

Оформлення друкованих видань різного типу

1. Загальні вимоги оформлення друкованої продукції
2. Оформлення фірмового бланку
3. Оформлення буклетів
4. Оформлення візитних карток
5. Оформлення конвертів
6. Оформлення прайс-листів
7. Оформлення календарів
8. Оформлення листівки

1. При роботі над оформленням друкованого видання найістотнішими ознаками є зміст, цільове і читацьке призначення. В основі оформлення лежить вид літератури. Вміння відрізнити той чи інший тип видавничої продукції є важливим для визначення місця друкованого видання у суспільному житті. Друковані видання називаються також "творами друку", хоча твором друку є будь-який окремий документ, що входить у склад друкованого видання. За знаковою природою твори друку можуть бути текстовими, ізографічними, картографічними, нотними.

Сучасне устаткування дозволяє виготовляти багатоколірні бланки, візитки, конверти, листівки, буклети та інші друковані видання з нанесенням фірмової символіки, а також різноманітної інформації, що покращує зовнішній вигляд видання. Одним із важливих компонентів оформлення друкованих видань різного типу є ілюстрації.

Ілюстрація в широкому сенсі – пояснення словесної інформації наочними прикладами, кресленнями і зображеннями, а в більш вузькому – область мистецтва, пов'язана з образотворчим тлумаченням літературних і наукових творів. Мистецтво ілюстрації книг є самостійним видом образотворчого мистецтва, воно дуже своєрідно і специфічно і вимагає

глибокого, професійного підходу. Видавець повинен враховувати, що для кожного виду друкованої продукції існують свої норми ілюстрування.

Ілюстрування літературно-мистецького видання. Ілюстрація до художнього літературного твору виконує такі завдання, як доповнення сюжету автора різними побутовими або історичними деталями, допомога читачеві в орієнтуванні у відповідній епосі, створення початкового враження про твір.

Ілюстрування художньої літератури в обов'язковому порядку має враховувати вік читача. У кожній книзі є свій адресат і завдання ілюстрації - затягти читача, привернути його увагу, дати йому початкові інформацію про книгу. Ілюстрація повинна відповідати змісту твору і припускати правильне сприйняття її читачем.

Ілюстрування дитячої літератури. Дитяча ілюстрація охоплює великий спектр тематики. Ключовим тут є вміння правильно зорієнтуватися на вік читача. Ілюстрації для дітей повинні пропонувати чітку і легко розуміючу інтерпретацію теми. Вони також повинні викликати у дітей інтерес, але не виглядати так, ніби в них робиться поблажливість до малюків. Необхідно знайти способи залучення уваги читача. Дитячі ілюстрації повинні бути привабливі і для дорослих, які дивляться дитячі книги і реально приймають рішення про їх купівлю. Художники-ілюстратори дитячої літератури, як правило, мають досить гнучким стилем, який дозволяє задовольнити всі потреби даного жанру.

Подарункові видання. Особливий підхід видавця потрібно до ілюстрування подарункових видань, де ілюстрації грають практично найважливішу роль, підкреслюючи розкіш і високу ціну книги, її призначення для вузького кола цінителів. Такі книги часто упаковують в геотекстиль і підносять у зв'язку з різними урочистими подіями. При оформленні такого видання ілюстрації повинні відповідати тексту, бути виконаними в одній техніці, не бути зайвими.

Ілюстрація коміксів. Комікс - самостійний стиль ілюстрування. Художник повинен уміти сценарій коміксу висловити способом, багато в чому схожий з методами кінематографії. Він повинен створювати ясні образи

дійових осіб. Художник тут не просто ілюструє книгу, а фактично повністю створює її. Мультиплікація є ще більш спеціалізованою областю. У ній дуже багато технічної роботи і вона забирає колосальну кількість часу. Виробляється в основному спеціалізованими компаніями, а не окремими професіоналами.

Все більшого значення отримує самостійна ілюстрація, що становить особливий вид газетного матеріалу, який повідомляє про подію так само, як і повноцінний текстовий матеріал. Завдяки своїй наочності така ілюстрація володіє особливою силою впливу на читачів. Разом з тим ілюстрація прикрашає газетну сторінку.

Особливостями впливу газетної ілюстрації на читачів пояснюється той факт, що поступово вона займає все більш важливе місце в номері. Зростає кількість ілюстрацій на смугах, стає все більш різноманітною їх форма, все більш відповідальні завдання, які вони виконують. Текстові матеріали, що несуть головне навантаження, є основою будь-якої газети, кожного її номера. З цього слід виходити, визначаючи оптимальну площу, займану ілюстраціями в газетному номері.

Робота над ілюстраційним матеріалом – один з найбільш відповідальних і складних ділянок оформлення. Тут доводиться стикатися одночасно з проблемами техніки і технології поліграфічного виробництва.

Не можна тільки механічно оформляти готовий ілюстраційний матеріал; необхідно включатися в роботу художника з самого початку, розробляючи з ним план ілюстрування і даючи йому в процесі роботи вказівки про манеру малюнка, про техніку виконання, про розміри і т.д.

При ілюструванні перш за все необхідно пам'ятати, що ілюстрація не є самоціллю, а повинна витікати з загального плану оформлення видання, підкорятися цим планом, зумовленого змістом книги.

Якісне проектування та художнє оформлення книжкового видання є головною запорукою комерційного успіху розробляється продукції. Вибір формату, смуги набору, гарнітури і кегля шрифту, елементів дизайну і ілюстрування в цілому, безпосередньо впливають на собівартість видання, а

значить, і на його кінцеву ціну, що особливо важливо в сучасних умовах конкуренції.

Також не менш важливим компонентом при оформленні друкованого видання є шрифт.

Шрифт (нім. *Schrift*, від *schreiben* — писати;) — графічний малюнок накреслень літер і знаків, які складають єдину стилістичну та композиційну систему, набір символів визначеного розміру і малюнка. У вузькому друкарському сенсі шрифтом називається комплект друкарських літер, призначених для набору тексту.

Одним з найважливіших елементів оформлення друкованих видань є шрифт — графічна форма знаків алфавітного листа. За допомогою шрифту читач знайомиться із змістом видань. Від використання того або іншого шрифту залежать легкість для читання, якість художнього оздоблення і поліграфічного виконання видань.

Група шрифтів різних видів і кеглів, що мають однакове накреслення, єдиний стиль і оформлення, називається гарнітурою.

Малюнок сучасних шрифтів, використовуваних газетою і журналом, складався поступово, в процесі багатовікового розвитку писемності і друкарської справи.

Сучасні друкарські шрифти беруть свій початок від рукописних шрифтів, що використалися з XI по XVII ст.

Для того, щоб шрифт у виданні відповідав своєму призначенню, він повинен відповідати ряду вимог, найважливішою з яких є легкість для читання. Він повинен також відповідати виробничо-технічним умовам і бути економічним, убористим. У зв'язку з цим, на відміну від книги, головні естетичні вимоги до оформлення видання залежно від їх типу пред'являються не стільки до малюнка шрифту, скільки до його легкості для читання, до єдності оформлення, що створює виданню певну зовнішність відповідно до їх призначення.

Естетичні, художні якості шрифту додають зовнішній формі видання витонченість, красу, легкість для читання, а економічність — високу місткість

друкарського аркуша. Кожен малюнок шрифту має свою графічну зовнішність, яка впливає на художній образ друкарської продукції. Ось чому малюнок шрифту стилістично повинен бути пов'язаний з іншими графічними елементами видання (ілюстраціями, орнаментом, малюнком лінійок).

Легкість для читання – це висока якість сприйняття при читанні тексту, набраного тим або іншим шрифтом. Малюнок шрифту, його розмір, співвідношення висоти і ширини літери, контраст, особливості засічок, загальна простота або складність малюнка літери – все це так чи інакше впливає на легкість для читання. При цьому необхідно відзначити, що вимоги до легкості для читання різні залежно від віку і кваліфікації читача.

Шрифт формує графічне обличчя видань. Застосовуючи той або інший шрифт, оформлювачі газет, брошур, листівок, календарів, буклетів, журналів тощо, керують увагою читача, диференціюють текст, дозволяючи легко відшукати той матеріал, з яким необхідно познайомитися в першу чергу. У зв'язку з цим вивчення особливостей шрифтового оформлення видань, специфіки шрифтів і практики їх застосування має особливе значення.

Відомо, що сила, виразність і ясність заголовків неабиякою мірою залежать від розмірів шрифтів. Кегль шрифту визначається багатьма чинниками: значенням матеріалу, до якого відноситься заголовок, місцем його на смузі, об'ємом матеріалу, кількістю колонок, на які він розверстаний, а також видом самого заголовка. При оформленні заголовків враховують і певну залежність розміру шрифту для їх набору і формату самого друкованого видання.

2. Фірмовий бланк – один з елементів фірмового стилю, наявність якого стає ознакою хорошого тону і елементом престижу. Розміщення необхідної службової інформації, стильне графічне рішення, що запам'ятовується, з логотипом і реквізитами повинно виділятися з безлічі інших паперів.

Фірмовий бланк виконується по канолах фірмового стилю і містить найменування, адресу, телефон, реквізити фірми, а також інформацію постійного характеру (накладні, акти і т.д.), потрібні для послідуєчого

заповнення.. Нанесення фірмової символіки, а також інформації про компанію здійснюється з використанням як чорно-білого так і повноколірного друку. Використовуються не тільки стандартні види паперу, але й ексклюзивний, дизайнерський папір. Всілякі спеціалізовані бланки скорочують час на оформлення виробничих операцій і допомагають працювати ефективно і без помилок. Бланки бувають різних видів і форматів залежно від області їх застосування.

3. Хороший дизайн **буклета** – це поєднання зовнішнього вигляду і інформаційного наповнення, загального колірної рішення і елементів фірмового стилю. Буклет порівняно у багатьох випадках по співвідношенню інформативність/вартість є золотою серединою між листівкою і брошурою.

Буклет – (від франц. *Bouclette* - колючка), твір друку, виготовлений на одному листі, складеному паралельними згинами в декілька сторінок так, що текст може читатися без розрізання, розкриваючись, як ширма. У формі буклета видаються короткі путівники, реклами, проспекти, програми і т.п. - велика радянська енциклопедія. При складанні і оформленні буклета у фірмовому стилі, не дивлячись на його достатньо невеликий розмір, необхідно детально розповісти про дану фірму, пропонований товар або послугу, розмістити в нім інформацію про ціни, ілюстрації і навіть карту проїзду.

Найбільш поширений формат для буклета - А4 з двома фальцами. сучасні можливості дозволяють виготовити і будь-які інші варіанти. За бажанням замовника і виходячи із задумки людини яка буде його створювати.

Буклетні видання - переважно багатокольорові аркушеві друки, складені в два або кілька згинів. До такого виду друкованої продукції найчастіше звертаються туристичні агенції, виробники промислових і продовольчих товарів, організації та установи в період відзначень ювілеїв, подій чи проведення інших знакових заходів.

4. **Візитка** – аксесуар фірмового стилю, містить інформацію про людину та організацію, в якій вона працює. Для ділових карток головне - їх інформативність та функціональність. У фірмі, котра піклується про свій імідж, візитні картки повинні бути витримані в єдиному стилі та єдиній кольоровій

гаммі, але можуть відрізнятися для співробітників різних рівнів по якості оформлення та вартості.

Візитна картка – один з найпопулярніших видів рекламної продукції, що поєднує в собі високу ефективність при щодо низьких витратах. Історія використання візитних карток достатньо глибока, але до дійсного часу склалися визначені узвичаєні норми їхнього застосування. У основі їх лежить просте розуміння, що ваша візитна картка - це те, що залишається у вашого знайомого, співрозмовника, ділового партнера після очної або заочної зустрічі з вами.

Картка повинна не тільки містити ту інформацію, що ви хотіли б про себе лишити, але і сприяти зберіганню у вашого партнера того іміджу, до створення якого ви прагнете. У сучасній практиці використовуються ділові, особисті і сімейні візитні картки. Зустрічаються випадки комбінованих візитних карток. На візитній картці вказується прізвище, ім'я та по батькові, посада, найменування і адреса організації, в якій працює особа, а також її робочий і, при необхідності, домашній телефон. Це класичний приклад ділової візитки.

Виготовляється вона виключно на білому картоні чітко встановленого розміру — 9x5 см. Текст друкується розбірливим чорним шрифтом. Єдина допустима кольорова пляма — рекламний знак фірми у верхньому лівому кутку. Вгорі — назва фірми, де працює власник картки. По центру — ім'я, прізвище та по батькові, під ними — посада. В лівому нижньому кутку — адреса фірми, у правому — телефони. Часто поряд з телефонами подаються контактні години для зв'язку.

5. Конверт — необхідний елемент фірмового стилю, частина іміджу певної особи чи організації. Сьогодні він присутній в офісі кожної компанії, що поважає себе, і затребуваний, як ніколи.

Фірмовий конверт – дуже гарний рекламно-маркетинговий атрибут. Фірмовий конверт як інструмент маркетингу використовується в останній час все більш активніше. Стильний дизайн і якісна поліграфія зробить його максимально ефективним. Правильно і креативно розроблений конверт привертає увагу, запам'ятовується, він насправді вирішує одну важливу задачу:

перебираючи пошту, адресат може одразу виділити із натовпу листів те, котре відмічене незвичним логотипом чи має незвичний зовнішній вигляд.

6. Прайс-лист – це поліграфічне видання, яке містить перелік продукції і послуг з їх описом, характеристиками, графічними зображеннями, цінами або іншою довідковою інформацією.

Професійний дизайн, якісний папір, бездоганна поліграфія незмінно справляють на споживача належне враження. Дизайн прайс-листа розробляється з урахуванням наступних основних складових: елементи фірмового стилю (логотип, фірмові кольори, слоган, і т.д.); графічні матеріали (фотографії, ікони, діаграми) текстове наповнення (описи, характеристики); контактна інформація. Класичний дизайн прайс-листа — строге забарвлення, витриманий іміджевий стиль — або нестандартний — що виділяється, яскравий, оригінальний, можна втілити в життя будь-який варіант оформлення і найсміливішу фантазію.

7. Календар — невід’ємна частина інтер’єру офісу або кабінету. Він присутній на робочому столі менеджера і директора, і знаходиться в портмоне - так, про всяк випадок. Календар постійно під рукою і перед очима, і на сьогоднішній день - це один з найпопулярніших видів рекламної поліграфії. Не все так просто. Різноманітність календарів рік од року росте, і не будь-який календар хочеться повісити на стіну. Тому визначального значення набуває дизайн календаря.

Оригінально оформленим календарем із задоволенням користуються цілий рік, люди щодня зупиняють на нім погляд в офісі або удома. Рекламу на календарі з невдалим дизайном ніхто не оцінить. Сьогодні календарі припинили бути лише зручним та корисним предметом і перетворились на знаряддя просування торгової марки чи компанії.

Календар – найкращий подарунок друзям та партнерам. Розміщена на ньому інформація буде на очах у людей не менше одного року.

8. Листівка – друкарський листок з текстом або зображенням агітаційно- політичного або інформаційного характеру. Правильно оформлена

листівка спонукає придбати Ваш товар, скористатися Вашою послугою, тому професійний підхід до її створення виключно важливий.

Листівка відрізняється актуальністю змісту, оперативністю випуску і розповсюдження, короткочасністю використання. Може містити як оригінальний текст (оголошення, відгуки і тому подібне), так і передрук (офіційні документи, художні твори і інше) - це вельми вичерпне визначення листівки з великої радянської енциклопедії.

Роль вищезазначеного рекламного видання при формуванні образу тієї або іншої фірми або продукції в свідомості сучасної людини складно переоцінити.

Листівка – ефективний засіб направлений на підтримку партнерських відносин і в теж час креативний рекламний хід. Стильний дизайн листівки і якісна поліграфія зробить це максимально ефективним. Правильно і креативно розроблена листівка привертає увагу, запам'ятовується і залишає приємне враження та хороший настрій, тому професійний підхід до її створення виключно важливий.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Принципи ілюстрування друкованих видань різних видів. URL: <https://ukrbukva.net/page,11,77086-Principy-illyustrirovaniya-pechatnyh-izdaniiy-razlichnyh-vidov.html>
2. Види друкованої продукції та їх оформлення. URL: <https://www.slideshare.net/zaykoannaivanivna/ss-72978345>
3. Макет художнього оформлення видання. URL: <https://helpiks.org/8-41610.html>
4. Бакшин В. В. Оформление газет разнотипа: Учеб.-метод. пособие / Под ред. А.П. Киселева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 71 с.

5. Волкотруб И. Т. Основы художественного конструирования: Учеб. для учащ. сред. спец. учеб. заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Вища школа. Голов. изд-во, 1988. – 192 с.

6. Гиленсон П.Г. Довідник художньої і технічної редакторів.- М.: Книга, 1988.