

ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

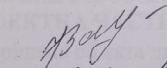
«Розробка дизайн-проекту періодичного журналу «Подорож У...»»

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма «Дизайн середовища»

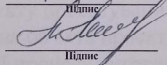
Студент


Підпис

ДМ-41
група

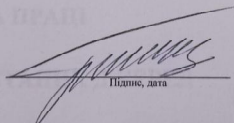
Д.О.Круцяк

Керівник:


Підпис

М.Й.Маркович

Допуск до захисту:


Підпис, дата

Завідувач відділення
дизайну
Юшак Н.А.

Тернопіль – 2020

N 504
19.06.20p.

ЗАВДАННЯ

НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ СТУДЕНТА

Круцяк Діана Олегівна

1. Тема проекту: «Розробка дизайн-проекту періодичного журналу «Подорож У...»»

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 проєктування

1.3 Концептуальна ідея об'єкта проєктування

1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення

РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА

2.1 Ескізування проєктних рішень об'єкта дизайну і вибір основного варіанту

2.2 Конструктивна ідея об'єкту проєктування

2.3 Колористичне вирішення об'єкта проєктування

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:

5. Практична частина (робота в матеріалі):

6. Дата видачі завдання 10 лютого 2020 р.

Керівник роботи

підпис керівника

М.Й.Маркович

Завдання одержав

підпис студента

Д.О.Круцяк

ВІДГУК НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ

Студент **Круцяк Діана Олегівна**

на тему: «Розробка дизайн-проекту періодичного журналу «Подорож У...»»
виконаний на матеріалах (база практики) _____

Результати оцінювання розділів дипломного проекту консультантами

№ з/п	Назва розділу	Прізвище та ініціали консультанта	Оцінка	Дата	Підпис консультанта
1.	Дизайнерський аналіз основних факторів, які впливають на формування об'єкта дизайну	Маркович М.І.	4	30.03.2020 р.	<i>[Signature]</i>
2.	Дизайн-проектна частина	Маркович М.І.	4	27.04.2020 р.	<i>[Signature]</i>
3.	Економічна частина	Колісник Т.Б.	3 (задов.)	13.05.2020 р.	<i>[Signature]</i>
4.	Охорона праці	Зігачук, Христюк М.Б.		12.05.2020 р.	<i>[Signature]</i>
5.	Оформлення додатків	Маркович М.І.	4 (доб.)	22.05.2020 р.	<i>[Signature]</i>
6.	Оформлення графічної частини	Маркович М.І.	4 (доб.)	01.06.2020 р.	<i>[Signature]</i>
7.	Виконання роботи в матеріалі	Маркович М.І.	4 (доб.)	15.06.2020 р.	<i>[Signature]</i>

Загальні положення

Студентка м'ягко та з любов'ю працювала над дипломним проектом, рекомендувала себе, як самостійний, вивчений досвідчений

Робота виконана гідно вимог до дипломних робіт, та за умови критичного, якісного дослідження наукової роботи

Оцінка за дипломний проект _____

Керівник: *[Signature]*
підпис

М.І.Маркович

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.....	12
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.....	15
РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТНА ЧАСТИНА.....	18
2.1 Ескізування проектних рішень об'єкту дизайну і вибір основного варіанту.....	18
2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування.....	19
2.3 Колористичне вирішення об'єкту проектування.....	19
2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкту дизайну.....	21
РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	25
3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкту дизайну.....	25
РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ.....	27
4.1 Безпека праці. Ергономічні вимоги до організації робочих місць. Класифікація шкідливих і небезпечних виробничих факторів.....	27
ВИСНОВКИ.....	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31
ДОДАТКИ.....	31

Засоби масової інформації відіграють провідну роль у житті кожного, хто з цим стикався. Газети, журнали, соціальні мережі, книги, телебачення, інтернет, радіо – це все формує наші думки, дозволяє дізнаватись для себе масу нової як корисної, так і не дуже інформації. Завдяки таким джерелам і формується людина.

Журнал (часопис) – періодичне видання з заданою темою, містить реферати, статті, зображення, поради, та багато іншої цікавої і корисної інформації. У наш час журнали не так вже і користуються популярністю, оскільки більшість має доступ до інтернету, де можна знайти любую інформацію за лічені секунди, проте все ще залишилися прихильники паперових джерел інформації. За слідуваннями та статистикою частіше купують періодичні журнали аудиторії жіночої статі, віковий діапазон тут вже не обмежений.

Типологія журнальних видань поки що перебуває на стадії розробки і тому не має чіткого трактування. Однак аналіз нечисленних праць, присвячених цій проблемі, визначає підходи до її вирішення і дозволяє знайти необхідні передумови для певних висновків з приводу ознак, що дають підстави виокремити конкретні видання в самостійну типологічну групу.

Актуальність теми дослідження. На відміну від газет, спрямованих на оперативну інформацію, журнали дають змогу більш детально й за більш значні терміни охопити події сучасного суспільного, політичного, культурного та наукового життя, вміщують обширні наукові статті, художні твори великого обсягу. Журнал – носій аналітичної фундаментальної інформації; у цьому його головна відмінність від газети.

Таким чином, актуальність теми дослідження полягає в теоретичному вивченні періодичних видань, зокрема журналів. Сьогодні періодичні видання – найпоширеніші засоби передачі текстової інформації.

Саме періодичні видання є головним засобом пропаганди і масової інформації. Всім відомо, що інформація в наш час ціниться найдорожче, а її хочуть знати всі небайдужі. На нашу думку цю місію найкраще виконують періодичні видання.

Об'єкт дослідження – періодичні видання як основний вид документа, який призначений для розповсюдження інформації.

Предметом дослідження є особливості журналу як періодичного видання.

Мета роботи передбачає дослідження журналу як основного виду періодичного видання і ознайомлення з процесом виготовлення.

Завдання дослідження:

- охарактеризувати журнал як вид періодичного видання;
- дослідити матеріальну конструкцію журналу;
- дослідити проблеми класифікації журналів;
- розробити власні періодичний журнал.

Методом дослідження є метод теоретичного аналізу та синтезу наукових спостережень спеціалістів, що працюють в галузі документознавства.

Періодичні видання являються різновидом серійного видання, яке входить в перебіг часу, подовженість якого завчасно не встановлена, як правило, нумерованими і/або датованими випусками (томами) і які мають однакову назву.

Серійне видання планується як безкінечне не обмежене в часі видання. Його окремі випуски мають суцільну (безперервну) нумерацію, не повторюються за змістом. Для серійних видань характерна ще одна ознака: їх, як правило, видають декілька колективів (наукові, просвітницьких, суспільних). Назва цих колективів обов'язково вказується у вихідних даних.

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

Часописи, або більш розповсюджена назва, журнали, користуються популярністю не зважаючи на вік чи стать людини. У наш час можна зустріти безліч журналів за різним розміром, обсягом, кольоровою гамою, тематикою і це далеко не всі їхні відмінності. Але все таки є певні обмеження, стандарти і вказівки щодо написання часопису. Щоб наочно відрізнити між собою журнали за темою чи іншими явними признаками відмінностей варто звернутись до аналізу аналогів. Але перш ніж перейти до аналізу аналогів необхідно розглянути які ж бувають періодичні видання та на які типи вони поділяються.

Для кращого розуміння розглянемо типи на які поділяються журнали:

- 1) вікові - для різних вікових категорій. Для дітей, підлітків, людей похилого віку, молодого чи середнього віку.
- 2) тематичні - базуються на одній темі. Наприклад подорожі, наука, політика, релігія, мистецтво, творчість тощо.
- 3) періодичні - видаються з певним проміжком часу, а саме щотижня, щомісяця або навіть раз на декілька місяців, бувають і такі.
- 4) колекційні - випуски журналів які мають колекційні елементи. Метою таких журналів заохотити читача саме такими колекційними додатками для задоволення внутрішнього естета та перфекціоніста.

Часописи вони ж журнали як і будь яке періодичне видання мають свої особливості та певні привілеї. Враховуючи періодичність виходу журналів є очевидним фактом те, що новини як у газетах там не може

бути. У часописі новину розглядають з різних боків і дають можливість читачеві переоцінити інформацію, обдумати її та прийти до певного висновку. Інформація яку опублікують у журналі повинна пройти відбір як в більшості всіх структурних прес. Але для журналістів до статті ставляться більш прискіпливо, оскільки від якості публікації залежить доля успішності того чи іншого видання. Не якісний матеріал не зацікавить читача, а неправадивна організація сторінок буде тільки дратувати.

Реклама у журналах є не менш кропотливою роботою та підбір її по тематиці є складним процесом. Завдяки грамотній подачі інформації деяку рекламу читач сприймає як корисну статтю. Так як журналісти відповідально ставляться до реклами на своїх сторінках у них є привілеї якіх немає у газет. Тобто як додаток у журналі дозволяють розсилати не тільки рекламні матеріали, а й рекламні зразки товарів. У них можливі спеціальні вставки на клею, брошурування, конвертування, розкладки, баттлсторіткові вкладки; вміщення зразків: парфуми, шампуні, тощо [1].

Літ журналістів і підкупляють покупців, що дозволяє швидше розповсюдити якісну рекламу можливо ще невідомого бренду чи фірми.

Таким чином було ознайомлення з особливостями і типологією періодичного видання, а саме журналів. Вазуючись на мінімальних знаннях

тепер можна і аналізувати аналогі.

Розглянемо перший аналог (Рисунок А.1), назва контрастно виділяється на фоні. По назві не зовсім зрозуміло яка тема цього журналу, оскільки діячина на зображенні не зовсім доречна. Щоб зрозуміти, про що це видання, потрібно почитати бокову інформацію, тобто заголовки з статей, і тільки тоді стає зрозуміло, що основної теми тут немає. Хоча переважають теми про вишивання. Лінійні титульні сторінки виглядає дешевим і лише на всю сторінку не найкращий вибір з боку дизайнерів.

Наступний аналог (Рисунок А.2), краще організований та дотримується зрозуміло, що цей журнал призначений для стільців, перукарень тощо. Цей аналог на відміну від попереднього відразу демонструє чітку і ясну

назву, яка чудово підходить під тему і не потрібно самому вгадувати тему журналу. Кольори тут підібрані досить не погано, грає контраст, багато різних шрифтів, ліву сторону максимально використали для вписування заголовків з вмісту і це виглядає забито, було б краще якби інформації було менше і використовували ще праву сторону титульної сторінки.

Розглянемо наступний аналог (Рисунок А.3), перше, що кидається в очі, дівчина котра перекриває літери, це виглядає не зовсім привабливо для читача який стикається вперше з даним виданням. Але в цілому задній фон і фотопоп тут досить таки на високому рівні. Специфіку цього аналога теж можна оприділити, як і в попередньому аналозі, по обкладинці. Тут зрозуміло, що журнал про рукоділля, точніше про в'язання. Дуже вдало підібрані кольори, тобто ніжно рожева кофтина на дівчині гарно поєднується з сірим фоном, дотримання контрасту. Чудовим рішенням було додати фотографії для зацікавлення читача і показ кінцевого результату, якщо використати схеми, вказівки даного видання.

Ще один аналог (Рисунок А.4), який можна, по зовнішньому вигляді оприділити, що це журнал для дівчат-підлітків. Яскраві кольори, теми, які цікавлять дівчат виділяють такий журнал серед всіх інших. Оскільки цей журнал досить популярний і над ним працюють дизайнери вже «вищого гатунку», то тут немає нічого зайвого чи невмисного. Яскраві надписи, стікери, теми які цікавлять саме аудиторію на яку цей журнал розрахований і в додаток подарунки які виправдовують ціну.

Розглянемо ще один аналог (Рисунок А.5), розрахований на дорослу аудиторію. Назва набагато більша ніж інші надписи, це привертає увагу і одразу зрозуміло тему цього видання. Яскраві надписи різних кольорів, шрифтів і розмірів трішки розсіюють уважність, але кожний заголовок відрізняється один від одного, що дає прочитати окремо кожний надпис. Дизайн не надто виділяється серед інших журналів, тобто саме так виглядає середньо-статистичний журнал на полиці магазину.

Розглянувши перші п'ять аналогів приступимо до наступної п'ятірки. Рисунок А.6, бачимо досить популярний журнал «OOPS!». Журнал по стилістиці дуже стильно організований. Найбільшими літерами виділена назва журналу, колористика надписів гармоніює між собою, все в одному стилі, яскраві надписи привертають увагу. Присутні заголовки які інтригують, в такий спосіб покупець зацікавиться. По темах, які зображені на титульній сторінці можна зробити висновок, що це журнал для дівчат підліткового і трішки старшого віку. На фоні всіх цих надписів присутнє лице співачки, в минулому актриси, Майлі Сайрус про яку є стаття в цьому випуску. Лице занадто зафотошоплене, виглядає непривабливо, шкіра в деяких місцях зливається, і виглядає це все не природньо. Але якщо придивитись на обкладинці пише рік випуску 2012 тому можна врахувати такі погрішності у фотошопі, так як з кожним роком технології розвиваються.

Перейдемо до ще одного прикладу цього ж самого журналу, але новішого випуску. Рисунок А.7 – кардинально відрізняється від попереднього аналога. Тут можна побачити, що назва журналу і стиль його не змінили, заголовки які інтригують теж нікуди не пропали і відомі зірки для дівчат підлітків теж. Журнал розвинувся у стильовому образі, ідєю та організацію не змінили.

Наступним аналогом представлено Рисунок А.8 не менш популярний український журнал «VIVA!». Перше, що потрапляє на очі це звичайно майже кожному знайомі знаменитості. Прихильники цих людей обов'язково звернуть увагу на цей випуск. Надписи на задньому фоні є трохи не зрозуміли, зливаються. Надпис спереду важко прочитати так як він рябить можливо його варто було виділити, або обрати інший шрифт. В цілому з фотошопом тут все гаразд і видно, що він присутній.

Ще один аналог того ж журналу, що вище переглянутий (Рисунок А.9). Стиль як можна помітити відрізняється, але надписи які важко прочитати присутні і тут. Журнал для дорослої аудиторії, кому цікаво

дізнаватись про зіркове життя та слухи про зірок. Розраховано на жіночу аудиторію, так як жінки більше прихильні до пліток. Надписи заголовків в одній колористиці, рішення чудове, так як виглядає це стильно і не вимушено.

І останній аналог (Рисунок А.10) журнал «Pink», теж популярни український журнал про зірок та моду. На цьому аналозі можна розгледіти відому українську телеведучу Лесю Нікітюк. Фотошоп тут не дуже вдалий, видно чіткі кордони волосся, виглядає це кострубато і не акуратно. Надписи навколо стильні та витримані у кольорах. Є знак вікової категорії, а це важливо. Як і в інших журналах присутні заголовки із статей, які можуть привернути увагу, і найбільше це розраховано на жіночу аудиторію.

Здійснений аналіз дає змогу дійти до висновку, що правильна організація титульної сторінки, а це красивий заголовок, який виділяється, додаткова інформація у вигляді заголовків меншим шрифтом, красивий задній фон чи навпаки передній, що підкреслює тематику видання, і гармонійне оздоблення сторінок є особливістю кожного видання і ці всі вище перелічені речі є важливими у подальшому розвитку продукції.

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

Процес формоутворення має спиратись на базові основи основних вимог до виробів дизайну: експлуатаційні, що враховують ступінь впливу ергономічних та прогнозованих функціональних властивостей; технологічні, які враховують особливості технологій обробки обраних матеріалів та специфіку робочих органів та основних механізмів виробничого обладнання; естетичні, що враховують естетичний рівень моделі, відповідність ідеалам краси і критеріям прекрасного [6, с. 205].

Серед вище вказаних факторів, які впливають на формоутворення об'єкту, зупинимось на основних, які максимально приближені до

поданого дизайн-проекту. Найважливіший фактор серед усіх інших є саме образ. Якщо порівнювати усі формоутворюючі фактори то образ посідає чільне місце серед них, так як саме образ є тим фундаментом проекту. Поняття образу в дизайні визначається як „емоційно-чуттєве уявлення про призначення, сенс, якість й оригінальність твору дизайнерського мистецтва, категорія естетичної оцінки результатів дизайнерської творчості” [2, с. 39]

Обговоримо основні функції видавництва. Головна і найважливіша функція полягає у тому, що періодичний журнал як і вся преса є засобом масової інформації. Тобто функція часописа полягає у розповсюдженні інформації. Цікава, загадкова, корисна, вражаюча - це все про інформацію яку можна представити читачам. Але знайти цікаву чи корисну інформацію і просто переписати мало, її потрібно правильно підібрати та піднести своїй аудиторії, тут вже краще звернутись до вказівок і правил написання, а ще не завадять психологічні прийоми.

Ергономіка базується на основі трьох принципів: безпечність, зручність та комфорт. Тому цим вимогам потрібно відповідати, тому що це ті три слони на яких все тримається.

Почнемо із безпечності. Матеріал, який буде використовуватись для створення сторінок журналу повністю екологічно чистий, що в подальшому не призведе до накопичення і довгого перегнивання в ґрунті з виділенням токсинів. Фарба теж без вмісту токсичних речовин, тобто на рослинній основі з природніми домішками. Це допоможе екології нашої планети.

Наступне це зручність та комфорт. Формат самого журналу не буде надто великий, що важко тримати в руках, бо він постійно гнеться і вигинається, але і не надто малий, щоб зручно тримати як однією так і двома руками. Читати потрібно з насолодою та у комфорті, це допомагає відволіктись від соціальних проблем і дізнатись для себе щось нове, а в подальшому воно

користувач.

Зовнішній вигляд — візуально сприйнята форма виробу. Зовнішній вигляд є єдиним джерелом естетичної оцінки виробу в процесі його сприйняття.

Звісно, ергономічні вимоги допомагають продумувати все до малих деталей та інколи варто себе уявити на місці аудиторії і зрозуміти, що вони б хотіли тут побачити, і звичайно використовувати ефект приємного здивування.

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

Концептуальна ідея — це фундамент від якого в подальшому відштовхуються для створення унікального, оригінального проекту. У цьому підрозділі роздуми та пояснення, пропозиції і рішення, які допоможуть для подальшої розробки проекту.

Найважливіше у видавництві донести до читача інформацію так, щоб йому хотілось перечитувати її і не одноразово та ділитись з іншими. Привертають увагу зображеннями, яскравими надписами, інтригуючими заголовками і навіть невеликі подаруночки у журналах. Це все допомагає продвинути на ринку та зібрати велику кількість шанувальників. Саме такого найчастіше добиваються у видавництві, чим більше прихильників тим вищий заробіток.

До того ж важливо оформити дизайн сторінок у відповідному стилі до теми. Завдяки цьому журнал викликатиме позитивні емоції та естетичне задоволення. Не може часопис про машини, наприклад, мати фон пов'язаний з меблями. Тому важливо правильно та стильно організувати дизайн сторінок. Так як тема часопису подорож до Греції, варто застосувати різноманітні акценти на цій культурі. Для цього

використовуємо грецький орнамент, розписи, історичні споруди, статуї та статуетки. Таким способом читач не замітно для себе знайомиться з цією країною і підсвідомо у пам'яті відкладається свого роду така другорядна інформація про культуру. Сторінки оздоблюються геометричними фігурами, щоб надати їм акценту, і свого роду це дизайнерське рішення.

Не менш важливий фактор, який допомагає сформувати правильну думку та бажання, це колірне рішення в проекті. Колір підсвідомо намагається вплинути. У проекті присутні темний синій колір, приглушений, в асоціацію з морем та океаном, а світлий теплий бежевий уособлює пляж і споруди в Греції. Так, у Греції майже всі пам'ятки, архітектурні споруди, навіть плитка вкладена на дорозі світлого кольору, тому що в цій країні дуже спекотно.

Отже, за основну ідею взято журнал про подорож до Греції виконаний у двох кольорах для того, щоб не перенасичувати і не відволікати від тексту, а також було вирішено використовувати геометричні фігури і напівпрозорі ілюстрації на задньому фоні.

1.4 Характеристика планувального та об'ємного вирішення

Опираючись на проаналізовану інформацію, щодо періодичного журналу, існують стандарти, яких варто дотримуватись для продуктивного та якісного фінального результату.

Основною складовою частиною періодичного видання є його назва, яку в подальшому буде легко впізнати і знайти серед інших журналів. Вона є чіткою, контрастною до заднього фону. Назва повинна одразу проінформувати про, що ж цей журнал, або здалеку натякнути на ідею та тему даного видання. На обкладинці меншим шрифтом, але з такою самою метою, бажано під колір назви, написані заголовки деяких статей. Це роблять для того, щоб читача по цим заголовкам зацікавити, тобто

надається якась інформація, але в маленькому обсязі, і читач вже сам вирішує чи йому це цікаво.

Не менш важливою складовою частиною є саме наповнення, тобто статті, зображення, корисна інформація по темі, наприклад реклама тур агенства. Реклама в журнальній періодиці є зовсім не зайвою як може здатись на перший погляд, оскільки до вибору реклами у своєму виданні багато фірм теж підходять з розумінням і відбирають лише те, що пов'язане по темі, або що може зацікавити читачів.

Слід додати, що колірна гама впливає на сприйняття читачем інформації і те як вона може запам'ятатись. Тому для дитячих періодичних видань або підліткових, використовують яскраві кольори. Вони збуджують і привертають увагу чим видавництво і викликає інтерес. В журналах інформаційного характеру та для більш дорослої аудиторії використовують приглушені, м'які, не надто яскраві кольори.

Напевно кожен у своєму житті тримав в руках журнали і знає як вони відрізняються за формою, кількістю сторінок, товщиною обкладинки та іншими критеріями. Тому відомо, що журнали мають цупкіші сторінки хоч і такі тонкі і покриття в них глянцеве чи матове, а не ширшаве як наприклад у газетах чи рекламах.

Журнали можуть мати різні обкладинки, але всі журнали повинні надавати інформацію яка є в середині. Обкладинка повинна бути цупкішою для того, щоб вберегти вміст від зовнішніх чинників, таких як вода наприклад. Часто споживачі читають журнали газети та інші джерела ЗМІ під час ранкової трапези і бувають випадки, коли чашку кави ставили на ці періодичні видання, що спричиняло забруднення та не презентабельний вигляд. Саме тому, було запропоновано робити обкладинки журналів глянцевими, які не вбирали в себе воду і не пошкоджувались при цьому.

Сторінки у журналів кріпляться декількома способами: перепліт ниткою, на клею, скобами. Найнадійнішими з цих варіантів є скоби та

перепліт ниткою, оскільки клей може висохнути і з часом сторінки самі можуть почати випадати. А так як в нас екологічний продукт, тому обираємо нитки з природніх волокон, які в подальшому можуть розкластись або піти на переробку. Матеріал для самих сторінок повинен бути тонким проте цупким і таким ж волого-відштовхуючим. Тобто сторінки будуть створені як і за звичайною технікою створення журналу, проте замість звичайного клею, який робить сторінки матовими чи глянцевиими, буде використовуватись клей з природніх речовин. Вологостійкість буде слабша, проте це буде екологічно чистий продукт.

Крім того, за стандартами виділяються видання, що класифікуються за характером оформлення, ступенем аналітико-синтетичної переробки інформації, її знакової природи, змісту основного тексту, структурою. Важливими також є характер інформації, спосіб її викладу, авторський склад, наявність і спосіб відтворення зображень. Ці ознаки можуть бути важливими для одного видання, але зовсім не суттєвими для іншої групи видань.

Отже, потрібно слідувати вказівкам, щоб досягнути успіху в плануванні і проектуванні періодичних видань.

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

Ескізний проект – це остаточна творча пропозиція конструктора чи дизайнера, яка повністю відображає характеристики виробу. Жодний проект не обходиться без ескізування. Не завжди перша ідея, що спала на думку найкраща. До ідеального варіанту все приходить поступово. Від кожного ескізу дизайнер бере якусь частинку і з ось цих частинок виходить одна основна ідея, яка реалізується в подальшому [14, с. 129].

Отримана в процесі вивчення літератури, інформація, а також проведені дослідження, дозволили зробити аналіз основних помилок періодичного видання, виділити основні критерії, які найбільш яскраво характеризують виразність оформлення і приступити до розробки ескізів дизайн-проекту періодичного журналу.

Проаналізувавши в процесі вивчення літератури інформацію, яка була надана для ознайомлення, а також детальний розгляд проблематики, було розроблено декілька ескізів для подальшої реалізації одного з них.

В додатку Б продемонстровані три ескізних проекта, з яких пропонується для вибору одного головного об'єкту, який буде реалізований в подальшому

На Рисунку Б.1 зображений перший ескіз. Виконаний в стилі мінімалізму. Виглядає стильно, але не для періодичного журналу, надто мало інформації для титульної сторінки. Інформації на титульні сторінці фактично немає, а якщо інформації не достатньо то не кожен захоче купувати щось не знаючи про йдеться у журналі. Шрифти у поєднанні звичайних і з засічками дивиться досить таки не погано, і надає якогось шарму, тобто, ці два шрифти гармоніюють між собою. Отже, цей варіант

не підходить по своїй композиції, мало інформації та недоречні надписи, але цікаво поєднані шрифти.

Наступний ескіз (Рисунок Б.2), представляє палітру з чудово підбраною колірною гамою. Кольори тут теплі, що автоматично додає затишку, спокою, привабливості. Зображення на задньому фоні є недоречним, зовсім не по темі. На відміну від попереднього екземпляра, присутня мінімальна інформація змісту, що є плюсом. Шрифти тут прості і не привабливі, вони тут ніби важкі та зайві. Обкладинка більш схожа на флаер, чим на журнальний варіант. Отже, у цьому ескізі гарно підбрані кольори, присутня мінімальна інформація, але шрифти і зображення тут не дивляться гармонійно та злагоджено.

Розглянемо третій варіант (Рисунок Б.3), ескізного проектування. На відміну від попередніх екземплярів, тут кольори темні але спокійні. На обкладинці зображений відомий грецький філософ Аристофан, а точніше його бюст, який плавно переходить в колони, тобто вже по обкладинці зрозуміло про яку країну йде мова. На синьому глухуватому відтінку чудово дивляться білі надписи. Декоративні полоси контрастного теплого кольору додають своєї пікантності та привабливості. Інформація яка може зацікавити читача є на обкладинці, це дозволяє покупцеві коротко ознайомитись зі змістом не купуючи і не відкриваючи періодичного журналу. Отже, цей варіант найбільш вдалий і тому обираємо саме його як основний варіант.

2.2 Конструктивна ідея об'єкту проектування

Кожне видавництво старається відрізнитись від своїх конкурентів на ринку преси. Для цього вони стараються максимально зробити, щось своє унікальне у всьому, у формі, оформленні, темі, колористиці тощо. Тому важливо врахувати всі ці нюанси у об'єкті проектування.

Розпочнемо з форми. Як і вся інша преса журнал прямокутної форми для зручності використання. Розміри — двадцять чотири сантиметра у висоту, сімнадцять з половиною у ширину, тридцять чотири сантиметра у розгорнутому вигляді (Рисунок Г.1). Такі розміри було спроектовано для максимального комфорту при читанні, та для того щоб його можна було брати кудись із собою, і його компактність це дозволяла.

Якщо часопис часто експлуатують по призначенню, значить і кріплення повинне бути міцним та надійним. Це може бути якісний клей, міцні і не надто малі скоби, або звичайна міцна нитка. Розглянемо детальніше всі ці методи. Клей не є надійним, тому що він може пересохнути, його як правило рідко використовують для періодичних журналів, тому відкладемо цей варіант. Скоби зручніші за клей, але при неакуратному поводженні, або малому обсягу сторінок, скоба може видертись, чи випасти, пошкодивши внутрішні сторінки. Зупинимось на нитці, оскільки такий спосіб є одним з надійніших серед інших, а також підтримуватиме екологічне становище після експлуатації.

Наступний важливий момент це візуальний стиль періодичного видання.

Візуальний стиль журналу — це не лише графіка, це цілісна система, в якій використовується всі можливі способи зв'язку з аудиторією (тематика, жанри, графіка, акцентування, зображення). Ключові поняття іміджу (довіра, популярність, індивідуальні риси) формуються у свідомості читача через: — якісне змістове наповнення відповідно до концепції; — наявність потужного емоційного складника, орієнтованого на цінності цільової аудиторії; — послідовність у застосування графічних прийомів і обраної тематики відповідно до читацької призначення. Отже, першочерговим у функціонуванні журналу є орієнтир на читацьку аудиторію, адже і концепція також розробляється відповідно до читацької аудиторії. Довіру у читача заробити нелегко, а підтримувати — ще складніше. Дотримання візуального стилю означає постійну підтримку

користуванні; дотримання традицій; постійність рубрикації, чітку відповідність змісту та оформлення потребам цільової читачької аудиторії.

2.3 Колористичне вирішення об'єкту проектування

На думку Гете, кольори впливають на настрій, стан, самопочуття і зрештою на здоров'я людини. За його спостереженнями колір, має психологічний вплив на людину. Наприклад жовтий викликає емоції теплоти, світла, радості, синій навпаки смуток, глибину почуттів, а червоний створює у кожного особливий настрій. Та чому це все так? Відповідь на це запитання досить просте, ще з малого віку у людини формується принцип асоціацій. Це можна пояснити тим, що який колір сприймає наше око на якихось природніх речах з тим кольором і виникає асоціація в подальшому. Візьмемо до уваги таку ситуацію, коли людина думає про жовтий колір перша асоціація це сонце, а вже відштовхуючись від сонця на думку приходить літо, позитивні емоції, яскраві кольори в навколишньому середовищі. За таким принципом і працює людська психіка на тему кольорів.

Завдяки розумінню як сприяє колір на психологічний стан людини впливає висновок яка ж колірна палітра буде у проекті основною. Так як тема даного випуску періодичного видання є подорож до сонячної Греції, то це означає, що і кольори мають відповідати. Щоб не відволікати і не перенавантажувати читача було обрано два основних кольори. Темний синій з примісю сірого для приглушення яскравості - цей колір було обрано на основі того, що Греція це туристична країна і більшість відпочиваючих приїздить туди саме ради моря. На островах дуже красиві види у відкрите море де таємничі темні води захоплюють дух і затягують від цікавості глибиною кольору. Саме тому було обрано такий темний синій, через асоціацію з відкритим морем. Інший же колір повністю йому



протилежний, це жовтогарячий з примісю розового і трішки білого, отримання приглушеного кольору як і синій. Приглушені ці кольори, для того щоб не впливати надто сильно на сприйняття людиною візуального простору. Колір який був отриманий у результаті змішування в другому варіанті був спеціально підібраний таким чином, щоб викликати асоціацію з теплим пляжем, з архітектурою Греції, так як там майже вся архітектура у світлому кольорі.

Важливо врахувати той факт, що цей журнал не розрахований на підліткову чи дитячу аудиторію, тому і яскравих кольорів тут немає, так як для людини яка зацікавлена у подорожі або самій культурі даної країни, цікавіше почитати корисну для себе інформацію не відволікаючи свою увагу на яскраві кольори чи неумісні яскраві елементи.

Таким чином, методом асоціацій було обрано концептуальні кольори які гармонійно пов'язані між собою і тільки доповнюють один одного.

2.4 Особливості технології процесу виготовлення об'єкту дизайну

Поліграфічна технологія постійно розвивається і щоразу знаходить нові способи друку, які з кожним етапом розвитку є все досконалішими за попередні. На сьогоднішній день чимало відомих варіантів поліграфічної технології, а якщо бути точнішим, то більше сотні так точно. Зазвичай застосовують друк задля відтворення і розповсюдження текстів, а щоб ефект зацікавленості спрацював, використовують ілюстрації в текстах.

Способи друку можна поділити на традиційні та нетрадиційні. Для початку розглянемо традиційні:

- високий (флексографічний, друкоофсетний і друкарський друк);
- офсетний (літографія, фототипія);
- глибокий (автотипія, інші техніки);
- трафаретний.

Ці варіанти друку найпопулярніші та найактуальніші і найбільш затребувані серед поліграфічних процесів.

Розглянувши традиційні способи друку перейдемо до не традиційних. До таких способів відносяться:

- електрофотографія;
- іонографія або магнітографія;
- термографія;
- різновиди фотографій;
- струменевий друк.

Такі засоби менш популярні за рахунок своєї складності у виконанні та не високій популярності в порівнянні з традиційними способами.

У результаті ознайомлення з технологією друку обираємо традиційний офсетний друк, так як він підходить для друку дизайн-проекту журналу. В загальних відомостях офсетний друк є найрозповсюдженішим у виробництві продукції. Його використовують у рекламно-комерційній продукції (календарі, брошури, журнали, книги, каталоги), акцидентній (візитки, бланки, листівки, плакати, флаєри тощо), споживчій продукції (блокноти, конверти, папки, стікери, паперові пакети, цінники тощо), а іноді і для пластикових карт, із застосуванням офсетного друку без зволоження.

Зрештою після друку з обкладинкою проводять маніпуляцію ламінування. Процес ламінування сторінок запобігає появи мінімальних пошкоджень від сторонніх чинників, тому що покриття плівкою додає міцності обкладинці для збереження листів у середині. Переваги у ламінуванні: естетичний зовнішній вигляд, зручність у експлуатації і захист аркушів.

Перейдімо до передфінального виготовлення готової продукції. На даному етапі виробництва сторінки які були надруковані та проламіновані скріплюють між собою ниткою, за допомогою сучасних приладів процес швидкий та не кропотливий. Наприкінці готову продукцію упаковують у

захисну плівку, а після цього відправляють на прилавок. Не виключено, що в процесі виробництва можна спостерігати у специфікації (Рисунок В.1).

Процес виготовлення не є складним та займає не багато часу, станки які друкують, розрізають, зшивають і упаковують продукцію пришвидшують весь цей процес, що дозволяє виготовляти декілька тисяч журналів за добу.

Отже, врахування типологічних особливостей журналів є обов'язковою умовою їх ефективного функціонування: якщо правильно визначена читацька аудиторія і вона отримує від видання всю необхідну їй інформацію, тоді журнал буде користуватися попитом. Для України становлення власної системи ЗМІ, зокрема журнальної періодики, що враховує потреби українського населення, є надзвичайно важливим. Журнал як проміжний вид видань між газетою та книгою, поєднує в собі ознаки цих видань: з одного боку, подає оперативну інформацію, що цікавить сучасних читачів, а з іншого – дає глибший аналіз проблематики, ніж газета, включає історичні, освітні, практичні матеріали.

Метод визначення економічної частини дипломного проекту з підвищення доцільності використання укр. матеріалів при розробці об'єктів проектування. Для цього потрібно провести розрахунок витрат на експлуатацію та читання, а також витрат на створення об'єкту.

Таблиця 4.1 – Визначення особливостей витрат

№	Стать витрат	Основа для нарахування	Сума, грн.
1	Сторінки газети	1 лист = 10 сторінок	100
2	Сторінки журналу	1 лист = 10 сторінок	100
3	Сторінки книги	1 лист = 10 сторінок	100



3.1 Калькуляція орієнтовних витрат на виготовлення об'єкту дизайну

Сучасна техніка, нові технології, оновлені засоби автоматизації, що розробляються і застосовуються на виробництві обов'язково мають приносити корисний результат – ефект. Ефект може бути: соціальним, покращення умов праці робочих; екологічним, проявляється в зниженні шкідливого впливу виробництва на навколишнє середовище; оборонний – підвищення безпеки держави; економічний – економія витрат на виготовлення продукції і збільшення прибутку.

Економічний ефект потрібно співставити з витратами підприємства. По іншому неможливо однозначно оцінити, наскільки вдалою є розробка того чи іншого проєкту. Таку оцінку якраз і можуть дати показники економічної прибутковості проєкту.

Метою виконання економічної частини дипломного проєкту є доведення доцільності використання усіх матеріалів при розробці об'єкту проєктування. Для цього потрібно провести розрахунок витрат на сировину та матеріали, а також прибуток на створення об'єкту.

Таблиця 4.1 – Калькуляція собівартості виробу

№ з/п	Статті витрат	Основа для нарахування	Сума, грн.
1.	Сировина і матеріали:		
	-папір + друк	11ст. × 10грн/шт	110
	-нитка	1шт × 15 грн/шт	15
	-ламінування	1шт. × 30грн/шт	30
			<hr/> 155

2.	Основна заробітна плата	4200	4200
3.	Відрахування від основної заробітної плати на соціальні заходи	$4200\text{грн} \times 22\%$	924
4.	Загально-виробничі витрати	$4200\text{грн} \times 28\%$	1176
5.	Виробнича собівартість	$155\text{грн} + 4200\text{грн} + 924\text{грн} + 1176\text{грн}$	6455
6.	Позавиробничі витрати	$6455\text{грн} \times 2\%$	129,1
7.	Повна собівартість	$6455\text{грн} + 129,1\text{грн}$	6584,1
8.	Прибуток	$6455\text{грн} \times 15\%$	968,25
9.	Оптова ціна	$6455\text{грн} + 968,25\text{грн}$	7423,25
10.	ПДВ	$7423,25\text{грн} \times 20\%$	1484,65
11.	Загальна вартість виробу	$7423,25\text{грн} + 1484,65\text{грн}$	8907,9

Висновок: В результаті проведення калькуляції собівартості виробу було з'ясовано, що вартість потрібної сировини та матеріалів для розробки проекту – 155 грн. Основна заробітна плата склала 4200грн, а відрахування від неї на соціальні заходи – 924грн. Загально-виробничі витрати вийшли на суму 1176грн, виробнича собівартість – 6455грн, а позавиробничі витрати – 129,2грн.

Повна собівартість склала суму в 6584,1грн. Вирахування прибутку склали 968,25грн, оптова ціна – 7423,65грн. ПДВ вийшло на суму 1484,65грн.

Загальна сума проекту буде 8907,9 грн. Аналіз цих даних дав можливість визначити оптимальний варіант технічних рішень.



4.1 Безпека праці. Ергономічні вимоги до організації робочих місць. Класифікація шкідливих і небезпечних виробничих факторів.

Безпека праці — стан умов праці при якому виключається дія на працюючих небезпечних і шкідливих виробничих факторів. Охорона праці загалом, це один із факторів, які визначають нашу якість життя (здоров'я, освіта, свобода бізнесу, свобода слова).

Робоче місце є частиною виробничого простору або групи робітників оснащених основним та допоміжним технічним обладнанням, запасами, інструментами та робочими меблями, необхідними для виробництва певних видів робіт. Робоче місце відіграє провідну роль, адже його зручність, функціональність та зручність впливатимуть на продуктивність та результати роботи. Правильна його організація допоможе запобігти дискомфорту, підвищеної втомлюваності, а також підвищить його продуктивність. Тому варто з особливою увагою обирати місце праці, або зробити його максимально комфортним для подальшого використання.

Ергономічні вимоги до організації робочих місць:

Організація робочого місця, розміри та взаємне положення, елементи повинні відповідати антропометриці, фізіологічним та психофізіологічним характеристикам та характеру роботи. Відповідно до домовленості, що вимагається стандартом, робоче місце забезпечує зручне розташування персоналу. Цього можна досягти, регулюючи положення стільця, висоту та розміри робочої поверхні. Ці вимоги допомагають забезпечити комфортне робоче місце та зберегти працездатність якомога довше.

Загальні принципи організації робочого місця:

- на робочому місці не повинно бути надлишків, і всі предмети, необхідні для роботи, повинні бути близькими до працівників, але вони не повинні заважати працівникам; ті предмети котрими користується частіше, розташовуються ближче, ніж ті предмети, котрими користується рідше;
- предмети, що тримаються лівою рукою, повинні знаходитися ліворуч, а предмети, що тримаються правою рукою, повинні знаходитися праворуч, якщо використовують обидві руки то місце розташування пристосувань вибирається з врахуванням зручності захоплення його двома руками;
- небезпечніше, з точки зору можливості травмування працівника, обладнання повинно розташовуватись вище, ніж менш небезпечне;
- робоче місце не повинно бути заповнене заготовками та готовими виробами; організація робочого місця повинна забезпечувати необхідну оглядовість.

При розміщенні робочих місць необхідно дотримуватись таких вимог:

- робочі місця з ПК розміщують на відстані не менше 1м від стін зі світловими прорізами;
- відстань між бічними поверхнями ПК має бути не меншою за 1,2м.
- Розмір між рядами робочих місць має бути не меншим 1м.

Класифікація шкідливих і небезпечних виробничих факторів.

Шкідливі виробничий фактор — це виробничий фактор дія якого на працюючого при певних умовах може призвести до професійного захворювання або зниження працездатності. До шкідливих факторів відносять: шум, вібрація, інфразвук, ультразвук, освітлення. Ці фактори мають великий вплив на організм, тому поки вони не переросли у небезпечні варто спробувати їх усунути.

Небезпечний виробничий фактор — це виробничий фактор дія якого може призвести до травм, отруєння, раптового погіршення здоров'я або до смерті. Залежно від рівня і тривалості дії шкідливий фактор може стати небезпечним.

Шкідливі та небезпечні фактори поділяють на:

- Фізичні (температура, вологість, атмосферний тиск, шум, *рух* *Акселерація* *Вібрація*, підвищена злиденість тощо);
- Хімічні (гази, пари, аерозолі, кислоти тощо);
- Біологічні (макро і мікро організми);
- Психо-фізіологічні (статичні і динамічні перенавантаження, розумова перенапруга, монотонність праці, недостатньо рухома активність тощо).

Охорона праці спеціалізується на небезпечному впливі на людину під час роботи, тому вони роблять все можливе, щоб покращити умови праці та забезпечити безпекою працівників.

ВИСНОВКИ

Періодичне видання – найбільш поширений вид серійного видання. Воно характеризується певними ознаками: актуальність тематики, різний характер змісту, оперативність і регулярність виходу в світ, відповідні назви характеру видання, які не змінюються протягом тривалого часу, наявність однієї або декількох організацій, органом якої виступає видання. Періодичне видання являється одним із основних засобів в системі масової комунікації [14, 200].

Організація, проектування, підбирання теми, інформації, кольорової гами та багато інших факторів впливають на продуктивність, ефективність та продажі. Цей клопіткий процес від ескіза і до кінцевого результату є складним і непередбачуваним. На основі всіх знань, які було отримано про періодичне видання, та його реалізацію, можна дійти до висновку, що ця робота потребує не менше уваги ніж будь-який інший проект, щоб вийти цікавим і корисним.

Отже, періодичне видання – це видання, яке виходить через відповідні проміжки часу з постійною для кожного року кількістю номерів, неповторюваним змістом, однотипно оформлене, з нумерованими і датованими випусками, які мають однакову назву і, як правило, однаковий об'єм і формат. Періодичні видання включаються до мас-медіа. Це засоби донесення інформації до масової аудиторії [21, 8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василюшин Д. В., Василюшин О. М.; за ред. Мельникова О. В.; рец.: Величко О. М., Антоник М. С., Жидецький Ю. Ц. Технологія набору та верстки: навч. посіб. Львів: Укр. акад. друкарства, 2011. 272 с. 300 пр.
2. Волкова В.В. Дизайн газеты и журнала В.В. Волкова, С.Г. Газанджиев, С.И. Галкин. М.: Аспект Пресс, 2003. 224 с.
3. Дзендзелюк Л. С.; [відп. ред. Л. В. Снісарчук]; Пергамент: виготовлення, властивості, реставрація НАН України, ЛННБ України ім. В. Стефаника. Львів, 2015. 78 с.
4. Довгич В. А. Книговидавництво та засоби масової інформації. Історія української культури. К.: Наукова думка, 2013. Т. 5. Кн. 4.
5. Дурняк Б. В., Мельников О. В., Василюшин М. О., Дячок О. Г. Поліграфія та видавнича справа: рос.-укр. тлумачний слов. уклад.: Львів: Афіша, 2002. 456 с.
6. Жидецький В. Ц., Джигирей В. С., Мельников О. В. Основи охорони праці. Вид. 2-е, стереотипне. Львів: Афіша, 2000. 348 с.
7. Кириленко В.В. Економіка (навчальний посібник), Тернопіль: Економічна думка, 2002. 193с.
8. Кузьмінов Б. П. Охорона праці в поліграфічній промисловості. Проблеми гігієни праці та виробничої санітарії: навч. посіб. Б. П. Кузьмінов, О. В. Мельников. Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. 127 с.
9. Кулешов С.Г. Документознавство: Історія. Теоретичні основи С.Г. Кулешов; УДНДІАСАД; Держ. Акад., керівн. Кадрів культури і мистецтв. К., 2000. 163 с.
10. Легенький Ю. Г. Система моды: культурология, эстетика, дизайн Ю. Г. Легенький, Л. П. Ткаченко. К.: ГАЛПУ, 1998. 224 с.