

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УКРАЇНСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра дизайну

Курсова робота на тему:
«Дизайн-проект багатосторінкового видання журнал “Аудіо
Інновації”»

Виконала
студента групи ДЗ-21
Рудініцька Б.Л.
Перевірив:
Доцент кафедри
дизайну
Варченко Ю.Е.

Оцінка:
Національна шкала:
Кількість балів:
ЄКТС:

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	3
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ПОБУДОВА КУРСОВОЇ РОБОТИ	7
1.1 Розбір процесу створення видавничих продуктів та пояснення частин з яких вона складається.	7
1.2 Особливості кольорів, які потрібно враховувати при створенні видавничої продукції.....	13
1.3 Робота над загальною концепцією довідкового видання	14
РОЗДІЛ 2. РОЗБІР ЗАСТОСУНКІВ, ЗАВДЯКИ ЯКИМ БУЛО СТВОРЕНО БАГАТОСТОРИНКОВЕ ВИДАННЯ	16
2.1 Кореляція фото для журналу.....	16
2.2 Перевірка тексту	17
2.3 Розгляд застосунків для створення багатосторінкового видання.....	20
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ БАГАТОСТОРИНКОВОГО ВИДАННЯ ЖУРНАЛУ “АУДІО ІННОВАЦІЇ”	22
3.1 Пошук аналогів	22
3.2 Формування дизайн-проєкту багатосторінкового видання.....	22
3.3 Вигляд та зміст багатосторінкового видання журналу “Аудіо Інновації”	24
ВИСНОВОК	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27

АНОТАЦІЯ

Ця робота присвячена розробці дизайн-проєкту багатосторінкового видання журналу про звукорежисуру. В ході підготовки проєкту, було досліджено різні українські, та європейські на схожу тематику, проаналізовано їхні характерні відмінності та особливості. В процесі роботи було розроблено логотип для журналу та чітко окреслилася тематика цього журналу, також у проєктуванні журналу використовується стиль мінімалізм, прості та зрозумілі форми. На основі проаналізованої інформації було розроблено макет журналу, також завдяки різним джерелам для навчання звукорежисерів склалася інформаційна частина журналу.

Ключові слова: дизайн-проєкт, журнал, логотип, макет

ANNOTATION

This paper is devoted to the development of a design project for a multi-page magazine about sound engineering. In the course of the project preparation, various Ukrainian and European magazines on similar topics were studied, their characteristic differences and features were analyzed. In the process, a logo for the magazine was developed and the subject matter of the magazine was clearly outlined, and the design of the magazine uses minimalism, simple and clear forms. Based on the analyzed information, the layout of the magazine was developed, and thanks to various sources for training sound engineers, the information part of the magazine was formed.

Keywords: design project, magazine, logo, layout

ВСТУП

Актуальність теми: розвиток преси в Україні, починає набирати актуальності, а також у читачів з'являється інтерес до журнал з вузьконаправленою тематикою. В даному дослідження ми розглянемо вузьконаправлене багатосторінкове видання для звукорежисерів. В інфо просторі та видавництві нашої країни не існує публікацій, про звукорежисеру, власне саме тому прочитання даного журналу є корисним для спеціалістів в цій галузі, а також видання є корисним для видавців, що прагнуть залучити нових клієнтів та дати їм цінну інформацію. Сьогодні потужні світові компанії з видавництва, намагаються створити продукт, який зацікавить спеціалістів та професіоналів у певній сфері. У проробленій мною роботою, я поставили собі за ціль створити контент, який зацікавить звукорежисерів, на кожній сходитці їхнього професійного зростання. В цьому мені звичайно допомогли різні публікації українських та закордонних митців, які тривалий час зацікавлюють читачів вузькоспеціалізованою інформацією у сфері звуку, вони стали натхнення для створення багатосторінкового видання журналу “Аудіо інновації”. У кожному випуску представлені найактуальніша інформації для практичної вдалої роботи та вдосконалення професійних навичок звукорежисерів.

Створення багатосторінкового журналу є непростим та довгостроковим періодом робити, до якого входять багатоступеневі етапи, починаючи від розбору отриманого завдання на створення журналу з певною темою і завершуючи створення вигляду «Аудіо Інновацій» та ідеєю публікацій видання.

Підсумовуючи, сьогодні створити багатосторінкову публікацію не проста, але досяжна ціль.

Метою роботи: є винайдення вигляду та проектування дизайн-проекту багатосторінкового видання журналу "Аудіо Інновації".

Щоб отримати бажаний результат у процесі створення будуть виконанні такі задачі:

- проаналізувати різні багатосторінкові видання, обрати стиль та вигляд журналу

- Обрати цільову аудиторію журналу.

- Окреслити етапи виготовлення даної поліграфічної продукції.

Об'єкт дослідження: процеси проектування поліграфічного видання - журналу

Предметом дослідження: є способи та засоби проектування багатосторінкового видання

РОЗДІЛ 1. ПОБУДОВА КУРСОВОЇ РОБОТИ

1.1 Розбір процесу створення видавничих продуктів та пояснення частин з яких вона складається.

Зразок видання — це документ, що відображений у певній програмі для створення графіки дизайнерами, до нього входять примірники, які можна використати для ідеї створення певної багатосторінкової публікації. Створення публікації з текстом та ілюстраціями відбувається за допомогою людей, які вміло користуються пензлем та фарбами як на папері так і в різних застосунках, вони допомагають створити унікальний та привабливий вигляд певному журналу. Продовженням процесу створення є грамотне устаткування текстової частини. Впродовж довгого часу, кількох століть, на виробництві різноманітної поліграфії, є людина які відповідає за усі процеси створення публікації називався вона метранпажем, в перекладі, це означає "поміщати на сторінку"[1].

Історія настільних видавничих систем

Завдячувати тому що люди розпочали створювати усілякі видавничі матеріали за допомогою клавіатури та монітору, потрібно компанії Стіва Джобса Apple, які у кінці 20 століття відкрили нову епоху(Додаток А, рис.1.1). Багато людей та компаній швидко оцінили цю можливість, до прикладу компанія Microsoft, покращила свої додатки удосконалюючи свої популярні офісні програми, також орієнтувалася на ці нововведення. Завдяки технічному прогресу та зниженню цін на цифрову інформаційну техніку, з 80-х років програмно-технічні комплекси переддрукарської підготовки стали широко розповсюджуватися.

Сучасні програми верстки

В основі застосування усіх програм для верстки лежать однакові логічні

принципи. Відмінності між засобами різних виробників полягають у індивідуальних зручностях, колекціях заготовок та інших функціональних можливостях, які надають користувачу широкий вибір інструментів[1]. Сучасні можливості дозволяють реалізувати верстання не лише за допомогою спеціалізованих професійних програм, таких як Microsoft Publisher, Quark XPress, Adobe InDesign, але й за допомогою текстових процесорів (OpenOffice.org Writer, Corel WordPerfect) та векторних чи растрових графічних редакторів (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop).

Електронні

видання

Набувають популярності електронні видання, для верстання яких використовуються сучасні спеціалізовані інструменти. Цей напрямок продовжує розвиватися, надаючи нові можливості для створення та розповсюдження контенту в цифровому форматі.

Навіщо

потрібен

макет

видання:

Для виготовлення видавничих публікацій, таких як візитні картки, флаери та брошури, потрібен електронний файл з дизайном макету. Готовий до використання макет - це електронний файл, повністю підготовлений до друку, який не вимагає додаткових змін або підготовки. Дизайн макету включає в себе композицію зображень і тексту в певному форматі, кольорові пропорції, роздільну здатність та інші технічні характеристики, необхідні для друкарського процесу. Створення дизайну для друку - це складна та трудомістка задача. Матеріали, які використовуються при розробці дизайну, проходять попередню обробку відповідно до друкарських технологій, щоб підготувати їх до друку. Робота в професійних програмах без знання процесів друку та додрукарської підготовки може призвести до розчарувань. Гарний вигляд зображення на екрані не гарантує якісного результату при друку.

Що

входить

в

макет:

1. Проектування дизайну обкладинки та сторінок поліграфічної продукції.

Щоб забезпечити високу якість продукції, необхідно надавати повну та чітку інформацію про продукт на початкових етапах: кінцевий розмір видання, колірність. Використання відповідного апаратного та програмного забезпечення відіграє важливу роль у забезпеченні якісного та ефективного виробництва продукції.

2. Збірка сторінок

Багатосторінкова верстка забирає значну кількість часу при виготовленні журналів. У процесі багатосторінкової верстки розробляється дизайн обкладинки та концепція сторінок, проводиться посторінкова збірка, наповнення сторінок інформацією, а також підготовка файлів у форматах, необхідних для друкарських машин.

3. Верстка сторінок.

Багатосторінкова верстка займає близько 60% часу, необхідного для підготовки макета видань до друку. Дизайн та верстка здійснюються фахівцями за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення. Найчастіше для поліграфічного дизайну та верстки використовуються векторні програми, такі як Adobe Illustrator, CorelDraw, InDesign. Усі ці програми дозволяють створювати багатосторінкові документи, об'єднувати кілька документів в один та забезпечувати оригінальне розташування графіки. Поліграфічна верстка характеризується складністю, оскільки вимагає професійного підходу.

Програмне забезпечення для поліграфічної верстки

Поліграфічна верстка, яка об'єднує окремі елементи в завершений та відкоректований оригінал-макет, виконується за допомогою спеціальних видавничих програм. Ці програми дозволяють синхронно працювати з текстом і зображеннями. Вони мають низку особливостей, включаючи роботу з об'єктами видання у локальних вікнах. Усі програми, що використовуються для поліграфічної верстки, дозволяють створювати багатосторінкові документи, об'єднувати кілька документів в один,

забезпечувати унікальне розташування графіки на сторінках тощо. Для полегшення процесу можуть застосовуватися спеціальні скрипти.

Робота з графікою та текстом

Під час підготовки друкованого видання зображення обробляються в графічних редакторах, які забезпечують їх високу якість. Текстовий контент може бути оброблений як у сторонніх програмах, так і безпосередньо у видавничому редакторі. Це залежить від того, що текст може кілька разів змінюватись під час роботи над оригінал-макетом, наприклад, після кожного етапу вичитки і коректури.

Професійний підхід

Поліграфічна верстка є складним процесом, що вимагає професійного підходу. Замовляючи верстку у фахівців, ви отримуєте гарантовано якісний результат. Верстка вашого видання буде виконана у повній відповідності з вашими побажаннями та вимогами.

Види верстання

Існує кілька видів верстання:

1. Макетне та без макетне верстання:

Газетно-журнальні видання: Газети та деякі журнали верстаються на основі попередньо створеного макету сторінок.

Книжкові видання: Для книг та частини журналів макети сторінок не готуються заздалегідь.

2. За видом видання:

Книжково-журнальна верстка: Використовується для книг і журналів.

Газетна верстка: Має більш вільні правила переносу та розміщення тексту і ілюстрацій.

Акцидентна верстка: Для дрібних замовлень (запрошення, білети, бланки) та окремих елементів книг і журналів (обкладинки, титули).

3. За конфігурацією матеріалів:

Пряма верстка: Всі матеріали мають прямокутну форму, колонки

однакової висоти. Використовується в літературно-художніх виданнях, підручниках та окремих журналах. Вона виглядає строгою і її простіше сприймати.

Ламана верстка: Матеріали мають ступінчасту форму, колонки різної висоти. Вона складніша у виконанні, але забезпечує динамічність публікації. Застосовується переважно в газетах і модних журналах.

4. За розміщенням матеріалів відносно центра смуги набору:

Вертикальне чи горизонтальне.

5. Симетрична та асиметрична верстка:

Симетрична: Формальна, графічно урівноважені протилежні частини смуги.

Асиметрична: Підкреслює головне на сторінці.

6. За шириною колонок: Постійна і змінна.

Секрети і тонкощі дизайну.

Для роботи над важливим документом, таким як макет видання, слід залучати тільки висококваліфікованих спеціалістів у сфері дизайну.

Важливою складовою при виборі підрядника є єдине стилістичне бачення проекту, тобто всі елементи стилю мають бути впізнаваними на будь-яких предметах і в будь-яких ситуаціях.

Види верстання

Існує декілька видів верстання, які поділяються на:

Макетне та безмакетне верстання:

- **Газетно-журнальні видання:** Газети та деякі журнали верстаються за попередньо підготовленими макетами. Це особливо важливо для великих журналів з багатостовпцевим набором, багатьма рубриками та ілюстраціями, щоб забезпечити розташування певних повідомлень на визначених сторінках.

- **Книжкові видання:** Для верстання книг попередньо підготовані макети не потрібні, оскільки немає значення, на яких сторінках будуть розташовані

конкретні повідомлення чи їх частини. Це стосується і деяких журналів, які верстаються за схожою технологією.

За видом видання:

- **Книжково-журнальна верстка**

- **Газетна верстка:** Вільніші правила переносу та розміщення тексту і ілюстрацій.

- **Акцидентна верстка:** Для дрібних замовлень (запрошення, білети, бланки, афіші, рекламні модулі) та окремих елементів книг і журналів (обкладинки, суперобкладинки, титули, шмуцтитули), де поєднуються різні шрифти та графічні матеріали.

За конфігурацією матеріалів:

- **Пряма верстка:** Кожен матеріал має прямокутну форму, колонки однакової висоти. Використовується в літературно-художніх виданнях, підручниках та окремих журналах. Вона виглядає строго і її простіше сприймати, маючи стриманий характер.

- **Ламана верстка:** Матеріали мають ступінчасту форму, колонки різної висоти. Ця верстка складніша у виконанні, але дозволяє досягти динамічності публікації, здебільшого використовується в газетах і модних журналах.

За розміщенням матеріалів відносно центру смуги набору:

- Вертикальна

- Горизонтальна

Симетрична та асиметрична верстка:

- Симетрична: Має графічно урівноважені протилежні частини смуги.

- Асиметрична: Підкреслює головне на смугі.

За шириною колонок:

- Постійна ширина

- Змінна ширина[2].

1.2 Особливості кольорів, які потрібно враховувати при створенні видавничої продукції

Кольори при друці можуть відрізнятись від тих, які ми бачимо на моніторі. Сучасні екрани здатні відтворювати будь-який колір завдяки світлу, тоді як друкарські машини використовують чотири фарби. На екрані колір утворюється шляхом змішування світлових променів: чим більше променів, тим яскравіший колір. Натомість на папері колір створюється фарбами: чим більше фарби, тим темніший колір. Монітори використовують кольорову модель RGB, а друкарські машини - CMYK. Сучасні технології не дозволяють точно передати ці кольори на монітори за якими працюють люди. Відтінок на матеріалі, на якому будуть друкувати залежить не тільки від фарби, але й відхарактеристик паперу паперу, якості фарби та способу її нанесення. Тому точні кольори для друку можна побачити тільки приблизно в програмах в яких створюється видання.[3].

В той час коли необхідно показати роботу, людині яка її замовила, то публікацію переводять у кольори RGB. Однак, через різну якість та калібрування моніторів, колір спотворюється на кожному екрані по-різному. Для точного відтворення корпоративного кольору використовують точні числові пропорції фарб, описані в брендбуці компанії. Також друкують кольоропробу в поліграфії на папері або сувенір, які будуть використовуватися в тиражі. Часто формулу фірмового кольору потрібно коригувати через зміну фарб при термодруці або залежно від ступеня крейдованості та поглинання паперу. При виборі кольорів для макету поліграфії не варто покладатися на кольори, які ви бачите на своєму моніторі. Для розробки макетів поліграфії використовують довідники формул кольорів CMYK. Ілюстрації

завантажені з різних пошукових систем при перетворенні з RGB в CMYK йдуть на чистку кольорів та корегування (Додаток А, рис. 1.2).

1.3 Робота над загальною концепцією довідкового видання

Робота над журналом починається з аналізу поточного ринку подібних видань, їх тематики та стилю викладу матеріалу. Авторська команда має виділити основні тенденції ринку, щоб створити щось дійсно нове та ефективне. Це дослідження дозволяє зрозуміти, які теми є найактуальнішими для читачів, які стилістичні підходи використовуються конкурентами, та які формати подачі матеріалів є найбільш популярними.

На початковому етапі роботи над виданням необхідно вирішити комплекс організаційних та творчих питань.

Організаційні питання

1. Визначення цільової аудиторії: чітке з'ясування читацького призначення та передбачуваного попиту на книговидавничому ринку.

2. Економічна оцінка: аналіз економічних можливостей видавництва щодо забезпечення якості майбутнього видання.

3. Формування команди: підбір авторського колективу та створення спеціальної редакторської групи.

Творчі питання

1. Складання словника: розробка спеціалізованого глосарію, який буде використовуватися авторами.

2. Методичні рекомендації: створення інструкцій для авторів щодо стилю та форми подачі матеріалів.

3. Принципи відбору матеріалів: з'ясування загальних принципів відбору та систематизації матеріалів.

Якість матеріалу

Вирішальним для успіху журналу є якість фактичного матеріалу. Вибір об'єктів для характеристик - це першочергове завдання авторів. Основний критерій вибору об'єктів - це найактуальніша та дієва інформація.

Текстова частина

Наступний крок - вибір оптимального матеріалу для розділів, присвячених звуко індустрії або іншим спеціалізованим темам. Повнота відомостей, тематичний діапазон, змістове наповнення і вагомість майбутнього багатосторінкового видання значною мірою залежатимуть від того, наскільки обширно і ґрунтовно було відпрацьовано саме текстову частину. Важливо забезпечити, щоб кожен розділ був добре дослідженим, інформативним та актуальним для цільової аудиторії.

Отже, успішна підготовка журналу вимагає ретельного дослідження ринку, вирішення організаційних і творчих питань, а також забезпечення високої якості фактичного матеріалу. Тільки за умови комплексного підходу до кожного з цих аспектів можна створити видання, яке буде цікавим та корисним для читачів.

РОЗДІЛ 2. РОЗБІР ЗАСТОСУНКІВ, ЗАВДЯКИ ЯКИМ БУЛО СТВОРЕНО БАГАТОСТОРІНКОВЕ ВИДАННЯ

2.1 Кореляція фото для журналу

Щоб досягти бажаного вигляду друку, на етапі створення загального вигляду та підготовки важливо надати розгорнуту інформацію про фінальний варіант. Це включає в себе остаточні заміри, конкретна інформації про те на чому буде друкуватися видання, а також опис всього процесу післядрукарської обробки.

Одним із завдань додрукарської підготовки є виявлення всіх можливих помилок, щоб запобігти їх появі в готовій продукції. Перш ніж журнал буде передано для виготовлення, він має пройти різні етапи перед друкарської підготовки:

Перший крок: Зовнішній вигляд

На цьому етапі створюється макет і загальна концепція проєкту. Планування зовнішнього оформлення є першим кроком у створенні проєкту. Тут потрібно точно знати, якою буде концепція видання, стиль та уявлення про фінішній результат. Додрукарська підготовка – це базова основа для подальших дій, що впливає на всю структуру роботи.

Другий крок: Верстка

Основне завдання на цьому етапі – уникнути розміщення важливих для публікації компонентів, а саме поряд лінії по якій будуть різати матеріал. Зазвичай це становить не менше 5 мм. Також необхідно правильно розташувати елементи, що йдуть на виліт, зазвичай 5 мм. Важливо не допустити спотворень при розміщенні об'єктів. Особлива увага приділяється правильному розташуванню зображень на розвороті, уникаючи розміщення облич людей в цій області.

Третій крок: Кольорокорекція

Перед друком необхідно провести кольорокорекцію, щоб первісний макет набув природних кольорів. Найкраще підготувати зразок майбутнього продукту для точного співвіднесення відтінків з кінцевим результатом. Спочатку здійснюється первинна обробка зображень, включаючи корекцію. Потім фахівець з корекції працює з версткою, налаштовує вільоти, розмір і все інше необхідне для отримання журналу. Закінчується це все обробкою зображень.

Крок чотири: Праця людина, що відповідає за видання перед тим, як надрукувати його

Технік береться до роботи з вже прочитанням і виправленням редактора. Основні завдання техника – зробити перевірку на відповідність технічним вимогам друкарні та запис макету в формат PDF. Після проходження всіх чотирьох етапів додрукарської підготовки, макет передається до друку.

Післядрукарська обробка

Після друку починається післядрукарська обробка, яка є важливою складовою виробництва поліграфічної продукції. До цих процесів відноситься все, що відбувається з продукцією після виходу з друкарської машини[4].

2.2 Перевірка тексту

Microsoft Word призначений для введення, редагування та форматування тексту. Він інтегрується у видавничі системи, оскільки не потребує спеціалізованого програмного забезпечення щоб дизайн був унікальним, потрібно дотримуватися певних правил:

- Допустимо-можливий розмір файлу – 32 МБ.

- Допустимо-можливі символи та вигляд у таблицях – 63.
- Допустимо-можливо висота та ширина сторінок – 22 дюйми.
- Допустимі символи у одному рядку – 768.
- Підтримка 256 кольорів і відтінків.

Документ складається з розділів, таблиць, абзаців та символів.

Елементи документа:

Розділи: Визначають розмір паперу, орієнтацію сторінки, розмір полів, нумерацію.

Таблиці: Складаються з клітинок і відображають їх кількість, рамку та розташування. Важливо щоб місце яке ви будете виділяти було заповне текстом.

Абзаци: Це набір символів, який завершується символом кінця абзацу. Абзаци мають такі властивості, як міжрядковий інтервал, відстань від тексту до країв сторінки, відступи та формат нумерації.

Символи: Літери, цифри, розділові знаки та інші символи, що мають характеристики, такі як назва та розмір шрифту, а також стиль (жирний, курсив, підкреслений).

До тексту можна додавати інші об'єкти, як-от закладки, поля для автоматизації роботи з документами, графіку тощо.

Друк за допомогою технологій – обробка розташування фарби одразу на предмет на друковану площу. Вона допомагає виготовляти невеликі тиражі видавничих виробів. Ця технологія відтворює текст і зображення з електронного формату, не потребуючи формних процесів, що робить її економічно вигідною.

Плюси і мінуси сучасного друку:

Швидкість: Відсутність етапів створення друкарських форм дозволяє негайно почати друк, знижуючи ризик втрати якості зображення.

Гнучкість: Можливість друкувати багатосторінкові видання та маленькі тиражі.

Тестові копії: Дозволяється робити тестові зразки для перевірки правильності оформлення, чіткості та яскравості зображення, а зміни в журналі можна вносити в будь-який момент.

Стабільна вартість: Ціна не залежить від тиражу, тому малі накладки вигідніше друкувати на сучасній видавничій машині.

Основними недоліками є обмеження у видах використовуваних фарб. Отримане зображення може не мати надійного зв'язку з матеріалом на згинах, а витратні матеріали є досить дорогими, тому цифровий друк підходить для малих тиражів.

Витратні матеріали.

Виготовлення продукції неможливе без витратних матеріалів. Для художньо-публіцистичного видання використовується папір – лист, що складається з волокон рослинного походження. Папір відрізняється за масою (від 40 до 400 г/м²), способом виготовлення та форматом (A1, A2, A3, A4 тощо).

Головними мінусами є заборони у виборі фарб. Зображення може не бути міцно з'єднаним з матеріалом на згинах, а витратні матеріали досить дорогі, тому цифровий друк підходить для невеликих тиражів.

Виготовлення продукції не є реальним без різноманітних втрат. Для художньо-публіцистичного видання використовують папір – аркуш, має у складі волокна різних рослин. Папір відрізняється за вагою (від 40 до 400 г/м²), методом вироблення матеріалу та розміром (A1, A2, A3, A4 тощо).

2.3 Розгляд застосунків для створення багатосторінкового видання

Для виготовлення журналів дизайнери дуже часто використовують сучасні можливості програмного забезпечення від компанії Adobe, зокрема Adobe InDesign. В програмі Adobe InDesign створювалося багатосторінкове видання журналу "Аудіо Інновації".

Adobe InDesign розроблений для допомоги у створенні професійних журналів та інших друкованих матеріалів. Ця програма також дозволяє ефективніше створювати різноманітні макети. Створюючи проект у програмі Adobe InDesign, ви можете почати з порожнього документа або використати шаблон, який виконає за вас велику частину роботи. Потужні інструменти для створення елементів у Adobe InDesign допомагають зробити вашу роботу унікальною.

Переваги використання Adobe InDesign

1. Професійна якість: Програма забезпечує високу якість дизайну та друку, що відповідає професійним стандартам.
2. Гнучкість: Adobe InDesign підтримує різноманітні формати та дозволяє створювати макети будь-якої складності.
3. Інтеграція з іншими продуктами Adobe: Це забезпечує легкий обмін файлами та ресурсами між програмами, такими як Photoshop та Illustrator.
4. Вбудовані шаблони: Використання шаблонів прискорює процес створення макетів, дозволяючи зосередитися на дизайні та вмісті.
5. Інструменти для створення елементів: Різноманітні інструменти для створення графіки, текстових блоків, таблиць та інших елементів допомагають зробити макет унікальним.

Основні можливості Adobe InDesign

1. Багатосторінкові документи: Програма чудово підходить для створення багатосторінкових видань, таких як журнали, книги та каталоги.
2. Складні макети: Підтримка складних макетів з різними графічними та текстовими елементами.
3. Точне форматування: Забезпечує точне форматування тексту та графіки, що є критичним для друкованих видань.
4. Автоматизація: Можливість автоматизації багатьох процесів, таких як нумерація сторінок, створення змісту та інше.

Електронні видання

Велику популярність тепер здобувають електронні видання, для верстання яких застосовують спеціалізований інструментарій. Використання сучасних технологій дозволяє створювати інтерактивні та динамічні електронні журнали, що значно розширює можливості видавничої індустрії та робить контент доступним для широкої аудиторії.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ БАГАТОСТОРІНКОВОГО ВИДАННЯ ЖУРНАЛУ “АУДІО ІННОВАЦІЇ”

3.1 Пошук аналогів

Перш ніж розпочати роботу над створенням макету багатосторінкового видання журналу "Аудіо Інновації", я провела детальне дослідження ринку, щоб дізнатися, які журнали сьогодні є популярними, актуальними та можуть зацікавити споживачів. Під час пошуку інформації я виявила, що всі відомі та популярні журнали збирають найцікавішу інформацію з індустрії та використовують простий і зрозумілий дизайн, що підсилює враження читача.

Проаналізувавши кілька успішних прикладів для натхнення, я сформувала концепцію макету для журналу "Аудіо Інновації". Моя мета полягала в тому, щоб поєднати якісний контент з сучасним і легким для сприйняття дизайном, який би приваблював читачів і сприяв їхньому позитивному досвіду від перегляду журналу. (Додаток А, рис. 1.3).

3.2 Формування дизайн-проєкту багатосторінкового видання

Завданням багатосторінкового видання журналу "Аудіо Інновації" є забезпечення унікальності інформації, оригінальності та виняткової впізнаваності. Макет журналу відображає його сутність, надає цінність та формує загальний образ звуко індустрії для читачів. Давайте розглянемо основні складові багатосторінкового видання журналу "Аудіо Інновації":

- **Логотип**
- **Графічне зображення**

- **Текст** та **фірмові шрифти**
- **Корпоративні** або **фірмові кольори**

Переходимо до розробки дизайн-проекту багатосторінкового видання журналу "Аудіо Інновації". Дизайн-проект реалізується за допомогою створення фірмового знаку (логотипу), тексту та фірмових шрифтів, корпоративних кольорів.

При розробці дизайн-проекту були враховані всі нюанси, які можуть зустрітися на ринку. Таким чином, коли читач відкриє журнал "Аудіо Інновації", він одразу зрозуміє, яку корисну інформацію він може отримати з цього видання. Продуманий дизайн відіграє ключову роль у першому враженні читача.

Отже, перерахуємо основні ознаки дизайн-проекту багатосторінкового видання, які впливають не тільки на перше враження, а й загалом на всю розробку макету журналу:

- **Фірмовий колір.** Колір та текстури впливають на враження людини, її настрої та емоції. Вони також відіграють важливу роль у створенні власного стилю. Корпоративні кольори мають бути гармонійними та відповідати загальному стилю видання.

- **Товарний знак або логотип.** Це головне зображення бренду, яке представляє компанію. Логотип є обличчям бренду і вирішує, чи буде компанія успішно розвиватися на ринку.

- **Композиція.** Композиція грає важливу роль у розробці фірмового стилю. При створенні журналу необхідно правильно розміщувати елементи, щоб уникнути надлишку порожнього простору або, навпаки, перенасиченості. Важливо дотримуватися симетрії та єдності в дизайні. Всі вищезгадані елементи були розроблені і будуть представлені далі. Отож:

- **Фірмові кольори.** Журнал має насамперед нести цінну інформацію, тому колір шрифту в першому випуску стриманий, чорний. Однак у наступних

випусках, в якості експерименту, можуть використовуватися зелені та жовті кольори відповідно до логотипу (Додаток А, рис. 1.4).

- **Логотип.** Назва журналу "Аудіо Інновації" передбачає, що акцентною (головною) літерою є "А", яку доповнює слово "інновації" (Додаток А, рис. 1.5).

- **Фірмовий шрифт.** У журналі використовуються шрифти: Montserrat, Minion Pro, Playfair Display (Додаток А, рис.1.6).

На основі цих елементів створено довершений вигляд макету, що забезпечує професійний та привабливий вигляд журналу "Аудіо Інновації"

3.3 Вигляд та зміст багатосторінкового видання журналу “Аудіо Інновації”

Журнал “Аудіо Інновації” складається з 25 аркушів (Додаток А, рис.1.7), інформації про індустрію звукорежисури, також увесь текст підкріплений відповідними фото, які були завантажені з безкоштовних стокових сервісів та також з Вікіпедії у випадку коли було описане життя відомої людини, а саме одного з найкращих звукорежисерів 21 століття (Додаток А, рис. 1.8).

Додатково до пояснювальної записки прикріплено вигляд багатосторінкового видання журналу “Аудіо Інновації” в форматі pdf. Це дозволяє ознайомитися з кінцевим продуктом у повному обсязі та оцінити всі елементи дизайну і структуру журналу.

Під час створення журналу було враховано всі сучасні тенденції в дизайні та верстці, щоб забезпечити максимально зручне і приємне читання. Усі матеріали підібрані з урахуванням актуальності та цікавості для читачів, що дозволяє створити унікальне та корисне видання.

Отже, журнал "Аудіо Інновації" - це комплексний продукт, який поєднує в собі якісну інформацію про звукорежисуру, професійний дизайн і зручний формат подачі матеріалу. Це робить його незамінним джерелом знань для всіх, хто цікавиться звуковою індустрією.

ВИСНОВОК

У цьому проекті ми прийняли виклик розробки багатосторінкового видання журналу "Аудіо Інновації". Під час роботи над проектом ми дослідили широкий спектр аспектів, включаючи аналіз продукції, визначення ключових компонентів, вирішення питань щодо кольору та обробки зображень, редагування та верстку тексту, а також розглянули різноманітні програмні засоби для створення журналів. Під час створення дизайн-проекту ми дотримувалися норм та стандартів, що регулюють процес створення журналів, і застосовували на практиці знання, які ми отримали під час навчання. Цей проект був не лише викликом, а й можливістю застосувати нашу творчість та професійні навички для створення якісного і привабливого видання. В результаті наша робота набула якісного та естетичного вигляду, що відповідає вимогам сучасного читача. Такий підхід дозволив створити журнал, який задовільнить очікування цільової аудиторії, і поглибити особисте розуміння та вміння у сфері дизайну та видавництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну / Михайло Якович Куленко. – Київ: Кондор, 2018.
2. Кашеєв Л. Б. Інформатика. Основи візуального програмування: навч. посібник / Л. Б. Кашеєв, С. В. Коваленко, С. М. Коваленко. // Ранок. – 2011.
3. Вільямс Р. Дизайн. Книга для недизайнерів / Робін Вільямс., 2022.
4. Нельсон Д.С., Проблеми дизайну / Д.С. Нельсон. – Видавництво: Мистецтво, 1971р.
5. ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ТА ВІЗУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ [Електронний ресурс] / [М. В. Колосніченко, Є. П. Гула, К. Л. Пашкевич та ін.] // КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19916/1/GDIVP_mono_2022.pdf
6. ВПЛИВ ХУДОЖНІХ СТИЛІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ НА ІМІДЖ КОМПАНІЇ [Електронний ресурс] / К.ПАШКЕВИЧ, М. Руденко, А. КУЦЕНКО, А. САВЧУК // Київський національний університет технологій та дизайну. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21125/1/APSD_2022_V2_P130-132.pdf.
7. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ [Електронний ресурс] / [В. МУСІЄНКО, М. ШКУРЛЕЙ, О. МИХАЙЛЮК та ін.] // Київський національний університет технологій та дизайну та Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука. – 2023. – Режим доступу до ресурсу:

https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24712/1/APSD_2023_V2_P096-099.pdf.

8. Даніленко В. Я. Основи дизайну: Навчальний посібник. / В. Я. Даніленко. – 1996.

9. Декоративно-прикладне мистецтво» Навчальний посібник для студентів / Е. А. Антонович, Р. В. Захарчук-Чугай, М. У. Станкевич. // Львів «Світ». – 1992.

10. Михайленко В. Е. Основи композиції геометричні аспекти художнього формоутворення / В. Е. Михайленко. – Київ: Каравела, 2001.

11. ART UKRAINE. Історія виникнення мистецтвознавчих журналів [Електронний ресурс] / ART UKRAINE // ART UKRAINE. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://artukraine.com.ua/ukr/a/proshloe-v-nastoyaschaem-istoriya-vozniknoveniya-iskusstvovedcheskih-zhurnalov/>.

12. Семенчук А. К. Розробка журналу про мистецтво «The Art Folk» [Електронний ресурс] / А. К. Семенчук // Національний авіаційний університет. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/55369>.

13. Срібняк І. ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ: ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК НОВИНИХ МАС-МЕДІА В КРАЇНАХ ЄВРОПИ, АЗІЇ ТА ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ (XVII-XX СТ.) / І. Срібняк. – Київ: Міжнародний науково-освітній консорціум імені Люсьєна Февра, 2018.

14. DEPOSITPHOTOS. Тренди у графічному дизайні 2024 [Електронний ресурс] / DEPOSITPHOTOS // DEPOSITPHOTOS. – 2024. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.depositphotos.com/ua/trendy-u-grafichnomu-dyzajni-2024.html>.

15. Adobe. Офіційний сайт компанії Adobe [Електронний ресурс] / Adobe –
Режим доступу до ресурсу: <https://www.adobe.com/home?acomLocale=ua>.

ДОДАТОК А



рис. 1.1 - перший комерційно успішний персональний комп'ютер

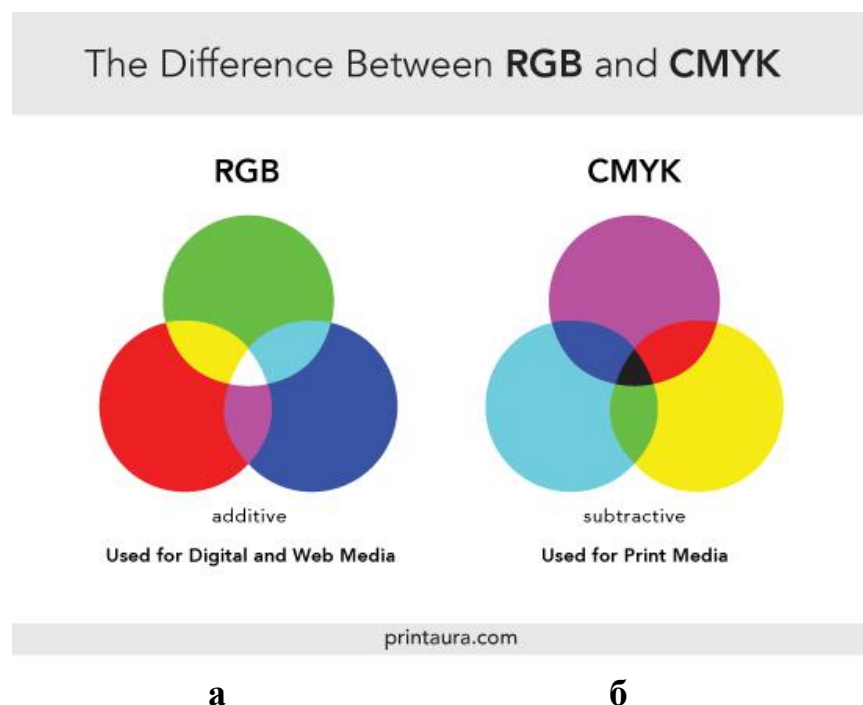


рис. 1.2 - моделі для роботи з друкованою продукцією. а - Колірна модель RGB, б - Колірна модель CMYK

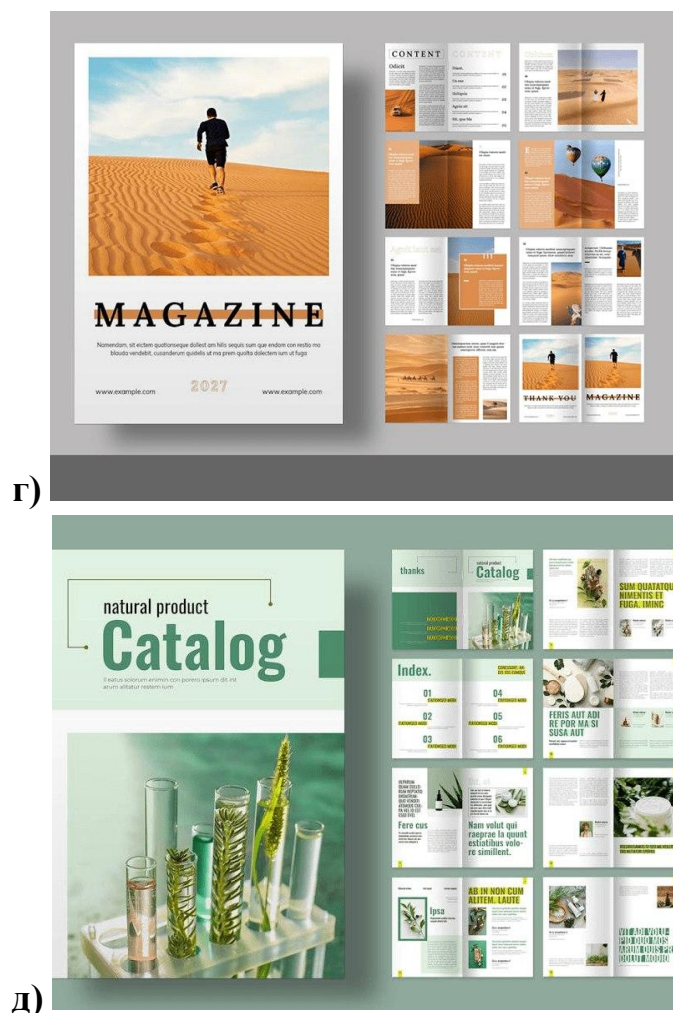


рис. 1.3 - приклади журналів. а - журнал “Template”, б - журнал “Artfolio”, в - журнал “Travel”, г - журнал “Layout”, д - журнал “Natural product Catalog”

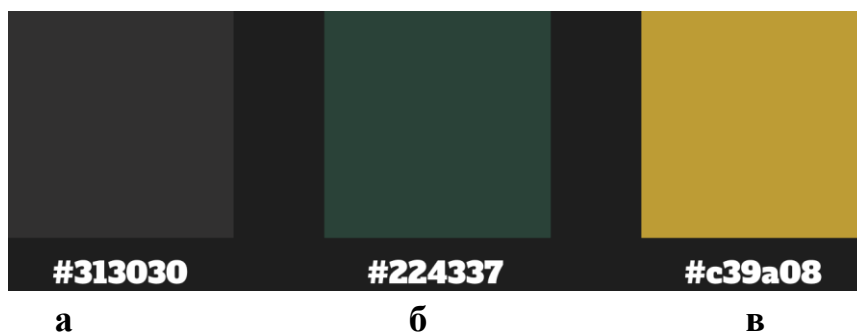
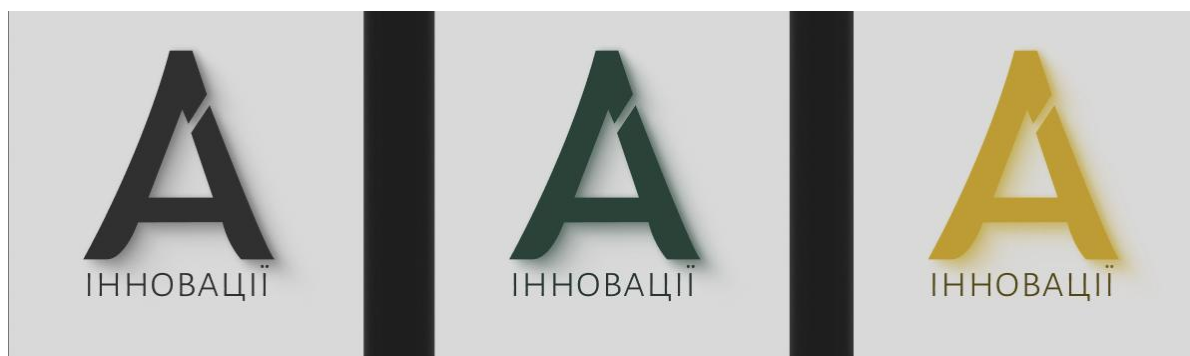


рис. 1.4 - фірмові кольори для журналу та логотипу. а - #313030, б - #224337, в - у жовтому кольорі #C39A08

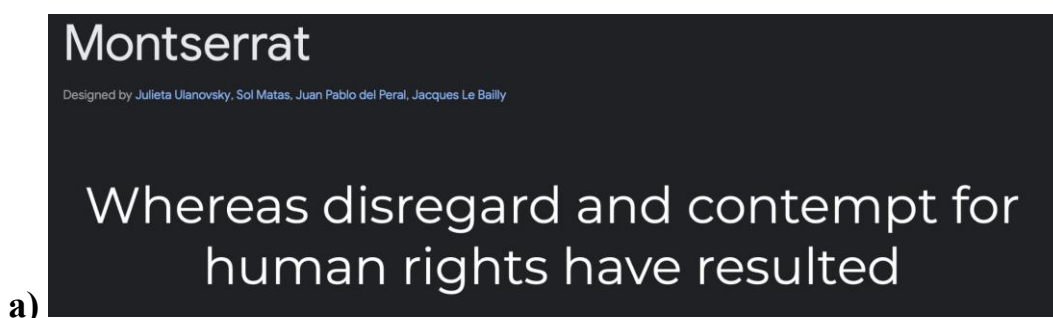


а

б

в

рис. 1.5 - логотип журналу “Аудіо Інновації”. а - у сірому кольорі (#313030), б - у зеленому кольорі (#224337), в - у жовтому кольорі (#C39A08)



а)

Minion

Designed by [Robert Slimbach](#). From [Adobe Originals](#).

[Fonts](#) [Recommendations](#) [About](#) [Licensing](#) [Details](#)

Minion Pro Regular </>

The quick brown fox jumps over the lazy dog

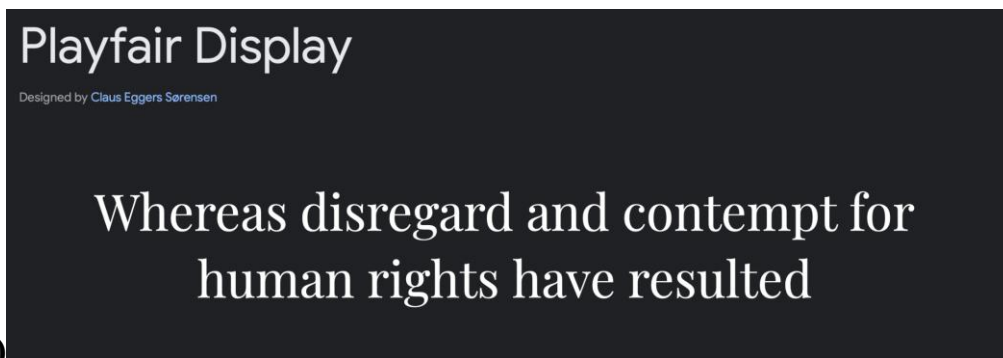
Minion Pro Italic </>

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Minion Pro Medium </>

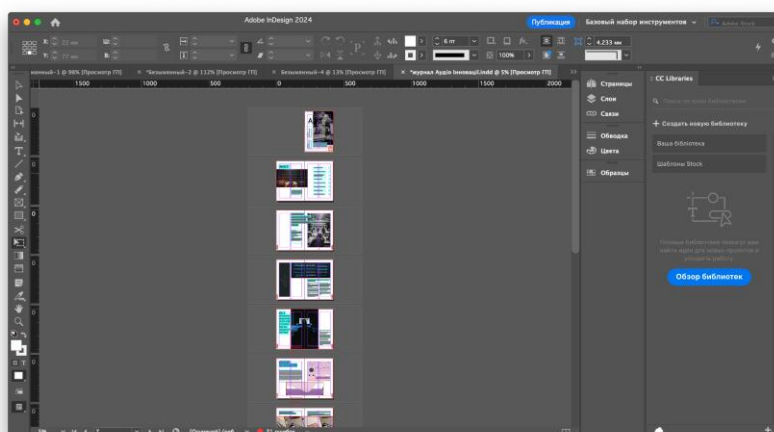
The quick brown fox jumps over the lazy dog

б)

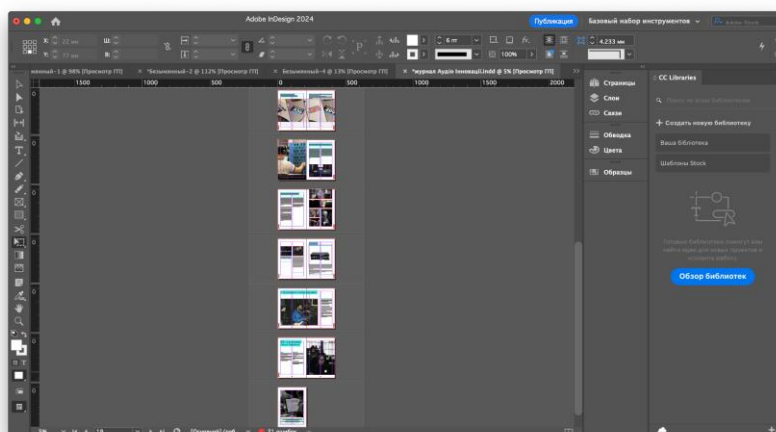


в)

рис. 1.6 - Фірмові шрифти. а - Montserrat, б - Minion Pro, в - Playfair Display



а)



б)

рис. 1.7 - вигляд журналу в програмі Adobe InDesign а - сторінки 1-13, б - сторінки 14-25



рис. 1.8 - Майкл Брауер - Американський мікшер, отримав нагороду Греммі в номінації "Найкраща звукорежисура альбому, некласична музика",