

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

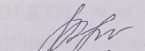
«Розробка дизайн-проекту періодичного журналу з дизайну «Арт»»

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма «Дизайн середовища»

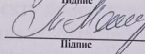
Студент


Підпис

ДМ-41
група

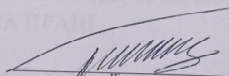
В.Р.Іваницький

Керівник:


Підпис

М.Й.Маркович

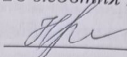
Допуск до захисту:


Підпис, дата

Завідувач відділення
дизайну
Ющак Н.А.

Тернопіль – 2020

№ 505
19.06.2020

«Затверджено»
Голова ЦК дисциплін дизайну
28 лютого 2019 р.
 Н.С.Питель

ЗАВДАННЯ

НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ СТУДЕНТА

Іваницький Віталій Русланович

1. Тема проекту: «Розробка дизайн-проекту періодичного журналу з дизайну «Арт»»
2. Термін подання завершеного проекту 16 червня 2020 р.
3. Пояснювальна записка:

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ

- 1.1 Дизайн-аналіз аналогів
- 1.2 Функціональний та ергономічний аналіз об'єкта проектування
- 1.3 Концептуальна ідея об'єкта проектування
- 1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення

РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА

- 2.1 Ескізування проектних рішень об'єкта дизайну і вибір основного варіанту
- 2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування
- 2.3 Колористичне вирішення об'єкта проектування
- 2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкта дизайну

РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

- 3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкта дизайну

РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

4. Графічна частина:

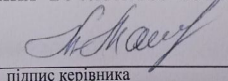
дизайн-проект періодичного журналу

5. Практична частина (робота в матеріалі):

розробка дизайну журналу і виготовлення

6. Дата видачі завдання 10 лютого 2020 р.

Керівник роботи


підпис керівника

М.Й.Маркович

РЕЦЕНЗІЯ

на дипломний проект

випускника Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола 2020 року
освітньо-кваліфікаційного рівня підготовки – „Молодший спеціаліст”,
галузі знань – 0202 Мистецтво,
спеціальності - 022 Дизайн,
освітня програма «Дизайн середовища»
Іваницький Віталій Руслана

нович

Тема дипломного проекту «Розробка дизайн-проекту періодичного журналу з дизайну «АРТ»

Керівник дипломного проекту – Маркович М. Й.

ЗМІСТ РЕЦЕНЗІЇ:

Самостійні розробки і пропозиції автора дипломна робота присвячена актуальній темі розробки дизайн-проекту журналу "Арт". Студент привніс у роботу новітні знання, використав свої навички, які дають підставу навчання в коледжі.

Практичне значення проекту позитивна робота журналу, в якій містяться всі необхідні дані для розробки проекту, в тому числі: дизайн, графіка, макет, розробка, дизайн, графіка, макет, розробка, дизайн, графіка, макет, розробка.

Недоліки суттєвих недоліків немає.

Загальний висновок Висновок дипломна робота виконана з врахуванням усіх вимог, які висуваються до роботи, виконано з врахуванням усіх вимог, які висуваються до роботи, виконано з врахуванням усіх вимог, які висуваються до роботи.

Оцінка проекту 5 (вміння)

Рецензент дипломного проекту Волошин Любов Ігорівна

« 19 » 06 2020 р.

REDMI NOTE 9
AI QUAD CAMERA

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ.....	8
1.1 Дизайн-аналіз аналогів. Характеристика вихідного матеріалу, як джерела композиційного рішення.....	8
1.2 Фактори, що впливають на формоутворення об'єкту проектування. Функціональний та ергономічний аналіз.....	10
1.3 Концептуальна ідея об'єкту проектування. Обґрунтування творчого задуму, основної ідеї та художньо-дизайнерського рішення.....	14
1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення.....	17
РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА.....	19
2.1 Ескізування проектних рішень об'єкту дизайну і вибір основного варіанту.....	19
2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування.....	24
2.3 Колористичне вирішення об'єкту проектування.....	25
2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкту дизайну.....	27
РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	30
3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкту дизайну.....	30
РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ.....	34
4.1 Вибрана тема з охорони праці.....	34
ВИСНОВКИ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
ДОДАТКИ.....	9

Буремний розвиток засобів масової інформації, спричинений демократичними змінами в Україні, відсутністю політичної цензури, лібералізацією суспільних процесів, висуває важливу потребу більш теоретичного та глибокого осмислення ролі, місця, тематичної спрямованості, фахового рівня та чимало інших чинників газетної і журнальної періодики. І якщо першою користуються науковці, то журналам в цьому відношенні не так поталанило. У бібліотеках, по суті, немає теоретичної, чи, хочаби аналітичних розвідок в світі журнальної періодики.

Журнал - періодичний документ, що вміщає в собі реферативні відомості або статті, огляди з різноманітних наукових питань, виробничих, суспільно-політичних, літературно-художніх твори. Статті в журналі, порівнюючи з газетою, мають постійну рубрикацію та є більшого обсягу. Журнали – ілюстровані видання, які мають ширшу тематику, ніж газета.

Журнальне видання випускається у вигляді блоку скріплених в корені аркушів друкованого матеріалу вибраного формату, пристосованого поліграфією до специфіки цього періодичного видання, в палітурці або обкладинці [9, 38]. Журнал - це джерело інформації і він має свою специфіку: регулярність безкінечність його випуску, обрану періодичність, матеріали у вигляді статей, особливе поліграфічне оформлення, обов'язковість затвердження в установленому порядку, тематичне направлення змісту.

Він має постійно працюючу редакцію, яка за попередньою згодою з директивними органами визначає функціональне призначення, його чіткі тематичні направлення, встановлює програму видання. Структура журналу визначається рубрикованими розділами і різновидами (за об'ємом, жанром

матеріали. Випуски журналу нумеруються протягом року при постійному заголовку [16].

Актуальність даної роботи в тому, що українські засоби масової інформації, такі як журнал сьогодні переживає період соціокультурної, дизайнерської та графічної трансформації, триває становлення нової візуальної культури країни, що визначає цінності та норми, властиві українському суспільству. Адже, журнал не лише призначений для інформування соціуму про різні події, він випрацьовує стереотипи мислення, розуміння та відчуття естетики, орієнтуючись на міжнародні принципи та норми. Ці та інші аспекти вимагають нового підходу до проектування журналів. Надаючи велику увагу дизайну, який має з першого погляду зацікавити щоб читач стоячи перед вибором інтернет статей, обрав саме цей друкований журнал.

Метою курсової роботи є дослідження, розробка та проектування журналу «АРТ-журнал».

Об'єкт дослідження - журнал про інтер'єр.

Предмет дослідження – тенденції та розвиток графічного дизайну у сфері видань, а саме журналів.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

1. Здійснити передпроектний аналіз журналу та його місце в сучасному світі;
2. Розглянути та проаналізувати аналоги журналів;
3. Визначити та виділити: ергономічні вимоги, композиційні особливості, конструктивно-технологічні пропозиції для журналів та періодичних видань;
4. Розробити ескізи для титульної сторінки журналу;
5. Спроекувати дизайн-проект журналу про інтер'єр «АРТ-журнал».

РОЗДІЛ 1

ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ

1.1 Дизайн-аналіз аналогів. Характеристика вихідного матеріалу, як джерела композиційного рішення.

Журнал - єдиний об'єкт графічного дизайну, художній образ якого передбачає постійний стильовий розвиток. Періодичний характер видань розуміє собою відсутність єдиного образу журналу. Журнальний дизайн найменше прагне стилістичної завершеності і визначеності. А ось різноманітність, закладена в самій природі періодичних видань, дозволяє повністю або частково змінювати стилістичні орієнтири без втрати естетичної цінності.

Постійний процес трансформації журнального вигляду - це рух не від нижчих форм до вищих. Перетворення образу періодичного видання повним впливом різних естетико-філософських концепцій - та частина журнальної історії, яка є основним предметом дослідження мистецтвознавців.

Дизайн журналу - це перше па, що звертає увагу потенційний читач або рекламодавець. Колір обкладинки, прифт заголовка, фотографія - все це формує ставлення на несвідомому рівні до продукту ще до прочитання статей або вивчення статистичних даних про цільову аудиторію. Ціль дизайну - зробити видання візуально привабливим, і це завдання не тільки художника. Хороший дизайн - це результат плідної співпраці всіх служб видання, а дизайнер висловлює цілі і думки видання мовою візуальних образів.

Ступінь «краси» в дизайні засобів масової інформації (ЗМІ) значно відрізняється від рекламної, не кажучи вже про традиційну образотворчому мистецтві. Тут більше, ніж в будь-якій іншій візуальній творчості, обмежень і правил, але це і робить розробку дизайну ЗМІ

цікавою. Проте, всі учасники процесу випуску видання мають знати те, що можна втілити на сторінках графічними засобами, а що не є можливим. В дизайні ЗМІ є поняття про тенденції і моду, які стають зрозумілими тільки після знайомства з основами журнального і газетного дизайну. Ці знання допомагають формувати стратегії розвитку видання на всіх рівнях.

Проаналізувавши головні тенденції графіки і типографіки в 2020 році, було обрано 5 аналогів журналів. Адже, для того щоб створити будь-який об'єкт проектування потрібно розглянути їх прототипи та вивчити ринок та конкурентів. Тому, аналоги будуть проаналізовані по таких критеріях:

- Титульна сторінка: композиція, колірна гама, логотип, шрифт;
- Наповнення журналу інформацією та її новизна;
- Якість ілюстрацій, фотографій та композиційне вирішення розгортки (на вибір);

Рисунок А.1 представляє собою журнал «ABSOLUTELY HOME». Розмір є А4 формату, який зручний у використанні та є найбільш розповсюдженим. Перше, що одразу привертає погляд це пастельні кольори. Центром композиції є фото інтер'єру на всю сторінку. На фото по лівій стороні розміщені текстові блоки, які не перенавантажують сторінку. Також, хочеться зазначити вслику за розміром назву журналу, яка одразу впадає в око.

Рисунок А.2 представляє журнал про інтер'єр «Interior» класичного прямокутного розміру А4 формату. Титульна сторона є проста, без додаткових композиційних і графічних елементів. Назва журналу подана посередині верхньої частини аркушу, текст є чітким та контрастним з фоном. Верстка композиційно сформована, немає перенасиченості текстом чи навпаки фотоілюстраціями. Головними недоліками є відсутність текстових блоків і колірної гами.

На рисунку А.3 представлений журнал-портфоліо. Розмір в плані ергономічності є дуже зручним – А4 формату. Титульна сторінка вдало

композиційно сформована. Головне зображення поділено на декілька в формі ромбів. Назва журналу подана праворуч сторінки, а інформація про журнал зліва нижньої частини. Шрифт без засічок, назва за рахунок жирності добре читається. Форма ромба використана по всій площині сторінки. Кольорова гама представлена в сіро-голубих кольорах. Недоліком є недостатня читаємість текстового блоку.

На рисунку А.4 зображено ще один журнал-портфоліо. Титульні сторінки притримуються одного стилю кожного випуску, але не є композиційно цікавими. Недоліками є відсутність текстових блоків, мала кількість графічних елементів, мінімалістичність і відсутність кольорової гами.

На рисунку А.5 представлений журнал про дизайн та декор «Elle decoration». Перше, що привертає увагу мінімалістична титульна сторінка, яка за композицією є не складною і не перевантаженою елементами. Центром композиції є фото інтер'єру, яке розміщується по всій сторінці. Назва журналу подана вверху сторінки, шрифт підібраний вдало, адже він без засічок та добре читається за рахунок форми і кольорової гами. Додаткова інформація подана по ліворуч. Колір тексту білий та голубий. Верстка є цікавою за рахунок яскравого зображення і невеликого обсягу тексту. Недоліками які присутні в цьому журналі є мінімалістичність композиції і відсутність колірної гами.

1.2 Фактори, що впливають на формоутворення об'єкту проєктування. Функціональний та ергономічний аналіз

Неповторний оригінальний стиль журналу — гарантія його тривалого існування на ринку ЗМІ. Дизайн означає наявність ознак, які ідентифікують видання через сукупність зовнішніх та змістових особливостей. Журнал є цілісним композиційним утворенням і поєднує в собі структурні, утилітарно-функціональні та конструктивно-технологічні



функції. Сукупність тексту і зображень поєднується, створюючи єдину цілісність, а композиція дає просторове існування слову, коли появляється логічне й повне єднання, взаємодія композиції всього літературного твору, композиції архітектонічної, на основі конструктивної організації видання, і композиції образотворчої, яка існує начебто самостійно [3]. Графічна концепція журналу формується відповідно до його призначення.

Дизайн журналу — не лише графіка, це цілісна система, в якій використовуються всі можливі способи зв'язку з аудиторією (жанри, графіка, тематика, акцентування, зображення). Ключові поняття дизайну (популярність, індивідуальність, естетика) формуються у свідомості читача через:

- наявність сильного емоційного складника, спрямованого на цінності цільової аудиторії;
- якісне та змістове наповнення згідно концепції;
- послідовність використання обраної тематики і графічних прийомів з врахуванням читачького призначення.

Отже, в першу чергу у функціонуванні журналу є орієнтир на читачів, адже концепція розробляється згідно читачької аудиторії. Довіру в читача заробити це лише половина справи, потрібно ще її постійно підтримувати. Дотримання єдиного дизайну означає постійну підтримку довіри читача через якісне змістове наповнення; оформлення, зручне в користуванні; дотримання традицій; чітку відповідність змісту; постійність рубрикації та оформлення потребам читачької аудиторії. Неможливо і не потрібно охоплювати всіх читачів — чітка позиція залучає певні групи людей, які розділяють цінності та ідеї, закладені в концепцію журналу. Якщо концепція вже прийнята, не варто розширювати й видозмінювати її для привернення щораз більшої аудиторії, інакше відбувається дестабілізація. Будь-який журнал націлений на певну групу читачів (фахові, спортивні, жіночі, про садівництво та інші).

Популярність журналу визначає миттєва ідентифікація читачем, упізнання за індивідуальними ознаками як в загальному, так і в наступних аспектах — яскравим логотипом, який повторюється в багатьох місцях видання і сприяє запам'ятовуванню, розворотом сторінок, окремими статтями, авторством, в рекламі, за обкладинкою тощо. Хороші асоціації, що викликають візуальні елементи стилю журналу, породжують бажання читати видання й регулярно його купляти. Іноді це пов'язано зі стилем життя, належністю до певного соціального прошарку, можливістю обговорювати матеріали у компанії.

Журнал — періодичне друковане видання, яке відрізняється від газети способом подачі інформації, просторово-композиційним рішенням та обсягом. Довший видавничий цикл зумовлює меншу оперативність інформації та більш відповідальний підхід до неї. Для журналу в більший мірі характерні інтерв'ю та аналітичні статті, в меншій — репортажі і замальовки.

Ергономічністю називають сукупність властивостей, що характеризують готовність конструкцій товару до взаємодії з користувачем чи споживачем з урахуванням біологічних і фізичних особливостей людини.

Головними умовами правильного та раціонального ергономічного конструювання є облік специфічних компонентів системи «людина — техніка — середовище», що появляються в процесі функціонування виробу. Такими особливостями прийнято вважати: своєрідність людського організму, умови навколишнього середовища, вид виробу а також особливості його роботи. Проте для переважної більшості користувачів ергономічність товару ототожнюється зі зручністю. Зручність у користуванні визначається сукупністю усіх властивостей, які характеризують рівень комфорту у взаємодії людини і предмета. Відомо, що споживач спочатку звертає увагу на властивості виробу, які його цікавлять. Споживачі надають перевагу не технічному процесу їх

створення, а корисним результатам. Найбільш проста взаємодія людини з речами полягає у використанні предметів особистого споживання — взуття, одягу тощо. Отже, потрібно оцінювати кожний товар особистого споживання за мірою адаптованості до людини його корисних властивостей.

Якщо ж говорити про ергономічні вимоги до виготовлення журналу потрібно на самперед звернути увагу на розмір. Розмір журналу повинен бути не надто маленьким, щоб на ньому вміщувалась вся потрібна інформація та ілюстрації до неї. Поряд з цим журнал не повинен бути надто великим, для того, щоб його з легкістю можна було переносити використовувати та транспортувати адже журнали поширюються за підпискою, частіше всього кур'єром на дім. Він повинен бути зручний у зберіганні, адже саме журнал і газета — це ті джерела інформації, які можна зберігати на полицях [8].

Насамперед, слід визначити стиль і величину основного шрифту для набору і способи виділень в тексті. Потім потрібно побудувати модульну сітку видання, співвідносну з розміром і міжрядковим інтервалом основного шрифту, визначити загальні принципи розміщення матеріалу на смугі. При виборі і коригуванні шрифтових параметрів (інтервали між пробілом і буквами між словами, кегль, розмір внесених елементів та ін.) потрібно дотримуватися стандартів, створених багатолітньою друкарською практикою. Найкращі зразки шрифтів є завершеними творами прикладного мистецтва, схожими до робіт старих майстрів-друкарів. До шрифту слід ставитися дбайливо. Простота трансформації шрифту за допомогою цифрових технологій не мусить вводити в оману, потрібно ставитися до готового (якісного) шрифту так, як ніби він відлито з металу [13].



REDMI NOTE 9
AI QUAD CAMERA

1.3 Концептуальна ідея об'єкту проектування. Обґрунтування творчого задуму, основної ідеї та художньо-дизайнерського рішення

Журнали виходять набагато рідше, ніж газети, через це вони відрізняються нижчою оперативністю подачі інформації. Проте у них більше можливостей для точного аналізу подій, підведень підсумків, роздумів тощо. Журнали володіють такими особливостями:

- Час підготовки матеріалів до друку займає до декількох тижнів;
- Менше охоплення аудиторії. Якщо не брати до уваги виключення, тиражі журналів суттєво менші газетних;
- Через журнали досяжні вузькі цільові групи, які є неможливим для газет. Випускаються окремі спеціальні журнали для чоловіків, жінок, дизайнерів чи, наприклад, садівників;
- В журналах реклама знаходиться довше, оскільки їх можуть читати місяцями, а часто навіть зберігають роками. Приблизно 80 % чоловіків і жінок знову вертаються до вже прочитаного раніше журналу;
- У журналів надзвичайно велика кількість вторинної аудиторії, тому що їх читають не лише ті, хто купує або переплачує журнал.

Дизайн допомагає нам зрозуміти наш світ, і тенденції ставлять нас у часі. Так само, як і в будь-якій іншій частині життя, ми здається опиняємося в протистоянні з самим собою: 2019 - це все про протиріччя. Тенденції дизайну від конфліктуючих епох і протилежних кінців візуального спектру змагаються за увагу. Тому, виділено 6 тенденцій графічного дизайну у сфері ЗМІ.

1. 3D дизайн і типографіка.

Тривимірні роботи, здається, зараз всюди: цілі композиції, які мають таку велику глибину, що ви не можете не протягнути руку і доторкнутися до них. 3D-типографіка особливо готова до появи. Найприємніше в цьому те, що немає конкретного типу, який найкраще

підходить для цієї тенденції: жирний, худий, без засічок, будь-який шрифт може бути представлений в 3D. Крім типографіки, ми бачимо безліч чудово візуалізованими тривимірних композицій, які створюють враження натюрморту з далеких планет. Деякі дизайни, такі як яскравий поп-арт студії Pinch або шлюб текстилю та їжі Іссей Міяке, об'єднують ці два дизайнерських тренди в футуристичні пейзажі кольору, типу і форми. Інші, такі як приголомшливі ілюстрації Ейко Оджа написані на папері, здаються створеними з елементів безпосередньо зі світу природи. В обох напрямках ефект приголомшливий - ці композиції буквально зістрибує зі сторінки і унеможливають відвести погляд.

2. Асиметричні макети.

Ми починаємо бачити початок відходу від жорстких заснованих на сітці конструкцій, які були стандартними протягом останніх кількох років. Тепер дизайнери прагнуть створювати продукти у яких будуть відчувати себе більш вільними та живими.

Оскільки ці макети звільняються від жорсткої і передбачуваної сітки, вони забезпечують більше кінетичної енергії і руху. Асиметричний макет титульної сторінки журналу вимагає уваги. Користувач відчуває вроджену цікавість з приводу того, куди може йти наступна інформація і графіка, створюючи відчуття подиву і інтересу під час перегляду інших сторінок.

3. Модерн.

Після періоду ар-деко дизайнери вирішили, що функція повинна диктувати форму, відмовляючись від яскравих дизайнів і охоплюючи урізані і органічно чисті лінії. У той час як вплив середини століття було помітно в таких областях, як дизайн інтер'єру та мода, протягом останніх кількох років, це була постійно зростаюча тенденція в графічній роботі.

Це особливо помітно в стилях ілюстрацій і композицій на головних сторінках журналу, які повертаються до культових рекламних ілюстрацій післявоєнної епохи. І, як в ту епоху, невеликі компанії і стартапи

його наповнення. Тому, титульна сторінка це обличчя випуску, над якою варто попрацювати найбільше, бо зазвичай саме вона задає тон решті сторінок. Також, варто не забувати про ергономічні вимоги та функціональне призначення, бо вони є різними для кожного виду журналу [1].

1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення

Макети журналів відрізняються великою різноманітністю, проте можна виділити наступні характерні особливості, властиві журнальної верстці:

- Активне використання кольору. Можливість високоякісного кольорового друку провокує дизайнерів на використання максимального кольору. Іноді нсвдале використання кольору призводить поганій читабельності журналу: такий журнал дуже некомфортно і важко читати.
- Складність макетів. У журналах не рідкість такі спеціальні ефекти, як випуск ілюстрацій за обріз, постери, обертання тексту, використання тривимірної графіки, складні колонтитули, друк фотографій на розвороті (при цьому частина фотографії виводиться на одній формі, а частина - на іншій, що пред'являє високі вимоги до поєднання) і ін.
- Великий обсяг файлів публікації. Високоякісні кольорові фотографії вимагають досить великого обсягу дискової пам'яті і високої швидкодії комп'ютерів для їх обробки. Публікація може займати десятки і сотні мегабайтів, тому стає необхідним використання спеціальних носіїв великої ємності для перенесення файлів.

Верстка барвистих журналів вимагає доброго володіння технологією кольорового друку, пакетами комп'ютерної графіки, знання принципів дизайну і наявності художнього смаку. Традиційний формат

популярного журналу близький до формату А4. Видання можуть бути і меншого формату, наприклад А5. Журнали такого класу друкуються повним кольором переважно на глянцевого крейдованому папері, часто - за кордоном, що дозволяє використовувати практично всі досягнення поліграфії, які доступні сьогодні. Версткою складних кольорових журналів займаються досвідчені дизайнери і верстальники [3].

Журнали, на відміну від газет, завжди переплітаються. Існує три основних види журнальних переплутав: на прямий скріпці (або шві), на бічній скріпці (або шиття) і клейове кріплення. Перевага прямої скріпки полягає в тому, що журнал легко розкривається і може лежати відкритим на плоскій поверхні. Читачі мають можливість отримати від нього ті сторінки, які хочуть зберегти. Крім того, журнал з прямою скріпкою простіше оформляти. Наприклад, не складає труднощів пустити картинку або текст через лінію розвороту. Пряма скріпка створює один безперервний внутрішній розворот. Бічна скріпка робить палітурка міцнішим. Редактори, які прагнуть дати читачеві можливість вирвати сторінку і зберегти окрему статтю, можуть використовувати перфорацію сторінок. Бічна скріпка особливо підходить для палітурки товстих журналів. Після другої світової війни Reader's Digest почав експериментувати з клейовим кріпленням, і сьогодні цей журнал, як і багато інших, в тому числі жіночі журнали мод, користується саме такою палітуркою. Подібні журнали мають корінець, схожий на книжковий; на ньому часто друкуються назва журналу. Перевагою такого способу є те, що формат стає більш гнучкими. Наприклад, в будь-яке місце без праці можна вставити рекламну сторінку будь-якого розміру [4].

РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА

2.1 Ескізування проектних рішень об'єкту дизайну і вибір основного варіанту

Дизайн журналу має значення не тільки при створенні нового проекту журналу, а й кожного його номера, тому він повинен відповідати високій якості виконання, роблячи акцент на цінності і унікальності змісту. Оформлення вигляду - головна складова іміджу видання, в якому відображаються основна концепція і головна тема, які підсилюють ефект запам'ятовування матеріалу, так як дизайн повинен підкреслити важливість окремих статей і значимість рубрик в цілому. Хороший дизайн притягує до себе читача, підвищує популярність видання і здатний зробити з видання відмінний рекламний майданчик, який приносить видавцеві і рекламодавцеві чималий прибуток.

Верстка журналу - процес, важливість якого стоїть на одному рівні з створенням його дизайну. При цьому верстка журналу - основна складова при створенні, як першого номера, так і всіх його наступних номерів. Верстка покликана втілити дизайнерські рішення в реальний оригінал-макет журналу.

Для видання дуже важлива верстка і дизайн, які вкладають в нього його індивідуальність, яка може вирости до певного способу і мати свій імідж. Вони створюються для того, щоб видання виділялося серед інших журналів і визначали для якої цільової аудиторії призначене. Видання має створювати приємне враження, притягувати і зацікавлювати читача кожного нового випуску.

Величезну роль в знаходженні додаткової аудиторії гратимуть регіональні випуски. Наприклад журнали, які розповідають про події в місті Тернопіль чи про стиль одягу, чи дизайн інтер'єру, будуть популярні тільки в цьому регіоні чи країні. А в багатьох випадках в регіональних

кольору, до додало загальній картині більшої наповненості та цікавості. Назва журналу розміщена по правій частині, а інформаційного блоку було вирішено не давати. Кольорова гама: білий – асоціація з чистотою, червоний і оранжевий – для яскравості композиції.

Другий ескіз показаний на рисунку Б.2, виконаний у стилі конструктивізм. Центром композиції є фото інтер'єрів вписаних в геометричні форми. Динамічності додають темно-сірі прямокутники за рахунок їх розміщення по діагоналі. Для того щоб журнал виглядав цікавіше та сучасніше було використано фіолетовий колір для ромбів, деякі з них є напівпрозорими. Враховуючи яскравість та контрастність кольорів, для фону було вирішено дати білий колір, бо він є нейтральним та не буде суперечити загальній композиції. Назва журналу розміщена зверху по лівій частині, а інформаційні блоки розкидані по всій сторінці, але не зважаючи на це вони не перенавантажують композицію.

На рисунку Б.3 представлена розробка титульного аркуша у стилі мінімалізм. Загальна композиція є вдалою за рахунок ромбів та нюансу в кольорі та формі. Центром композиції стали фотографії інтер'єрів світлих тонів. Вдало доповнюють картинок інтер'єру – напівпрозорі прямокутні форми синього кольору. Кольорова гама журналу є дуже спокійною. Назва розміщена посередині зліва. Інформаційних блоків немає.

На рисунку Б.4 зображений зміст журналу. Весь листок займає зображення дуже яскравого різнокольорового інтер'єру, який притягує увагу читача. Сам зміст було вирішено зробити не великим та розмістити на другій сторінці у правому верхньому куті. Заголовки статті – чорним кольором, а номерацію сторінок – фіолетовим.

Наступні два ескізи показані на рисунку Б.5 і Б.6, на яких розмістився перший розділ журналу. Шрифт заголовка, який було додано на перший розворот, білий, і щоб він більше виділявся було додано прямокутну форму фіолетового кольору під текст. Зображення займають майже всю площу сторінок, адже вони самі собою дуже досконалі.

кольору, до додало загальній картині більшої наповненості та цікавості. Назва журналу розміщена по правій частині, а інформаційного блоку було вирішено не давати. Кольорова гама: білий – асоціація з чистотою, червоний і оранжевий – для яскравості композиції.

Другий ескіз показаний на рисунку Б.2, виконаний у стилі конструктивізм. Центром композиції є фото інтер'єрів вписаних в геометричні форми. Динамічності додають темно-сірі прямокутники за рахунок їх розміщення по діагоналі. Для того щоб журнал виглядав цікавіше та сучасніше було використано фіолетовий колір для ромбів, деякі з них є напівпрозорими. Враховуючи яскравість та контрастність кольорів, для фону було вирішено дати білий колір, бо він є нейтральним та не буде суперечити загальній композиції. Назва журналу розміщена зверху по лівій частині, а інформаційні блоки розкидані по всій сторінці, але не зважаючи на це вони не перенавантажують композицію.

На рисунку Б.3 представлена розробка титульного аркуша у стилі мінімалізм. Загальна композиція є вдалою за рахунок ромбів та нюансу в кольорі та формі. Центром композиції стали фотографії інтер'єрів світлих тонів. Вдало доповнюють картинок інтер'єру – напівпрозорі прямокутні форми синього кольору. Кольорова гама журналу є дуже спокійною. Назва розміщена посередині зліва. Інформаційних блоків немає.

На рисунку Б.4 зображений зміст журналу. Весь листок займає зображення дуже яскравого різнокольорового інтер'єру, який притягує увагу читача. Сам зміст було вирішено зробити не великим та розмістити на другій сторінці у правому верхньому куті. Заголовки статті – чорним кольором, а номерацію сторінок – фіолетовим.

Наступні два ескізи показані на рисунку Б.5 і Б.6, на яких розмістився перший розділ журналу. Шрифт заголовка, який було додано на перший розворот, білий, і щоб він більше виділявся було додано прямокутну форму фіолетового кольору під текст. Зображення займають майже всю площу сторінок, адже вони самі собою дуже досконалі.

На рисунку Б.12 показаний ескіз титульного аркуша наступного розділу. На кожну з сторінок було дано зображення. Заголовок було розділено на 3 частини. Перша – в лівій нижній частині першої сторінки. Друга по центрі, між двома сторінками. Третя – в правій верхній частині другої сторінки. Щоб виглядало не так просто, а цікавіше – було додано два прозорих ромба фіолетового кольору по середині аркуша.

На рисунку Б.13 і Б.14 показана розробка ще двох ескізів одного розділу. Композиція виконана в одному стилі. Відрізняються тільки зображенням і текстом. Більшу частину аркуша займає фото інтер'єру, на яке було додано невеличкий шрифтовий блок білого кольору. Іншу частину ескізу займає текст, перша буква якого є значно більшою ніж шрифт даного тексту. На нижню частину сторінок було додано фіолетовий прямокутник, що дало загальній картині більшої цікавості та стилю. Зверху було додано чорну лінію щоб урівноважити композицію по кольорам.

На рисунку Б.15 розворот вийшов світлий, за рахунок того, що зображення займають меншу частину сторінок. Фон білий, чудово підкреслює текст. На першій сторінці було додано фіолетовий прямокутник під шрифтовий блок, щоб його виділити. Заголовок також було зроблено фіолетового кольору. Частина тексту, яка є важливою для прочитання виділена жирним. На другій сторінці під зображеннями було додано текстовий блок поділений у два рядка. Щоб загальна картина була більш наповненою було додано 2 подовгасті форми фіолетового і чорного кольорів у верхній і нижній частині сторінки.

На рисунку Б.16 показаний наступний розворот журналу. На фон було дано зображення, яке є в тему статті. На першій сторінці є 4 шрифтових блока, один з яких виділено жирним. Назва статті фіолетового кольору, її доповнює фіолетова лінія по нижній стороні сторінки. На другій сторінці білий шрифтовий блок виділений фіолетовим прямокутником, який було розміщено під текст. Знизу сторінки було розміщено білу лінію.

для читання тексту. Майже в кожному ілюстрованому журналі можна знайти ілюстрації, які розміщуються на цілу смугу. Їх верстка не залежить від верстки інших малюнків у виданні, але якщо все малюнки робляться «під обріз» або «з виходом на поле», то і малюнки на цілу смугу повинні бути зроблені також, щоб не порушувати цілісність видання. Титульна сторінка в періодичних виданнях є постійним композиційним рішенням. На рисунку Г.1 показано креслення титульної сторінки журналу «Арт».

2.3 Колористичне вирішення об'єкту проектування

Оскільки композиція (фото, шрифти, лінійки, колір) несе таке велике навантаження, то вона повинна завжди пропонувати читачеві щось цікаве. Вона виконує принаймні одне з наступних завдань: привернути увагу читача, позначити основну думку сторінки, виділити серед читачів тих, кому призначена сторінка, дозволяючи іншим пропустити непотрібний їм зміст, якщо вони того побажають. Не секрет, що одна і та ж інформація може виявитися для одних найцікавішою, а для інших непотрібною і безглуздою. Головним завданням було створити безперервність впливу всіх сторінок в журналі шляхом використання одних і тих же стильових прийомів. Одною з основних сторінок журналу є титульний аркуш, бо на його основі розробляється дизайн концепція всього випуску.

У колірній гаммі графічної частини композиції було використано фіолетовий, білий та чорний колір. Білий було використано як основний колір фону, адже він є безбарвним, позбавленим будь-яких стимулюючих чи психологічних тенденцій. На відміну від багатьох інших кольорів він ніколи не набридне. Обрані принципи композиції для титулки були використані і при верстці інших сторінок. Кольорова гама, форми, фігури елементів були збережені [12].

Загальна композиція титульного аркушу є статичною за рахунок великої кількості геометричних форм. Було вирішено на всіх сторінках фон робити білим, щоб не перенавантажувати композицію і не розсіювати увагу людини від тексту. Відтінок фіолетового обрано не яскравим, тому він не напружає зір, а тільки додає краси і естетичної задоволеності. Кольори було обрано не просто так, а з врахуванням психологічного впливу на людину.

Білий — найбільш світлий з кольорів, вважається символом чистоти і невинності. Цей колір надає спокою і гарного самопочуття, пом'якшує емоції, є дієвими ліками від стресу, надає відчуття свободи.

Фіолетовий колір символізує вищий розум, мудрість, зрілість, сприяє натхненню, чутливості, співчуттю. У психології фіолетовий означає — насичений, спокійний, таємничий [12].

За рахунок прямокутників які перетинаються та накладаються на інші елементи композиції, створюється відчуття статичності. Також з цими елементами було використано такий принцип як метр, тобто повторювання елементів із зміною їхнього розміру. Центром композиції та її акцентом стали фотографії інтер'єру, що вставлені у форму ромбів. За рахунок яскравості та розміру вона є найбільш помітною та одразу зацікавлює.

Вибираючи шрифт, необхідно враховувати, що традиційно звичними для читача є шрифти із зарубками. Рубані шрифти в якості текстових і сприймаються важче, і виглядають менш витончено. Однак, якщо поліграфічна техніка, яка використовується при друку, далека від досконалості і на тиражі зарубки «стираються», краще використовувати чіткий рубаний шрифт. Шрифт повинен бути таким, щоб текст читався легко, без найменшого напруження. Інший фактор, що впливає на читабельність - це кегль набору. В даному журналі було використано шрифт Century Gothic (Regular, Bold) і Arial (Regular, Bold) [4].

2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкту дизайну

В даний час існує безліч способів друку, склейки та видів паперу. Знання технологій може в значній мірі підвищити впевненість дизайнера і полегшити його роботу. На даний час існує безліч видів паперу для друку але виходячи з специфіки журналу, було обрано саме крейдований папір.

Крейдований папір - високоякісний папір, який використовують для друку глянцевого журналу, презентаційних каталогів, буклетів та інших матеріалів, для яких є важливим приємний зовнішній вигляд і яскравість фарб. Він не такий простий і буденний, як офсетний. За рахунок близькості він сильно відблискує, тому на ній не друкують книги: очі швидко втомляться від таких світових зайчиків. Зате статті в журналі, брошурах, каталогах або тексти на листівці якраз для нього. Основні характеристики:

- Щільність
- Товщина
- Пористість
- Гладкість або шорсткість
- Вологість

Проаналізувавши усі види друку мною було обрано — офсетний. Тому, що на сьогоднішній такий вид друку є найбільш поширеним і затребуваним методом поліграфічної продукції. Близько 50% всієї друкованої продукції отримують завдяки йому. Офсетний друк - це технологія друку, яка ось так працює: з друкованої форми здійснюється перенесення фарби на запечатуваний матеріал завдяки офсетному проміжному циліндру. Принцип дії полягає в тому, що зображення наноситься на спеціальну оброблену пластину, потім допомогою проміжного офсетного циліндра - на носій. Зазначимо, що повноколірне зображення складається з таких основних відтінків жовтого, блакитного, чорного і червоного.

Головна перевага офсетного друку - це висока якість друку. Друк цим методом гарантує відмінну передачу півтонів і відтінків, літис відтворення дрібних деталей, високу якість на будь-якому виді паперу та картону. У друк фарба шляхом тиску передається з гнучкою друкованої форми на гумове гнучке полотно, після чого - вже на будь-який матеріал призначений для друку. Отже, як підсумок, головними перевагами офсетного друку є: можливість застосування різних типів паперу, висока якість поліграфії, випуск великих тиражів за мінімальні терміни. Проте, офсетний друк має і недоліки: нерентабельність друкування невеликих тиражів, багато часу займає підготовчий процес.

Для будь якої видрукованої поліграфічної продукції потрібний останній штрих - після печатна або фінішна обробка. Використовують фальцювання, вирубку і тиснення, лакування, склейку і багато іншого. Будь видрукованої поліграфічної продукції потрібно останній штрих - післяпечатна і фінішна обробка. Використовують фальцювання, вирубку і тиснення, лакування, склейку і багато іншого. Для обраного журналу буде використано метод склеювання.

Склеювання - з'єднання за допомогою клею окремих листів або цілих зошитів в один цілісний блок. Використовують її при склеюванні брошур і каталогів, телефонних довідників і інструкцій, журналів і книг, а також папок, коробок, пеналів, футлярів. Для цього використовують папір: офсетний, крейдований, тиснений, ламінований, а також пластик і металізовану фольгу.

Для склеювання використано поліуретановий клей (PUR-клей). Відмінними його характеристиками є:

- універсальність. З його допомогою можна склеювати продукцію, надруковану на будь-якому вигляді паперу або картону;
- особлива міцність. Склеєний цією речовиною крінець поліграфічного виробу тримається завжди, чи не розпадаючись на окремі листочки;

- економічність. Засіб наноситься дуже тонким шаром, що дозволяє отримати зручний для читання міцний блок;
- якість склеювання. Еластичність його дозволяє розкривати друковане видання як прошиту книгу (на 180 градусів), при цьому притримувати сторінки не потрібно - вони добре тримаються;

До того ж, використання його не псує зовнішнього вигляду друкованого видання - клей не видавлюється при обтиску обкладинки.

Серед основних видів скріплення аркушів було обрано поліуретановий клей, який є найбільш сучасним і міцним варіантом склеювання сьогодні. Основні характеристики:

- універсальність. З його допомогою можна склеювати продукцію, надруковану на будь-якому вигляді паперу.
- особлива міцність. Склеєний цією речовиною корінець поліграфічного виробу тримається завжди, чи не розпадаючись на окремі листочки;
- якість склеювання. Еластичність його дозволяє розкривати друковане видання як прошиту книгу (на 180 градусів) [19].

На основі цієї інформації було сформовано таблицю специфікації матеріалів рисунок В.1.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкту дизайну

Собівартість промислової продукції - це викладені в фінансах сучасні видатки фірми на її виготовлення і продаж. Видатки на виготовлення і продаж утворюють повну собівартість промислової продукції, а видатки на її виготовлення - виробничу собівартість. Список врахованих до собівартості сучасних видатків окреслено ст.9 Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств».

Мета рахування собівартості полягає у економічно обґрунтованому визначенні обсягу видатків, потрібних у запланованому часі для виготовлення і продажу всієї промислової продукції фірми, згідно вимог її якості. Обчислення планової собівартості деяких виробів, валової і товарної продукції застосовуються для формулювання потреби в експлуатаційних коштах, визначення доходу, планування економічної ефективності деяких технічно-організаційних заходів та виготовлення в загальному, для внутрішнього заводського планування та визначення ціни.

Рахування собівартості продукції є важливою частиною визначення діяльності промислового виробництва і репрезентує собою систему технічних та економічних обчислень, що в свою чергу показують весь обсяг поточних видатків або видатків, що склалися увесь промисловий цикл.

Метою обрахування собівартості продукції є точне, повне і актуальне формулювання реальних видатків, пов'язаних з виготовленням і продажем продукції, обрахунок достовірної собівартості деяких видів продукції, а також перевірка використання трудових, грошових та матеріальних ресурсів. Показники обчислення видатків застосовуються для аналізу та оцінки виконання запланованих даних, розкриття

результатів дій структурних підрозділів та фірми в загальному, дійсної ефективності технічно-організаційних заходів, націлених на розвиток та покращення виробництва, для аналітичних та планових економічних обчислень. Тому потрібно забезпечити ціле зіставлення звітних та запланованих даних стосовно систематизації і складу видатків, одиниць калькулювання і об'єктів, методів розподілу видатків за звітними періодами.

Потрібно пам'ятати декілька особливостей використання калькуляційних одиниць:

1) для калькулювання собівартості продукції (послуг, робіт) з цілого комплексу калькуляційних одиниць фірма виділяє один вимірник, який розглядають як основний. Перш за все він відповідає одиниці виміру, ухваленій у технічних умовах або стандартах на певний вид продукції (послуг, робіт) і у плані виготовлення продукції (послуг, робіт) у справжньому вираженні;

2) якщо для деякого виду продукції застосовують два вимірники (наприклад, квадратні метри і тонни, одиниці потужності і штуки), калькуляційною одиницею є одна серед цих одиниць. Собівартість одиниці продукції в іншому вимірі формулюють у цілому, без підкреслення окремих статей витрат;

3) якщо одиниці виміру обсягу виготовлення використовуються умовні і натуральні показники, такі ж показники є калькуляційними одиницями;

4) для продукції підрозділів, проміжних продуктів, і технологічних переділів використовують відносні калькуляційні одиниці;

5) на підприємствах окремих галузей промисловості, що виготовляють велику номенклатуру продукції, продукти калькулювання збільшують. В такому випадку звітні та планові калькуляції здають на групу однорідних продуктів. Таке збільшення об'єктів калькулювання сполучається з можливістю обрахунку (завдяки економічно обґрунтованим

методам) собівартості деяких видів, включених до належної групи. Укрупнюючи продукцію, що калькулюється, потрібно слідувати певним принципам групування однорідних видів виробів. У групи можуть сполучатися тільки продукція, що виготовляється з однорідної за структурою сировини та із застосуванням однакових технічних процесів.

Тривалість виконання даного проекту складає 3 тижні. Для розрахунку вартості проекту складено кошторис витрат (див. таблицю 3.1).

Таблиця 3.1
Калькуляція собівартості проекту

№ з/п	Статті витрат	Нарахування	Сума, грн
1	Сировина і матеріали: - крейдований папір - форцазний папір - поліуретановий клей Claybiter 501 офсетний друк Загальна сума витрат	13 шт. × 3 грн/шт. 2 шт. × 7 грн/шт. 1 шт. × 150 грн/шт. 30 шт. × 4,50 грн/шт.	39 14 150 135 338
2	Основна заробітна плата	2600 грн	2600
3	Відрахування від основної заробітної плати на соціальні заходи	22% × 2600 грн	572
4	Загально-виробничі витрати	28% × 2600 грн	728
5	Виробнича собівартість	338 грн + 2600 грн + 572 грн + 728 грн	4238



РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1 Обов'язок роботодавця щодо створення безпечних і нешкідливих умов праці. Управління охороною праці.

Управління охороною праці – це прийняття, підготовка а також здійснення рішень стосовно реалізації технічних, гігієнічно-санітарних, організаційних і профілактично-лікувальних заходів, які спрямовані на збереження здоров'я і працездатності людини. Система управління охороною праці є складовою загальної системи управління фірмою.

Рівні державного управління охорони праці: загальнодержавний, регіональний, галузевий, виробничий. В ринковому становищі: державне управління, управління роботодавця та працівників.

Об'єктом управління ОП є дії структури підрозділів, які націлені на забезпечення нешкідливих для здоров'я і безпечних умов праці.

Суб'єктом управління охороною праці в загальному на фірмі є його керівник, а в структурних підрозділах – їх керівники.

Спрямує всі ці дії служба охорони праці фірми, функції та завдання якої описані в Типовому положенні про службу охорони праці, роботодавець фінансує функціональні структури управління охорони праці:

- назначає на посаду людей і створює служби, які працюють над розв'язанням конкретних питань охорони праці;
- укладає за участю сторін колективний договір і забезпечує колективні заходи, щоб підвищити рівень охорони праці та досягнення зазначених нормативів;
- започатковує сучасні технології, а також набуття досвіду з охорони праці;
- надає відповідні будівлі і спорудження, виробничу техніку та устаткування, моніторить їхнє технічне становище;

- працює над усуненням причин, які стимулюють отримання професійних захворювань, нещасливих випадків та здійснює профілактичні заходи;

- проводить аудит з охорони праці, лабораторні дослідження, оцінку технічного стану виробничої техніки та обладнання, атестація робочих місць на відповідні нормативно-правові акти з охорони праці;

- стежить за тим, чи виконує працівник технологічні процеси, норм поведінки з технікою, обладнанням, користуванням засобами колективного та індивідуального захисту, здійсненням робіт згідно з вимогами охорони праці;

- пропагує безпечні методи праці та співпрацю з працівниками у справі охорони праці;

- швидко реагує, якщо є необхідність допомоги потерпілим, залучає професійні рятувально-аварійні формування, якщо на підприємстві виникла аварія чи нещасливий випадок.

Роботодавець має створювати належні і безпечні умови праці.

Особлива увага має присвячуватись виявленню та усуненню причин, що призводять до професійних захворювань, нещасних випадків, виконуванию профілактичних заходів задля недопущення аварії на виробництві. Для цього відбуваються різні дослідження умов праці, розглядається технічне становище техніки та обладнання, проводиться атестація робочих місць на зв'язок їх нормативно-правовим актам з охорони праці, за висновками якої роботодавець запроваджує заходи усунення шкідливих і небезпечних для здоров'я виробничих факторів.

Роботодавець через засновану ним службу з охорони праці, комісію з питань охорони праці виконує контроль за дотриманням працівниками вимог з техніки безпеки, гігієни праці, виробничої санітарії, користування індивідуальними та колективними засобами захисту, здійснення робіт згідно з випрацюваними і затвердженими на фірмі правилами, актами, та іншими положеннями з ОП.

Роботодавець за власні кошти фінансує, організовує та проводить періодичні медичні огляди працівників, працюючих на складних роботах та роботах із небезпечними чи шкідливими умовами праці або там, де є потреба у щорічному примусовому медичному огляду працівників віком до 21 року.

Роботодавець влаштовує за свої гроші медичний огляд працівників без черги: за проханням працівника, якщо він думає, що стан його здоров'я погіршився через умови праці; та за власною ініціативою, якщо здоров'я працівника не дозволяє йому працювати; за час, який йде на проходження медичного огляду працівнику зберігається його посада (місце роботи) і середня заробітна плата.

Роботодавець має забезпечувати за свій рахунок утримання та видачу індивідуальних засобів захисту відповідно до нормативно-правових актів з спільного договору та охорони праці. У випадку завчасного використання цих засобів не через працівника, роботодавець має поміняти їх за власні кошти. Якщо працівник придбав спецодяг чи інші індивідуальні засоби захисту, знешкоджувальні чи мийні засоби за свої гроші роботодавець мусить повернути всі витрати на умовах, які передбачені в колективному договорі.

ВИСНОВКИ

При виконанні даного проекту було досліджено актуальність верстки та проектування журналу, його класифікацію, технологію виготовлення, новачії при верстці журналу, кольорову гаму та її вплив на читача, ергономічні вимоги до друкованих видань такого типу. На основі проведеного дослідження було спроектовано журнал про інтер'єр «Арт».

Обрана тема для дипломної роботи підкреслила важливість дизайнерської роботи саме у сфері типографії, її актуальність у наш час, розробці журналу для різних вікових категорій, жінок та чоловіків, професіоналів у справі дизайну інтер'єру та тільки новачків, варто враховувати колірну гаму, достовірність інформації яка подається у статтях. А також пам'ятати про авторські права ілюстрацій та використаної інформації.

Виконуючи даний дипломний дизайн-проект, було:

- проведено аналітичний огляд аналогів проектованого об'єкту;
- визначені різні види журналів, були виявлені їх основні особливості верстки, ілюстрування і структурування, за допомогою яких були визначені основні прийоми композиції;
- обрано тематику та напрямок роботи журналу;
- розроблено основні рубрики та статті до них;
- всю роботу було виконано в програмі Adobe Photoshop,

Поставлені цілі та завдання в роботі повністю вирішені. У журналі виражена тематична цілеспрямованість і виділена провідна тема, в повному обсязі виконана виразність композиції матеріалу і гармонійність колірного рішення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Джулиус Панеро, Мартин Зелник. Основы эргономики. Человек, пространство, интерьер. Справочник по проектным нормам. Москва, 2006. 6-21с.
2. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-01. - К.: Держстандарт України, 1994. 53с.
3. Емілі Хендерсон, Анджелін Борскіс. Стиль. Тысячи приемов и хитростей для оформления любого интерьера. 2017. 4-76с.
4. Эрик Шпикерманн. О шрифте. 2016. 7с.
5. Ирина Новикова, Новиков Игорь. Ремонт и планировка квартиры. 2006. 48с.
6. Колін Кейхілл. Ванная комната. Ниола-Пресс. 2004. 27с.
7. Ниола-Пресс. Цветовая гармония интерьера. 2010. 9-25с.
8. Ниола-Пресс. Кухня. Планировка и оформление. 2009. 65с.
9. Ниола-Пресс. Фитодизайн. Энциклопедия комнатных растений. 2004. 23с.
10. Пенні Куллен, Керолін Уоррендер. Ваш цвет, ваш дом. Философия цвета в интерьере. Контэнт. 2009. 14-20с.
11. Розенсон И.А., Основы теории дизайна. Учебник для ВУЗов. Спб.:Питер, 2007. 12-34с.
12. Самара Т. Типографика цвета. Практикум. Как выбрать шрифт. М.:РИП-Холдинг, Rockport, 2006. 29-33с.
13. Саша Козн. Ремонт и дизайн. 100 решений самых распространенных проблем. 2008. 51-78с.
14. Дизайн інтер'єрів. URL: <http://www.chaosland.com.ua/design/> (дата звернення: 01.06.2020).
15. Друк журналів. URL: <https://expres-druk.com/drukuiemo/zhurnaly-i-knyhy> (дата звернення: 06.06.2020).