, рис.В.1).

Дорожня карта (англ. roadmap) - це стратегічний план або документ, який визначає цілі, завдання, етапи та ресурси, необхідні для досягнення конкретних результатів у певній сфері або проекті. Дорожня карта зазвичай включає в себе послідовність дій, терміни виконання, а також відповідальних за виконання осіб або підрозділи. Вона може бути використана в різних контекстах, таких як бізнес, технології, управління проектами, освіта тощо.

Дорожні карти можуть бути дуже детальними або більш загальними, в залежності від потреб і контексту їх використання. Вони допомагають координувати дії, забезпечувати узгодженість і надавати орієнтири для всіх учасників процесу.

Відповідно до цього метою мого завдання було розробити візуально привабливий дизайн, з великою кількістю текстової інформації, відповідно дані вимоги дещо ускладнювало дизайн сторінок, та саму верстку, бо значення «візуально привабливий» включає у себе безліч елементів а саме такі візуальні елементи як: інфографіка, графіки, різноманітні іконки, візуально приваблива графіка, високоякісні фото, та інші графічні елементи, які повинні гармонійно доповнювати композицію, відповідно до вимог.

Також основним завдання було зважати на категорію людей для який розроблялась дана стратегія, відповідно це дещо спрощувало вимоги, проте виникали й інші труднощі які вимагали системного підходу до вирішення проблем, загалом повинно було робити різноманітні дослідження, активно комунікуючи з потенційними користувачами дорожньої карти. Таким чином можна було вийти на рівень виконання проєкту, яким будуть задоволені потенційні користувачі.

1 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ОБ'ЄКТУ

1.1 Характеристика об'єкта проектування

Дорожня карта - це візуальний план технічного стратегічного планування, який розміщує в собі технічні, візуальні цілі проекту та основні результати (завдання, цілі, методи, приклади) на часовій шкалі, згруповані в одному візуальному представленні або графічному вигляді. Також потрібно взяти до уваги що планування дорожньої карти, відрізняється від класичної розробки «плану» або звичайного проекту, тим, що він не містить усіх деталей проекту, натомість це високорівневий, простий для розуміння стратегічний інструмент, який своєю візуальною частиною демонструє певні критерії проекту.

Насамперед, дорожня карта описує та візуалізує цілі, що є її основною складовою. Цілі можуть бути як короткостроковими, так і довгостроковими, але вони повинні бути глобальними та зрозумілими. Важливо не деталізувати завдання кожного співробітника, а фокусуватися на кінцевих результатах роботи відділу, компанії чи навіть ринку, залежно від тематики дорожньої карти. Ключовим елементом дорожньої карти є її етапи або кроки, глобальна мета досягається не за одну дію, а через послідовність кроків. Необхідно детально описати цей шлях, розподіливши цілі на етапи: що виконується спочатку, що далі, і що є кінцевим результатом. При цьому слід враховувати не лише терміни, але й вплив кожної дії на остаточний результат. Досягнення одних цілей може бути необхідною умовою для реалізації наступних, тому послідовність етапів має бути ретельно продумана [1].

Терміни є важливим, але не обов'язковим елементом дорожньої карти. Ви можете вказувати терміни реалізації конкретної мети чи завершення будь-якого етапу, а можете і не вказувати. Терміни корисні в стратегічних планах, але іноді їх неможливо визначити заздалегідь, тому деякі дорожні карти обходяться без них.

Основне завдання дорожньої карти - візуалізація стратегії розвитку проекту, продукту, компанії чи іншої одиниці. Завдяки цьому інструменту, завжди є наочне уявлення про те, яких саме цілей потрібно досягти (і, можливо, в які терміни). Відштовхуючись від дорожньої карти, можна будувати конкретні

плани, що ведуть до мети, він також є чудовим засобом для інформування всіх зацікавлених осіб про плани та процеси, допомагаючи тримати всіх причетних до проекту в курсі подій.

Дорожня карта проекту є важливим для всіх, хто залучений у проект і може бути долучений до процесу технічної розробки та візуальної частини продукту. Відповідно до певної категорії людей застосовується певний візуальний підхід, тобто відбувається візуальна комунікація та спрямованість продукту. Загальна стратегія бізнесу повинна не тільки бути технічною але й візуально зрозумілою, для кращого засвоювання прочитаної інформації, також це відіграє не аби яку роль у лиці компанії яка розробляє дану дорожню карту [2].

Незалежно від того, чи йдеться про сам продукт, стратегію просування компанії або створення нового підприємства, серед зацікавлених осіб слід виділити основні групи: інвестори, топ-менеджери компанії, співробітники, сільські громади, туристичні групи, кластери, місцеву владу та громадські організації. Також дана стратегія буде дуже корисною для економічного сектору країни, це створення стратегії для розвитку у певному часовому інтервалі проекту, що передбачає собою відкриття нових робочих місць, і відповідно сплату податків та надходження грошей у бюджет громади, відповідно створюючи сприятливі умови для подальшого розвитку, це ж саме стосується і візуального формату.

Якщо детально розглядати цільову аудиторію дорожньої карти (рис.1.1), то інвестори - це люди, які вкладають гроші у ваші проекти і, як ніхто інший, хочуть знати, куди підуть їхні кошти, коли їм чекати на результат і чим вони ризикують. Максимально лаконічно зорієнтувати їх з усіх питань, що цікавлять, якраз таки допоможе дорожня карта, де описані всі основні цілі, а також поставлені важливі для реалізації дати.

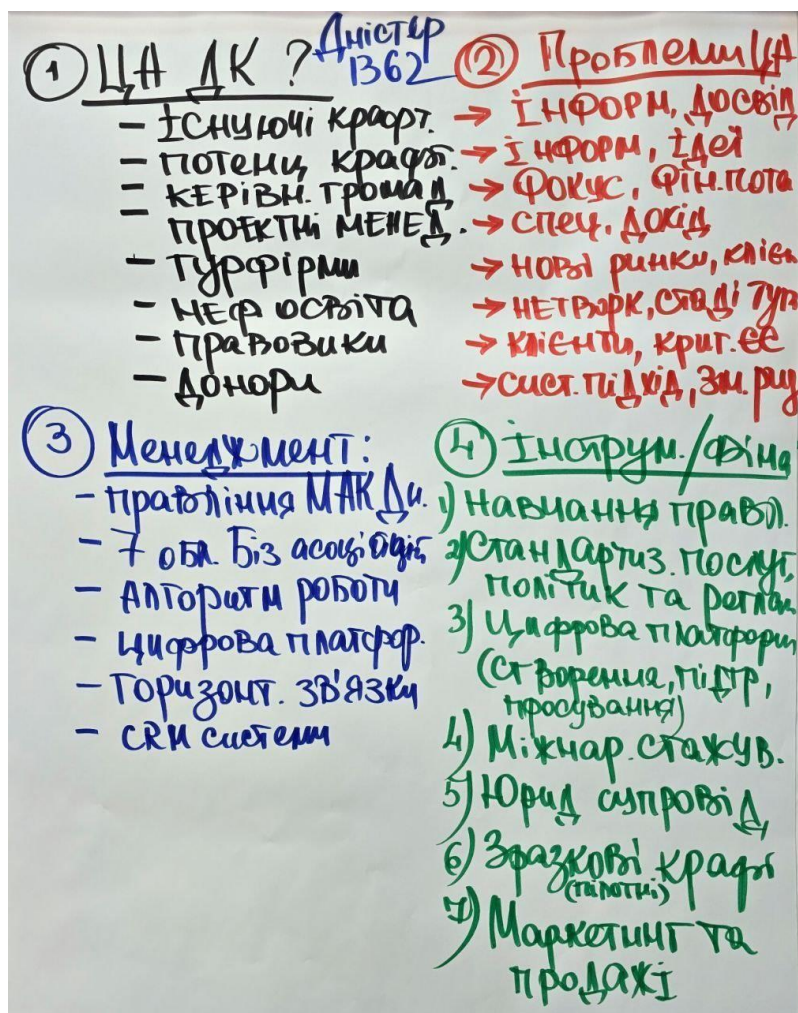


Рисунок 1.1 - Аналіз цільової аудиторії RoadMap

Велика ймовірність, що саме топ-менеджери займатимуться розробкою дорожньої карти проекту, але не можна сказати, що якби не було інших учасників, він був би не потрібен. Дорожня карта допомагає структурувати цілі та побажання щодо проекту, а також побачити стратегію його розвитку як процес, зміщуючи фокус із мети на шлях її досягнення, що сприяє більш реалістичним очікуванням. Співробітникам компанії необхідно буде працювати з результатами ваших змін чи нововведень. Для них цей артефакт повинен відображати ті моменти, які очікують безпосередньо представників цієї категорії у процесі, а саме зміни у графіку, структурі, порядках, можливо також терміни впровадження тощо. Цільова аудиторія дорожньої карти дуже різноманітна тому і дорожні карти є різні, одного продукту немає, їх доведеться зробити кілька. Оскільки одна з

найважливіших характеристик цього документа - лаконічність, необхідно викладати лише ті етапи та цілі, які мають значення для читача та зачіпають безпосередньо його, не варто витратити час та увагу учасників на завдання інших дійових осіб. Сама для нашої дорожньої карти, чиєю основною аудиторією виступатимуть крафтовики Подністер'я, тобто крафтовики які географічно наближені до річки Дністер, протяжність якої 1362 кілометра та русло якої проходить по семи областям України [3].

Дорожні карти можна створювати за допомогою найпростіших програм, наприклад в Excel або PowerPoint, однак файли цих інструментів статичні, незмінні. Дорожні карти періодично доповнюються, коригуються та оновлюються за таких умов буде складно щоразу переробляти таблицю чи презентацію, знову і знову розсилаючи документ учасникам проєкту. Створювати дорожню карту краще в онлайн-інструменті (рис.1.2), який спеціально для цього призначений або напряду контактувати з дизайнерами, які будуть створювати візуальну частину дорожньої карти.

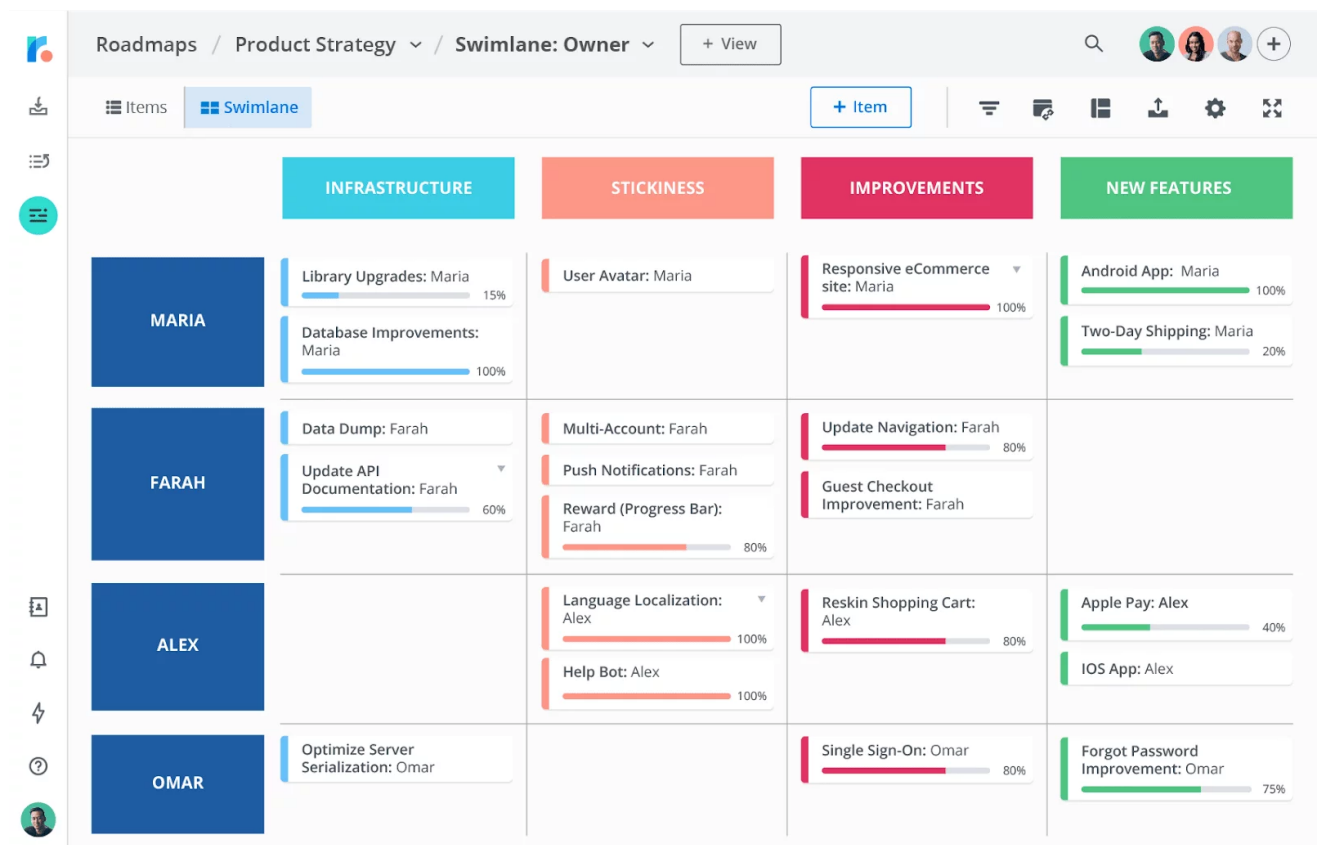


Рисунок 1.2 - Онлайн сервіс для візуалізації RoadMap

Крім того, працюючи з дизайнерами можна створювати унікальну дорожню карту, тому що дизайнер може використовувати нестандартний підхід до виконання задачі, маючи можливість реалізувати усе на одному А3 форматі або ж зверстати багатосторінкове видання якщо це буде потрібно. З іншого боку, можна створити невеличку дорожню карту, використовуючи онлайн сервіси але один з суттєвих мінусів таких сервісів це обмежений функціонал, та можлива ідентичність з іншими дорожніми картами, тому як краще, та що краще, обирати команді яка веде розробку [4].

Зважаючи на різноманітність видань та технічних потреб, дорожня карта має кілька популярних форматів багатосторінкових видань з різними характеристиками та технічними плюсами (рис.1.3).

Стандартний та розповсюджений розмір це А4 (210 мм. × 297 мм.) він зручний для читання та розгляду, легко друкується на стандартних друкарських машинках. Зазвичай кріпиться за допомогою скоб або клею, може також мати переплетення або кріплення пружиною. Компактний та практичний формат А5 (148 мм. × 210 мм) ідеальний для книг, брошур, та журналів, також застосовується і для дорожньої карти. Займає мало місця, зручний для перенесення та розгляду, зазвичай кріпиться за допомогою скоб або клею, може мати м'яку або тверду обкладинку. Також нестандартний але можливий формат В5 (176 мм. × 250 мм.) він ширший та нижчий за А4, що забезпечує додатковий простір для дизайну та інформації. Забезпечує комфортне читання та візуалізацію, дозволяє ефективно розміщувати контент, може мати переплетення, кріплення скобами або клеєм, а також різноманітні типи обкладинок. Квадратний формат (210 мм. × 210 мм.) надає унікальний стиль та можливості для дизайну, інтригує та привертає увагу, дозволяє експериментувати з композицією та структурою. Зазвичай кріпиться за допомогою клею або скоб, обкладинка може бути твердою або м'якою [5].



Рисунок 1.3 - Поширені формати для друку

Крім того, формати можуть варіюватися залежно від регіону та поширення дорожньої карти, початкового стилю, інколи це може бути настінний А3 формат, інколи плетене видання, проте 80% розроблених дорожніх карт публікуються саме онлайн форматом, там же і поширюються. Важливо враховувати цілі продукту, не тільки онлайн, але і офлайн поширення позитивно впливає на візуально-естетичну концепцію та привабливість «бренду», що може позитивно вплинути на весь проєкт та охопити більший радіус, що у свою чергу допоможе залучити більше інвесторів, та громад.

1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну проєкту, огляд візуальних аналогів

Дослідження розпочалось з пошуку аналогів дорожньої карти та вивчення їх. Насамперед було проведено аналіз верстки, типи, та яким саме чином відбувалась візуальна комунікація з читачем. Було переглянуто близько десятка

візуально представлених дорожніх карт, всі вони були у різних форматах та відповідно до своєї мети відрізнялись об'ємом, наповненням, подачею. Одним із перших розглянутих варіантів була дорожня карта Хмельницького швейного кластеру PFC (Podillia Fashion Cluster). Головною метою PFC є об'єднати зусилля бізнесу, влади, закладів освіти та науки задля розвитку ринку одягу та аксесуарів з фокусом на спорт, туризм та активне сімейне дозвілля. Відповідно до даної цілі було поставлене ще одне завдання, розробити концепцію візуального рішення для стратегії (рис.1.4) [6].



Рисунок 1.4 - Візуальне рішення RoadMap PFC

Проаналізувавши візуальну частину дорожньої карти PFC я для себе осягнув основні емоції, та візуальну прив'язку дизайну. Дизайн виконано у монохромних кольорах вони в свою чергу в контексті дизайну відносяться до колірної схеми, яка використовує різні відтінки, та тони одного кольору (рис.1.5).

Такий підхід до підбору кольору передбачає використання одного базового кольору і створення гармонійної палітри шляхом регулювання його тону і насиченості. Вплив монохромних колірних схем у дизайні багатогранний, впливаючи як на естетику.

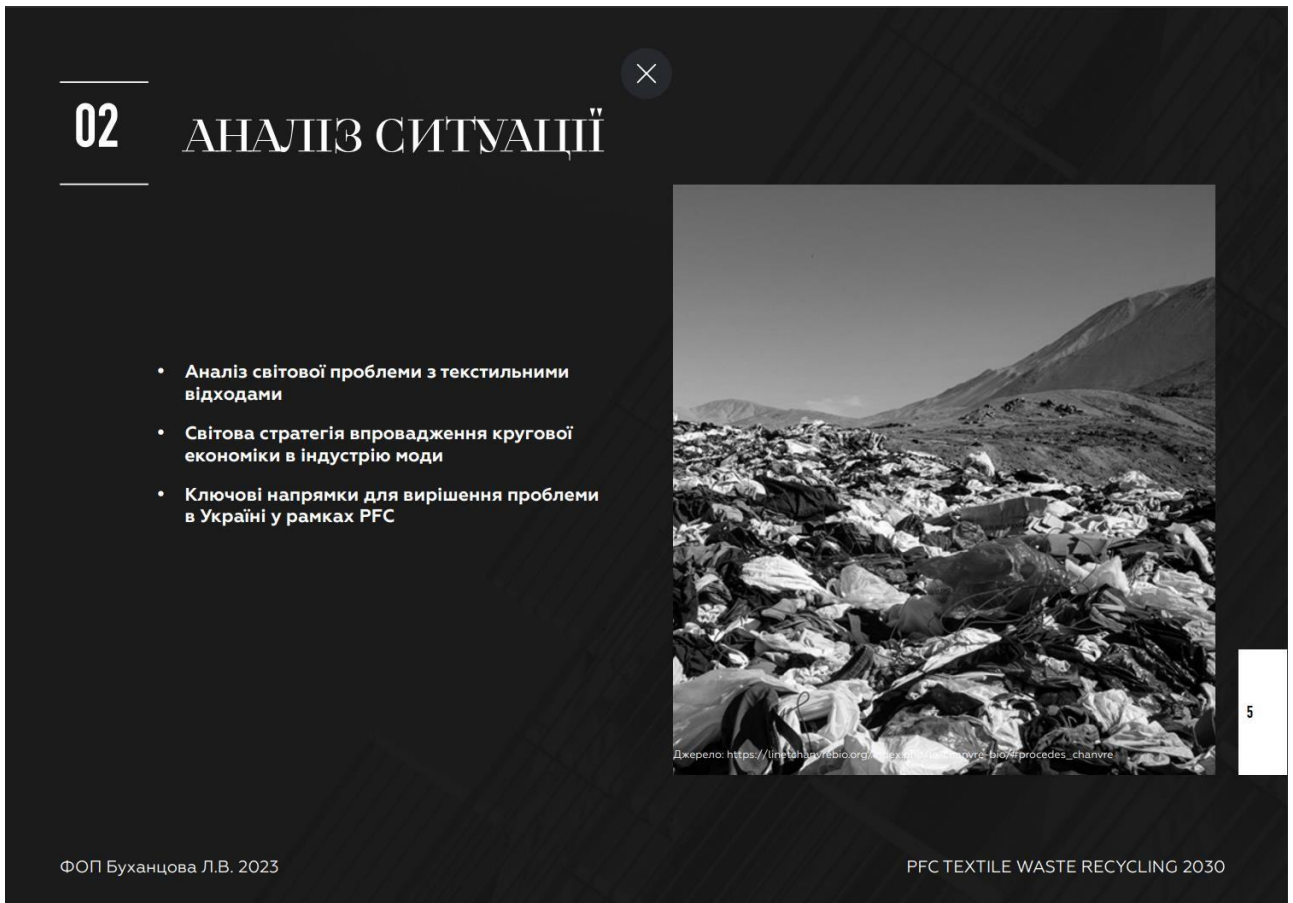


Рисунок 1.5 - Колірове рішення у RoadMap PFC

Візуальна гармонія та згуртованість досягається завдяки узгодженим монохромним кольоровим схемам, які створюють єдиний і згуртований вигляд, роблячи дизайн більш організованим і відшліфованим. Простота таких схем зменшує кількість кольорів, що сприяє створенню естетичної простоти, особливо корисної в технічних проєктах, де ясність має першорядне значення. Монохромні кольорові схеми також впливають на емоційний та психологічний стан. Різні відтінки одного кольору можуть викликати різні емоції: синій, наприклад, створює спокійну та безтурботну обстановку, тоді як відтінки додають глибини

без зміни загального настрою. Вони зменшують візуальний шум, допомагаючи користувачам краще зосередитися на основній інформації, що особливо корисно в середовищах, де потрібна зосередженість, таких як матеріали для читання чи робочі місця.

Функціональні та практичні аспекти монохромного дизайну включають посилення ідентичності бренду, роблячи його легко впізнаваним через асоціацію з певним кольором. Водночас, важливо враховувати контраст, щоб забезпечити читабельність і доступність для всіх користувачів, зокрема для тих, у кого є проблеми з зором. Застосування монохромних схем у веб-дизайні спрощує навігацію і виділяє важливі елементи, створюючи чисті та візуально привабливі веб-сайти. У дизайні інтер'єру вони створюють спокійні та елегантні простори, наприклад, різні відтінки зеленого можуть створити природне та освіжаюче середовище. У графічному дизайні монохромні палітри допомагають зберегти візуальну ідентичність бренду в різних маркетингових матеріалах. Однак, дизайнери стикаються з викликами, такими як монотонність та нудьга схем, якщо не підійти творчо. Використання текстур, візерунків і різноманітних форм додає інтересу і запобігає тому, щоб дизайн став занадто плоским. Забезпечення достатнього контрасту між відтінками має важливе значення для зручності читання, особливо в дизайнах з великою кількістю тексту, що вимагає ретельного підбору відтінків для виділення тексту і важливих елементів [7].

Монохромні кольорові схеми значно покращують дизайн, створюючи цілісне, естетично приємне та емоційно резонансне враження. Для ефективного використання цього методу слід враховувати кілька важливих аспектів. Варіюючи відтінки та тони, можна додати глибини та інтересу, зберігаючи баланс і не занурюючись надмірно в палітру кольорів. Забезпечення достатнього контрасту між елементами підтримує читабельність і візуальну ієрархію, що позитивно впливає на дизайн і покращує візуальну комунікацію. Текстури та візерунки додають розміру, запобігаючи плоскому вигляду дизайну, але їх використання має бути обережним, щоб не переборщити. Регулярне тестування


дозволяє переконатися, що всі користувачі, включаючи тих, з вадами зору, можуть легко орієнтуватися та розуміти зміст, а також покращує зовнішню комунікацію в команді, оскільки занурення у дизайн без участі інших не завжди є гарною ідеєю. Таким чином, монохромні кольорові схеми можуть значно покращити дизайн, створюючи цілісне, естетично приємне та емоційно резонансне враження. Однак ретельний розгляд контрасту та різноманітності є важливим, щоб уникнути таких пасток, як монотонність і проблеми з читабельністю [8, с.81].

Аналізуючи дизайн дорожньої карти PFC, можна помітити, що монохромні кольори передають як стиль, так і певні емоції, залишаючи свій відбиток (рис.1.6). Ця дорожня карта виконана у горизонтальному форматі А4. На основі цього почалася розробка простого макету для власного проєкту, який є темою дипломної роботи. Також були переглянуті візуалізації дорожніх карт в іншому стилі, ближчому до того, над чим буде вестися моя розробка.

×

СТРУКТУРА КАМПАНІЇ

<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <h3 style="margin: 0;">01</h3> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="margin: 0; font-size: 0.8em;">МЕТА І ЦІЛІ</p>	<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <h3 style="margin: 0;">02</h3> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="margin: 0; font-size: 0.8em;">Аналіз ситуації</p>	<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <h3 style="margin: 0;">03</h3> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="margin: 0; font-size: 0.8em;">СТЕЙКХОЛДЕРИ</p>
<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <h3 style="margin: 0;">04</h3> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="margin: 0; font-size: 0.8em;">ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ</p>	<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <h3 style="margin: 0;">05</h3> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="margin: 0; font-size: 0.8em;">ПЛАН ДІЙ</p>	



ФОП Буханцова Л.В. 2023

PFC GROWING HEMP 2030

Рисунок 1.6 - Приклад контрасту кольору та форми RoadMap PFC

Макет журнального типу в дизайні відноситься до структурованого та візуально привабливого формату, який зазвичай використовується в журналах. Він акцентує увагу на гармонійному поєднанні тексту, зображень та інших графічних елементів включаючи інфографіку та діаграми для створення естетично привабливого та легкого для читання видання (рис.1.7). Макет створено для залучення читачів, ефективної передачі інформації та підтримки їхнього інтересу завдяки поєднанню типографіки, зображень і стратегічного розміщення вмісту [9].

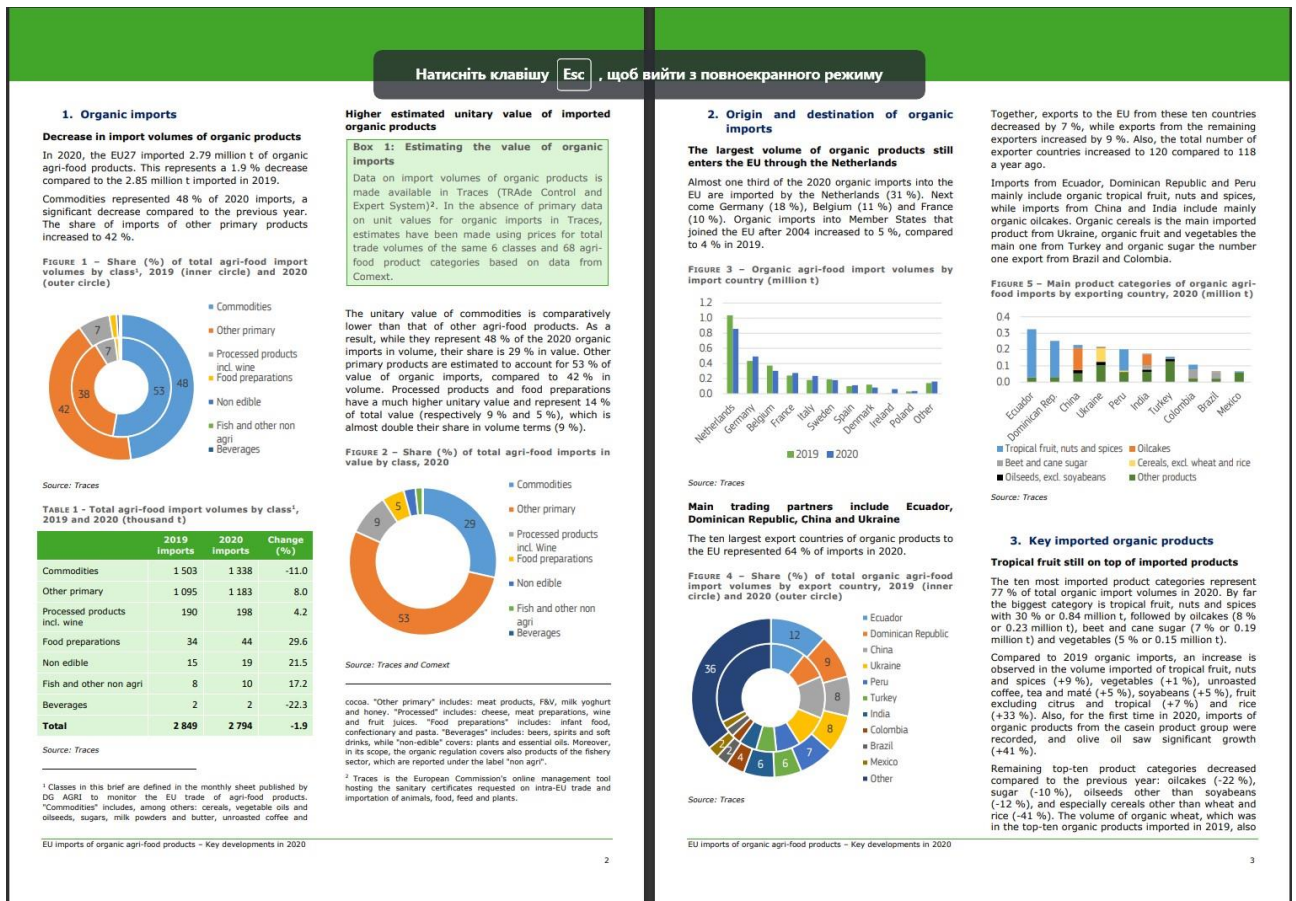


Рисунок 1.7 - Розворот у журнальному стилі з інфографікою

Модульна сітка є основою дизайну макета журналу, вона забезпечує послідовну структуру та вирівнювання, забезпечуючи організованість та

візуальну цілісність елементів. Сітка може бути різної складності, від простих стовпчиків до більш складних візерунків. Формуючись з різних геометричних фігур, відповідно до змісту (рис.1.8) [10, с.186].

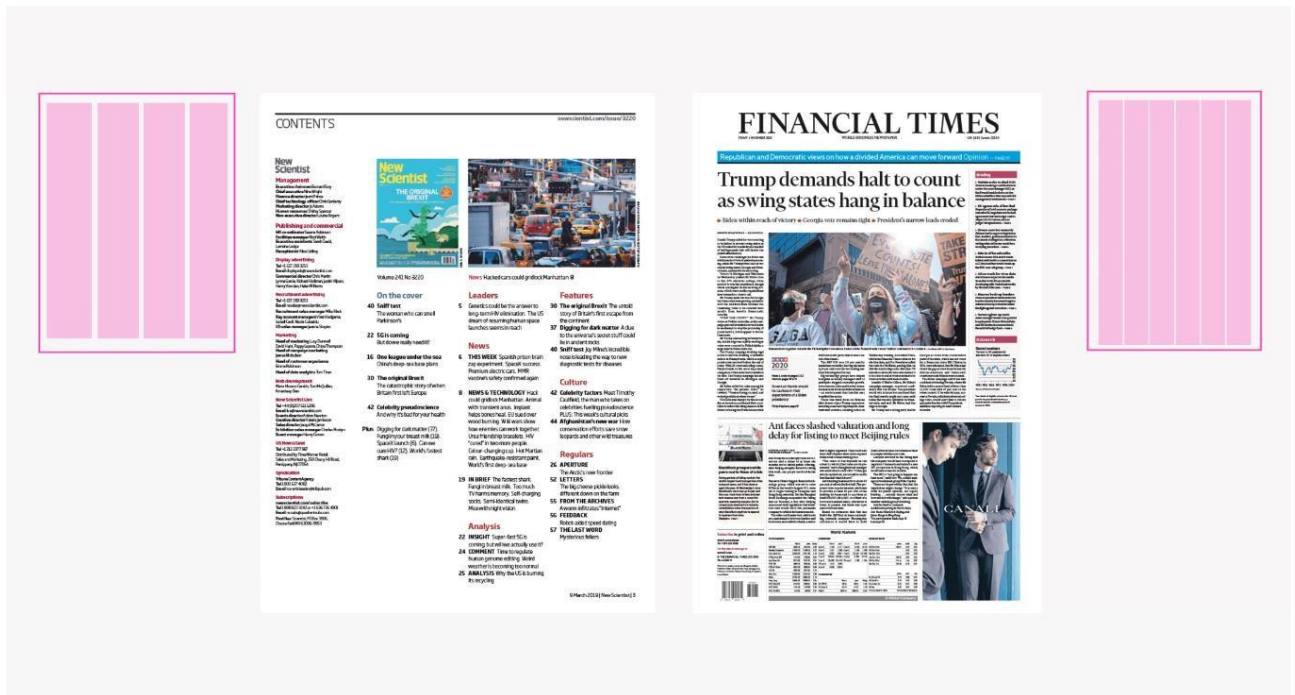


Рисунок 1.8 - Види модульної сітки

Типографіка є одним з ключових вузлів до візуальної домінації серед елементів у дизайні журналу. Це передбачає вибір шрифтів, розмірів і стилів, які покращують читабельність і візуальну привабливість. Заголовки, підзаголовки, основний текст і підписи ретельно підібрані та оформлені, щоб створити ієрархію та направляти око читача через зміст. Високоякісні зображення, ілюстрації та графіка є невід'ємною частиною макетів журналів. Ці візуальні елементи стратегічно розміщені, щоб доповнити текст, додати візуального інтересу та розбити великі блоки тексту. Фотографії на всю сторінку, інфографіка та цитати зазвичай використовуються для створення динамічних макетів. Білий простір також відомий як негативний простір, порожній простір - це порожня область навколо елементів у дизайні. Ефективне використання білого простору покращує читабельність і спрямовує увагу читача на ключові елементи. Але

також потрібно бути акуратним та не прибирати зайве повітря, схиляючись до швейцарського стилю типографіки.

Колірна схема використовується для створення візуального ефекту та передачі настрою чи ідентичності бренду. Добре підібрана колірна палітра може покращити загальну естетику та скерувати емоційну реакцію читача на зміст або відповідати джерелу творчості (рис.1.9).



Рисунок 1.9 - Приклад балансу у природі, як джерело творчості

Важливо дотримуватися балансу, єдиного стилю дизайну в журналі це включає послідовне використання шрифтів, кольорів і шаблонів макета, що допомагає створити єдиний вигляд і відчуття, проте журнальна верстка першочергово подає себе як можливість творити дизайн для кращого сприйняття інформації, але не виходячи за межі дизайнерського коду, тобто шрифтів, кольорів, сітку можна редагувати, але краще сильно з цим не гратись [11].

Будова макету для дизайну сторінок включає кілька ключових елементів, кожен з яких відіграє важливу роль у створенні цілісного і привабливого вигляду. Титульна сторінка є найважливішим аспектом макету, оскільки саме вона приваблює потенційних читачів. Зазвичай на ній розміщуються назва журналу,

дата випуску, основні заголовки та яскраві зображення або графіка. Її дизайн має бути візуально привабливим і змістовним, щоб одразу привернути увагу (рис.1.10). Розділ змісту містить огляд вмісту багатосторінкового видання, зазвичай із номерами сторінок і короткими описами. Він створений для легкої навігації, що дозволяє читачам швидко знаходити потрібну інформацію. Тематичні статті є основним контентом журналу. Вони часто виділені унікальними макетами, більшими зображеннями та чіткою типографікою, що допомагає відрізнити їх від звичайного вмісту. Ці статті зазвичай розкривають основні теми випуску та привертають особливу увагу читачів.



Рисунок 1.10 - Приклад балансування шрифтових композицій

Відділи та розділи включають постійні статті або колонки, які з'являються в кожному випуску, такі як редакційні статті, листи до редактора та періодичні колонки. Кожен з цих розділів має узгоджений стиль оформлення, що сприяє впізнаваності та зручності читання. Реклама є важливою частиною дизайну журналу, яка потребує балансу між редакційним вмістом і рекламним простором.

аудиторії, встановлення цілей і планування контенту. На цьому етапі визначають кількість сторінок, розділів і загальну тему видання. Важливо також розробити концепцію дизайну, зокрема обрати стиль оформлення та джерела натхнення. Це створює основу для візуальної частини макету.

Наступним кроком є створення базової структури макету. Це може бути виконано за допомогою лінійної модульної сітки або використанням простих геометричних фігур. На цьому етапі створюються ескізи або цифрові контури, які показують розміщення основних елементів на кожній сторінці. Важливо пам'ятати, що макет може змінюватись у процесі дизайну. Етап дизайну і макету передбачає використання спеціалізованого програмного забезпечення, такого як Adobe InDesign або QuarkXPress, для створення фактичного макету. Це включає розміщення тексту, зображень та інших елементів відповідно до розробленої системи та сітки. На цьому етапі створюється остаточний вигляд сторінок.

Структурований макет допомагає логічно організувати вміст (рис.1.12), полегшуючи читачам навігацію журналом. Узгоджені елементи дизайну підсилюють фірмову ідентичність макету та роблять його впізнаваним для читачів. Важливим аспектом є те, що кожен дизайн має свій початок і черпає натхнення з різних джерел, що додає унікальності кожному проекту.



Рисунок 1.12 - Приклад візуальної гармонії

Редагування та перевірка є важливим етапом, який включає перевірку макета на точність, послідовність і візуальну привабливість. Потрібно перевірити текст, якість зображень та правильне вирівнювання всіх елементів дизайну. Це один із завершальних етапів, який забезпечує, що макет виглядає професійно і естетично привабливо. Після схвалення дизайну його готують до друку або цифрової публікації. Це включає перетворення файлів у відповідні формати, забезпечення готовності кольорів, шрифтів і зображень до друку. Файли можуть зберігатися у відповідних форматах, а ПДФ файли стискаються відповідно до вимог інтернет-середовища, в якому буде опубліковано даний макет. Процес проектування макету має кілька важливих переваг. Добре продуманий макет журналу або іншого багатосторінкового видання приваблює та утримує читачів завдяки своєму візуально привабливому формату. Ефективне використання типографіки та пробілу покращує читабельність і робить зміст більш доступним та повітряним, відповідно до принципів швейцарської типографіки (рис.1.13).



Рисунок 1.13 - Обкладинка RoadMap по розвитку вівчарства

Підсумовуючи, макет журнального типу в дизайні - це унікальний і ефективний підхід до організації контенту. Він поєднує в собі різноманітні візуальні та текстові елементи для створення публікації, яка є водночас привабливою та легкою для сприйняття. Основна мета такого макету - забезпечити гармонійне поєднання типографіки, зображень, кольорів та модульних сіток, що сприяє покращенню читабельності та візуальної привабливості матеріалу.

Типографіка відіграє важливу роль у створенні динамічного і структурованого вигляду. Використання різних шрифтів, розмірів та стилів тексту допомагає не лише покращити читабельність, але й виділити ключові елементи контенту, роблячи їх більш помітними для читача. Зображення, у свою чергу, додають контексту та емоційного забарвлення тексту, роблячи його більш

зрозумілим і цікавим для аудиторії. Якісні фотографії та ілюстрації не лише прикрашають сторінки, але й допомагають краще передати інформацію та привернути увагу читача.

Кольори також відіграють значну роль у створенні єдиного стилю публікації. Гармонійна кольорова палітра допомагає виділити важливу інформацію, створити контраст і направити увагу читача на певні частини сторінки. Використання кольорів додає візуальної привабливості і робить контент більш виразним.

Модульні сітки дозволяють структурувати контент у зручний і логічний спосіб. Вони допомагають читачам легко орієнтуватися на сторінках, знаходити потрібну інформацію та сприймати матеріал у зручному темпі. Завдяки модульним сіткам кожен елемент контенту має своє місце і функцію, що сприяє створенню гармонійної та привабливої публікації.

Поєднання цих елементів робить макет журнального типу не лише візуально привабливим, але й зручним для навігації. Такий підхід дозволяє ефективно передати суть змісту, будь то фотографії, інфографіка, графіки чи текст. Макет гарантує, що кожен елемент на сторінці сприяє загальній концепції та стилю, утримує увагу читача і забезпечує приємний досвід читання.

2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку (минулих та сучасних)

Опираючись на вище переглянуті макети які використовувались для дизайну різних типів дорожніх карт, та варіанти макетів які можна застосувати для дизайну певної поліграфічної продукції, було проведено дослідження еволюцій розвитку двох поширених варіантів верстки, а саме журнальної, та верстки типу колонок, в середньому від 1 до 4 колонок на сторінку, усе індивідуально залежить від розміру, формату макету, та уяви дизайнера. Також використання нестандартних сіток, для використання цікавих ідей зі шрифтами

(рис.2.1)



Рисунок 2.1 - Макет обкладинки журналу з використанням типографіки

Першопочатково даний тип робіт було розбито на стратегію, план:

1. Ретроспектива журнальної верстки у світі, та часовому проміжку.
2. Ретроспектива модульних сіток, та колоночної верстки, дослідження часового розвитку та технічного.
3. Пошуки аналогів, наведення історичних прикладів, референси.
4. Висновки.

Дизайн різних журнальних макетів зазнав значних змін під впливом історичних та технологічних процесів з моменту свого створення, відображаючи технологічний прогрес, культурні зміни та еволюцію естетичних уподобань. Цей процес еволюції є надзвичайно цікавим і вартий детального вивчення, адже він показує, як соціальні та технологічні фактори впливають на візуальне мистецтво і сприйняття інформації. Відповідно до певного часо проміжку перші журнальні макети були дуже простими, використовувалися ручні друкарські

машини, тому основним завданням було просто передати текстову інформацію, візуальна складова практично не мала значення, оскільки процес друкування був дорогим і трудомістким (рис.2.2). Основна увага приділялася шрифтам та їх читабельності, а також розташуванню тексту на сторінці. Зображення, якщо вони були, здебільшого обмежувалися простими ілюстраціями або гравюрами.

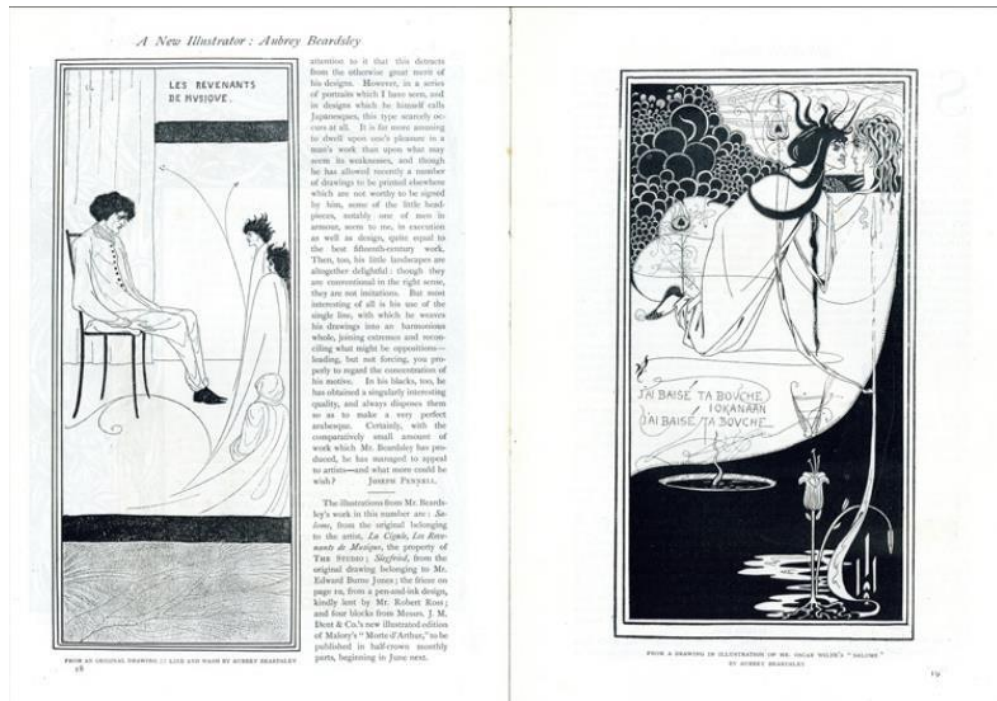


Рисунок 2.2 - Ілюстрований журнал образотворчого та прикладного мистецтва, том 1, № 1, квітень 1893 р., стор.18-19

Перші журнали з'явилися у 17 столітті в Європі. Вони були невеликими за форматом і нагадували брошури, з обмеженим використанням графічних елементів. Основна увага приділялася тексту, а ілюстрації були рідкістю і використовувалися переважно для освітніх цілей. Перші макети були суворими, з акцентом на функціональність. У 18 столітті розвиток друкарських технологій дозволив значно покращити якість друку, що сприяло більшому використанню ілюстрацій. Зокрема, журнали почали використовувати гравюри, які додавали візуальної привабливості та допомагали в передачі складних ідей. Однак, дизайн залишався досить простим, з чітким розділенням тексту і зображень.

Серед перших журналів можу виділити декілька, які послуговували фундаментом для розвитку журнальної верстки у дизайні:

«The Gentleman's Magazine» (1731) - Його часто вважають першим сучасним журналом, який випускав у Лондоні Едвард Кейв під псевдонімом «Сільванус Урбан» [12].

«The Tatler» (1709) - Заснований Річардом Стіл, це був один із найперших прикладів періодичного видання, яке поєднувало новини з есе та коментарями про сучасне суспільство[13].

«Глядач» (1711) - Заснований Джозефом Аддісоном і Річардом Стілом, цей журнал зосереджувався на літературних і філософських питаннях, відповідно робило його не аби яким унікальним у тому історичному проміжку (рис.2.3)[14].



Рисунок 2.3 - The Spectator 7 червня 1711 року

«Навчальні місячні розмови» (1663) - Видавався Йоганном Рістом у Німеччині, він вважається одним із найперших літературних журналів у цілому світі [15].

Початок 19 століття, перші друковані видання, розвиток ілюстрації, та друк кольором цей час став важливим періодом в історії дизайну журналів. Разом з розвитком технологій, паралельно розвивався дизайн, різноманітні видання для того щоб збільшити зацікавленість публіки почали періодичні видання з кольоровими ілюстраціями, а потім це переросло у повноцінний кольоровий

журнал. Це привернуло більшу кількість читачів і зробило журнали популярнішими. Візуальні елементи почали відігравати ключову роль у дизайні, та навігації, існує безліч прикладів візуальної навігації як нас оточують. А макети стали більш складними і привабливими, таким чином першими ілюстрованими журналами стали такі як такі як "Harper's Weekly" та "The Illustrated London News" (рис.2.4).

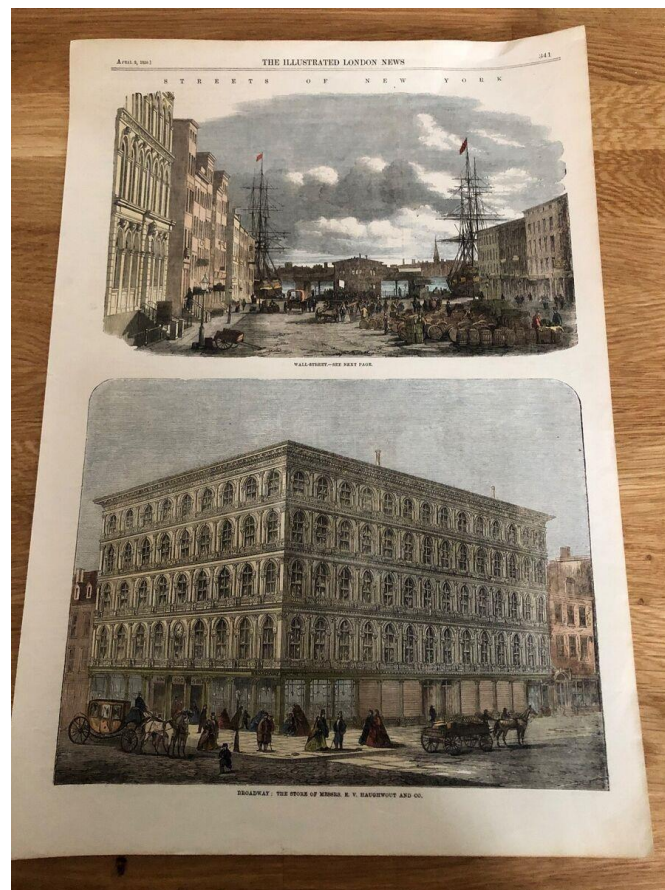


Рисунок 2.4 - The Illustrated London News 1859 року. вулиці Нью-Йорка

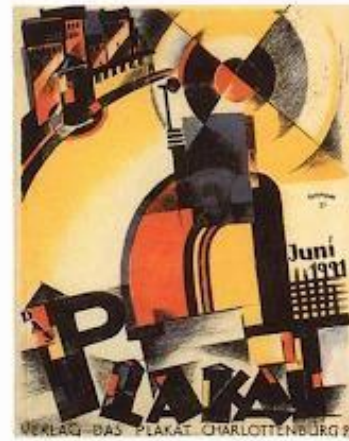
Вони поєднували тексти і візуальні елементи, створюючи новий формат видань, де ілюстрації і фотографії відігравали важливу роль у розповіді. Дизайн макетів ставав дедалі витонченішим, з більш досконалим розташуванням тексту і зображень [16].

Наступним етап, який залишив відбиток в історії розвитку дизайну це початок 20 століття: Арт-деко і Модернізм у графічному дизайні - це стильовий напрям, який розвинувся у першій половині 20 століття, відмовляючись від

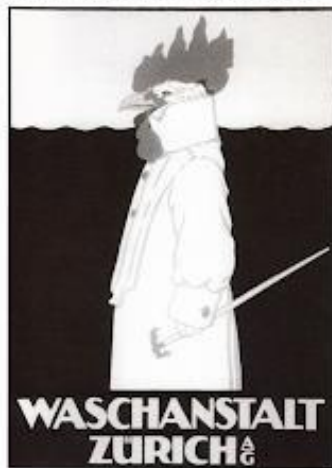
декоративних елементів попередніх епох і зосереджуючись на простоті, функціональності та інноваціях (рис.2.5). Цей підхід до дизайну вплинув на розвиток реклами, друкованих видань, плакатів та типографіки, залишивши помітний слід у сучасному графічному дизайні.



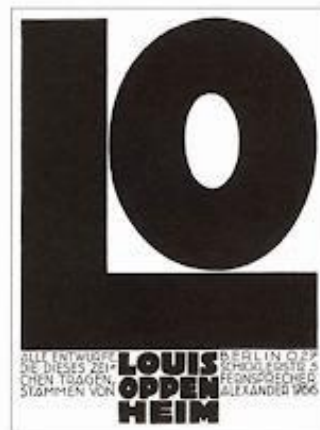
Леона Трелер. Плакат «Сабаринг» (обкладинка журналу «Сабаринг»). 1913. Губернатор і графічний дизайнер Віллі Даманска, Мюнхен, Німеччина



Вальтер Шнакенберг. Обложка журналу «Плакат», 1921



Рудольф Штайнер. Плакат «Ванна» (плакат) в Цюриху, 1905. Музей графічного мистецтва, Цюрих



Луїс Оппенгейм. Самореклама из журналу «Плакат», 1919

Рисунок 2.5 - Приклад раннього модернізму у графічному дизайні
 Арт-деко, стиль, що зародився в 1920-х і досяг піку популярності у 1930-х роках, мав значний вплив на графічний дизайн. Він вирізнявся своєю елегантністю, геометричністю та розкішшю, відображаючи дух епохи, яка прагнула до модернізації та гламурного життя після Першої світової війни. Основні характеристики арт-деко в графічному дизайні включають кілька ключових елементів. Геометричні форми є основою цього стилю.

Використовувалися чіткі, часто симетричні геометричні форми, такі як зигзаги, трикутники, кола та квадрати, що створювали витончені та складні візерунки.

Яскраві кольори та контрасти були також невід'ємною частиною арт-деко. Насичені кольори, такі як золотий, срібний, чорний, червоний та синій, створювали драматичний ефект завдяки контрастним поєднанням.

Елегантність та розкіш арт-деко виявлялися через використання дорогих на вигляд матеріалів та текстур, як-от золото, срібло та лак. Часто зображувалися розкішні сцени, гламурні персонажі та екзотичні тварини. Типографіка в артдеко також мала свої особливості: шрифти з геометричними елементами, часто витончені та декоративні, акцентували на вертикальних лініях та симетрії. Вплив різних культур, зокрема античних цивілізацій, таких як Єгипет, Греція та Рим, також був характерний для цього стилю. Використовувалися екзотичні мотиви та орнаменти, що додавали дизайнам особливого шарму.

Арт-деко втілювався в різних аспектах графічного дизайну. Плакати та афіші часто використовувалися для реклами подій, таких як джазові концерти, театральні вистави та кінопрем'єри. Роботи Кассандра (А. М. Cassandre), наприклад, включали рекламні плакати для залізниць та лайнерів. Книжкові обкладинки в стилі арт-деко мали витончені дизайни з використанням геометричних візерунків та декоративних шрифтів, як-от обкладинки книг Агати Крісті та інших авторів 1920-30-х років. Рекламна графіка в арт-деко стилі відображала гламур та вишуканість через елегантні та розкішні зображення товарів, часто рекламуючи парфуми, автомобілі та модний одяг. Типографічний дизайн використовував декоративні шрифти з геометричними та симетричними елементами, такі як Broadway та Vifur.

Періодичні видання та журнали, такі як Vogue і Harper's Bazaar, також використовували арт-деко (рис.2.6). Вони мали розкішні обкладинки та макети сторінок з яскравими кольорами, складними візерунками та декоративними елементами. Таким чином, арт-деко вніс значний вклад у розвиток графічного

дизайну, вплинувши на різні його аспекти та створивши унікальний стиль, який і сьогодні захоплює своєю елегантністю та розкішшю [17].

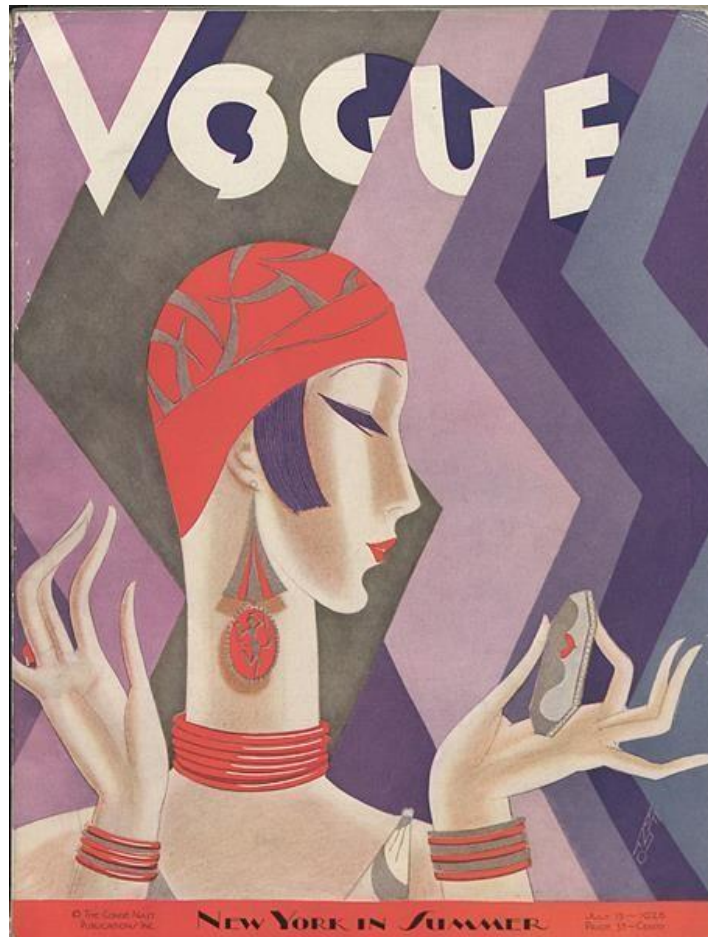


Рисунок 2.6 - Обкладинка журналу Vogue у стилі Арт-Деко 20 століття

Середина 20 століття ознаменувалася появою стилю поп-арт, який приніс нові підходи до дизайну журналів. Це був час яскравих кольорів, комерційної графіки та впливу масової культури. Журнали, такі як "Rolling Stone" та "Esquire", стали відомими своїм сміливим дизайном та використанням поп-арт естетики. Попарт, який виник у 1950-х і досяг піку популярності в 1960-х роках, значно вплинув на журнальний дизайн, приносячи яскраві кольори, сміливі форми та відображення масової культури на сторінки видань. Цей стиль став невід'ємною частиною культурного ландшафту, що відображалось і в журналах [18].

Поп-арт був відповіддю на абстрактний експресіонізм і зосереджувався на зображеннях, взятих з масової культури, таких як комікси, реклами та повсякденні об'єкти (рис.2.7). Одним із головних художників цього напрямку був Енді Воргол, відомий своїми роботами, що використовували техніку шовкографії. Поп-арт приніс на сторінки журналів яскраві, насичені кольори, що відрізнялися від більш приглушених тонів попередніх стилів. Використання образів із реклами, коміксів та популярної культури стало характерною рисою поп-арту. Наприклад, обкладинки журналів могли включати зображення консервних банок, пляшок з-під кока-коли або відомих зірок кіно.



Рисунок 2.7 - 3 Days of Peace & Music - Woodstock (lg format - hand signed), 1969
Техніка шовкографії дозволяла створювати яскраві та повторювані зображення,

що стало популярним у дизайні обкладинок та внутрішніх сторінок. Журнали, такі як "Rolling Stone" та "Esquire," активно використовували естетику поп-арту, зображаючи музикантів, акторів та інших знаменитостей у стилі, що був близьким та зрозумілим широкій аудиторії. Відповідно, дані історичні факти роблять стиль поп-арт одним з найпросунутіших у своєму часовому проміжку, у середині 20 століття. Поп-арт досі має безліч поціновувачів, які готові віддавати великі гроші задля хорошого журналу, зберігаючи тим самим його вплив і значущість у сучасному дизайні [19].

У свою чергу постмодернізм, який набув популярності трішки пізніше а точніше в 1970-х роках, приніс з собою еkleктизм і змішування різних стилів. Дизайнери почали активно експериментувати з макетами, поєднуючи різні шрифти, кольори та елементи дизайну. Це призвело до появи унікальних і креативних макетів, які виділялися на фоні інших видань (рис.2.8).

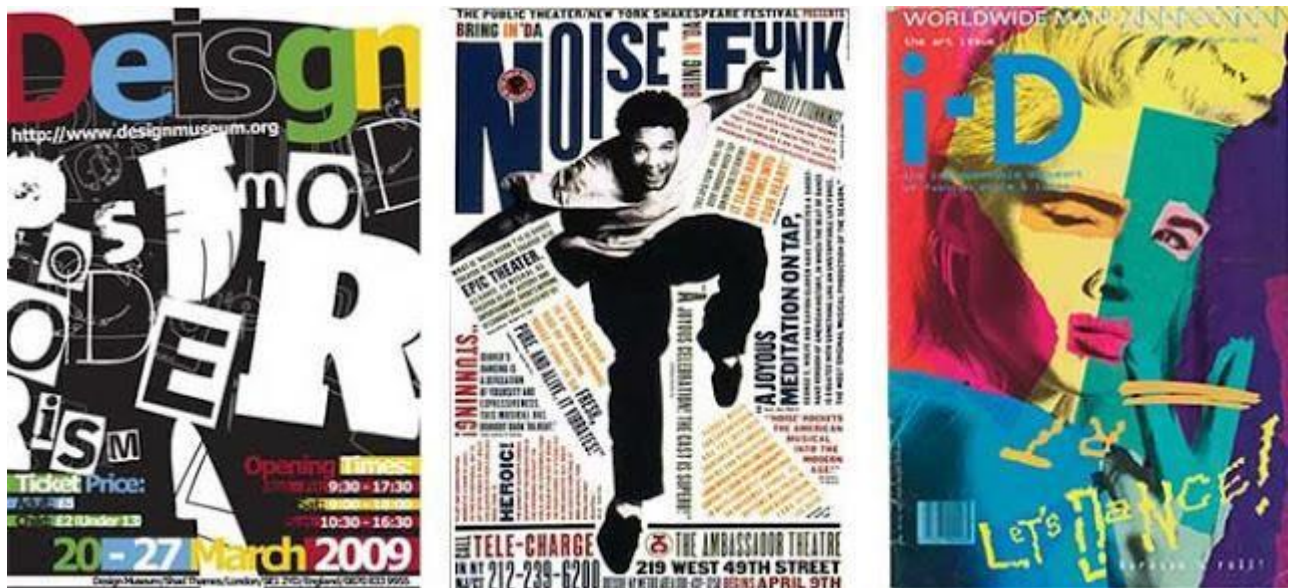


Рисунок 2.8 - Графічний дизайн у прояві стилю «постмодернізм»

Частково свої нариси дизайну майбутнього макету можу прирівняти до даного стилю, постмодернізму, відповідно до цього макет набуває унікальних властивостей, стає таким собі салатом у світі дизайну, який не боїться поєднувати різні аспекти у макеті дизайну.

Детальніше проаналізувавши можна допустити що поява такого стилю як постмодернізм це «алергічна» реакція дизайнерів на такий стиль як модернізм, який сам по собі був строгим, та більш агітаційним, а історично склалось так, що саме у цей проміжок часу демократія у світі все більше та більше набирала у популярності. Відповідно дизайн не заставив себе довго чекати. Також варто взяти до уваги що постмодернізм значно вплинув на графічний дизайн, зокрема журнальний дизайн, 1960-х років і далі. Він відкидав функціональність та мінімалізм модернізму на користь еkleктизму, іронії та гри з формою і змістом. Ось детальніший погляд на те, як постмодернізм змінив графічний дизайн, та досі може бути актуальним навіть у динамічному 21-му столітті.

На кінець 20 століття припадає комп'ютерна революція. З появою комп'ютерів у 1980-х роках дизайн макетів зазнав значних змін. Комп'ютери дозволили дизайнерам експериментувати з макетами та швидко вносити зміни, що сприяло появі нових авангардних стилів. Це також сприяло розвитку швидкому розвитку графічного дизайну, який об'єднав новаторські ідеї з можливостями комп'ютерних технологій. Разом з цим почали активно впроваджувати новітнє комп'ютерне ПО, що дозволяло працювати у більш комфортних умовах, та не боятись зробити якусь помилку.

Відповідно дані події стали чудовим ґрунтом для розробників які хотіли дати майбутнє для графічного дизайну саме у нових технологіях, у комп'ютерній ері, яка активно просувалась у ті часи. Саме в ті часи появились перші розробки програмного забезпечення від Adobe Systems Incorporated яка була заснована в грудні 1982 року Джоном Варноком і Чарльзом Гешке. Назва компанії походить від Adobe Creek, потічка, який протікав за будинком Варнока в Лос-Алтосі, Каліфорнія (рис.2.9) [20].



Рисунок 2.9 - Пакет програм від Adobe

У сучасну еру цифрові технології значно вплинули на дизайн журналів. Веб-дизайн журналів запозичив багато принципів з друкованих журналів, включаючи використання сіток для створення гармонійних макетів. Сучасні журнали часто інтерактивні, з можливістю включення мультимедійного контенту, що створює новий рівень взаємодії з читачами (рис.2.10).

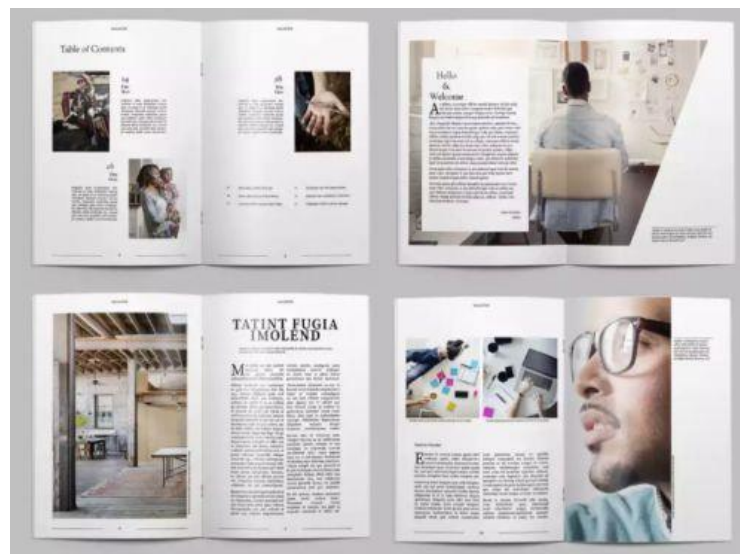


Рисунок 2.10 - Сучасний дизайн макету журналу

Серед основних принципів сучасного дизайну макетів журналів можна виділити декілька класичних але найважливіших. Сучасний дизайн макетів

журналів враховує кілька ключових елементів одна з яких це типографія. Вибір шрифтів, що підходять для цільової аудиторії та тематики журналу, є критично важливим. Правильний вибір шрифтів допомагає створити візуальну ієрархію та направити увагу читача (рис.2.11).



Рисунок 2.11 - Шрифти в сучасному дизайні макетів журналу

Використання білого простору покращує читабельність і дозволяє важливим елементам виділятися (рис.2.12).

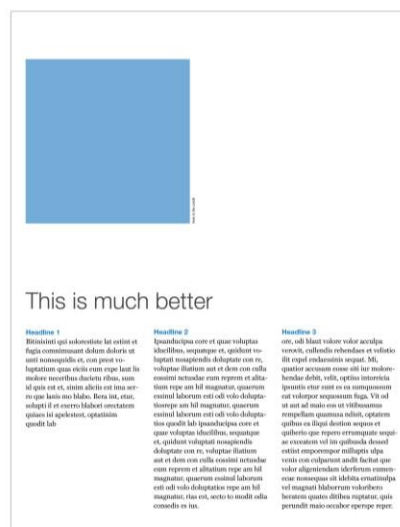


Рисунок 2.12 - Візуальний приклад використання білого простору у дизайні. Візуальні елементи, а саме високоякісні зображення та графіка додають життя та динаміки до макету. Важливо, щоб візуальні елементи відповідали змісту і посилювали загальне враження від журналу (рис.2.13).

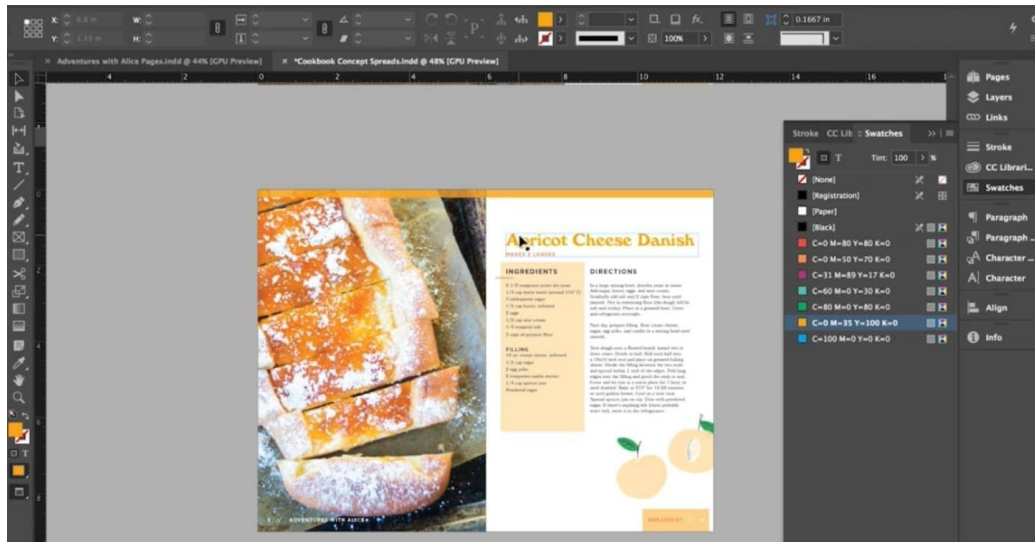


Рисунок 2.13 - Приклад візуальної комунікації через зображення та графіку

Добре підібрана колірна схема допомагає створити емоційний зв'язок з читачем і об'єднати весь дизайн у єдине ціле (рис.2.14).



Рисунок 2.14 - Колір як емоційний вплив на користувача

Таким чином, дизайн макетів журналів пройшов довгий шлях розвитку, від перших друкованих видань до сучасних інтерактивних цифрових журналів, адаптуючись до змін у технологіях та культурі [21].

2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, які працювали над подібною темою

Вплив різноманітних художників-графіків, дизайнерів, на розвиток прикладного мистецтва, та дизайн, який еволюціонував з першого дизайнерського видання, а саме з Біблії, яка була доволі простою у верстці, та без ілюстрацій, до сучасних дизайнів, які все більше стають інтерактивними. Проте варто зазначити що у кожний історичний період дизайни відповідали певному емоційному змісту населення того часу, відповідно як приклад можу навести емоційний стан люди після 2-гої світової війни, дизайни були відповідні (рис.2.15).



Рисунок 2.15 - Адаптація обкладинки 2-гої світової війни

За основу було обрано 3-х дизайнерів, 21 століття, які стали доволі відомими у світі, та працювали з багатьма продуктами у сфері дизайні. Кожний з них може похвалитись великими досягненнями у світі дизайну, як приклад можна навести умовний приклад: від простого дизайну коробки сірників, до світових обкладинок журналів. Також майже всі практикуючі дизайнери являються кандидатами наук у своїй професії, та викладають у світових університетах, передаючи свої знання новому поколінню, якби могло здатись дивним, вони змогли прибрати всі можливі вікові бар'єри у розриві між поколіннями.

Розпочну огляд з першого відомого дизайнера Девіда Карсона який народився 8 вересня 1955 року в Корпус-Крісті, Техас, є впливовим американським графічним дизайнером і арт-директором. Він найбільш відомий своїми інноваційними та нетрадиційними дизайнами макетів журналів, які зробили революцію в індустрії графічного дизайну (рис.2.16).



Рисунок 2.16 - Одні з перших професійних обкладинок для журналу, Девіда Керсона.

На початку свого життєвого шляху Карсон отримав ступінь бакалавра соціології в Державному університеті Сан-Дієго. А потім дещо випадково, я взяв двотижневий літній семінар в Університеті Арізони - про те, що називається

«графічний дизайн». це змінило все. До того я навіть не знав терміну графічний дизайн. Чудовий інструктор і добрий друг донині Джексон Боелтс - допоміг мені зробити перші кроки в цій фантастичній подорожі - такої, яку я ніколи не міг уявити. Цитуючи слова самого дизайнера: «Я відчуваю себе найщасливішим дизайнером на планеті. в результаті цього вибору кар'єри, ну справді, пристрасть, у мене не було вибору, коли я це виявив! Понад двадцять п'ять років потому я відвідав і читав лекції по всьому світу, мав численні виставки, читав книги та отримував видатні нагороди, і все тому, що я знайшов те, що мене захопило, і продовжував це робити, не озираючись назад. Я знайшов те, що ніколи не здавалося роботою. Я завжди казав, що заробляю на життя своїм хобі».

Професійна кар'єра Карсона піднялася в 1984 році, коли він став артдиректором журналу Transworld Skateboarding. Тут він розвинув свій фірмовий стиль, що характеризується «брудним» шрифтом і нетрадиційними техніками фотографії (рис.2.17). Його робота переосмислила естетику культури скейтбордингу та дизайну журналів, встановивши новий стандарт у цій галузі.

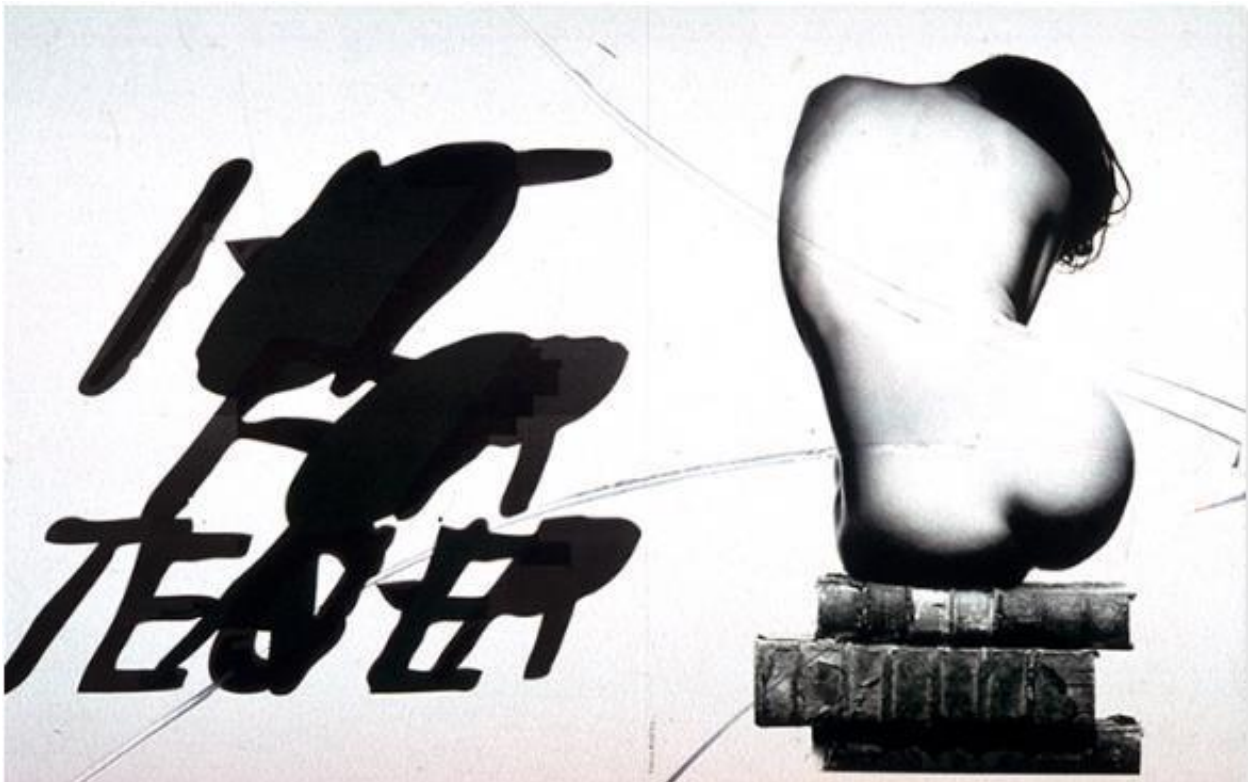


Рисунок 2.17 - rock and roll

У 1989 році Карсон перейшов до журналу *Beach Culture* як арт-директор. Незважаючи на те, що ця робота була недовгою, вона мала великий вплив, принісши йому понад 100 нагород за дизайн. Його новаторська робота в *Beach Culture* привернула увагу Марвіна Скотта Джаретта, який найняв його для журналу *Ray Gun* у 1992 році. У *Ray Gun* радикальний і експериментальний підхід Карсона до типографіки та макету, включаючи сумнозвісне використання шрифту *Dingbat* для цілого інтерв'ю, значно збільшив тираж журналу та зміцнив свою репутацію дизайнера.

Внесок Карсона в графічний дизайн отримав широке визнання. Він отримав численні нагороди, зокрема медаль AIGA у 2014 році. Він також опублікував кілька книг, таких як «*The End of Print: The Graphic Design of David Carson*» (1995) і «*Trek: David Carson, Recent Werk*» (2003).), які демонструють його інноваційну філософію дизайну та роботу.

Невілл Бруді, народився 23 квітня 1957 року в Саутгейті, Лондон, є відомим британським графічним дизайнером, типографом і арт-директором. Його відзначають за новаторську роботу в журнальному дизайні, особливо під час його роботи в журналах *The Face* і *Arena* (рис.2.18) [22].

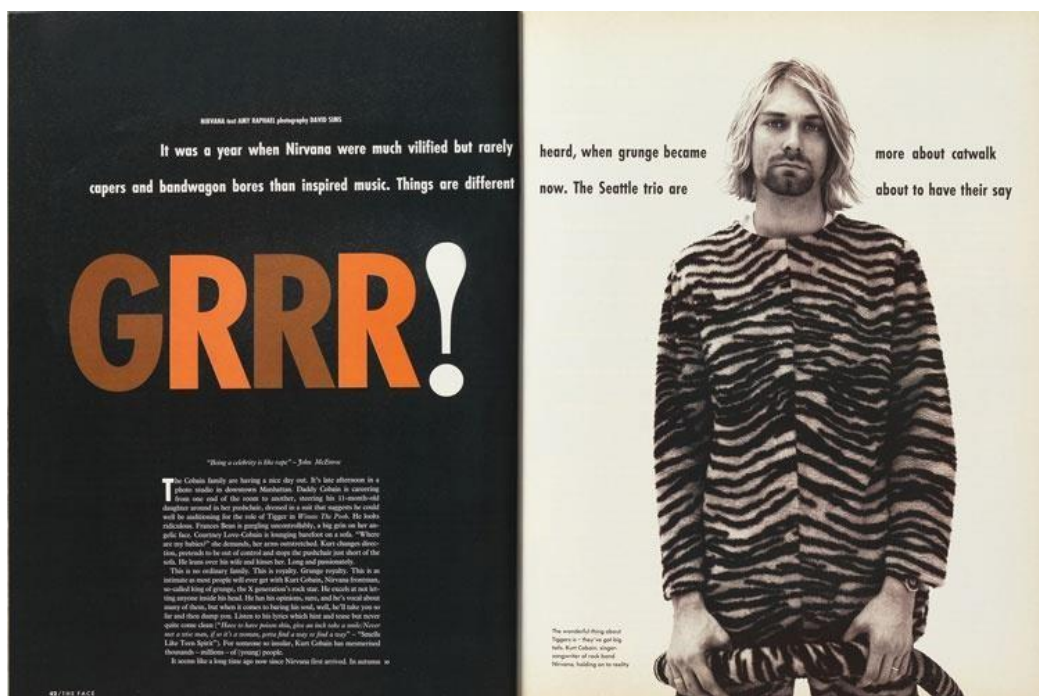


Рисунок 2.18 - Нік Logan/The Face Archive «Гррр!», т. 2, № 60

Бруді навчався в Лондонському коледжі поліграфії, де його ранні експерименти з обкладинками панк-рок альбомів і постерами заклали основу його характерного стилю. Його серйозна кар'єра в журнальному дизайні почалася в 1981 році, коли він став арт-директором The Face. Бруді запровадив нове інноваційне використання типографіки та сміливе використання динамічних макетів, саме ці дії дали нове життя дизайну журналів, зробивши його основоположним виданням у 1980-х роках і вплинувши на покоління дизайнерів. У 1987 році Бруді перейшов до журналу Arena, де продовжував розширювати межі журнального дизайну своїм авангардним підходом. Його робота в Arena ще більше зміцнила його репутацію як провідної фігури у світі графічного дизайну (рис.2.19) [23].



Рисунок 2.19 - Нік Logan/The Face Archive (нижче) «Робоча етика», № 23

Вплив Бруді поширюється за межі дизайну журналу на ширші сфери типографіки та брендингу. Він заснував Research Studios (нині Brody Associates) у 1987 році, через яку працював із великими клієнтами, такими як Nike, CocaCola

та BBC. Він також розробив численні гарнітури, зокрема Industria, Blur і FF Gothic, які високо цінуються в дизайнерській спільноті. Роботи Броуді виставлялися у великих музеях і галереях по всьому світу, і він отримав численні нагороди та відзнаки за свій внесок у графічний дизайн(рис.2.20) [24].



Рисунок 2.20 - Дослідницька студія Невіла Броуді

Штефан Загмайстер, народився 6 серпня 1962 року в Брегенці, Австрія, є видатним графічним дизайнером і типографом, відомим своїми провокаційними та нетрадиційними дизайнами як у друкованій, так і в цифровій сферах.

Загмайстер вивчав графічний дизайн в Університеті прикладних мистецтв у Відні, а потім в Інституті Пратта в Нью-Йорку. У 1993 році він заснував компанію Sagmeister Inc. у Нью-Йорку, яка згодом стала Sagmeister & Walsh разом із партнером Джесікою Волш у 2012 році.

Підхід Загмайстера до дизайну журналу характеризується сміливістю та експериментальним характером. Він працював над різними редакційними проектами, включно з художнім керівництвом музичного журналу Ray Gun

(рис.2.21), де він пішов стопами Девіда Карсона. Роботи Загмайстера часто містять елементи ручної роботи та типографічні експерименти, які кидають виклик звичайним нормам дизайну.

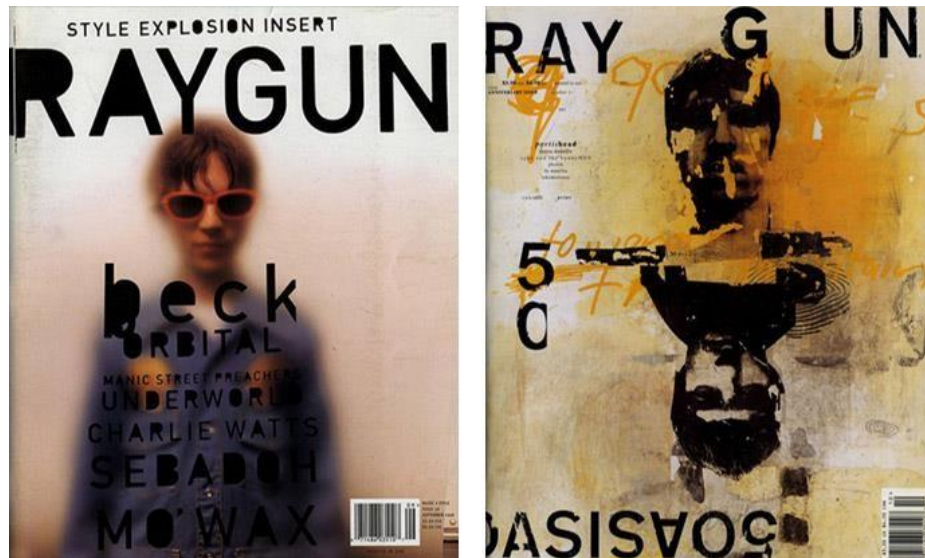


Рисунок 2. 12- Журнали Ray Gun

Загмайстер отримав численні нагороди за свою роботу, у тому числі дві нагороди «Греммі» за найкращу коробкову упаковку або спеціальну обмежену серію. Його проекти були представлені на великих виставках по всьому світу, і він видав кілька книг, таких як «Sagmeister: Made You Look» (2001) і «Beauty» (2018) (рис.2.13). Його виступи на TED про дизайн і щастя також отримали широке визнання, підкреслюючи його філософію про те, що хороший дизайн може покращити якість життя [25].



Рисунок 2.13 - «Sagmeister: Made You Look» (2001)

Підсумовуючи, Девід Карсон, Невілл Броуді та Стефан Загмейстер зробили значний внесок у сферу журнального дизайну. Їхні інноваційні підходи та унікальні стилі не лише сформували естетику сучасних журналів, але й вплинули на ширший спектр дизайнерських практик у різних медіа.

Девід Карсон відомий своїм радикальним підходом до типографіки та макетів. Його робота для журналів, таких як Ray Gun, вирізнялася експериментальними і часто хаотичними дизайнами, що порушували традиційні правила графічного дизайну. Карсон сміливо використовував асиметрію, нестандартні шрифти та нестандартне розміщення тексту, що надавало його роботам динамічності та унікальності.

Невілл Броуді став відомим завдяки своїй роботі в журналах The Face та Arena. Його стиль вирізнявся використанням сміливих шрифтів, геометричних форм та контрастних кольорів. Броуді вдалося створити візуальний стиль, який був одночасно сучасним і футуристичним, що зробило його роботи впливовими не лише в журнальному дизайні, але й у багатьох інших сферах графічного дизайну.

Стефан Загмейстер, відомий своїм непередбачуваним і креативним підходом, також значно вплинув на журнальний дизайн. Він відрізняється своєю здатністю поєднувати візуальне мистецтво з глибокими концептуальними ідеями.

Його роботи часто включають експериментальні техніки, такі як ручне створення типографіки, що додає його дизайнам унікального та персоналізованого вигляду.

Разом ці троє дизайнерів не лише змінили обличчя сучасних журналів, але й вплинули на розвиток графічного дизайну в цілому. Їхні інноваційні ідеї та підходи продовжують надихати нові покоління дизайнерів у всьому світі, забезпечуючи їхню спадщину у сфері графічного дизайну.

3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування

Після ретельно проведеного аналізу було розпочато роботу над створенням перших візуальних нарисів майбутніх макетів, для дорожньої карти. Загалом на початку роботи проводилось дослідження цільової групи елементів, до яких повинен був візуально прив'язуватись створений мною макет, точніше кажучи візуальну складову, та проведення аналізу відповідних аналогів, та безпосередньо аналіз каталогу «Крафтовиків» та графічний розбір логотипу Дністер 1362. Саме ці елементи слугували фундаментом для створення дизайнерського макету дорожньої карти. Перевагу у дизайні було обрано віддавати стриманому стилю, точніше кажучи «корпоративному дизайну» або «сучасному мінімалістичному» стилю (рис.3.1).



Рисунок 3.1 - Приклад сучасного мінімалізму

Даний стиль має ряд переваг для дизайну документів такого формату, насамперед це:

1. Чистий і професійний вигляд: Макет має чистий та професійний вигляд завдяки використанню великого простору між елементами, чітких ліній та структурованого розташування тексту та графіки.
2. Стримана кольорова гамма: Використано обмежену кольорову палітру, переважно синій та зелений кольори, що асоціюються з надійністю та природою відповідно.
3. Інформативні графічні елементи: Використано інфографіку та іконки для надання інформації в більш візуально зрозумілому форматі.
4. Логотипи та брендування: На макеті присутні логотипи організацій, що додає офіційності та підкреслює партнерство.

Також варто зазначити певні переваги даного стилю, у візуальній характеристиці, а не тільки у технічно-правовій стороні дизайну.

Візуальна частина документу виконана в стилі, який можна описати як сучасний мінімалізм, відповідно до описаної інформації вище. В даному блоці опишу короткі проте важливі візуальні характеристики цього стилю, ще зазначу, цей стиль несе у собі певний баланс, між візуальною частиною та професійною. Ось ключові елементи цього стилю. Колірна палітра: використання синього кольору для заголовків та акцентів створює професійний та довірчий вигляд, а світло-блакитний фон допомагає розділити інформаційні блоки, роблячи текст легшим для сприйняття. Контраст між синім заголовком та білим текстом допомагає привернути увагу до важливої інформації. Типографіка: використання простих і читабельних шрифтів для основного тексту та заголовків, а також великий розмір заголовків та підзаголовків допомагає структурувати інформацію. Виділення ключових точок жирним шрифтом робить їх більш помітними. Розташування елементів: інформація представлена у вигляді списків з маркерами, що полегшує її сприйняття, а горизонтальні лінії та відступи використовуються для розділення різних секцій документа, що сприяє його читабельності. Зображення: використання фотографій високої якості, які ілюструють різні аспекти сільського господарства, причому зображення розташовані так, щоб підтримувати текстовий контент і додавати йому візуальної привабливості. Круглі рамки навколо зображень додають м'якості та сучасності, відрізняючись від стандартних прямокутних форм. Простір та баланс: значний обсяг білого простору навколо тексту та зображень дозволяє уникнути перенасичення та створює легкість у сприйнятті інформації, а рівномірний розподіл текстових і візуальних елементів забезпечує візуальний баланс і естетичну привабливість. Загальний стиль: поєднання всіх вищезазначених елементів відображає сучасний мінімалістичний стиль, який акцентує увагу на функціональності, простоті та ефективності комунікації. Цей підхід допомагає зробити документ не лише інформативним, а й візуально привабливим, що

сприяє кращому розумінню та запам'ятовуванню представленої інформації (рис.3.2).



Рисунок 3.2 - Приклад використання вище описаних переваг даного стилю

Велику увагу хочу зосередити ще на незначних але все ж таки вагомих моментах, які додають тільки хороший відгук до обраного напрямку дизайну макету дорожньої карти. Це максимальне використання всі дизайнерських інструментів та можливостей, саме обраний стиль «сучасний мінімалізм» дає можливість створити хороший інформаційний документ, серед цих фактів можна виділити ряд ключових, та саме тих які створюють імідж даному документу, виділяючи його серед потенційних конкурентів, та саме через візуальну складову дорожньої карти з використанням стилю «сучасний мінімалізм» можна буде будувати хороші, дружні відносини з потенційними клієнтами, громадськими організаціями, органами влади, та місцевим самоврядуванням, простіше кажучи, з усіма кому буде цікава дана стратегія, а візуальна складова безпосередньо створює не аби який інтерес у зацікавлених сторін.

Переваги сучасного мінімалізму, одна з яких інформативна, а саме документ містить велику кількість конкретних фактів та даних, у своїй галузі, надаючи 70% відповідей візуальною частиною. Це допомагає читачам отримати чітке уявлення про цілі стратегії дорожньої карти. Інформація представлена у формі списків з маркерами, що робить її легкою для сприйняття. Переконливий стиль не тільки надає інформацію, але й намагається переконати читача в важливості стратегії. Він акцентує увагу на позитивних змінах. Візуальні елементи – макету, візуальні елементи, такі як зображення та діаграми, для підкріплення текстової інформації та надання їй більшої привабливості. Це допомагає утримати увагу читачів та зробити матеріал більш цікавим. Тон виступає професійним і оптимістичним, що додає додаткової зручності для потенційного читача продовжити роботу з даним документом, відповідно кольорова палітра документа, це синій, відтінки синього, білий, основні кольори які самі по своїй природній структурі мають певні переваги у обраному макетів, а з переваг можна виділити: професійність, чистоту кольору, акцентування уваги, баланс з білим, та контраст.

Опираючись на вище написані факти було виріши працювати з даним стилем, переваги говорили самі за себе. Проте попередньо з приходом до даного стилю було розроблено ще декілька потенційних варіантів дизайну.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей

При розробці варіантів творчих ідей для дорожньої карти на тему крафтовики Подністер'я було розроблено безліч візуальних нарисів для макету майбутньої дорожньої карти, переглянуто візуальну частину на декількох форматах. Також одним з головних завдань яке було поставлено перед мною, це зберегти ідентичність бренду, відповідно до його вимог. Тобто головне завдання яке лягало на мене це створити дизайн дорожньої карти так, що він візуально відповідав вимогам. Одні з перших нарисів макету були виконані у форматі 16x9,

якщо простіше то у презентаційному форматі, даний формат класно поєднується з ідентичністю бренду. Перші ескізи візуального рішення (рис.3.3).

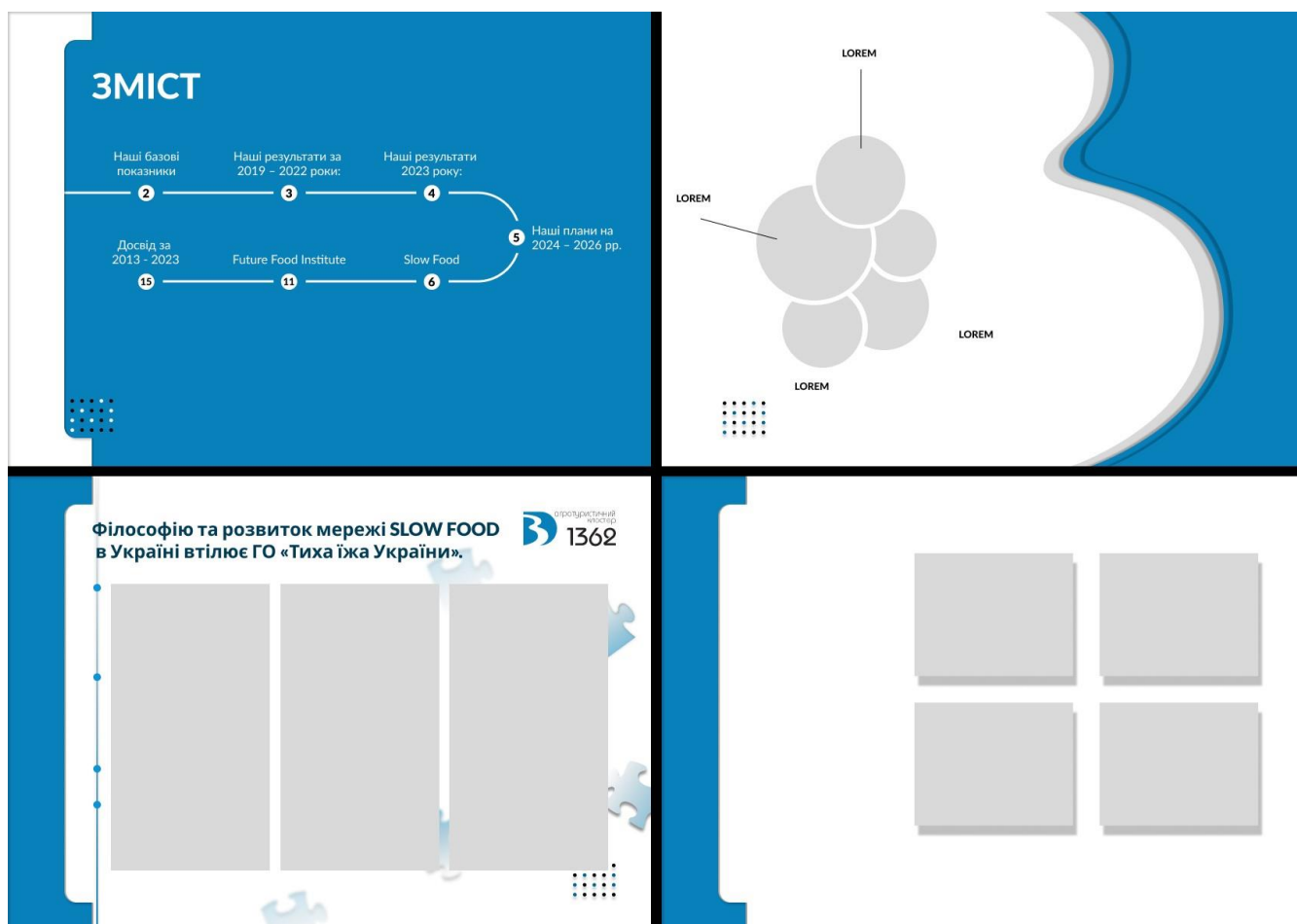


Рисунок 3.3 - Перші ескізи, візуального супроводу

Перші ескізи були виконані безпосередньо виконані в сучасному, чистому та мінімалістичному дизайнерському стилі.

Використання лаконічних форм і мінімальної кількості графічних елементів. Наприклад, круглі зображення з чіткими межами, прості точки як маркери списку (додаток А, рис.А.3). Основні кольори - якими виступають білий та синій, що надає дизайну чистоту і свіжість. Акцентними кольорами фото, з прив'язкою до форми, використовується для виділення певних елементів наприклад бджола (рис.3.4), робиться це для того щоб акцентувати уваги читача. Використання шрифтів без засічок, що легко читається.



Рисунок 3.4 - Другий варіант ескізу, візуального супровіду

Текст структурований, з використанням різних розмірів демонструючи вагомість шрифтів для створення ієрархії. Використання фотографій високої якості та простих іконок, що доповнюють текстову інформацію, не перевантажуючи дизайн. Дизайн відрізняється продуманим розташуванням елементів, що забезпечує легкість сприйняття інформації. Наприклад, списки структуровані за допомогою точок, а важлива інформація виділена кольоровими блоками. Загалом, дизайн спрямований на ефективне передавання інформації з акцентом на легкість сприйняття та естетичну привабливість.

Відповідно, з переглянутих варіантів не знайшлося практичного рішення, візуально було привабливо, але важливо було врахувати декілька факторів, які також впливали. Один з них це великі об'єми тексту, для того щоб візуально привабливо подавати великі об'єми тексту було вирішено змінити формат

документа, на А4 вертикальний (додаток А, рис.А.9), відповідно даний формат дає більше візуального простору для візуальної реалізації всієї необхідної інформації (рис.3.5).

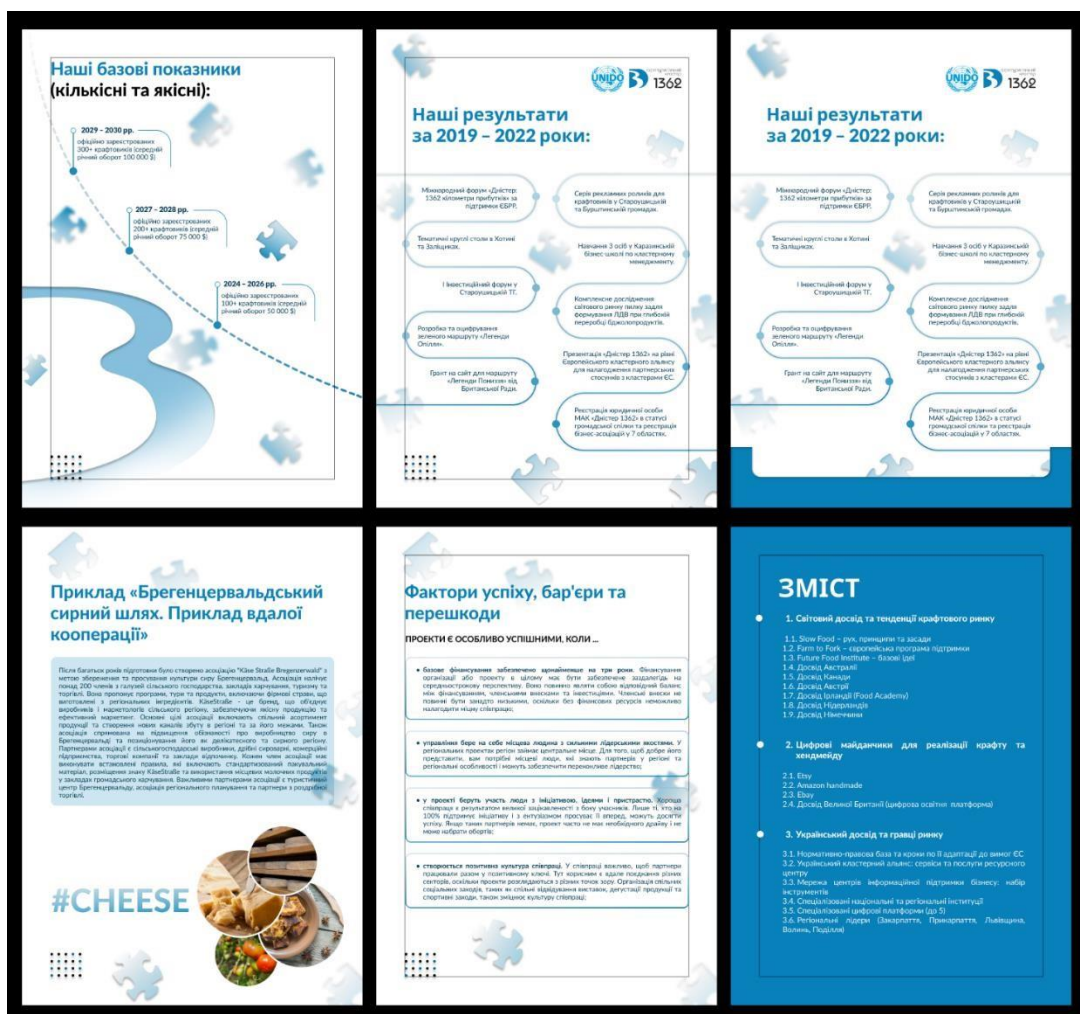


Рисунок 3.5 - А4 формат ескізів, візуального супроводу

Після розроблених варіантів дизайну на А4 форматі було вирішено зберегти даний формат та працювати з ним, проте у дизайні вище продемонстрованих ескізів було вирішено подати більш молодіжний сленг, це використання хештегів, у градієнтній заливці, використання плашок для виділення інформації, та частково швейцарську типографіку для оформлення змісту, та невеликої кількості інформації, яка містила багато абзаців.

Також активно розроблявся контент для внутрішнього наповнення самих сторінок, точніше кажучи для текстового супроводу, та можливості візуально

передати інформацію закладену у тексті (додаток А, рис.А.10). Активно велись усі можливі варіанти виділити певні блоки інформації. Також намагався активно вписати пазл, у фоновий дизайн до сторінок, як декоративне доповнення. (рис.3.6). Пазл у дизайні несе за собою вагому частину, від символізує можливість зібратись у єдине ціле, та продемонструвати універсальність.

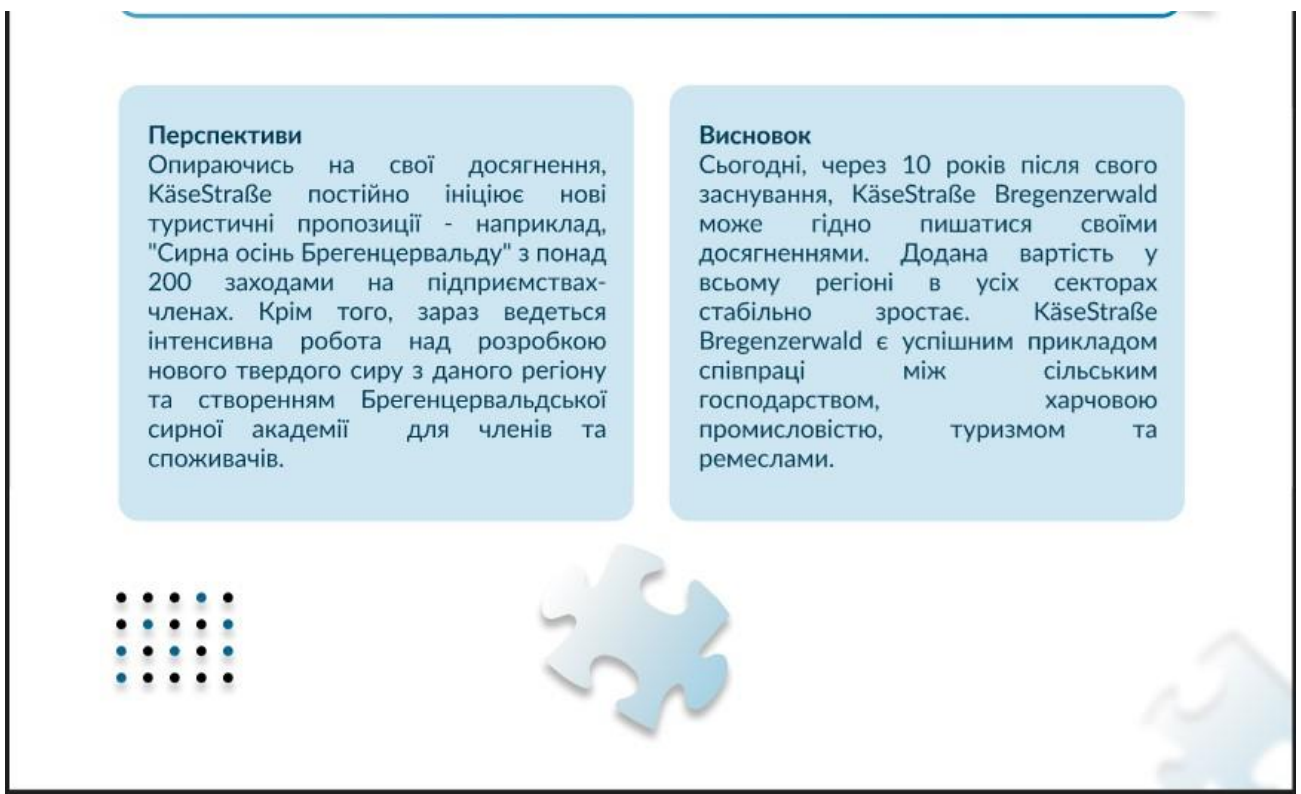


Рисунок 3.6 - Виділення текстової частини плашкою, та пазли на фоні

Також було переглянуто потенційно можливі варіанти для подачі текстових блоків інформації, переглядаючи верхні рисунки можна помітити що текстові блоки розтягнуті по горизонталі А4 формату. Відповідно дизайн набував не аби якої повітряної структури, проте втрачав у візуальній привабливості, та суттєво погіршував сприйняття тексту у дизайні (рис.3.7).

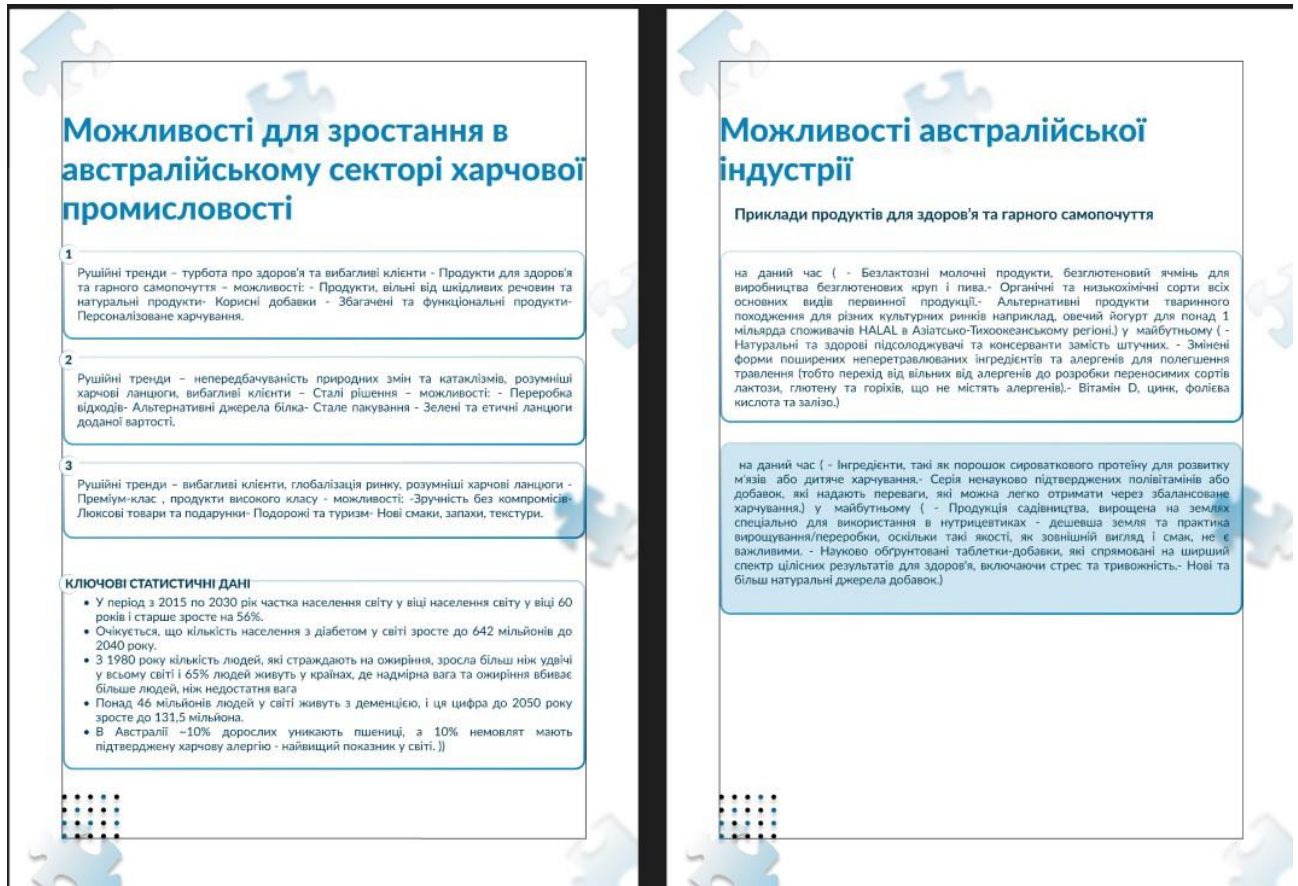


Рисунок 3.7 - Пошуки візуального вирішення для розміщення текстової частини дизайну

Відповідно після суттєвого аналізу вище розроблених ескізів було прийнято рішення, дещо спростити макет, прибрати більшу частину декоративних елементів, а саме: пазли, лінійне виділення блоків тексту, фонові прямокутники, та лінії які візуально створювали рамки обмежень. Саме після виконання цих маніпуляцій з макетом, та урахуванням попередніх недоліків, вдалось вийти на фінішу пряму по розробці стилізованого макету, та нормативів по розміщенню текстової інформації, відповідно з використанням інфографіки (додаток А, рис.А.2) у дизайні, та інших елементів задля полегшення сприйняття текстової інформації. Також використовувалося поєднання інфографіки та спеціально розроблених іконок (додаток А, рис.А.5). Були встановлені нормативи по кольорам та по шрифтам. Кольорова гамма документа обиралась по принципу,

читабельності, ідентичності дизайну та за мотивами психологічного впливу кольору на читача, та сприйняття прочитаного (рис.3.8).



Рисунок 3.8 - Затверджена кольорова палітра

Наступним кроком після затвердження кольорової гамми для дизайну, було вибір шрифтів, пріоритет у виборі шрифту надавався шрифтам без засічок, який відповідатиме вимогам до обраного стилю, та буде зручний для читання та передачі текстової інформації, відповідно за цими вимогами було обрано шрифт без засічок Lato (рис3.9).

А а, Б б, В в, Г г, Ґ ґ, Д д, Е е, Є є, Ж ж, З з, И и, І і, Ї ї,
Й й, К к, Л л, М м, Н н, О о,
П п, Р р, С с, Т т, У у, Ф ф,
Х х, Ц ц, Ч ч, Ш ш, Щ щ,
ь, Ю ю, Я я

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0

Рисунок 3.9 - Обраний шрифт Lato

Також потенційно розглядалися інші сімейства шрифтів, але вони були відкинуті з різних причин. Деякі з цих шрифтів не відповідали загальному стилю документа, інші мали проблеми з читабельністю або не забезпечували достатній контраст з фоновими елементами (рис.3.10).



Рисунок 3.10 - Розглянуті варіанти шрифтів без засічок

Після розгляду та ретельного відбору, гарнітури, та кольорової гамми. З урахуванням попередніх ескізів, можна було розпочати робити фінальну версію

дизайну макета, безпосередньо розробляючи дизайн без зайвих елементів, як то кажуть, краще недосолити ніж пересолити (рис.3.11).

Чому ж важлива стратегія FARM TO FORK?

Крім того, стають зрозумілими KPI-стратегії, що гармоніюють зі стратегією FARM TO FORK до 2050 року:

- зниження на 50% використання хімічних добрив;
- досягнення 25% сільськогосподарських угідь органічним землеробством;
- зменшення втрат продуктів харчування на 50%;
- збільшення продуктивності праці на 30% у сільському господарстві;
- повний перехід до садівництва без викопного палива;
- досягнення нульових викидів від спалення викопного палива в сільському, лісовому та рибному господарствах.

А чи знаєте Ви чому ж важлива стратегія FARM TO FORK?

Перш за все, вона направлена на те, щоб більшість людей могли дозволити собі достатню кількість поживної їжі для здорового харчування, а показник рівня ожиріння знижувався. Проте побудова стійкої, орієнтованої на споживача продовольчої системи потребує часу.

ЯК ЦЕ ВІДБУВАЄТЬСЯ?

- через підтримку агропродовольчих стартапів, підприємців та візонерів, які переймаються питанням трансформації продовольчої системи;
- завдяки комунікації та обміну знаннями та досвідом;
- забезпеченням тіснішої співпраці зацікавлених сторін.

Крім того, такі установи як EIT Food, Королівський університет Белфаста та Туринський університет пропонують безкоштовні онлайн-курси про складність глобального ланцюжка поставок продовольства та майбутнє сільського господарства.

Рисунок 3.11 - Фінальна версія дизайну у стилі «сучасний мінімалізм»

Після розроблених варіантів, дизайну макету, перегляду незліченних варіантів розворотів, та сторінок, я зміг розробити дизайн, без зайвого, відповідно якщо звіряти з попередніми варіантами, то відбувалось максимальне спрощення макету, прибравшись зайві декоративні елементи з фону, текст був структурований по колонках, сформувався візуальний стиль, були гармонійно підібрані шрифти, та кольорова гамма, де інде використовувався інший стиль подачі текст, виділяючи таким чином певні блоки інформації. В результаті отримавши, чистий, візуально привабливий дизайн, який хочеться читати, також дизайн гармонійно доповнюється візуальною частиною, спрощуючи сприйняття інформації, та

полегшує читання. Зробивши акцент можу сміливо заявити що тепер стиль «сучасний мінімалізм» дуже класно демонструє свої основні переваги.

3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну проектування

Головною ідеєю проектування дизайну є фундаментом будь-якого початку, будь то дизайн чи технологічні процеси. Разом з цим, весь дизайн макету виконаний у «сучасному мінімалістичному» стилі, відповідаючи всім необхідним нормам для зручного перегляду документа, як і онлайн, так і друкованої версії. Як основні аргументами що до обґрунтування дизайну, це унікальність: серед переглянутих дорожніх карт формату А4 які виступали саме як багатосторінкове видання, інформація подавалась розтягнутою по горизонталі сторінки, або у стовпчиках, без використання візуального супровіду, кольорової гармонії, сталих відступів, та цілісності-ідентичності бренду, з яким або для якого розробляється дана дорожня карта. Як і зазначалось вище, весь дизайн ґрунтується на основі візуальної комунікації, перефразовуючись можна описати як інтуїтивно зрозумілими, також враховувались психологічні особливості людей, а особливо те що у 21 столітті, це не можливість підтримувати фокус на чомусь одному. Тому у дизайні було розміщено багато інтерактивних елементів, з графічною подачею інформації для спрощення розуміння, та підтримування уваги, зацікавленості користувача.

Ще одні фактори які впливали на дизайн це можливість адаптувати макет для зручного перегляду в інтернеті та адаптувати макет для друку, з чим макет справляється на відмінно, були розраховані безпечні зони, поля, та відступи, завдяки проведеним маніпуляціям вдалось розробити макет який буде зручно переглядати в інтернеті, та естетично переглядати тримаючи його в руках. Також слід виділити інтерактивність дорожньої карти, під час дизайну було враховано можливість для розміщення великої кількості QR-кодів, що спрощувало подачу інформації, а також давало можливість відвідати першоджерело певної

інформації, або ретельніше дослідити якусь інформацію (додаток А, рис.А.4) . Даний хід класно вписався у сам дизайн, не вплинувши візуально з гіршої сторони, на дизайн проте зробивши його унікальнішим. Серед великих вікон можна виділити ще те що було розроблено невелику кількість іконок (додаток А, рис.А.1) для дорожньої карти, та активне використання білого простору у дизайні, що робить його більш естетично привабливим (рис.3.12). приклад використання вище описаних маніпуляцій у дизайні, для кращого сприйняття.



Рисунок 3.12 - Розроблений дизайн сторінок

Аргументуючи доцільність дизайну, для дорожньої карти, також хочу зазначити використання візуальних фотографій відповідно до змісту, вписуючи їх у фон (додаток А, рис.А.8), таким чином демонструючи географічне розміщення про яке йдеться у текстових блоках, ще більше занурюючи читача у подану інформації. (рис.3.13).



Рисунок 3.13 - Графічне розміщення фото на фон дизайну

Також такий метод розміщення фото на фоні, створював дещо психологічні аспекти сприйняття та важливості текстової інформації, як приклад можу навести на якому розміщене фото міста у нижній частині макету, та оброблене фото продуктів. Дані дії були зумовлені показати на прикладі що корисна їжа доступна не тільки у сільській місцевості, але й у великих мегаполісах, так країнах з не дуже підходящим кліматом для вирощування продуктів, тобто слугуючи таким собі мотивуючим кроком вирощувати, та просувати дану тему, на реально

існуючому прикладі. Одним з таких візуальних прикладів слугують регіон Юкон Канада, та візуальна презентація даного регіону з переліком досягнень яких змогли досягти люди у даному регіоні. Отже цей метод подачі фото дуже добре вписався у загальний дизайн дорожньої карти (рис.3.14).

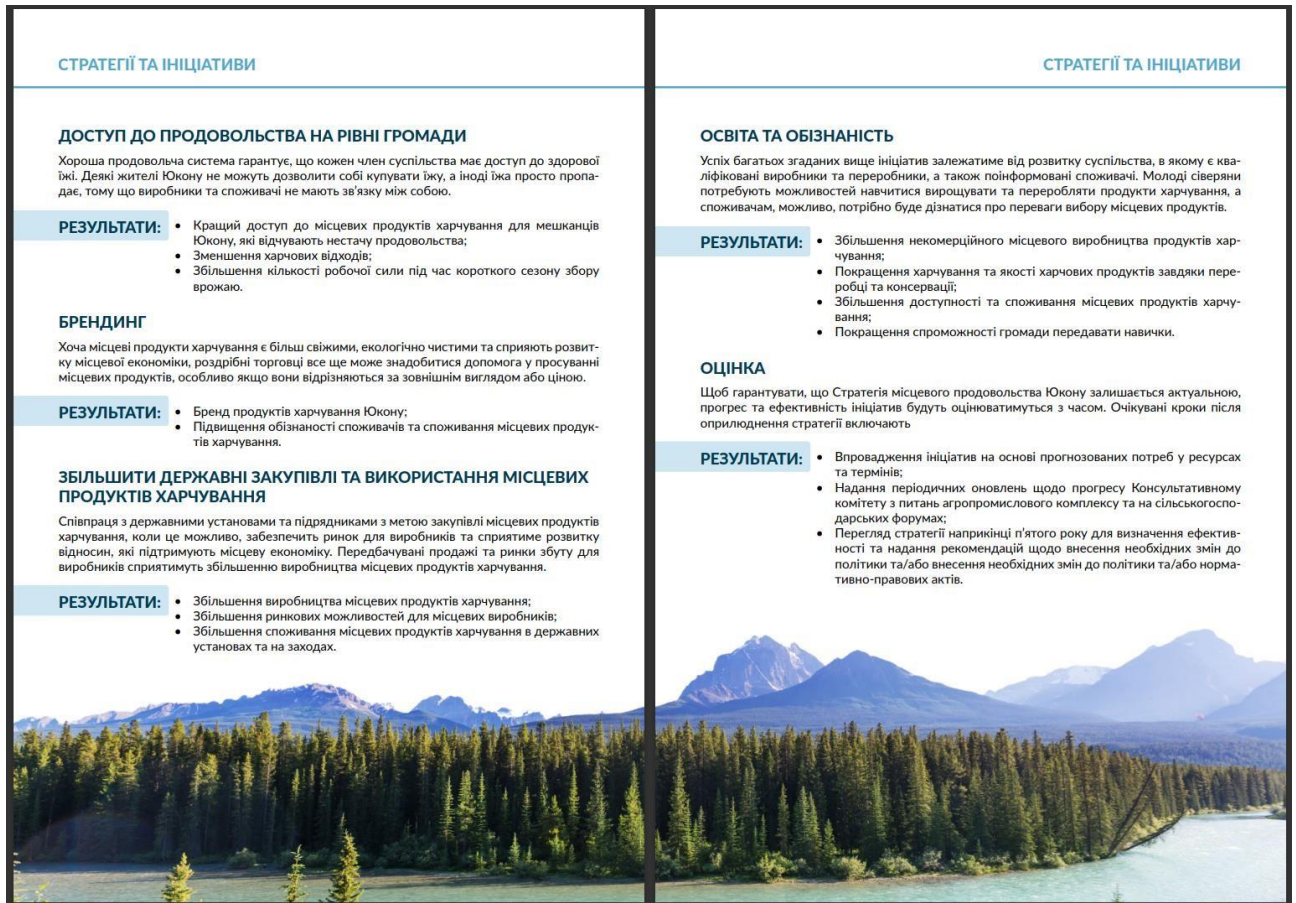


Рисунок 3.14 - Фото на фоні, як візуальний приклад регіону

Розробка дизайну для переходу між розділами враховувала у собі декілька незначних факторів, насамперед це внести візуальну частинку дороги, що символізує логічне продовження документа, та текстова частина яка слугує анонсом нового розділу, коротко подаючи про що буде йти мова у подальшому документі (рис.3.15). Зважаючи на суцільний дизайн, перехідний розворот виглядає ефектно, несе у собі візуальну привабливість на інформаційну цінність, сильно не відходячи від загального стилю.

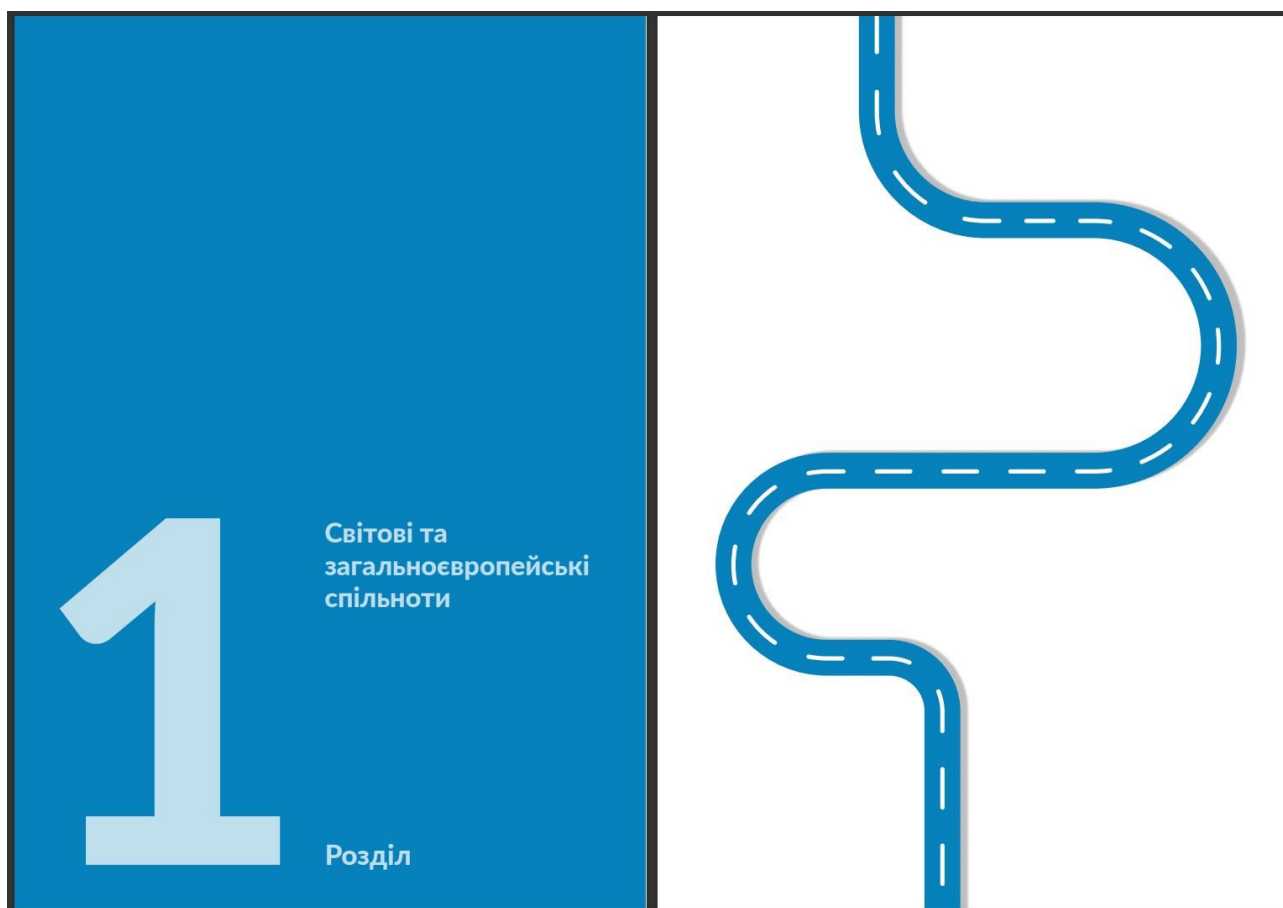


Рисунок 3.15 - Дизайн перехідного розвороту

Розробка обкладинки велась з прив'язкою до крафтовиків, точніше кажучи для тих, кому саме буде цікава дана стратегія, відповідно це крафтовики Подністер'я, та логотип МАК «Дністер 1362» (рис.3.16)



Рисунок 3.16 - Логотип МАК Дністер 1362

Відповідно джерелом творчості для дизайну обкладинки виступала річка Дністер, та сам логотип МАК Дністер 1362, дизайн обкладинки був у доволі просто стилі,

без використання великої кількості графі, основною метою було зберегти професійний вигляд документу та впізнаваність, якщо дослідити обкладинку то можна замітити хвилю, яка символізує річку, та виступає основним графічним елементом, потім ідуть головні шрифти які були структуровані по вагомості змісту (рис.3.17).



Рисунок 3.17 - Обкладинка Дорожньої карти

На підставі виконаної роботи, я зміг досягти створення візуально привабливого дизайну, який гармонійно поєднується з текстовими елементами. Використання суміжної журнальної верстки (додаток А, рис.А.6) чудово вписалося у стиль та подачу дорожньої карти. Це забезпечує естетичну та візуальну комунікацію, що дозволяє читачам максимально ефективно сприймати зміст документа. Також було створено анонсуочу частину для дорожньої карти, та, як ще можна її назвати, стислим дорожнім варіантом (додаток А, рис.А.7). Основне завдання, яке було поставлене переді мною як дизайнером, на мою думку було виконано на хорошому рівні. Було знайдено оптимальний баланс між текстовими і візуальними елементами.

У додатках до цього звіту надані додаткові ескізи дизайну, які не були включені у основний документ. Ці ескізи ілюструють різні варіанти оформлення окремих елементів, що також сприяють загальній концепції дизайну. Кожен елемент був детально продуманий і втілений з урахуванням естетичних та функціональних вимог. Таким чином, пророблена робота не лише відповідає поставленим завданням, але й, забезпечує документу високий рівень візуальної привабливості та зручності для користувачів.

ВИСНОВКИ

Під час розробки дизайну для дорожньої карти, було досліджено безліч візуальних прикладів, також розглянуто дизайнерів які працювали з подібною темою, та мають ряд нагород які виділяють даних дизайнерів серед інших.

Основною перевагою яку можна виділити це детальне ознайомлення з новим, та новим форматом роботи у якому мені довелось працювати. Насамперед це дослідження та формування уявлення що таке «дорожня карта» та для кого вона потрібна, чи виступає вона як інструмент, чи можливо це путівник ?. Таким чином я розвинув не тільки свої дизайнерські навички, але і загально інтелектуальні, збільшуючи мій погляд на деякі речі. Якщо ж виділяти що було основним у роботі то це ретельний підхід до дизайну сторінок та верстки, оскільки поняття «візуально привабливий» включає в себе безліч складних елементів. Однією з основних задач було впровадження інфографіки, яка не лише покращує загальну естетику документа, а й допомагає візуалізувати складну інформацію, роблячи її більш зрозумілою та доступною. Інфографіка повинна бути ретельно підбраною та гармонійно інтегрованою в загальну структуру документу, забезпечуючи логічний перехід між текстовими блоками та графічними елементами. Також було важливо включити різноманітні графіки та діаграми, які відображають ключові дані та тенденції. Ці елементи мали бути створені у високій якості, з чітким і зрозумілим дизайном, щоб користувач міг легко зчитувати інформацію. Правильне розташування та оформлення графіків є критичним для збереження естетичної цілісності документа. Іконки та символи відіграли не менш важливу роль. Вони слугували для покращення сприйняття тексту, виділення важливих моментів та полегшення навігації по документу. Кожна іконка була ретельно відмальована та стилізована відповідно до загальної тематики та стилю дорожньої карти. Використання високоякісних фотографій також було однією з важливих складових. Фотографії мали підкреслювати

основні ідеї та концепції, додавати документу візуальної привабливості та робити його більш професійним. Вибір фотографій вимагав уваги до деталей та відповідності загальній темі.

Інші графічні елементи, такі як лінії, рамки, кольорові блоки та шрифти, також мали велике значення. Вони повинні були гармонійно доповнювати загальну композицію, створюючи цілісне та привабливе візуальне враження. Важливо було зберегти баланс між текстовою та графічною інформацією, щоб документ був не лише інформативним, а й естетично приємним для читача.

Таким чином, процес розробки дизайну дорожньої карти розвитку крафтовиків Подністер'я на 2024-2030 роки був складним і багатогранним. Він вимагав комплексного підходу, уваги до деталей та гармонійного поєднання різноманітних візуальних елементів, щоб досягти кінцевої мети – створити візуально привабливий, інформативний та професійний документ.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Махум Z. Дорожня карта: визначення, інструменти, приклади (roadmap: definition, tools, examples). *Махум Zosym*.
URL: <https://www.maxzosim.com/dorozhnia-karta/> (дата звернення: 10.02.2024).
2. Roadmap (дорожня карта проекту) – що це, де і навіщо використовується. *Онлайн навчання IT спеціальностям | IT курси онлайн | IT STEP*. URL: https://cloud.itstep.org/blog_3/what-is-roadmap-and-how-touse-it (дата звернення: 10.02.2024).
3. Уласік В. Дорожня карта проекту, Roadmap компанії: що це і як зробити з прикладами платформ | IAMPM. *IAMPM*.
URL: <https://iampm.club/ua/dorozhnya-karta-shlyah-do-dosyagnennya-czilejkompaniyi/> (дата звернення: 10.02.2024).
4. Що таке roadmap: види, приклади - компанія Wezom. *IT-компанія повного циклу розробки програмних продуктів WEZOM - Київ, Україна*.
URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/chto-takoe-roadmap-vidy-primery> (дата звернення: 20.02.2024).
5. Розміри форматів паперу. *Articles*.
URL: <https://articles.basov.com.ua/razmery-formatov-bumagi.html> (дата звернення: 20.02.2024).
6. Про кластер. *pfc*. URL: <https://www.pfc.km.ua/pro-klaster/> (дата звернення: 20.02.2024).
7. Natton H. Що таке монохромна колірна схема? 5 правил, яких слід дотримуватися при оформленні однотонним кольором. *homesandgardens.com*.

- URL: <https://www.homesandgardens.com/interior-design/what-is-amonochrome-color-scheme> (дата звернення: 20.02.2024).
8. Лаптон Е., Коул Дж. Ф. Графічний дизайн. Нові основи / пер. з англ. І. Михайлишена. 2-ге вид. Київ : ArtHuss, 2020. 263 с.
 9. Perhinlak S. Анатомія верстки журналу - Так, я дизайнер. *Yes I'm a Designer*. URL: <https://yesimadesigner.com/anatomy-of-a-magazine-layout/> (дата звернення: 29.02.2024).
 10. Лаптон Е., Коул Дж. Ф. Графічний дизайн. Нові основи / пер. з англ. І. Михайлишена. 2-ге вид. Київ : ArtHuss, 2020. 263 с.
 11. Типи макетів сторінок у деталях для графічних дизайнерів. *Graphic Design Institute*. URL: <https://www.graphic-design-institute.com/types-of-graphicweb-page-layout/> (дата звернення: 29.02.2024).
 12. Contributors to Wikimedia projects. Журнал The Gentleman's. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Gentleman's_Magazine (дата звернення: 02.03.2024).
 13. Contributors to Wikimedia projects. Tatler. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Tatler> (дата звернення: 02.03.2024).
 14. Contributors to Wikimedia projects. The Spectator (1711). *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Spectator_\(1711\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Spectator_(1711)) (дата звернення: 02.03.2024).
 15. Contributors to Wikimedia projects. Erbauliche Monaths Unterredungen. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Erbauliche_Monaths_Unterredungen (дата звернення: 02.03.2024).
 16. Коротка історія журнального дизайну | Блог Freepik. *Freepik*. URL: <https://www.freepik.com/blog/brief-history-of-magazine-design/> (дата звернення: 15.03.2024).

17. Станчева Т. Стил ь ар деко як засіб комунікації та стил ь мислення епохи постмодернізму у системі культури графічного дизайну. *Запорізька державна інженерна академія*. URL: https://oldzdia.znu.edu.ua/gazeta/mknfrn042018_199.pdf (дата звернення: 15.03.2024).
18. Contributors to Wikimedia projects. Pop art. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Pop_art (дата звернення: 15.03.2024).
19. LaRossa В. Дизайн як третій напрям загальної освіти. *Design Observer*. URL: <https://designobserver.com/feature/the-influence-of-postmodernism-ondesign/39616> (дата звернення: 15.03.2024).
20. Учасники проєктів Вікімедіа. Adobe creative suite. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe_Creative_Suite (дата звернення: 20.03.2024).
21. Дизайн макету журналу: посібник із створення захоплюючих вражень. *HIVO - Best Value Digital Asset Management Software*. URL: <https://hivo.co/blog/crafting-engaging-experiences-a-guide-to-magazinelayou-design> (дата звернення: 20.03.2024).
22. Інтерв'ю з графічним дизайнером Девідом Карсоном. *designboom | architecture & design magazine*. URL: <https://www.designboom.com/design/interview-with-graphic-designerdavid-carson-09-22-2013/> (дата звернення: 20.03.2024).
23. Маклафлін Е. The Story of The Face: як культовий журнал змінив британську культуру. *Design Week*. URL: <https://www.designweek.co.uk/issues/13-19-november-2017/story-facecult-magazine-changed-british-culture/> (дата звернення: 31.03.2024).
24. Невілл Броді | Біографія, проєкти та факти. *Famous Graphic Designers*. URL: <https://www.famousgraphicdesigners.org/neville-brody> (дата звернення: 31.03.2024).

25.Графічні гіганти: штефан загмайстер - sessions college. *Sessions College*.

URL: <https://www.sessions.edu/notes-on-design/graphic-giants-stefansagmeister/> (дата звернення: 31.03.2024)