

Хмельницький національний університет  
Факультет технологій та дизайну  
Кафедра дизайну

## ДИПЛОМНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

### РОЗРОБКА КАТАЛОГУ СКУЛЬПТУР МИКОЛИ МАЗУРА В М. ХМЕЛЬНИЦЬКОМУ

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 2019044. 01.25.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ГДР-18-1 \_\_\_\_\_ А. Ю. Яцишина  
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. К.

2022 року

## **ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ**

Яцишина Анастасія Юріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту Розробка каталогу скульптур Миколи Мазура в м. Хмельницькому

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

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від «  » 20 р., №   

2. Строк подання студентом закінченої роботи

3. Вихідні дані до роботи

Мета роботи – розробка каталогу скульптур Миколи Мазура в м. Хмельницькому для Хмельницького національного університету

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

Вступ

1 Обґрунтування вихідних даних до проектування

2 Ретроспектива теми

3 Творча розробка дизайну об'єктів проектування

Висновки

Додаток А Оформлення презентаційних планшетів

5. Перелік графічного матеріалу

6 планшетів 600 на 900 мм

1 планшет. Проектування каталогу скульптур Миколи Мазура в м. Хмельницькому

2 планшет. Концепція верстки каталогу

3 планшет. Варіанти розробки обкладинки каталогу

4 планшет. Варіанти верстки основних сторінок

5 планшет. Верстка спеціальних сторінок

6 планшет. Готові розробки сторінок каталогу

## 6. Консультанти розділів проекту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрашук С.А., к.т.н., доцент		
2	Петрашук С.А., к.т.н., доцент		
3	Петрашук 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 об'єктів	21.02.22	
3	Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єктів проектування	03.03.22	
4	Історичний огляд ретроспективи дизайну поліграфічних видань	15.03.22	
5	Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібними темами	04.04.22	
6	Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування	18.04.22	
7	Розробка варіантів творчих ідей	20.05.22	
8	Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування	31.05.22	
9	Розробка презентаційних планшетів	05.06.22	
10	Затвердження роботи	20.06.22	

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис)

А. Ю. Яцишина  
Ініціали, прізвище

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

С. А Петрашук  
Ініціали, прізвище

## Анотація

дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»

на тему: «Розробка каталогу скульптур Миколи Мазура в м. Хмельницькому»

студентки групи ГДР-18-1 Яцишина А.Ю.

керівник – к.т.н., доцент Петрашук С.А.

Обсяг пояснювальної записки – 63 с., 28 рис., 2 додатки, 20 джерел

Обсяг графічної частини – 6 планшетів розміром 600×900 мм

КАТАЛОГ, КОМПОЗИЦІЯ, СКУЛЬПТУРИ, ПАМ'ЯТНИКИ, КЛАСИКА,  
ФІРМОВИЙ ШРИФТ, ПОЛІГРАФІЧНА ПРОДУКЦІЯ, СВІТЛИНИ

У ході виконання дипломної роботи було обґрунтовано основну концепцію дизайну каталогу скульптур Миколи Мазура в місті Хмельницькому, розроблено творчі ідеї верстки каталогу. Досліджено актуальність створення каталогу скульптур Миколи Мазура в м. Хмельницькому. Зроблено історичний огляд ретроспективи друкованої продукції, що дозволило вибрати за джерело творчості стиль «Класика». Розроблено дизайн обкладинки та вибрано оптимальний формат верстки сторінок каталогу, підбрано шрифти та кольорову гаму. Зверстано електронний макет каталогу скульптур. Макет збережено в форматі PDF і підготовлено для друку в типографії.

---

(дата)

---

(підпис)

## ЗМІСТ

Вступ .....	5
1 Обґрунтування вихідних даних до проектування каталогу .....	7
1.1 Характеристика каталогу .....	7
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну проектування каталогу .....	11
2 Ретроспектива теми .....	19
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну каталогу .....	19
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів з художнього оформлення макету каталогу .....	22
3 Творча розробка дизайну каталогу .....	26
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну каталогу .....	26
3.2 Розробка варіантів творчих ідей .....	35
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну каталогу .....	50
Висновки .....	52
Перелік джерел посилання .....	53
Додаток А Готовий продукт верстки каталогу .....	55
Додаток Б Презентаційні планшети .....	58

<b>ДРДЗ. 2019044.01.25.ПЗ</b>				
Змін	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата
Розробив	Яцишина А.Ю.			
Перевірів	Петрашук С.А.			
Рецензент	Єрьоменко Н.Ю.			
Н. контр.	Петрашук С.А.			
Затвер.	Базилюк Е.В.			
<b>Розробка каталогу скульптур Миколи Мазура в м. Хмельницькому</b>				
		Літ	Аркуш	Аркушів
		Н	4	63
ХНУ, гр. ГДР-18-1				











Якщо правильно працювати з каталогом, то можна постійно підживлювати інтерес з боку споживачів, забезпечити міцний зв'язок з ними, підтримувати попит на послуги та акцентувати увагу покупця на вигідних умовах компанії [2].

Рекламний каталог є багатосторінковим друкованим виробом з ілюстраціями, це може бути брошура або скріплені між собою за допомогою спеціальної папки-швидкозшивача замінює обкладинку на окремі аркуші. Це дозволяє легко оновлювати каталоги за потребою, навіщо нові листи відправляються контрагентам, а старі вилучаються.

Найчастіше рекламний каталог містить аркуші формату А4 чи наближеного щодо нього. Однак не рідкість і менш габаритні вироби.

До всіх рекламних друкованих видань, у тому числі каталогів, застосовані такі правила, для того щоб передати рекламну ідею, необхідно використовувати найоптимальніший спосіб без згадки відомостей, що не належать до товару, оскільки це негативно позначається на ефективності каталогу.

У рекламному каталозі все має бути на найвищому рівні (поліграфічне та художнє оформлення), інакше читач сприйматиме його як макулатуру, а низька якість асоціюватиметься з продукцією та компанією рекламодавцем. Потрібно розуміти, що від поганого рекламного каталогу, буклету, проспекту або листівки може бути набагато більше шкоди, ніж від їхньої повної відсутності.

Переваги продукту слід демонструвати не в одному місці видання, а в кількох, причому так, щоб це було щоразу по-новому та відповідно до інтересів споживача, буклети з проспектами мають бути розроблені та складені так, щоб покупець міг наочно побачити можливості представленого товару.

Розташування рекламної інформації має бути звичним для покупців, тобто зверху вниз, або зліва направо. Рекламний каталог із новими товарами має з'являтися раніше, ніж продукція опиниться над ринком. В цьому випадку він буде набагато ефективнішим, адже головним його завданням є ознайомлення покупця з новинками.



Верстка – процес формування сторінок. Суть процесу — розміщення текстового та ілюстративного матеріалу на сторінках або смугах, що відповідає певним технічним та естетичним вимогам та критеріям, за спеціальними правилами та вказівками замовника.

При використанні вже існуючого каталогу, на основі якого необхідно згорнути новий каталог, або це зарубіжний каталог і необхідно зробити такий же, але потрібною вам мовою, необхідно надати вихідні файли даного макета каталогу, або макет каталогу в pdf. Після закінчення верстки каталогу та затвердження, макет каталогу готується для друку згідно з наданими технічними вимогами.

З першого погляду рекламний каталог може бути хаотичним і простим друкованим виданням. Проте насправді саме його верстка є стандартизованою і структурованою. Далі розглянемо основні елементи рекламного каталогу, які лягають основою його дизайн-макета.

Якщо говорити не про значущість, а логічний порядок, то почати слід із змісту, що йде на самому початку каталогу. Варто зазначити, що у рекламному виданні є головним робочим розділом, на відміну іміджевих чи періодичних журналів, у яких виконує ознайомлювальну функцію. Зміст має бути таким, щоб читач розумів принцип рубрикатора, поділу та розміщення продукції. При його прочитанні має бути зрозуміло, якого розділу слід звернутися. Таким чином, розробці внутрішнього дизайну рекламного каталогу необхідно приділити особливу увагу.

У рекламному каталозі має бути помітним кожен розділ, тому часто використовуються розвороти з великими фотографіями або залиті суцільною плашкою. Якщо у виданні є кольоровий рубрикатор, заливку рекомендується робити відповідно до рубрики. Це дозволить читачеві швидко орієнтуватися у каталозі та знаходити потрібний розділ [4].

Це основна частина рекламного каталогу (80-90%). Це може показатися нудним, однак треба враховувати, що це інструмент для постійного



колір, а й про шрифт. Можна надихнутись елементами дизайну сайту та придумати щось цікаве та своє.

Після визначення стилю, можна переходити до композиції. Слід накидати зразкове розташування основних елементів, а краще, якщо у вас буде кілька варіантів, щоб вибрати найбільш відповідний і відповідний вимогам проекту. Крім того, потрібно продумати обкладинку каталогу (не менше двох варіантів).

Необхідно дотримуватись правила - не варто використовувати занадто багато інформації в каталозі, інакше покупець не зможе сфокусувати увагу на одному товарі. Коли дано дуже докладний опис продукту із зазначенням всіх дрібниць, його буде складно читати, воно стомить навіть найприскіпливішого споживача. Тому головною умовою є легкість читання (рис.1.3).



а)



б)

Рисунок 1.3 – Невдалий і вдалий приклад каталогу

Тепер можна переходити до підготовки фотографій. Вони повинні бути якісними, тобто високої роздільної здатності, щоб після друку не було видно жодного квадрата (пікселя).

Якщо використовувати для каталогу зображення низької якості, це негативно позначиться на його зовнішньому вигляді, отже, враження про видання погіршаться, продажі впадуть. Все це погано позначиться на репутації бренду та компанії. У деяких випадках фотографії несуть більше корисної











професійних спеціалізацій: у Англії- ньюсмени, у Франції- нувеллісти, в Італії - новеланти тощо, через деякий час ці експерти ставали робітниками різних рекламних бюро. Говорячи про становлення друкованої промисловості неможливо не помітити, що справжнім проривом став перший друкарський верстат Йоганна Гуттенберга.

Ранній етап розвитку каталогу відрізняються від теперішніх тематикою і стилістикою, проте вони мають фундаментальне значення для подальшого розвитку каталогів. Перші відомі нам каталоги датуються добою Середньовіччя, які появилися у Південній Європі. Зокрема, в Італії 1203 році каталоги грали роль ідентифікації громадян міста. Римляни додавали в каталог вигуки, що належали представникам у сфері обслуговування. Він являв собою дерев'яну дошку, на якій вирізались дані: тексти, малюнки. Даний каталог мав назву «Вигуки Риму», в нього входило 192 вигуки.

У епоху Відродження каталог почав удосконалюватись. Італія була першопочатківцем цієї епохи, а згодом в 1320 році цю тенденцію перехопила Франція. Гійом де Вільнев видав каталог із назвою «Вигуки Парижа», а згодом вийшов каталог «Вигуки Лондона» з подібним наповненням.

Епоха пізнього Відродження значно відрізняється від попередніх у зв'язку із винаходом Йоганна Гутенберга (друкарського верстака у 1440 році). Почали випускатись друковані каталоги. Німеччини Йоганн Мюллер був першим, хто скористався винаходом даного діяча, він видав список спеціалізованої продукції, яка була в нього друкарні. У цей каталог входили книги, які вже були випущені і ті, що тільки готувались до друку [11].

У західній частині Європи з'являється величезний друкований ринок, внаслідок чого в рази зростає суперництво між виготовлювачами, що у свою чергу породжує нові й нові досягнення друкованої промисловості (рис.2.1).

У 1498 р. виникає 1-й офіційно визнаний у світі каталог: Альд Мануцій друкує каталог 15 перших випущених ним книг із зазначенням цін.



Рисунок 2.1 – Каталог 1951 р.

На епоху Модернізму припадає розквіт торгівлі каталогів – початок ХХ століття. У ті роки майже 300 компаній в найбільших містах Росії: Санкт-Петербурзі, Москві, Нижньому Новгороді, тощо, торгували товарами поштою за допомогою каталогів. Більше 9 млн. жителів 140-ка мільйонної Росії воліли робити покупки за допомогою каталогів. Не дивлячись на тяжкі часи для Радянського Союзу, в період Другої світової війни, лише деякі прибічники подібного виду торгівлі («Посилторг», «Насіння поштою» і «Книги поштою») все-таки продовжували розповсюджувати товари за допомогою каталогів [12].

Епоха Постмодернізму описана швидким розвитком новітніх технологій, який посприяв створенню 3D каталогів. На сьогодні вони займають помітне місце. Зокрема, Н.В. Вараксіна – зав. відділу науково-технічного забезпечення та впровадження комп'ютерних технологій працювала над створенням галузевої наукової бібліотеки, що являла собою 3D каталог.

Найсучасніший варіант каталогів на сьогоднішній день являється «інтернет каталоги», створення такого каталогу, має на увазі собою виробництво мультимедійного продукту, який ідеально підходить для різних цілей. Їм можна

користуватися як додатком до вже існуючої друкованої версії, так і окремим продуктом, який можна поширювати на дисках від компанії або фірми.

## 2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів з художнього оформлення макету каталогу

Герт Думбар — чи не найвідоміший сьогодні у світі голландський дизайнер. Випускник Гаазької академії у 1960-х, він потім навчався у Королівському коледжі мистецтв у Лондоні, а у 1980-х роках навіть очолював там відділення графічного дизайну. Читає лекції у найкращих європейських та американських академіях з дизайну. У тій же Англії у 1987-1988 роках був президентом Асоціації дизайнерів та арт-директорів. Міжнародних регалій у нього теж не порахувати. Досить згадати «золотий олівець» British Design&Art Direction, який він присудив двічі, – єдиний випадок в історії цієї найпрестижнішої нагороди [13].

У 1997 році Думбар заснував дизайнерську студію, якою держава, без прикрас, зобов'язана своїм сучасним виглядом. Голландські залізниці, голландська пошта, голландська поліція, ціла низка національних і транснаціональних корпоративних будівель, амстердамський Рейксмузеум і навіть клініки носять зараз друк фірмового жанру від Studio Dumbar – блискучого, непередбаченого і по-голландськи обережного одноразово.

Студія Dumbar – впливове голландське дизайн-агентство з багатою спадщиною. Проекти, виконані студією, допомагали формувати не лише голландський, а й міжнародний дизайн упродовж понад чотирьох десятиліть.

Студія Dumbar була заснована Гертом Дамбаром у 1977 році в Гаазі. У 2003 році студія переїхала до Роттердама, після відходу Герта Дамбара творче керівництво взяв на себе Мішель де Бур. 2011 року Ліза Енебейс стала третім креативним директором студії. Студію також очолюють Том Доррестейн, директор зі стратегії з 2005 року, та Ваутер Діркс, виконавчий директор із 2016

року. У 2016 році студія увійшла до складу Dept, цифрового агентства з більш ніж 1500 фахівцями у 11 країнах [14].

Разом із ребрендингом іміджевий каталог одного із найстаріших музеїв Європи був розроблений Studio Dumbar. Великі розвороти, класична друкарня, брендові елементи, фірмові кольори – все відсилає нас до «Золотого віку» голландського мистецтва (рис.2.2).



Рисунок 2.2 – Каталог Королівської галереї Мауріцхейс

Ще один цікавий кейс одночасно зі сфери музеїв та дизайну. Турефорсе 2 – це одноразовий каталог топографічного мистецтва та оригінальний провідник з експозиції [15].

Кожен розділ каталогу за задумом авторів із підтримкою кольору передає спеціальну емоцію. Починаючи з першого контакту з каталогом, ми стикаємося з цілою купою фішок від обкладинки до розміщення інформації та друкарні (рис. 2.3).







розділу та необхідним матеріалом для верстки (тексти, фотографії, графіки, таблиці). Це також текстовий документ, по суті «дерево» видання.

Структура розробляється колективно із замовником для будь-якого видання. У разі структури для листових виробів (буклети, ліфлети) – розподіляється інформація для будь-якої лінії/стулки. На цьому етапі виявляється необхідність додаткових робіт: написання або редагування текстів, що надаються; зйомка чи покупка зображень, малювання об'єктів чи карт. Оригінал-макет каталогу, на цьому етапі виникає перший візуальний образ майбутнього каталогу [18].

Дизайнери розробляють кілька типових блоків видання за допомогою узгодженої доктрини та структури. Це головний етап виробництва каталогів, оскільки оригінал-макет – це вже реальний каталог, що виник у результаті попереднього блоку робіт.

Оригінал-макет каталогу – зразок стандартного розвороту верстки видання. Розробляється кілька базових розворотів – текстовий, західний, з графіками чи фотографіями. На базі оригінал-макету каталогу виконується подальша робота з верстки виробу. У зразку затверджуються всі основні елементи: колірні рішення, оформлення заголовків, шрифти для всіх блоків тексту, нумерації, основного тексту та розміщення фотографій.

Починати роботу рекомендується з класифікації візуальної інформації та розмітки – це тактика розробки дизайну. Фахівці використовують модульну сітку. Так називають зразок розташування графічних елементів на сторінці. Залежно від ідеї дизайнера та цільового призначення каталогу, модульна сітка може бути найрізноманітнішою, але саме вона є запорукою цілісності композиції. Дизайн-проект каталогу завжди розробляється у фірмовому жанрі організації, якщо такий є. Завдяки цьому формується зорове і смислове цілісність інформації, що виходить від фірми. Покупець швидше і простіше розпізнає і запам'ятовує бренд в умовах поточної високої конкурентної боротьби [19].



Обкладинка - це «обличчя» каталогу, вона формує початкове судження про каталог. Тому до її розробки варто підходити серйозно. Щоб викликати інтерес і привернути увагу, в доктрини оформлення обкладинки мусить бути закладена унікальна чи креативна ідея, тісно переплітається з ознаками фірмового жанру.

Небажано перевантажувати обкладинку каталогу зайвою інформацією, щоб вона легко розумілася. Залежно від призначення дизайн обкладинки каталогу може бути як яскравим, так і обережним. Якщо вам здається, що каталог із мирним та ненав'язливим дизайном обкладинки не матиме триумфу, це не так.

Поліграфічне видання, яке містить список продукції та служб з їх викладом, властивостями, графічними зображеннями, цінами та/або іншою довідковою інформацією, прийнято називати каталогом. Дизайн каталогу - невід'ємна частина графічного зразка фірмового жанру організації. Дизайн каталогу повинен злагоджено вписуватися у звичайний інформаційно-представницький пакет організації, нарівні з фірмовою папкою, бланками, візитами [19].

Мета оформлення каталогу - виграшна рекламна подача продукції або послуги будь-якої організації. У дизайні каталогу зазвичай багато таблиць, фотографій, схем, що підвищує складність розробки. Дизайн-студія розробляє дизайн каталогу будь-якої складності.

Розробка дизайну каталогу має відбуватися з урахуванням таких основних складових: елементи фірмового жанру (логотип, фірмові кольори, слоган тощо); графічні матеріали (фотографії, іконки, малюнки); текстове наповнення (виклади, властивості, статті); Контактна інформація.

Розробка дизайну каталогу вимагає виконання підготовчої роботи: освоєння цілей замовника; розробка дизайн-доктрини каталогу в цілому, а також розробка концепції та дизайну шаблонної сторінок каталогу; написання рекламних текстів (контенту); здійснення фотосесії, реалізація якісних









Класика формується, відчуваючи вплив інших природно стикаються з ним загальноєвропейських напрямів у мистецтві: він відштовхується від попередньої йому естетики Відродження і протистоїть активно співіснують із ним мистецтву бароко, пройнятому свідомістю загального розладу, зародженого кризою ідеалів минулої ери.

Тези раціоналізму, лежать основу естетики. Вони визначають погляд на художнє твір як у розробка неприродне – осмислено створене, розумно організоване, логічно побудоване.

Висунувши метод «наслідування природи», класицисти вважають обов'язковою умовою його суворе дотримання непорушних правил, почерпнутих з давньої поетики та мистецтва, що визначають закони художньої форми, в якій і проявляється розумна творча свобода, що перетворює життєвий матеріал на гарний, логічно стрункий та ясний твір мистецтв. Саме уявлення "класичний"

Саме уявлення "класичний" має на увазі органічне ціле, до якого ніщо зовнішнє неможливо додати і від якого нічого неможливо прибрати, не порушивши при цьому цілісність та закінченість.

Класичні принципи дизайну та декорації поширюються на всі боки образотворчих мистецтв. Починаючи з ери Відродження будь-який художній стиль аж до нашого століття оцінювався за ступенем його близькості та прихильності до безумовних цінностей класичної давнини.

У живопису класицизму основними елементами моделювання форми стали лінія та світлотінь, локальний колір чітко виявляє пластику фігур та предметів, розділяє просторові плани картини, ставши загальноєвропейським стилем, також формувався переважно у лоні французької культури під сильним впливом ідей Просвітництва.

У живопису класичний стиль відрізняють такі його особливості, як застосування холодних тонів, чорно-білі контрасти, а також чіткий розподіл планів зображень.











Рисунок 3.8 – Кінцевий варіант обкладинки

Під час розробки обкладинки використовувалося багато фотографій, але перед цим їх потрібно було обробити та зробити більш якісними.

Обробка зображень — будь-яка форма обробки інформації, для якої вхідні дані представлені зображенням, наприклад фотографіями або відеокадрами.

Обробка зображень може здійснюватися як для отримання зображення на виході (наприклад, підготовка до поліграфічного тиражування, телетрансляції тощо), так і для отримання іншої інформації (наприклад, розпізнання тексту, підрахунок числа і типу клітин в полі мікроскопа тощо). Крім статичних двомірних зображень, обробляти потрібно також зображення, що змінюються з часом, наприклад відео.

Adobe Photoshop – графічний редактор, розроблений та розповсюджуваний фірмою Adobe Systems. Цей продукт є лідером ринку в області комерційних засобів редагування растрових зображень та найбільш відомим продуктом фірми Adobe.

Часто цю програму називають просто Photoshop (фотошоп). В даний час Photoshop доступний на платформах Mac OS X/Mac OS та Microsoft Windows.







<p><i>Микола Павлович Назур – авторськість, скульптур, художник-станковист, графік, педагог. Заслужений художник України (1996), Народний художник України (2008), Почесний пенсіонер Львівського Національного університету «Дзиган» Львівського державного університету, з 2004 року – доцент кафедри дизайну Львівського національного університету, з 2006 року – першим навчально-творчої майстерні МХУ. Брав участь у виставках різних рівнів (1972 року. Член Національної спілки художників України з 1987 року. З 7 січня 1992 року по 27 липня 1992 року – голова правління Львівської обласної організації Національної спілки художників України. Пам'ять після важкої хвороби в ніч 17, 9 на 10 жовтня 2016 року.</i></p>	
<b>Зміст</b>	
<b>Пам'ятники</b>	<b>3</b>
Скелер сиротина	3
Душевності пам'ятник	4
Пам'ятник. Арганістану війна	5
Пам'ятник героїм небесної сотні	6
Віра Надія Любов	7-8
<hr/>	
<b>Дитячі скульптури</b>	<b>9</b>
Скульптури в парку Шевченка (1-6)	9-11
Скульптури в м. Пилипча (1-4)	15-18
Скульптури в парку Чепелики (1-14)	19-32
<hr/>	
<b>Карта Львівського</b>	<b>33-34</b>

а)



б)

Рисунок 3.11 – Зразок подання тексту в каталозі

Верстка каталогу має досить важку роботу, що включає підготовку макета майбутнього багатосторінкового каталогу з ілюстраціями або текстом. Якщо

говорити примітивними словами, це процес інакше можна назвати роботою зі складання потрібної інформації разом.

Заключним етапом роботи є реалізація електронного каталогу з подальшим надсиланням до друку. Готовий каталог може включати: підготовлений дизайнерський зразок, присутність фотографій, наданих замовником, присутність флет-плану (план майбутнього каталогу посторінково), текстова інформація, що надається замовником і реалізація макета всіх сторінок каталогу.

Розробивши обкладинку та обробивши фотографії, розпочинається розробка основних сторінок каталогу. Перший варіант верстки був виконаний в темно-червоний кольорах зі срібним контуром та лініями, основні фотографії скульптур розміщені посередині розворот та по дві світлини розташовані збоку від основних, оброблені срібним кольором (рис. 3.12).



Рисунок 3.12 – Перший варіант верстки каталогу

У другому варіанті було вирішено розмістити фотографію скульптури на всю сторінку, а фон на другій сторінці було підібрано відповідно до фону фотографії. Основний текст розміщено на правій сторінці, великим розміром

шрифту, назва скульптури - Snell Roundhand шрифтом, а опис скульптури – Roboto в чорному кольорі на контрасті зі світлим фоном. На місці нумерації сторінок висвітлено білим та чорним самі цифри. Додаткові світлини також розміщені справа з чорним контуром (рис. 3.13).



Рисунок 3.13 – Другий варіант верстки каталогу

Під час розробки третього варіанту було вирішено залишити світлини на тих же місцях, що і на другому варіанті. Але на основній фотографії скульптури обрізали фон, щоб гармонійніше виглядало з графітовим фоном. Зверху та знизу розвороту, було розміщено дві золоті смужки на яких градієнт посередині був нуль відсотків прозорості. Весь текст був також виконаний в золотому кольорі (рис. 3.14).

Четвертий та кінцевий варіант верстки основних сторінок було вирішено розробити однак в світлих тонах, так як обрана обкладинка є темною. Обрані кольори були теплих відтінків: бежевий, каштановий, золотий та білий.

Основна фотографія залишилася на своєму місці, а додаткові розмістилися навколо другої сторінки та добавилося ще дві. Контур, лінії, розділи та нумерація сторінок залишилася такою ж як на першому варіанті.

Назва та опис скульптури був зменшений та розміщений в правому нижньому кутку (рис. 3.15).



Рисунок 3.14 – Третій варіант верстки каталогу



Рисунок 3.15 – Кінцевий варіант верстки каталогу

Знання успішно оформити текст – це одна з найважливіших навичок для дизайнера. Шрифт для дизайнера – інструмент спілкування з користувачами.

Друкарня може як удосконалити дизайн, так і зламати його. Сам процес її вибору досить дбайлива та захоплююча процедура. Значимо розуміти цілі дизайну, свою цільову аудиторію і, безумовно, не забувати про натхнення. У даній статті наведено основні тези типографіки та вибору шрифту, яких необхідно дотримуватися, якщо ви хочете зробити реально вдалий дизайн.

Існує безліч різних систематизації шрифтів. Всі вони суперечать один одному, так що вони легко заблукати. Простіша систематизація виглядає приблизно так: є шрифти із засічками (антикви), без засічок (гротески) і всі інші. Засічки – це такі маленькі рисочки на кінчиках букв.

До всіх інших можна віднести рукописні шрифти (вони імітують почерк або каліграфію), моноширинні (як у друкарських машинках або редакторі коду), символні (значки, символи, емоджі) і акцидентні - так називаються будь-які декоративні шрифти для оформлення великих написів, заголовків і .

Коли оформляється будь-який довгий текст (стаття, резюме, лист, інструкція), слід застосовувати шрифт із засічками, тобто антикву. Вважається, що довгий текст, набраний таким шрифтом, легко читати. У зазвичай виготовлених книгах також застосовуються саме антикви (рис. 3.16).

The Quick Brown  
Fox Jumps Over  
The Lazy Dog.  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 [ ] ( ) { } / \ < > ?



Рисунок 3.16 – Шрифт з засічками «антиква»





Рисунок 3.18 – Шрифт Snell Roundhand

Другий це Roboto – підходить для невеликого за розміром тексту тому що шрифтова гарнітура без засічок, яка була спроектована американською корпорацією Google, а потім представлена разом з ОС Android 4.0 Ice Cream Sandwich як системний шрифт вищезгаданої мобільної ОС. Roboto розповсюджується на умовах, передбачених ліцензією Apache (рис. 3.19).



Рисунок 3.19 – Шрифт Roboto





## ВИСНОВКИ

1 Для проведення досліджень було вибрано та обґрунтовано вихідні дані для проектування каталогу скульптур Миколи Мазура в місті Хмельницькому.

2 Проведено аналітичне дослідження вимог до дизайну проектування каталогу.

3 Проведено історичний огляд ретроспективи каталогу та огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів із художнього оформлення каталогів.

4 Вибрано концепцію дизайну обкладинки каталогу. За джерело творчості при створенні каталогу обрано класичний стиль оформлення графічної продукції.

5 Розроблено варіанти творчих ідей, композицію текстових блоків та фото, модульної сітки, шрифтів, розмір шрифту, створено та оброблено фотографії скульптур Миколи Мазура в місті Хмельницькому.

6 Створено презентаційний каталог культових споруд міста Хмельницького. Електронний макет каталогу збережено в форматі PDF, який використовується типографіями для друку продукції в матеріалі.







ДОДАТОК А  
ГОТОВИЙ ПРОДУКТ ВЕРСТКИ КАТАЛОГУ



Рисунок А.1 – Готовий продукт обкладинки каталогу



а)

Рисунок А.2 – Готовий продукт верстки сторінок каталогу



б)



в)

Рисунок А.2, лист 2

<p><i>Микола Іванович Шугур – скульптор, архітектор, художник-станковист, графік, педагог. Заслужений художник України (1996р), Народний художник України (1998р), Почесний академік Академії мистецтв України. Народився 2 січня 1918 року у селищі радгоспу «Дизайн» Хмельницького державного університету, з 2004 року – доцент кафедри дизайну Хмельницького національного університету, з 2006 року – керівник навчально-творчої майстерні ХНУ. Брав участь у виставках різних рівнів (1972 року. Член Національної спілки художників України з 1987 року. З 7 січня 1992 року по 27 липня 1992 року – голова правління Хмельницької обласної організації Національної спілки художників України. Полімер після важкої хвороби в ніч 17, 9 по 10 жовтня 2016 року.</i></p>	
<b>Зміст</b>	
<b>Памятники</b>	<b>3</b>
<i>Свівер сиротина</i>	3
<i>Державно-патриотичний пам'ятник</i>	4
<i>Пам'ятник. Архангелу воїнам</i>	5
<i>Пам'ятник героям патріотичної боротьби</i>	6
<i>Віра Надія Любов</i>	7-8
<hr/>	
<b>Дитячі скульптури</b>	<b>9</b>
<i>Скульптури в парку Шевченка (1-6)</i>	9-11
<i>Скульптури в м. Пилипча (1-3)</i>	15-18
<i>Скульптури в парку Чепелива (1-11)</i>	19-32
<hr/>	
<i>Карта Хмельницького</i>	<i>33-34</i>

Рисунок А.3 – Готовий продукт верстки змісту каталогу



а)



б)

Рисунок А.4 – Обробка фото в каталог

ДОДАТОК Б  
ПРЕЗЕНТАЦІЙНІ ПЛАНШЕТИ



Рисунок Б.1 – Інформаційний планшет

## Концепція верстки каталогу

Шрифти:

### Snell Roundhand

Аа Бб Вв Гг Дд Ее

Єе Жж Зз Ии Іі Йй

Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр

Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч

Шш Щщ Ъъ Юю Яя

0123456789

### Roboto

Аа Бб Вв Гг Дд Ее

Єе Жж Зз Ии Іі Йй

Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр

Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч

Шш Щщ Ъъ Юю Яя

0123456789

## Шаблон оформлення сторінок

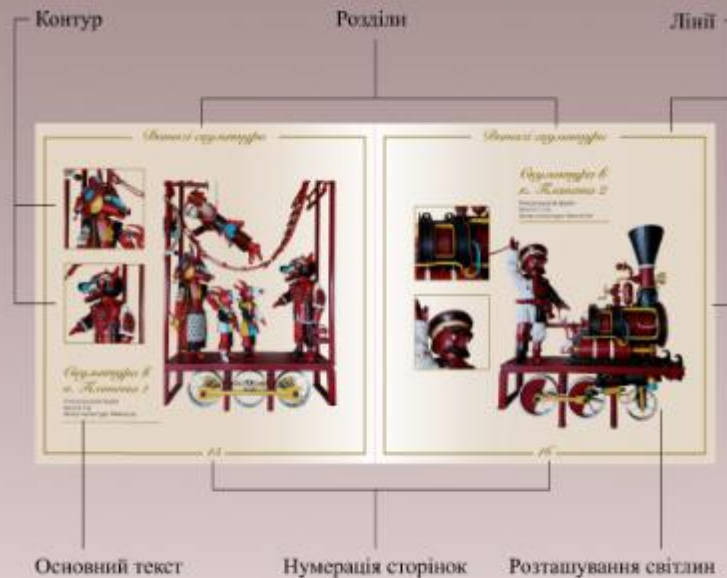


Рисунок Б.2 – Концепція верстки каталогу

*Варіанти розробки обкладинки каталогу*

Ескізи варіантів



Основний варіант

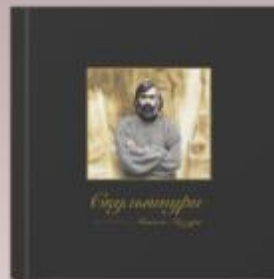


Рисунок Б.3 – Розробка обкладинки каталогу

## *Варіанти верстки основних сторінок*

Ескізи варіантів



Основний варіант



Рисунок Б.4 – Ідеї для верстки основних сторінок

## Верстка спеціальних сторінок



## Запропоновані кольори



FEFDFD



E4D7C8



816400



000000

Рисунок Б.5 – Верстка спеціальних сторінок

*Готові розробки сторінок каталогу*



Рисунок Б.6 – Приклади розворотів каталогу