

УДК 7.012 + 766] : 659.133] (072)

ББК 85.127.6р30

Д 44

Рецензенти: Г. І. Сотська – доктор педагогічних наук, старший науковий співробітник Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України; А. М. Король – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Рекомендовано до друку
рішенням Вченої ради факультету мистецтв
Уманського державного педагогічного університету
імені Павла Тичини (протокол № 12 від 27.04.2016).*

Д 44 Дизайн рекламного буклету : методичні рекомендації /
упоряд. М. О. Пічкур. – Умань : [б. в.], 2016. – 66 с.

У брошурі вміщено методичні матеріали щодо проектування, макетування та виконання в комп'ютерній програмі Corel Draw рекламного буклету.

Призначається для викладачів і студентів факультетів мистецтв вищих навчальних закладів, де готують учителів образотворчого мистецтва та дизайнерів-графіків.

УДК 7.012 + 766] : 659.133] (072)

ББК 85.127.6р30

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ПОШУК ТА ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОГО БУКЛЕТУ	3
1.1. Етапність створення рекламного буклету.....	3
1.2. Пошук аналогів.....	4
1.3. Аналіз дизайну аналогів буклету.....	9
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ ІДЕЇ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОГО БУКЛЕТУ	11
2.1. Проект рекламного буклету: від задуму до ескізу.....	11
2.2. Добір рекламного тексту.....	19
2.3. Основні проблеми верстання тексту.....	22
2.4. Добір та оброблення ілюстративного матеріалу.....	25
РОЗДІЛ 3. ВИКОНАННЯ ПРОЕКТУ РЕКЛАМНОГО БУКЛЕТУ.....	31
3.1. Особливості проектування рекламного буклету.....	31
3.2. Алгоритм створення ескізу буклета в програмі Corel Draw.....	35
3.3. Удосконалення композиції рекламного буклету.....	39
3.4. Методика роботи з інструментами Corel Draw.....	42
ЛІТЕРАТУРА.....	66

РОЗДІЛ 1

ПОШУК ТА ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОГО БУКЛЕТУ

1.1. Етапність створення рекламного буклету

Буклет – це інформаційно-ілюстрований матеріал, що є аркушем формату А 4, складеним удвічі, утричі й більше разів. При розробленні ексклюзивного, стильного, креативного дизайну буклета варто враховувати мету його використання, потенційну аудиторію (для кого й для чого він призначений), місця розповсюдження (офіс, виставки, презентації, розсилки). Буклет може бути інформаційним (для постійних і потенційних клієнтів), іміджевим (для партнерів) і рекламним (для споживачів, яким пропонують конкретний продукт чи послугу).

Передпроектний аналіз – це вид дизайн-діяльності, пов'язаний із пошуком, збиранням, обробкою й узагальненням різноманітної інформації, що стосується теми проектування.

Проектування можна представити як послідовність 3-х етапів:

1. Постановка задачі (підготовчий етап) – полягає в усвідомленні дизайнером проблеми проектної розробки, описі мети проектування та чинників, що її обмежують, а також правил прийняття рішень для вибору найкращого варіанта.

2. Розв'язання задачі (власне проектування) починається з висування гіпотез про шляхи вирішення задачі та вибору стратегії проектування; продовжується розробленням варіантів і завершується вибором засобу, що найбільш повно відповідає визначеним вимогам.

3. Опис розв'язання задачі (виконання робочої документації і натурних зразків) передбачає оформлення інформації, необхідної для виготовлення об'єкта, що передається від проектувальника виробнику.

Залежно від характеру проектної задачі, об'єктом передпроектного аналізу може бути вихідна проектна ситуація, аналоги, прототипи, нормативи і стандарти.

Завдання: створіть електронну папку аналогів буклету, проаналізуйте їхню композиційну схему та оберіть кілька зразків

для генерування дизайн-ідеї рекламного буклету кафедри образотворчого мистецтва.

1.2. Пошук аналогів



Що буде далі?

А далі ми будемо:
- розширювати та покращувати національне покриття мережі Інтертелеком;
- розвивати мережу EV-DO Rev. A, пропонувати нарощувані пакети мобільної комунікації у всіх регіонах України;
- підвищувати якість наших послуг;
- розширювати мережу офіційних Центрів продажу для покращення якості обслуговування наших абонентів, тобто – для Вашого обслуговування...

...Надалі, ми зробимо все, щоб забезпечити Вашу свободу комунікацій, робити Ваше життя яскравим і щільним в часі та просторі.

IT **Интер телеком**
Перший національний оператор в Україні

Отримати додаткову інформацію про компанію та тарифи Ви зможете в Центрах продажу та обслуговування абонентів, а також в інформаційному центрі за телефоном:
8 800 50 50 750

Короткий номер асердентів мережі: *750

www.intertelecom.ua

kangaro®

Organising Documents.
The World Over

kangaro® **СТЕПЕЛЕРИ**

Flat clinch
Новий степлер, випущений в цій лінійці, має документальний механізм відкриття і закривання, що дозволяє працювати з великими обсягами документів, розподіляючи навантаження на механізм. Розмір паперу 24/6 (1).

Серія 24/6-26/6
Серія универсальных степлеров имеет все необходимые характеристики для работы с бумагой до 30 листов, включая встроенный механизм скрепления. Размеры паперу 24/6 и 26/6.

Ручные степелеры (Степелер-плаеры)
Дополнительная пружина и эргономичная рукоятка позволяют использовать их для скрепления документов в тех случаях, когда на кончике при оформлении работы.

Мощные степелеры
Надежные надежные ручные степелеры для работы с большими объемами документов. Идеальное решение для профессионалов.

Серия №10
Серия универсальных степлеров имеет документальный механизм от стандартной линейки, предназначенной для 30 листов. Размер паперу 10.

kangaro® **ДЫРОКОЛЫ**

Малые
Компактные настольные дыроколы, работают до 8 листов.

Средние
Средние дыроколы для домашнего использования. Работают до 20 листов, позволяют делать отверстия надрезки и упрощают работу.

Большие
Выбор профессионалов. Предназначены для работы с большими объемами документов. Сделаны с учетом удобства надрезки и работы в розпылении.

3-х и 4-х пробивные
Удобные модели на 3 или 4 отверстия для копирования или простого брэнга.

Мощные дыроколы
Специальные дыроколы. То, что необходимо для работы с большими объемами документов.

Заклепочные дыроколы
Для скрепления документов, которые имеют отверстия или дырки. Незаменимое решение для работы с документами и распорки.

kangaro® **ДРУГОЕ**

Скорорасширители
Расширяют документы и делают их более удобными. Скорорасширители Kangaro это надежность и эффективность работы.

Скорозабивные пистолеты
Данный пистолет для быстрого оформления документов. Простота в использовании, надежность, возможность работы с большими объемами документов.

Копировальная бумага
Бумага имеет высокую контрастность, длительность использования и высокую надежность. Идеальное решение для профессионалов. Подходит для работы с документами.

Наборы
Набор из всех видов канцелярских принадлежностей. Это решение для работы с документами. Организуйте рабочее место и сделайте его удобным.

GP

Miles & More

Новшества в программе



П рогнанным пассажирам часто достаются последние места в салоне «Лифтлайна Miles & More», а это снижает комфортность поездки на крупнейшей и наиболее успешной бонусной программе в Европе. Летом 2004 года участники программы, число которых достигло уже 9 млн, смогут по достоинству оценить новинки в программе. Количество заработанных миль будет в большей мере соотноситься с количеством вылетов, а не с количеством часов полета. Также будут расширены возможности повышения класса. Но главным останется качество сервиса, столь ценной составляющей программы, которую невозможно переоценить, с помощью которой можно заработать миль, а также реализовать предпочтения и пожелания. И наконец, по-прежнему пассажиры смогут зарабатывать миль не в виде традиционных записок-билетов, а в виде электронных записок-билетов.

Целью программы в программе изменений является достижение уже существующих преимуществ программы, что позволит достичь большей дифференциации программы и уделить больше внимания пассажирам.

Напомним, в программе Miles & More зарекомендовали себя следующие возможности: возможность привлекать к программе партнеров, возможность привлекать к программе партнеров, возможность привлекать к программе партнеров, возможность привлекать к программе партнеров.

Милы в программе Miles & More зарекомендовали себя как наиболее эффективный способ накопления миль. Милы в программе Miles & More зарекомендовали себя как наиболее эффективный способ накопления миль. Милы в программе Miles & More зарекомендовали себя как наиболее эффективный способ накопления миль.

STAR ALLIANCE



Большие преимущества, большее количество бонусов и более дифференцированная система накопления миль

Пассажиры бизнес-класса будут зарабатывать 1800 миль, совершая перелеты на внутренних рейсах и 2000 миль совершая международные перелеты. Большая дифференциация для пассажиров эконо-класса означает большее количество накопленных миль, при приобретении так называемых «гибких билетов», предоставляющих наибольшую свободу выбора. Пассажиры эконо-класса будут теперь зарабатывать от 125 до 1250 миль (раньше - от 500 до 1000).

Накопление миль по всему миру Miles & More предлагает пассажирам эконо-, бизнес- и первого класса более гибкую по сравнению с программными конкурентами систему поощрения. Как и раньше, пассажиры бизнес-класса смогут зарабатывать двойной число миль, а пассажиры первого класса - тройное. Участники программы, приобретающие «гибкие» билеты эконо-класса теперь смогут заработать на 80% миль больше, а пассажиры, покупая билеты по специальным ценам, будут получать на 50% миль меньше.

Пассажиры, обладающие золотой бонус-картой Lufthansa Velocity Card и серебряной бонус-картой Lufthansa Velocity Travel Card продолжат пользоваться преимуществами программы Executive Plus и получать на 25% больше миль. Это предложение относится к пассажирам авиакомпании Lufthansa, Air Dolomiti, Air One, Austrian Airlines Group, LOT Polish Airlines и United Airlines. В будущем планируется поддерживать премиальные мили в соответствии с тем, на каком расстоянии летит пассажир, а при полетах в пределах Европы в соответствии с системой фиксированного накопления премиальных миль.

Количество миль, необходимых для получения премиальных билетов по системе Fly Smart, будет сокращено на 20% по всему миру, а получение премиальных билетов на трансатлантические маршруты потребует на 20 000 миль меньше.

Это означает, что участники программы Miles & More смогут теперь совершить путешествие быстрее, чем раньше. Как результат, ценность всех миль, заработанных до 1 августа, повысится на 20%. У пассажиров, заказавших билеты по системе Fly Smart в пределах Европы, появится возможность выбрать между эконо- и купить только через Интернет. Как и раньше, бронирование билетов через Интернет позволит снизить стоимость всех премиальных билетов на 1000, 2000 или 3000 миль (для внутренних, европейских и межконтинентальных маршрутов, соответственно).

Программа поощрения часто летящих пассажиров Lufthansa Miles & More будет расширена с 1999 года. На сегодняшний день количество участников программы в России и СНГ - более 8500 человек. Участником программы Miles & More может стать каждый пассажир старше двух лет. Членство в программе бесплатное. Расширенные формы могут быть включены на сайте авиакомпании в Интернет, на форум авиакомпании, в офисе и в классе обслуживания «Лифтлайна» по всему миру и во многих туристических агентствах. Miles & More позволяет заказать премиальные билеты на рейсы авиакомпании «Лифтлайн», авиакомпании-партнера по международному альянсу «Стар-Альянс» и других авиакомпаний-партнеров, повысить класс обслуживания, а также заказать другие привилегии. Кроме того, участники программы имеют преимущество при покупке специальных предложений ряда компаний и фирм по продаже автомобилей по всему миру. Участники Miles & More получают самые эксклюзивные льготы среди аналогичных программ, предлагаемых европейскими авиакомпаниями.

ACTROS ATECO



Actros до сих пор является решением для множества транспортных задач.

Actros 420 - это универсальная автомобильная платформа, которая включает в себя стандартный бортовой грузовой салон и 12 вариантов исполнения бортового кузова. На выбор предлагается 230 модификаций для Actros. Каждый вариант имеет свои особенности и преимущества. Actros предлагает вам широкий выбор вариантов исполнения бортового кузова. Вы можете выбрать вариант исполнения бортового кузова, который лучше всего подходит для ваших задач.

Actros - это новый класс развозных грузовых автомобилей Mercedes-Benz.

В общей программе мы предлагаем легкий Actros до 15 т и тяжелый Actros от 18 т полной массы, которые отличаются как назначением, так и техническими решениями. Легкий Actros способен выполнять практически все задачи, связанные с ежедневным развозом грузов в городе. Если же груза оказывается слишком много, то на помощь приходит тяжелый бортовой Actros от 18 т. Он предназначен для развоза тяжелых грузов, в том числе и как седельный тягач с маневренным полуприцепом.

Программа Actros для Беларуси включает варианты от 7,5 до 18 т полной массы, грузоподъемностью от 4 до 12 т, исполнения шасси со стальной или пневматической или шасси для самосвальной платформы, в том числе и полноприводные варианты, а также седельный тягач с пневматической. В зависимости от полной массы и исполнения доступны разные дизельные двигатели мощностью от 152 до 275 л.с.

Каждый из грузовиков Actros разработан для клиентов с самыми высокими требованиями к своему автомобилю. Это означает предельную надежность и длительный ресурс в течение всего срока службы, а также огромную выносливость, безупречную работу, удобство, комфорт и мотивацию водителя, внимание к экологии...

Увидите сами в практичности Actros.

Penomax 65L Maxi 900ml

Высококачественная однокомпонентная пена с увеличенным выходом до 65 литров, отличается отличной адгезией, равномерной структурой и низким вторичным расширением. Разработана для выполнения профессиональных работ, в которых предъявляются высокие требования, при любых погодных условиях и температурах вплоть до -10 °С. Обладает повышенной плотностью и прочностью, имеет усиленное отверждение, поверхности не требуют дополнительного улаживания. Выход на 30% больше чем у обычной пены. Гарантированное качество!

Области применения: • Установка дверей и окон • Заполнение полости и щелей • Тепло- и звукоизоляция

Преимущества: • Всесезонная рецептура • Может быть использована в диапазоне температур от -10 °С до +30 °С • Монтажная пена с увеличенной плотностью и прочностью • Превосходный результат даже при низких температурах • Ускоренное застывание • На 30% больше пены • Гарантированный выход 65 литров

Упаковка: Аэрозольный баллон емкостью 900 мл
Вес брутто - 1000 гр
В упаковке 12 баллонов.

Penomax 50L Pro 750ml

Высококачественная однокомпонентная пена с увеличенным выходом до 50 литров, отличается отличной адгезией, равномерной структурой и низким вторичным расширением. Разработана для выполнения профессиональных работ, в которых предъявляются высокие требования, при любых погодных условиях и температурах вплоть до -10 °С. Обладает повышенной плотностью и прочностью, имеет усиленное отверждение. Гарантированное качество!

Области применения: • Установка дверей и окон • Заполнение полости и щелей • Тепло- и звукоизоляция

Преимущества: • Всесезонная рецептура • Может быть использована в диапазоне температур от -10 °С до +30 °С • Монтажная пена с увеличенной плотностью и прочностью • Превосходный результат даже при низких температурах • Ускоренное застывание • Гарантированный выход 50 литров

Упаковка: Аэрозольный баллон емкостью 750 мл
Вес брутто - 900 гр
В упаковке 12 баллонов.

Penomax 50L Pro 750ml

Высококачественная однокомпонентная пена с увеличенным выходом до 50 литров, отличается отличной адгезией, равномерной структурой и низким вторичным расширением. Разработана для быстрого использования при любых погодных условиях и температурах вплоть до -10 °С. Обладает повышенной плотностью и прочностью, имеет усиленное отверждение. Гарантированное качество!

Области применения: • Установка дверей и окон • Заполнение полости и щелей • Тепло- и звукоизоляция

Преимущества: • Всесезонная рецептура • Может быть использована в диапазоне температур от -10 °С до +30 °С • Монтажная пена с увеличенной плотностью и прочностью • Превосходный результат даже при низких температурах • Ускоренное застывание • Гарантированный выход 50 литров

Упаковка: Аэрозольный баллон емкостью 750 мл
Вес брутто - 706 гр
В упаковке 12 баллонов.

Penomax 65L Extra 900ml

Полноразовая пастопенная монтажная пена для зимних условий. Высококачественная однокомпонентная монтажная пена с увеличенным выходом, отличается отличной адгезией, равномерной структурой и низким вторичным расширением. Разработана для выполнения профессиональных работ, в которых предъявляются высокие требования, при любых погодных условиях и температурах вплоть до -18 °С.

Области применения: • Установка дверей и окон • Заполнение полости и щелей • Тепло- и звукоизоляция

Преимущества: • Может быть использована в диапазоне температур от -18 °С до +30 °С • Монтажная пена с увеличенной плотностью и прочностью • Поверхности не требуют улаживания • Превосходный результат даже при низких температурах • Ускоренное застывание

Упаковка: Аэрозольный баллон емкостью 900 мл
Вес брутто - 1012 гр
В упаковке 12 баллонов.

Penomax FireStop 750ml

Penomax FireStop B1 - застывающая под влиянием влажности воздуха предрасширенная полиуретановая смесь в аэрозольном баллоне - огнотермостойкая полиуретановая однокомпонентная монтажная пена, изготовленная по рецепту VPR002/P. Застывшая пена - Хорошо изолирующая температуру и звуко средство. Пена обладает отличными механическими свойствами. Хорошо склеивает большинство строительных материалов, за исключением керамики, поликарбоната, силиконовых поверхностей. Застывшая пена не переносит ультрафиолетового излучения и солевой влаги. Опнотермостойкая протестирована по стандарту ГОСТ 30247.0-94 по стандарту DIN4102-1.

Области применения: • Установка дверей и окон • Заполнение полости и щелей • Тепло- и звукоизоляция

Преимущества: • Всесезонная рецептура • Может быть использована в диапазоне температур от -10 °С до +30 °С • Монтажная пена с увеличенной плотностью и прочностью • Превосходный результат даже при низких температурах • Ускоренное застывание • Гарантированный выход 50 литров

Упаковка: Аэрозольный баллон емкостью 750 мл
Вес брутто - 900 гр
В упаковке 12 баллонов.

Условия применения: Использовать при температуре воздуха от +5 °С до +30 °С, наилучшие результаты при температуре +20 °С. Температура баллона при использовании от +10 °С до +25 °С. Наилучшие результаты при температуре +20 °С. Соединяемые поверхности должны быть очищены от пыли, масла и жира. На застывшую пену можно ходить с помощью обуви, в застывшую механическим путем. Застывшую пену можно шлифовать.

Технические данные	
Время хранения	12 месяцев
Сила полимеризации	10-16 мин.
Плотность застывшей пены	30-40 кг/м³
Плотность застывшей пены в шпатель (ГОСТ)	макс. 18 кг/м³
Плотность застывшей пены в шпатель (VCI)	макс. 24 кг/м³
Плотность	25-20 кг/м³
Объемность застывшей пены**	81
Упаковочный объем	81-85-100
Вторичное расширение	отсутствует
Время отверждения застывшей пены	30 мин.
Сила растяжения	10 Н/мм (BS 5241)
Сила сжатия при 10%ной деформации	40 Н/мм (BS 5241)
Температура хранения	0-25 °С
Изофлорант по пожарной безопасности	60 АБ
Совместимость с температурой застывшей пены	Диапазон: от -50°С до +130°С Кристаллизация: от -45°С до +130°С

* Объемность протестирована по европейскому стандарту ГОСТ 30247.0-94.
** Объемность протестирована по стандарту DIN 4102-1.
*** В зависимости от влажности воздуха и относительной влажности 50%, если не указано иное.
**** В зависимости от влажности воздуха и относительной влажности 50%, если не указано иное.
***** Стандарты ГОСТ 30247.0-94.
Упаковка: Баллоны следует хранить и транспортировать в вертикальном положении. Хранить в сухом и прохладном месте, при температуре от +5 °С до +25 °С. Аэрозольный баллон нельзя нагревать при температуре выше 50 °С, вблизи источников тепла или под воздействием прямых солнечных лучей.

Penomax

Maximum Quality

- МОНТАЖНЫЕ ПЕНЫ
- КЛЕИ
- ГЕРМЕТИКИ
- ЧИСТЯЩИЕ СРЕДСТВА
- МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБРАБОТКИ ПОВЕРХНОСТИ

КЛУБ FUSION HOUSE

Fusion House создает новую систему работы дизайнерами и архитекторами

КЛУБ FUSION HOUSE

Цели и задачи клуба - формирование культуры профессионального рынка и предоставление высококачественных услуг.

приветствие

Fusion House (Fusion House) предоставляет услуги по организации транспорта от гостиницы до выставки, приобретению приглашения на выставку за счет дизайнера-архитектора или с частичной оплатой Fusion House. Оплата в каждом случае обсуждается дополнительно.

НАПРЯМИ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ:

- ДИЗАЙН
- ХУДОЖНЯ КУЛЬТУРА ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ
- ДЕКОРАТИВНЕ МИСТЕЦТВО ТА ХУДОЖНІ ПРОМИСЛИ
- ЮВЕЛІРНЕ МИСТЕЦТВО
- СТИЛІСТИКА ТА ІМІДЖ-ДИЗАЙН

ФАХОВІ ДИСЦИПЛІНИ

- Проектування – вивчення та опанування основних методів проектування і виконання графічних дизайнерських проектів.
- Декоративно-прикладне мистецтво. Студенти вивчають різновиди прикладного мистецтва, основні техніки та матеріали виготовлення декоративного виробу.
- Рисунок (базовий курс). Опанування графічною технікою рисунку різними матеріалами: олівць, туш, сангіна, соус, вугілля, сепія, пастель тощо.
- Живопис. Опанування різними техніками і прийомами живопису та вивчення техніки живопису природи (акварель, олійний живопис тощо).
- Скульптура. Студенти вивчають будову людського тіла, засвоюють основні методи створення скульптури.
- Графіка. Мета навчання – опанування прийомами, методами і технологіями роботи у класичних техніках станкової графіки – гравюра, монотипія тощо.
- Комп'ютерна графіка. Вивчається комп'ютерна графіка, комп'ютерні технології у проектуванні середовища: програми Corel Draw, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, InDesign, 3-D Max та ін.
- Ювелірний дизайн



РИСУНОК



СКУЛЬПТУРА



ЖИВОПИС



ЮВЕЛІРНІ ТЕХНІКИ



ГРАФІКА



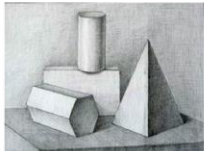
ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНЕ МИСТЕЦТВО



ВСТУПНІ ІСПИТИ

БАКАЛАВРИ

РИСУНОК



ЖИВОПИС



На базі повної загальної середньої освіти

РИСУНОК



ЖИВОПИС



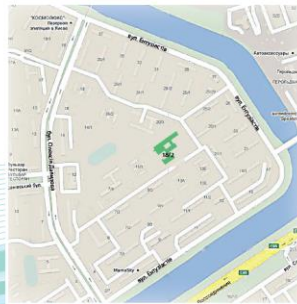
На базі ОКР «Молодий спеціаліст»

СПЕЦІАЛІСТИ

ЖИВОПИС



МАГІСТРИ



Наша адреса:

бульвар О. Давидова, 18/2, м. Київ, 02154

Іхати: метро ст. Лівобережна, авт. №48 до зупинки „Бібліотека”, тролейбус № 43, автобуси №№51, 55 до зупинки „Бульвар Давидова”

Інформація для вступників за телефонами:
295 34 89
295 34 68
295 35 62

<http://art.kmpu.edu.ua/>



КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ

ХУДОЖНИК СЬГОДНІ - ЦЕ ЛЮДИНА, ЩО НЕСЕ ЛЮДСЬВУ ІНФОРМАЦІЮ ЗА ДОПОМОГОЮ СВОГО ТАЛАНТУ



УЧИТЕЛЬ ОБРАЗОВОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ХУДОЖНОЇ КУЛЬТУРИ • ХУДОЖНИК-ГРАФІК • ХУДОЖНИК ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВА • МАГІСТР-ВИКЛАДАЧ ОБРАЗОВОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА • МИСТЕЦТВОЗНАВЕЦЬ • КЕРІВНИК ГУРТКІВ І СТУДІЙ ОБРАЗОВОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА, ДИЗАЙНУ І ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВА • СТИЛІСТ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ • СТИЛІСТ, ЕКСПЕРТ З ІМІДЖ-ДИЗАЙНУ

ОБРАЗОВОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО

1.3. Аналіз дизайну аналогів буклету

А В Т

ФАКУЛЬТЕТ АВТОМАТИКИ И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

Факультет организован в 1962 г.
Декан факультета: лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники, д.т.н., проф., Петросьянц К.О.
Тел. 917-16-08, 916-88-78;
E-mail: avt@miem.edu.ru

Факультет осуществляет подготовку по трем специальностям:

220201 Управление и информатика в технических системах (А)

выпускающая кафедра:
- "Управление и информатика в технических системах",
Получаемая квалификация - инженер

230101 Вычислительные машины, комплексы, системы и сети (С)

выпускающие кафедры:
- "Вычислительные системы и сети";
- "Вычислительная техника";
- "Информационно-коммуникационные технологии";
- "Электроника и электротехника".
Получаемая квалификация - инженер, бакалавр, магистр

070601 Дизайн (Д)

выпускающая кафедра:
- "Инженерия и машинная графика".
Получаемая квалификация - дизайнер, бакалавр.

Специальность 220201 Управление и информатика в технических системах

Подготовку инженеров по данной специальности осуществляет кафедра «Управление и информатика в технических системах» по специализациям: «Элементы и устройства технических систем управления» и «Системы управления в гибких автоматических производствах». Срок обучения - 5 лет.

В основе всех учебных дисциплин лежит теория автоматического управления и регулирования (или автоматика) - наука о принципах и методах построения автоматических систем, выполняющих функции управления различными физическими и технологиче-

скими процессами без непосредственного участия человека.

Второй составной частью специальности является информатика, изучающая структуру, общие свойства и методы передачи информации.

Изучаются специальные дисциплины: теория автоматического управления, вычислительные методы и применение ЭВМ, датчики технических систем, электронные устройства автоматики, технические средства систем автоматизации и управления.

Выпускники кафедры обладают знаниями в области теории управления, владеют практическими навыками работы с современными вычислительными средствами и являются хорошими программистами.

Заведующий кафедрой - академик Российской метрополитической академии и Академии проблем качества РФ, д.т.н., проф. Калерно А.Ф.
Тел. 916-13-15 E-mail: uifs@miem.edu.ru

Специальность 230101 Вычислительные машины, комплексы, системы и сети

Подготовку инженеров (срок обучения 5 лет), бакалавров (срок обучения 4 года) и магистров (срок обучения 6 лет) по данной специальности осуществляют 4 кафедры. Эти кафедры различаются специализациями своих выпускников.

Кафедра "Вычислительные системы и сети"

Выпускает инженеров по специализациям «Сети ЭВМ», «Высокопроизводительные вычислительные системы», «Квантовые компьютеры», а также бакалавров и магистров по направлению «Информатика и вычислительная техника».

Кроме того, кафедра ВСиС проводит обучение в форме экстерната для лиц с незаконченным высшим образованием и переподготовку инженеров других специальностей.

Студенты получают опыт принятия и реализации управленческих решений, разработки сетевой аппаратуры, программного обеспечения систем и сетей ЭВМ, узлов перспективных ЭВМ, навыков практической работы на различных типах ЭВМ, от персональных до больших специализированных высокопроизводительных комплексов и компьютерных сетей.

В программу обучения входят дисциплины: операционные системы ЭВМ (Unix, Linux, OS-2, Windows, PICK и др.); организация параллельных вычислений; сетевые операционные системы; базы данных; системы искусственного интеллекта; новые информационные технологии.

Высокий уровень подготовки студентов обеспечивается в двух учебно-научных центрах с ведущими мировыми корпорациями: MOTOROLA и ZYXEL.

Возможные области работы выпускников: системно-аналитическая, организационно-управленческая деятельность в IT-подразделениях предприятий, организаций-провайдеров информационных услуг, банковских структур, сферы обслуживания и торговли.
Заведующий кафедрой - академик Международной академии информатизации, д.т.н., профессор Жданов В.С.
Тел. (495)-916-8846; E-mail: jvs@miem.edu.ru

Кафедра "Вычислительная техника"

Кафедра выпускает инженеров в рамках специальности 230101 по специализации «Вычислительная техника и Интернет-технологии»

Специалисты, подготовленные по этой специализации, способны разрабатывать и применять программы и аппаратные средства любых компьютерных сетей от локальных сетей малых предприятий, офисов, банков до глобальных государственных и международных сетей, использовать все возможности Интернет.

Изучаются специальные дисциплины: информационные системы; сетевое программирование; базы данных; системы искусственного интеллекта; операционные системы; компьютерная графика; средства защиты информации; проектирование Интернет-приложений.

Заведующий кафедрой член-корреспондент Международной академии информатизации, д.т.н., проф. Митрофанов С.А. Тел. 916-89-39

Кафедра "Информационно-коммуникационные технологии"

Выпускает инженеров в рамках специальности 230101 по специализациям: «Сетевые технологии», «Компьютерные мультисреды», «IT-сервис менеджмент».

Студенты специализации «Сетевые технологии» получают опыт разработки сетевой аппаратуры, программного обеспечения сетей компьютеров, сетевых приложений.

Выпускники специализации могут работать в качестве сетевого администратора, системного администратора, разработчика сетевых приложений.

Специализация «Компьютерные мультисреды» обеспечивает подготовку специалистов, способных работать в качестве руководителя группы разработчиков мультимедиа приложений, мастеровской работы аудио- и видеоконтента мультимедиа продуктов, компьютерной графики и анимации.

Специализация «IT-сервис менеджмент» сочетает в себе фундаментальную подготовку по техническим

дисциплинами с подготовкой в области использования информационных технологий и управления информационными ресурсами. Наряду с изучением технических средств, методов построения, оценки надежности информационных систем, студенты получают знания в области менеджмента качества, методов обеспечения информационной безопасности, IT-сервиса, менеджмента IT-услуг.

Выпускники специализации могут работать техническими специалистами и менеджерами в структурах предоставляющих IT-услуги, имеющих развитые информационные сети, крупных государственных и коммерческих организациях.

Заведующий кафедрой - профессор МСМ, академик Метрополитической академии России, академик Академии проблем качества РФ, д.т.н., проф., Азаров В.М.
Тел. 916-88-26

Кафедра "Электроника и электротехника"

Выпускает инженеров в рамках специальности 230101 по специализации "Проектирование средств вычислительной техники" и «Квантовые компьютеры», а также бакалавров и магистров по направлению 230102.

Специализация "Проектирование средств ВТ" обеспечивает углубленную подготовку в области компьютерной электроники и в области проектирования цифровых устройств и процессоров ЭВМ на сверхбольших интегральных схемах (СБИС), печатных платах, гибридных модулях.

Специализация «Квантовые компьютеры» - одно из самых перспективных направлений развития современных компьютеров и вычислительных систем, по своим возможностям намного превосходящее любые классические вычислительные машины. Помимо знаний по основной специальности студенты получают дополнительные знания в области нанотехнологий, наносистем, квантовой информатики, квантовых вычислений и квантовой связи.

Высокий уровень подготовки инженеров обеспечивается за счет обучения в двух Учебно-Научных Центрах с ведущими мировыми корпорациями MOTOROLA (подготовка в области компьютерной электроники и сетевых технологий) и MENTOR GRAPHICS (подготовка в области проектирования элементов базы и средств ВТ).

Зав. кафедрой - декан факультета АВТ, лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники, д.т.н., проф. Петросьянц К.О.
Тел. 235-50-42, E-mail: avt@miem.edu.ru

MIEM 2010. Стр. 16. Изд. 001

Специальность 070601 Дизайн

Подготовку дизайнеров (срок обучения 6 лет) и бакалавров (срок обучения 4 года) данной специальности осуществляет кафедра "Инженерия и машинная графика" по следующим четырем специализациям: "Графический дизайн", "Графический Web-дизайн", "Графический телевизионный и кино дизайн", "Дизайн среды".

Специализация «Графический дизайн». В рамках этой специализации значительное внимание уделяется изучению графических пакетов: Adobe Photoshop, Illustrator, Page Maker, Quark Page, Corel Draw.

Подробно изучаются верстка, графическая подготовка, основы и технологии полиграфии.
Специализация «Графический WEB-дизайн» рекомендуется самым компьютеризированным студентам. Часть учебных предметов преподается на английском языке. Дополнительно изучается французский язык. Студенты этой специализации изучают: HTML, DHTML, CSS, JavaScript, Perl, Macromedia Flash, e-commerce и др. Осваиваются базы данных, применяемые в Internet, выполняются курсовые работы по созданию электронных магазинов.

Специализация «Графический телевизионный и кино дизайн». В учебном процессе присутствуют традиционные учебные предметы кинозвука и предметы для изучения компьютерных тренажерных пакетов, например, 3D Studio Max, MAYA и др. Изучаются производственные средства для видеомонтажа, работы со звуком.

Специализация «Дизайн среды». Учебное направление «Дизайн интерьера и ландшафтный дизайн» в МИЭМ имеет ряд особенностей. Студенты обязательно изучают несколько тренажерных графических пакетов: 3D Studio MAX, AutoCAD, AutoCAD, Solid Works. Аналоговая и цифровая фотосъемка осваивается применительно к интерактив и ландшафту. Для облегчения работы с интерактивом в Internet осваиваются новые IT-технологии, с помощью которых можно выполнять кадрированную съемку и подготавливать виртуальные галереи.

Студенты привлекаются к работе над реальными мультимедийными проектами. Работы студентов специализации «Дизайн» с успехом экспонировались на международных выставках.

Ведется постоянная работа с реальными агентствами и телевизионными компаниями по трудоустройству выпускников.

Зав. кафедрой - д.т.н., проф. Барковский А.В.
Тел. 235-21-06, 235-91-21, 235-83-91
E-mail: idt@miem.edu.ru

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭЛЕКТРОНИКИ И МАТЕМАТИКИ

Факультет автоматики и вычислительной техники



У представленому вище буклеті є низка недоліків:

– велика кількість тексту (немає акцентів – людина «плутається» в тексті й запам'ятовує обмаль необхідної інформації);

– картинка на обкладинці «застаріла», оскільки на ній зображено комп'ютери 60-х років минулого століття, через що до неї не привернуть своєї уваги зацікавлені особи;

– відсутня динамічність у композиції, що надає буклету «мінорного звучання»;

– заголовки тексту замалі для залучення уваги реципієнта.

Наступний буклет побудовано за принципом модульної сітки. У ньому гармонійно поєднано шрифтові, зображувальні й декоративні елементи. Завдяки контрастам і динаміці він сприймається легко й зрозуміло.



РОЗДІЛ 2

РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ ІДЕЇ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМНОГО БУКЛЕТУ

2.1. Проект рекламного буклету: від задуму до ескізу

Для вираження концептуальної ідеї дизайну буклету потрібне її графічне втілення у формі ескізу.

Ескіз (франц. *esquisse*) – попередній начерк малюнка, картини або її частин, початкове осмислення й оформлення скульптурного твору, пошукові архітектурні та дизайнерські композиції. Це також технічний рисунок, виконаний від руки з додержанням основних правил креслення.

Із позицій проектування найближче до істини наступне термінологічне визначення: ескіз – це попередній начерк, що фіксує задум художнього твору. Начерк означає необроблений рисунок, що попередньо окреслює основні риси того, що повинно бути зображено.

У понятійному вжитку існують такі поняття, як ескізний проект, ескізна модель. Ескізом також називають швидко змодельовані макети з глини, паперу, пластику, пластиліну або воску, тобто форма ескізу не обов'язково має бути графічною.

У художньому формоутворенні під поняттям ескізування нині розуміють процес творчого пошуку задуму проектного рішення, що виконується завдяки використанню певних наочних моделей. Сутність процесу проектування полягає в пошуку такої площинної форми чи об'ємно-просторової структури, яка б відповідала низці певних вимог естетичного, функціонального та конструктивного характеру. Незважаючи на те, що окремі якості форми оцінюються інтуїтивно, вони все одно потребують уточнення за допомогою тих або інших методів.

На проектно-пошуковому етапі дизайну буклету найчастіше застосовуються графічні методи, що базуються на геометричних принципах, а також спрощенні зображення. Зручність використання спрощених форм пояснюється складною структурою проектного завдання, а саме – складністю форми, наявністю великої кількості її складових частин, багатоаспектністю творчих задач і т. ін. Спрощені форми дають змогу розкласти ускладнене

завдання на окремі прості його складники. Таким чином, проектне завдання набуває вигляду закінченої цілісної системи взаємопов'язаних, хоч і відносно нескладних «підзавдань». Такими спрощеними моделями – графічними або об'ємними – традиційно були ескізи.

Ескізування, залежно від характеру використовуваних моделей, може бути графічним або предметним. У графічному ескізуванні такими моделями є двовимірні зображення на площині. Традиційно і найчастіше – це начерки і рисунки, рідше – креслення. В сучасних умовах такими зображеннями може бути продукція комп'ютерної графіки. У предметному ескізуванні – це тривимірні ескізні макети з різних матеріалів.

Таким чином, ескізом може бути як рисунок, так і креслення чи макет.

У проектній графіці для визначення терміну «ескіз» основним фактором є не форма, а функціональне призначення зображення. Як засіб проектної графіки ескіз – це зображення, яке в будь-якій формі відображає стан об'єкта або його частини на проміжному етапі в процесі проектування і є основою для здійснення наступного або кінцевого етапу дизайн-проекту.

Основне функціональне призначення ескізу – пошук певних творчих вирішень на будь-якому етапі проектування. Роль ескізу в цьому процесі досить велика. Серед основних функцій сучасного ескізу можна виділити: фіксування креативної ідеї; оцінка певного вирішення; використання пошукового методу в креативному процесі.

Етап пошуку являє собою найважливішу структурну ланку цілісного творчого процесу художнього формоутворення. Пошук задуму проектного рішення базується, насамперед, на отриманій під час підготовчої стадії інформації, що дає змогу зрозуміти те, що і як треба робити надалі.

Недостатність інформації, необхідної для цілеспрямованої творчої дії, компенсується через апарат емоцій. Саме емоція та інтуїція поряд з досвідом, майстерністю і володінням технічними засобами є рушійною силою пошуку бракуючої інформації для творчого акту, який характеризується взаємодією мислення та емоцій. На стадії творчого пошуку виявляються не тільки знання, досвід та професійні навички, а й творча інтуїція. Поряд із цим,

мить зародження задуму або ідеї включає також теоретичне мислення, що забезпечує логіку побудови проектної моделі. Разом із тим, творчий процес полягає у пошуку оптимального вирішення завдання шляхом напрацювання та вибору варіанту в спосіб внесення змін, експериментування та експертного оцінювання за певними показниками.

Проектна ідея, що розвивається в свідомості дизайнера, проходить певну еволюцію, матеріалізуючись у пошукових проміжних графічних або об'ємних формах, і таким чином проходить «процес очищення», або, за висловом деяких практиків дизайну й архітектури, «викристалізовується», а сам об'єкт набуває композиційної цілісності.

Будь-яка проектно-творча робота починається з нагромадження інформації про об'єкт проектування, після чого відбувається постановка проектного завдання, а далі в уяві виникають перші образи, що є продуктом роботи підсвідомості або свідомого уявного синтезу. Вони можуть мати досить розпливчатий із кута зору фізичної форми характер, часто відзначаються емоційним забарвленням або певною логічно описаною структурою. Також як первинний образ, залежно від проектно-творчого завдання, може виступати прототип або аналог.

Після першої матеріалізації в графічному вигляді або у формі матеріальної моделі первинні образи набувають конкретизації своїх геометричних характеристик. Як правило, під час такої матеріалізації, що полягає у фіксуванні вихідних уявних образів, саме уявлення про образ зазнає змін, оскільки такий образ підлягає перевірці за певними критеріями. Як свідчить досвід дизайнерів та архітекторів, побудована в ідеалі модель зазнає видозмін.

Ескіз дає змогу матеріалізації проектного «експерименту в думці» в реальній «навчально-модельній» формі. Розв'язуючи проектно-творчі завдання засобами «візуального мислення», художник-дизайнер активно використовує можливості творчих ресурсів, закладених у візуальних образах. Однак у проектно-творчій практиці існують випадки, коли досвідчені фахівці дизайну та архітектури не вдавалися до ескізування, а виконували креслення «начисто». Такий сценарій процесу творчого пошуку особливий тим, що всі акти художньо-творчого моделювання

об'єкта відбуваються в уяві автора, а матеріалізація задуму в графічній формі стає кінцевим продуктом. Але за таких умов «оперативна пам'ять» проектувальника повинна давати можливість оперувати в уяві великою кількістю просторових образів.

Процес уяви полягає у вибіркового розчленуванні раніше напрацьованих зв'язків та в утворенні з виділених елементів (образів, думок) нового їх поєднання, тобто нових асоціацій. Але за свідченням психологів уява неспроможна утримувати велику кількість зв'язків та інформації. Тому під час творчого пошуку користуються певними моделями – умовною заміною реальної дійсності.

Таким чином, проектування здійснюється в трьох основних формах:

1) геометричне моделювання, що являє собою процедуру проектування за окремими стадіями та фіксує стан об'єкта в графічній формі;

2) логіко-математичне моделювання, що імітує процес проектування за допомогою формул, рівнянь і логічних висновків з метою оптимізації проектних рішень;

3) предметне моделювання або макетування, що є процесом уречевлення уявлень про оригінал у формі макету.

Як свідчить досвід дизайнерсько-проектної діяльності, цілісний проектний образ найбільш повно й детально окреслюється саме в процесі геометричного і предметного моделювання, які спонукають до узагальнено-цілісного бачення не лише форми, а й самої проблематики даного творчого завдання.

Графічне зображення має властивість зворотного впливу на творчий задум, а тому прийоми й засоби ескізування, їх стилістика та форма ескізу багато в чому визначають якісні та стилістичні показники кінцевого продукту проектування, його форму, пластику та інші об'єктивні характеристики.

Використання ескізів та їх форма в процесі творчого пошуку залежить від таких факторів, як досвід проектувальника, спосіб його творчого мислення та індивідуальні здібності, розвиненість просторової уяви, складність і нетиповість проектного завдання, наближеність творчого завдання до прототипного.

У процесі творчо-пошукової роботи уявлення про майбутній об'єкт поступово набуває все більшої конкретики, інформаційної

повноти. Ескізи фіксують експериментальну стадію розвитку проектної ідеї, а, водночас, і відповідну проектну еволюцію структури та форми об'єкта.

Слід вважати, що на початкових етапах ескізування відбувається усвідомлення специфіки проектної проблеми, задається правильне спрямування композиційно-творчої фантазії, формується робочий спектр основоположних ідей.

На стадії первинного ескізування відбувається поступове уточнення задуму. Проміжні ескізи замінюють собою «творчу пам'ять», запис творчого процесу. Фаза початкового ескізування дає простір раптовим осяянням, можливостям «по-новому» побачити проектне завдання. Удосконалення ескізу відбувається шляхом розроблення його послідовних варіантів, серед яких кожен попередній є вихідним пунктом наступного. Поступове нагромадження певних удосконалень зміцнює ескізне рішення композиційної структури твору.

Кожний новий ескіз – узагальнене вираження попередньої аналітико-синтетичної діяльності та відправний етап подальшої ходи думки щодо побудови композиційних схем за принципами необхідності, доцільності й художньої виразності.

У процесі проектування застосовуються найважливіші дослідницькі методи аналізу й синтезу. Ці найзагальніші ланки мислительного процесу перебувають у діалектичній єдності і взаємодіють на всіх стадіях проектування – від задуму до розроблення проектної моделі. При цьому рівень аналітичного дослідження та синтетичного узагальнення на кожній стадії різноманітний.

У процесі ескізування застосовуються одночасно й у взаємодії між собою способи міркування від окремого до загального (індукція) та від загального до окремого (дедукція). Використання аналізу й синтезу, індукції й дедукції в процесі побудови системи об'єкта призводить до функціональної чіткості, структурності, композиційної цілісності проєктованого об'єкта.

На стадії вихідної методики пошуку проектного задуму потрібно зафіксувати його результати в спосіб клаузури, ескізу-ідеї та ескізних варіантів. Очевидно, що залежно від пошукової стадії буде змінюватися й сама форма ескізу.

Клаузура – це вид проектної діяльності, призначений для короткострокової концентрації творчої енергії, виявлення суб'єктивного ставлення до теми, визначення в загальних рисах композиційного задуму. Мета цього етапу – отримання первинного образного уявлення про об'єкт. Як правило, клаузурний начерк містить лише те, що є необхідним для розкриття ідейного задуму, а тому зображення має бути узагальненим і виразним.

Ескіз-ідея – це етап, на якому поєднуються дослідницький і творчий процеси. На основі критичної оцінки власних пропозицій, зафіксованих у клаузурі, формуються пропозиції щодо подальшого розвитку проектної теми. Мета етапу – обмеження сфери пошуку й переведення проектування в проблемну ситуацію.

Проблеми виникають при зіткненні первинної ідеї з іншими компонентами проектного завдання. З'ясування проблеми обмежує сферу пошуків, при цьому увага стає направленою, сконцентрованою, а пошук – вибіркоким.

У процесі пошуку ескізу-ідеї застосовують метод випадкового вибору варіантів. Це не означає системного перебору вимог проектного завдання, тому що подібна ситуація може призвести до втрати творчого натхнення і плутанини в дрібницях.

Ключовими факторами під час розроблення ескізу-ідеї є вихідні дані для проектування. Кінцевим етапом ескізування є виконання низки варіантів, кожен із яких є модифікацією попереднього. Уточнення та зміни здійснюються в межах обраної принципової схеми. Метою цього етапу є досягнення сумісності всіх вимог, що враховуються при проектуванні.

Доопрацювання ескізу – це складний творчий процес розвитку робочої гіпотези, яка виражена в ескізу-ідеї. Традиційною технологією виконання такого етапу ескізування є так зване «накладання кальки на кальку». На цій стадії одну пропозицію змінює інша, виникають нові образи й асоціації на основі повторного аналізу вихідних даних та освоєння інформації, що пов'язана з даною проектною проблемою.

У процесі ескізування нові ідеї формуються шляхом оцінки ситуації та стану об'єкта, маловірогідні вирішення відкидаються,

окремі елементи і пропозиції виключаються, інші вносяться в новий ескіз, відбувається поступове уточнення задуму. Виникає центральне уявлення про вирішення завдання.

Як свідчить досвід дизайнерсько-творчої роботи, певні ідеї на конкретному етапі їх втілення виявляються «нежиттєздатними». Тому виникають творчі кризи та «тупиково-безвихідні» ситуації, що зумовлюють потребу в генеруванні нової ідеї. Часто після так званої творчої кризи виникає пік творчого злету, що пов'язують з «осяянням» або «інсайтом». Отримання нових якісно кращих ідей на даному етапі залежить від специфіки роботи нашого мозку (підсвідомості). На основі попередньої роботи з проектом відбувається усвідомлення творчої проблеми, її аналіз та поділ на «складові частини». На основі переосмисленого матеріалу відбувається творчий синтез: отримання нових якісних вирішень.

Під час генерування ідей в уяві виникає один або декілька варіантів вирішення, які часто потребують швидкого фіксування, оскільки можуть відразу забутися. Зафіксувавши певне вирішення, ми звільняємо мозок, уяву від утримання певної інформації, а тому можемо вільно уявляти наступний варіант.

Графічний ескіз дає можливість швидкого фіксування певного вирішення, передбачає максимальне стиснення інформації, внаслідок чого відбувається її кодування.

Форма ескізу залежить від етапу використання та функціонального призначення майбутнього виробу, стратегій вирішення творчих завдань, індивідуальної графічної культури автора та напрацьованих ним прийомів ескізування. Наприклад, на ранніх етапах дизайнер, як правило, не ставить собі за мету розуміння його авторського ескізу іншими людьми. Тому часто такі начерки є незрозумілими, але на їх основі можна з легкістю відтворити вихідний закодований об'єкт.

Стратегія вирішення творчих завдань полягає в обранні раціональних прийомів моделювання на певних етапах проектування. Багато хто з дизайнерів вважає, що найкращий комплексний варіант проектного рішення народжується при чергуванні прийомів графічного та об'ємного ескізування.

В ескізах завжди присутня певна ступінь узагальнення, відбору, умовності та деталювання. Автор часто сам вирішує, як саме узагальнювати елементи, і таким чином напрацьовується

власний індивідуальний стиль ескізування, творчий почерк. Окрім творчо-пошукового засобу, ескіз має ще деякі функціональні сторони використання. Наприклад, на певних етапах проектної діяльності виникає потреба в дискусійних обговореннях деяких рішень. Ескізи дають змогу для спілкування наочними засобами. Вони часто застосовуються в проектних майстернях як можливість надати необхідну інформацію виконавцям.

Ескіз може бути засобом діалогу між професіоналами, оскільки в деяких випадках легше намалювати, аніж пояснити. Ескіз також допомагає в розумінні інформації, якщо застосовується разом із поясненнями, коментарями, написами.

У деяких випадках ескіз може також бути засобом демонстрації наочної інформації, переконливого доведення правильності рішення. Властивість ескізу представляти найголовніше надає йому певної художньої цінності. Багато хто з сучасних дизайнерів та архітекторів презентує ескізи разом з іншими зображеннями під час представлення проектного задуму. Ескізи, володіючи унікальною графічною формою, неповторним авторським творчим почерком, стають художнім доповненням проектної графіки. Ескізи деяких знаменитих художників та архітекторів набули статусу творів мистецтва. Приклади тому – графіка Леонардо да Вінчі, Е. Дега та інших митців.

Ескізування відіграє особливу роль у процесі виховання фахівців з дизайну. Для розвитку творчого мислення часто використовують нетривалі вправи ескізного характеру. Суть завдання полягає у пошуку певного креативного вирішення заданої творчої проблеми протягом обмеженого проміжку часу. Традиційно у навчальних закладах такими вправами бувають клазури. Метою цих завдань є розвиток інтуїтивного мислення, що є необхідною складовою професійного мислення майбутнього дизайнера.

Інтуїтивне та логічне мислення в дизайнерській творчості доповнюють одне одного. Здатність оперувати творчою інтуїцією без чіткого усвідомлення окремих ланок мислительного процесу призводить до здатності прискореного розумового висновку. Механізм інтуїції скорочує кількість проб, що ведуть до певної мети при вирішенні завдання, та відкриває шлях для

використання евристичних методів у проектуванні. Евристичний метод, що веде до відкриття нового явища чи закономірності, ґрунтується на домислі чи непрямому (не суворо логічному) способі їх виявлення.

Завдання. Виконайте вербальний опис дизайн-ідеї буклету кафедри образотворчого мистецтва. При цьому дотримуйтеся таких правил:

- зміст – у буклеті доречно детальніше розповісти про сферу діяльності кафедри, наприклад, згадати весь спектр пропонованих послуг, розповісти про особливості її діяльності та конкурентних перевагах, детально висвітлити умови рекламної акції;

- ілюстрації – візуальний ряд сприяє швидкому сприйняттю інформації, а тому варто поклопотатися про якісні фотографії і картинки для буклету;

- дизайн буклетів повинен відповідати фірмовому стилю кафедри, проте він не має бути дуже нудним і строгим; завдяки оригінальним дизайнерським рішенням потенційний клієнт, можливо, запам'ятає саме ваше рекламне повідомлення;

- формат буклету необхідно вибирати залежно від кількості текстової інформації та ілюстрацій;

- слід уникати використання дрібного шрифту й ілюстрацій невеликого розміру.

2.2. Добір рекламного тексту

Основні риси якості тексту – це його лаконічність і повнота. Той, хто читатиме ваш буклет має дізнатись 90 % потрібної інформації, водночас, 10 % мають залишитись таємницею. Це змусить потенційного споживача послуг зателефонувати або ж прийти до вас. Окрім того, важливу рекламну роль має унікальний слоган, що легко запам'ятовується, асоціюється з брендом і вирізняє ваш буклет на фоні конкурентів.

При підготовці рекламного звернення буклету важливу роль відіграють структура, форма й стиль текстового наповнення.

Фірмовий слоган (гасло) – це фраза, яка легко запам'ятовується і покликана забезпечити послідовне проведення рекламних кампаній. Це оригінальний девіз, який постійно

використовується в діяльності організації. Слоган виражає основні принципи діяльності фірми, кредо й підкреслює її переваги.

Слоган повинен органічно доповнювати собою фірмовий стиль і вносити свою частку у формування позитивного іміджу фірми. Потрібно відразу визначити: рекламний слоган виступатиме як самостійний емоційний підсилювач, чи працюватиме в системі з макетом.

Успішний слоган обов'язково враховує особливості цільової аудиторії та клієнтського кола компанії. Інакше кажучи, він повинен бути зрозумілим і близьким потенційним замовникам або покупцям.

Створенню фірмового слогана обов'язково передуює вивчення цільової аудиторії, суті рекламної кампанії. Поширеною помилкою в проектуванні рекламних слоганів є слабе розуміння особливостей сприйняття специфічної інформації цільовою аудиторією. Зазвичай, власні уявлення і стереотипи творців реклами стають основою майбутнього слогана.

Комерційно успішний слоган повинен бути коротким, легким для запам'ятовування й оригінальним. Не варто забувати також про емоційний складник. Людина найкраще запам'ятовує емоції, тому на цей компонент варто звернути особливу увагу. Можливість двоякого тлумачення слогана спеціалісти характеризують як грубу помилку. Натомість додаткові змістові рівні вважаються зразком рекламного мистецтва.

Ураховуючи етапи рекламної діяльності, а також мету і характеристики рекламного впливу, в структуру рекламного звернення входять такі елементи, як слоган, вступна частина, інформаційний блок, довідкові відомості, ехо-фраза. Такий поділ є досить умовним, оскільки в різних зверненнях деякі елементи не є обов'язковими.

Слоган, як правило, передуює рекламному зверненню, він є одним із основних засобів привернення уваги та інтересу цільової аудиторії. Важливо використовувати слоган тоді, коли немає інших засобів, що привертають увагу споживача (ілюстрацій, кольору, декору тощо).

Вступна частина реклами здебільшого розшифровує слоган.

Інформаційний блок, який ще називають основним текстом, виконує функції поглиблення інтересу споживача до рекламного продукту, забезпечення комунікації з потенційним споживачем за посередництвом детальної та достовірної інформації про товари або послуги, їх характеристики, особливості.

Довідкові відомості містять чіткі дані про рекламодавця: фірмову назву, товарний знак, адресу, телефони, інші канали зв'язку.

Рекламне звернення може завершувати ехо-фраза, яка дослівно або за змістом повторює слоган чи основний мотив звернення. Особливо ефективним її використання є в тому випадку, коли передається великий обсяг інформації.

Разом зі структурою важливе значення має форма рекламного звернення, тобто спосіб його представлення. Як і інші характеристики, вона покликана сприяти досягненню рекламних і маркетингових завдань фірми. Тому форма повинна бути зрозумілою цільовій аудиторії. Як свідчить практика, найефективнішими рекламними зверненнями є ті, в яких спостерігається атмосфера взаємоповаги, щирості, зацікавленості у взаємовигідному партнерстві, проголошено гарантії відповідності реклами дійсності.

Важливе значення при розробці рекламного звернення має вибір його стилю. Під стилем розуміють письмовий або усний спосіб вираження думок шляхом добору й відповідного розташування слів, призначених для досягнення ясності, ефективності, милозвучності. Стиль передбачає також манеру або тон, прийнятий у звертаннях, та специфічний, відмінний, характерний спосіб поведінки.

Однозначної відповіді на запитання, який стиль найкраще використовувати в буклеті, немає. Стиль рекламного звернення визначається специфікою фірми, завданнями буклету, а також характерними особливостями цільової аудиторії, якій адресоване звернення.

У тексті необхідно аргументувати всі твердження так, аби у споживачів не залишилося жодних сумнівів щодо придбання товару. Для цього варто використовувати прості факти, переконливі аргументи. Краще відмовитися від загальних неконкретних формулювань.

2.3. Основні проблеми верстання тексту

1. Висячий рядок – це кінцевий рядок абзацу, який стоїть першим на смузї (у колонці), або початковий рядок абзацу, що стоїть останнім на смузї (у колонці). У довідковій літературі розрізняють «верхній висячий рядок» і «нижній висячий рядок». На англійському типографському жаргоні висячі рядки називають, відповідно, удовами (верхні висячі рядки) та сиротами (нижні).

Проблему висячих рядків вирішують такими способами:

- слід вдатися до маніпуляцій із міжслівними та міжбуквенними інтервалами, щоб «втягнути хвіст»;
- можна об'єднати два-три абзаци в один;
- якщо попередні способи неефективні, доцільно вдатися до більш радикальних заходів – дещо відредагувати абзац, але це можливо тільки під час верстання власного твору;
- збільшити попередню смугу на один рядок або зменшити поточну смугу на один рядок.

<p>– Таким образом, Боб, — снова как ни в чем не бывало продолжил Баррис, — мы узнаем, чьих это рук дело.</p> <p>– Если они не разделяются с магнитофоном, когда разделяются с диваном, — сказал Арктор.</p> <p>Он лихорадочно соображал, какие трудности создаст очередная выдумка доморощенного электронного гения. Наверняка техники знают, что делать, — сотрут запись, перемотают ленту, оставят дверь незапертой и не тронут записку. Чертов Баррис! Все равно как пить дать забыл включить магнитофон в сеть. Но, разумеется, если он обнаружит штепсель выдернутым...</p> <p>Тогда он сочтет это доказат-</p>	<p>ельством, что у нас кто-то был, пришел к выводу Арктор. Начнет стучать себя в грудь кулаком и изводить нас историями, как злодеи хитроумно отключили его электронное устройство. Надеюсь, техники догадаются включить его, и более того, наладить, чтобы он правильно работал, а потом перемотать назад, чтобы на пленке ничего не было. Иначе Баррис просто на стенку полезет.</p> <p>Ведя машину, Арктор продолжил теоретический анализ ситуации. Вот одна известная истина, которую хорошо преподавали в академии. А может, про нее писали в газетах. Наиболее эффективная форма промышленного или военного саботажа — ограничиться</p>
---	---

Рис. 1. Приклад висячого рядка.

2. Скупчення декількох рядків з переносами.

Рекомендується не застосовувати переноси більше, ніж у двох-трьох рядках підряд заради збереження легкості читання та краси набірної смуги. При великій кількості переносів око часто знову потрапляє на прочитаний рядок або ж, навпаки, перескакує через рядок.

Не слід повністю покладатися на автоматичне перенесення слів, що є функцією сучасних комп'ютерних програм, оскільки воно не цілком і не завжди відповідає вимогам естетики переносу. Тому верстальник повинен взяти керування переносами у свої руки: використовувати примусові перенесення чи відмінити переноси взагалі.

3. Коридори.

Коридор – це збіг, злиття міжслівних пропусків по вертикалі або похилій лінії в трьох і більше суміжних рядках. Коридори порушують «добротну кладку» текстового блоку. Особливо неприємним коридор є тоді, коли його ширина перевищує величину інтервалу між рядками (інтерліньяж).

Проблему коридорів вирішують такими способами: змінюють міжслівні та міжбуквенні інтервали; застосовують вирівнювання за лівим краєм.

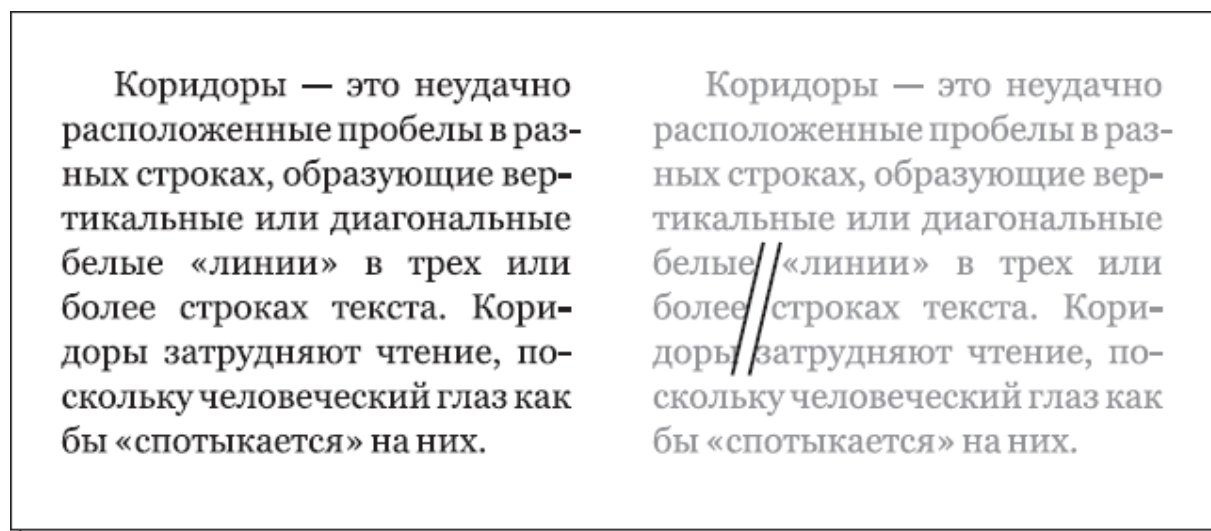


Рис. 2. Приклад коридору в тексті.

3. Значні коливання прогалін між словами.

Недопустимі ні дуже вузькі міжсловні інтервали, при яких слова ніби зливаються, ні дуже широкі, при яких наче втрачається зв'язок між словами.

4. Оптична нерівність відстаней між деякими шрифтовими знаками.

При однакових міжбуквенних інтервалах сусідні літери, які обмежені прямими штрихами, здаються такими, що стоять ближче одна до одної, ніж літери, які обмежені косими штрихами, особливо у великих кеглях. Для виправлення цього недоліку застосовується кернінг – зміна інтервалу певних пар знаків.

Типографські аспекти реклами розрізняються таким чином: мікротипографія та макротипографія. Мікротипографія містить в собі тип і розмір шрифту, читабельність літер. Макротипографські аспекти стосуються оформлення та виділення частин тексту. Всі ці фактори впливають на зручність читання тексту, його розуміння та сприйняття; від їх вибору залежить оптимальна відстань, за якої найкраще розпізнається текст, тощо.

Дослідження ефективності різних типів шрифтів з питань розпізнання літер та слів, засвідчує, що в цілому не було розпізнано зовсім або розпізнано неправильно майже 37,4 % літер та 17 % слів.

Цікавим є результат дослідження Ельбрахта (Elbracht) про те, що жирний шрифт добре розпізнається тільки тоді, коли мова йде про окремі літери. Цілі слова в цьому типі шрифту читаються не так добре. Жирні шрифти ідеально підходять для заголовків. Як виявилось, тип шрифту Garamond при написанні курсивом розпізнавався найгірше з усіх. Отож, варто подумати над тим, що при виділенні фрагменту тексту жирним шрифтом він може стати нечитабельним, а курсивне виділення може читатись важче за весь основний текст. Тому треба дуже уважно ставитись до вибору шрифту.

Окрім читабельності різних типів шрифтів, психологів давно цікавило емоційне їх сприйняття. Дослідження стверджують існування «стереотипних» реакцій на шрифти. Наприклад, жирний шрифт типовий для повідомлень про смерть в газетах, комікси також використовують певні стереотипні види шрифтів.

Розмір шрифту, оптимальний для читання для дорослої людини – 10 пунктів. Для дітей треба вибирати шрифти більших розмірів. Для читабельності та розпізнаваності шрифту діє «правило великого пальця», згідно з яким шрифт буде читабельним з відстані, більшої за розмір шрифту в 200 – 400 разів. Як дані опитувань, так і реєстрація рухів очей вказують на оптимальну величину шрифту, рівну 10 – 11 пунктам.

Завдання: зберіть якомога більше текстової інформації про діяльність кафедри образотворчого мистецтва і проранжуйте її за рівнем значущості.

2.4. Добір та оброблення ілюстративного матеріалу

Розпочинаючи проектну роботу з дизайну буклету, слід попрацювати з графічними зображеннями, адже вдалий візуальний ряд є запорукою успіху. Обов'язковим є використання елементів фірмового стилю, які можуть незвично поєднуватися.

Дизайн буклету має викликати у споживача лише позитивні емоції. Водночас, не слід виходити за межі «розумної достатності» – не варто намагатися втиснути в буклет більше матеріалу, ніж потрібно, адже він є лише яскравою приманкою.

Правила композиційної побудови сторінкової розгортки

Сторінкову розгортку буклету необхідно оформляти як цілісну композицію, дотримуючись певних правил.

1. Приступаючи до оформлення розгортки, слід чітко визначити задачу: чи потрібно досягнути візуального об'єднання або роз'єднання сторінок розгортки.

2. Для візуального об'єднання двох сторінок розгортки можна використовувати такі прийоми:

1. розмістити графічний елемент або заголовок таким чином, щоб одна його частина знаходилась на лівій сторінці розгортки, а інша – на правій;

2. повторити на правій сторінці розгортки той самий стиль оформлення та колір, які були використані на лівій.

3. Фігури, що зображені в русі, можуть бути звернені всередину розгортки або до зовнішнього поля. Треба пам'ятати,

що ілюстрація, яка звернена до зовнішнього поля, розриває смугу, але виглядає більш динамічно, а та, що звернена всередину, зберігає замкнутість смуги, але втрачає динамічність (рис. 3); зображення, що розташовані на одній розгортці, повинні бути витримані в єдиному масштабі (рис. 4).

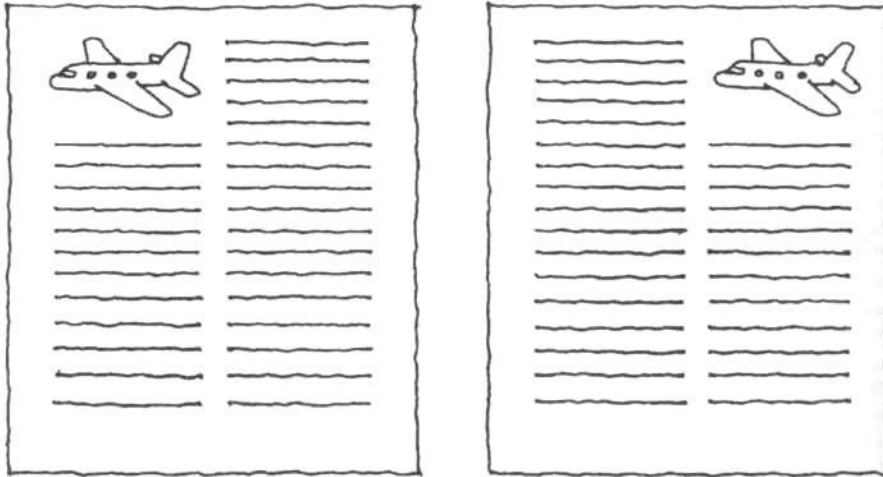


Рис. 3. Лівий літак летить удалину, а правому «загрожує катастрофа».

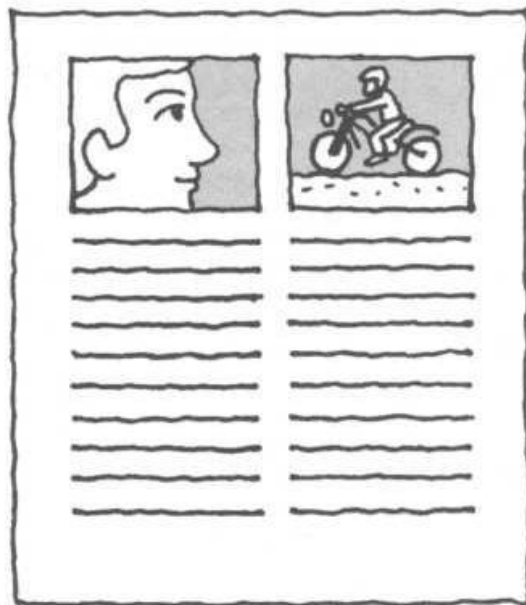


Рис. 4. Зображення не відповідають одне одному за масштабом.

4. Якщо ви вирішили розмістити ілюстрацію на лінії розгортки, то слід ретельно продумати спосіб перетинання цього

фізичного бар'єра. Якщо картинка містить зображення обличчя або фігури, воно не повинно бути розділене. Не слід також ділити ілюстрацію рівно посередині (за винятком того випадку, коли вона займає по ширині всю розгортку). У загальному випадку більша частина ілюстрації повинна розташовуватися на одній зі сторінок розгортки.

5. Якщо в ролі «містка» через лінію розгортки використовується рядок тексту, який набраний крупним шрифтом, не слід робити так, щоб лінія розгортки перетинала його між літерами (треба між словами). Необхідно також передбачити збільшений інтервал у місці розділення.

6. Єдиний малюнок на смузі, як правило, зверстується вище її середини, тому що оптичний центр смуги знаходиться вище її геометричного центру.

7. Під час оформлення сторінкової розгортки треба враховувати зміст розташованих на ній ілюстрацій: зображення широко відкритого об'єкту, як правило, розташовується у верхній частині сторінки, а зображення шахтаря у забої – у нижній і т. ін.

8. Під час оформлення розгортки, де на правій сторінці потрібно почати новий матеріал, доцільно враховувати такі поради:

- якщо на лівій сторінці розгортки закінчується попередній матеріал, ілюстрації на ній краще не розміщувати, щоб уникнути конкуренції з початком нової статті;

- щоб спонукати читача перевернути сторінку, її графічну опору слід розташовувати праворуч.

9. У тому випадку, якщо на одну розгортку припадає початок двох статей (на лівій стороні – односторінкова стаття, на правій – початок нового матеріалу) і обидві з них супроводжуються ілюстраціями, то можна застосувати такі прийоми візуального розділення статей:

- використовувати ширше, ніж зазвичай, біле поле між двома сторінками;

- використовувати більший шрифт для одного із заголовків;

- помістити одну зі статей у рамку;

- набрати статті різними шрифтами або зробити одну з них у дві колонки, а іншу – у три;

- створити оптичний розрив, сконцентрувавши ілюстрації на зовнішніх боках сторінок;

– розділити статті горизонтально, а не вертикально, пустивши один матеріал по верху двох сторінок, а інший – по низу;

– якщо ви розділяєте статті вертикально, залишаючи одну з них на лівій сторінці, а іншу розміщуючи на правій, ілюстрації до останньої краще розташовувати в місці продовження статті;

– якщо одна зі статей займає більше місця, ніж інша, починаючись десь на лівій сторінці розгортки і продовжуючись на правій, можна спеціально зменшити розрив на розвороті, збільшивши його між статтями (на додаток до вже описаних прийомів у цьому випадку можна використовувати ще й горизонтальну лінію між статтями).

10. Якщо вам необхідно розмістити більше двох матеріалів на одному розвороті, особливо якщо всі вони містять ілюстрації, можна вдатися до рамок або розділових горизонтальних ліній.

У дизайні буклету вибір певного кольору (чи поєднання декількох кольорів) визначається психологічними споживацькими характеристиками, що лежать в основі формування маркетингового продукту. За деякими даними, одним із найбільш ефективних кольорів вважають червоний, оскільки він діє на людину як чудовий стимулятор. Цей колір закликає і підштовхує людей до конкретних дій, що вигідно в рекламних цілях. Однак надлишок червоного викликає агресію до того, що рекламують, тому потрібно використовувати цей колір тільки для створення окремих елементів.

Найоптимістичніше поєднання кольорів – помаранчевий із синім. Причому, як зазначають психологи, його використання в буклетах найбільш виправдане під час рекламування «холодного» товару (машинне обладнання, інструменти тощо).

Психологи також наголошують на взаємозв'язку жовтого та зеленого кольорів із різновидом представленої продукції. Жовтий використовують для реклами дитячих товарів, оскільки асоціюється у багатьох із дитинством. Також у поєднанні із зеленим та синім його часто застосовують для реклами туристичних послуг.

Особлива роль у розробці кольорового дизайну буклетів належить білому та чорному кольорам. Незважаючи на те, що чорний несе в собі відбиток скорботи і печалі, як вважають

психологи, однак цьому стильному кольору багато хто надає перевагу. Якісне виготовлення буклету із застосуванням чорного та білого кольорів – одне із класичних та кращих рішень. Із білим кольором пов'язане сприйняття чистоти та свободи. Він не викликає ніяких негативних відчуттів та емоцій, тому його, зазвичай, використовують для простого інформування споживачів, при цьому не роблячи пріоритетів та акцентів.

Загалом місце й роль ілюстративного матеріалу в концепції дизайну буклетного видання важко переоцінити, оскільки зображення може виступати візуальним доповненням до тексту чи самостійним елементом засобів реклами (тобто подається без тексту) і, залежно від специфіки рекламного продукту, виконувати такі завдання:

- привернення уваги;
- створення зацікавленості;
- демонстрування зовнішнього вигляду товару та його переваг;
- пояснення тексту реклами;
- створення візуального образу рекламного продукту та ін.

Одним із невід'ємних елементів будь-якого друкованого рекламного продукту (зокрема, й буклету) вважають логотип – графічне зображення, яке символізує принципи компанії та слугує способом її ідентифікації для виконання іміджево-інформаційної і зображальної функцій.

Зазвичай, логотип представляють у формі самостійної та повноцінної картинки, що не потребує додаткового пояснення, хоча в деяких випадках вдаються до текстового супроводу, наприклад, тоді, коли: символіка логотипу передбачає нагадування назви фірми (повністю чи у формі абрєвіатури); символіка логотипу й загальна сутність наступного повідомлення (або, навпаки, істотна мінімізація інформації) передбачають розміщення девізу; символіка логотипу передбачає найменування продукту.

У буклетно-дизайнерській практиці існує також інша частина графічних зображень, вибір яких зумовлюється, насамперед, метою, завданням, цільовою аудиторією та змістом рекламного видання. До найбільш популярних та ефективних прийомів ілюстрування буклетів відносять:

- штрихові малюнки – художник працює лише чорним кольором на білій поверхні. Потім ця ілюстрація фотоспособом перетворюється у виворітне зображення;

- фотографії, що слугують доказом події чи ситуації, виступають свідченням реальності;

- тональні штрихові малюнки та штрихові малюнки із розмивкою – затемнені ділянки штрихового зображення передаються тонуванням, яке представлене ділянками растрового тону із крапок та ліній;

- малюнки в техніці ліногравюри нерідко роблять на основі оригінальної фотографії;

- тональні малюнки використовують для створення атмосфери чи декоративного ефекту, виконуючи їх аерографом, олівцем чи пастеллю;

- технічні та фотографічні ефекти слугують для перетворення звичайних фотографій у штрихові ілюстрації з особливими характеристиками та властивостями;

- кольорові ілюстрації.

За іншою класифікацією, увесь ілюстративний матеріал, який використовують у буклетних виданнях, можна поділити на 2 основні категорії:

1. Фотографії: а) конкретні – зображують реальних людей і/або події, які описано у статті; б) абстрактні – зображення немає безпосереднього відношення до події, але підходить за темою як дещо схоже чи просто відповідає описуваному.

2. Графіка: а) творча – картини художників, дитячі малюнки, ескізи, карикатури; б) знакова – логотипи, емблеми, символи, зображення окремих предметів/людей, абстрактні геометричні фігури; в) логічна – діаграми, графіки, схеми, карти; г) описова – списки, таблиці.

Дві останні підкатегорії (а і б) графічного ілюстративного матеріалу мають об'єднувальну назву – інформаційна графіка, сутність якої полягає в інформативному, науково-пізнавальному, але не художньому відображенні певних елементів видання.

Завдання: зберіть якомога більше ілюстративного матеріалу, що відображає діяльність кафедри образотворчого мистецтва і проранжуйте її за рівнем значущості.

РОЗДІЛ 3

ВИКОНАННЯ ПРОЕКТУ РЕКЛАМНОГО БУКЛЕТУ

3.1. Особливості проектування рекламного буклету

Виготовлення буклетів є одним із найбільш розповсюджених та ефективних видів рекламної видавничої продукції. Рекламні буклети мають перевагу перед іншими видами реклами. У проектуванні буклетів ставиться акцент на яскравий, помітний дизайн, робиться спроба здивувати клієнта (партнера), не втративши при цьому сенс інформаційної частини (текст і контактна інформація) та дотримується єдиний корпоративний стиль. Привернути увагу споживача можна за рахунок якості паперу, друку (поліграфії) та ілюстрацій. Професійно виконані графічні об'єкти або фотографії підвищують запам'ятовуваність рекламного матеріалу.

Для розроблення буклету необхідні: логотип, контактна інформація, графічні матеріали (слайди, фото, кліпи) та текстова інформація. Для технічної продукції можна також додати графіки та діаграми.

Всі буклети поділяють на дві категорії: масові та іміджеві. Масові буклети інформують про проведення акцій, нові напрями діяльності компаній або рекламують товар чи послугу. До зовнішнього виду іміджевих буклетів більш високі вимоги, бо вони є «обличчям» компанії або фірми.

Більшість рекламних буклетів складаються з: візуального ряду, інформаційного блоку, який описує продукцію та контактну інформацію. Будь-який буклет несе в собі приховане послання до споживача.

Головне в буклеті – це оригінальний дизайн, котрий запам'ятовується у поєднанні із вдалим текстом. Буклет має бути цікавий людині, що його буде переглядати, – це може бути навіть дитина, яка потім покаже буклет своїм батькам. Текст буклету повинен бути змістовним. Не варто ставитися до буклету як до великої листівки – споживач підсвідомо очікує одержати з нього вичерпну інформацію, тому нестача інформації викличе негативні емоції. А наявність докладної контактної інформації – обов'язкова.

Для буклетів використовують всі досягнення сучасної поліграфії: повне або часткове УФ-лакування, тиснення, велику палітру кольорів, вирубку, ламінування тощо. Все це зумовлюється кошторисом на видання, особливостями рекламowanego товару та характеристиками цільової аудиторії.

Дизайн буклету містить у собі розробку загального вигляду, добір текстури чи заливки фону, сканування зображень або фотосесію, кольорокорекцію, обробку зображень та тексту, використання різних ефектів, верстку, підбір матеріалів тощо.

Дуже важливим є творчий підхід, адже оригінальна ідея – це «родзинка» в дизайні буклету. Можна надрукувати величезну кількість буклетів, але вони не будуть мати жодного впливу на покупця. Як тільки буклет потрапляє в руки людині, вона починає підсвідомо або свідомо його порівнювати, аналізувати та запам'ятовувати.

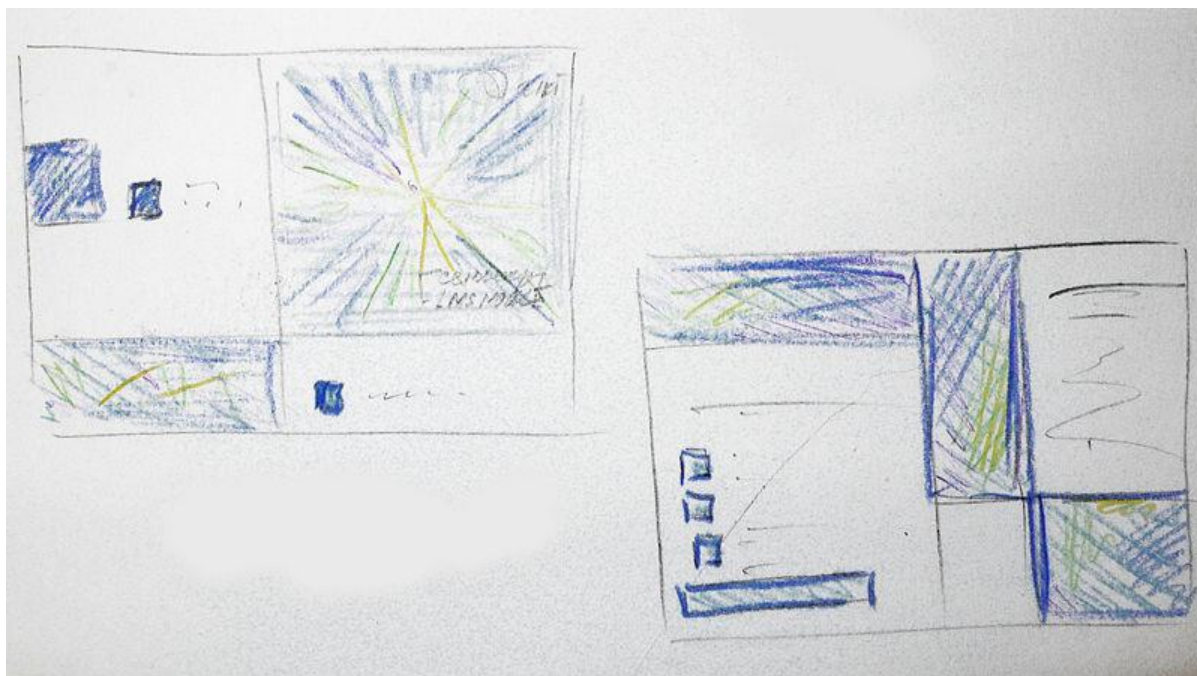
Маркетологи вже багато років міркують, як зробити так, щоб буклет підштовхнув до покупки товару. Для досягнення цього робиться величезна робота менеджерів з продажу, рекламистів, дизайнерів, друкарів, фотографів та копірайтерів. Всі фахівці прийшли до єдиного висновку – рекламна поліграфія повинна мати привабливий зовнішній вигляд, бути приємною на дотик та містити корисну й цікаву інформацію.

Рекламні буклети досягають мети, якщо містять корисну інформацію: ціни, фотографії та описи товарів, схеми проїзду до фірми, адреси і телефони офісів. Дизайн буклету повинен повністю відповідати фірмовому стилю компанії. Корпоративний буклет – невелика енциклопедія про вас і вашу фірму; такий буклет може зберігатися в споживача тривалий час – тому дуже важливо, щоб інформація в буклеті залишалася якомога довше актуальною.

Незважаючи на те, що найпоширенішим варіантом при друці буклету є вибір кольору – це не обов'язкове правило, часто навіть навпаки. При виборі кольорів для виготовлення рекламної продукції є кілька нюансів. Якщо в організації існує фірмовий стиль, то грамотним рішенням може стати двосторонній друк буклету в кольорах фірмового стилю (2 + 2). У цьому випадку бажано використовувати кольори за шкалою Panton. Як правило, таку технологію друку використовують для буклетів-прайсів та

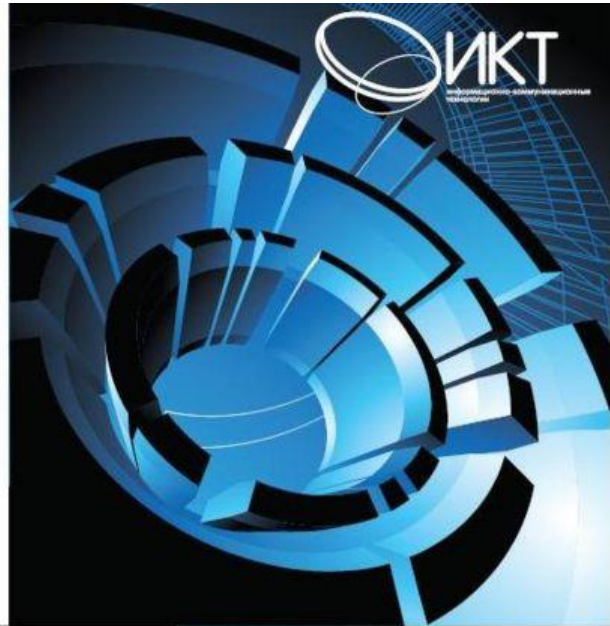
таких, що містять «голий» текст, логотип та інформацію у формі таблиць чи графіків. Гарний ефект може дати і друк буклету дуотонном – процес друку двома кольорами. Якщо ж потрібно представити продукцію у форматі фотознімків, о використовують повноколірний двосторонній друк (4 + 4).

Завдання: розробіть загальний вигляд сторінок буклету у формі клаузур і макетів, визначте кількість колонок із текстом, розмір і тип шрифтів, співвідношення текстових блоків та ілюстрацій, розмір полів і таке інше, відповідно до затвердженого ескізу буклета. Текст повинен бути читабельним, ілюстрації – чіткими й зрозумілими.





Московский институт
электроники и математики



109028, Москва,
МИЭМ, факультет АВТ, кафедра ИКТ
Б. Трехсвятительский пер., д. 3, ауд. 504
Телефон: (495)725-17-47
e-mail: support@auditory.ru
www.auditory.ru

Информационно-
коммуникационные технологии



Специализации кафедры:

Сетевые технологии

Студенты этой специализации получают опыт разработки сетевой аппаратуры, программного обеспечения сетей компьютеров, сетевых приложений. По окончании обучения студенты работают в области вычислительных систем, комплексов и сетей по специализации «Сетевые технологии». Выпускники специализации могут работать в качестве сетевого администратора, системного администратора, разработчика сетевых приложений. В программу обучения входят дисциплины: организация ЭВМ и вычислительных сетей, локальные вычислительные сети, технические средства сетей ЭВМ, глобальные и корпоративные сети, сетевые операционные системы, защита информации в сетях, сетевые информационные системы, программирование сетевых приложений.

Компьютерные мультисреды

Эта специализация обеспечивает подготовку отличных специалистов, способных работать в качестве руководителей группы разработчиков мультимедиа приложений; руководителя мастерских: создания аудио- и видео-компонентов мультимедиа; руководителя мастерской компьютерной графики и анимации. Студенты имеют в своем распоряжении видеолaborаторию со съёмочной, эфирно-монтажной комнатами, для реализации веб-проектов и телевизионных трансляций в Интернет. В программу обучения входят дисциплины: веб-технологии, интерактивные аудио-видео средства, организация и приложения компьютерных мультисред. Обучение проходит с вовлечением студентов в реальные проекты в области мультимедиа.



Заведующим кафедрой «Информационно-коммуникационные технологии» в настоящее время является профессор, академик метрологических наук, доктор технических наук **Владимир Николаевич Азаров**.

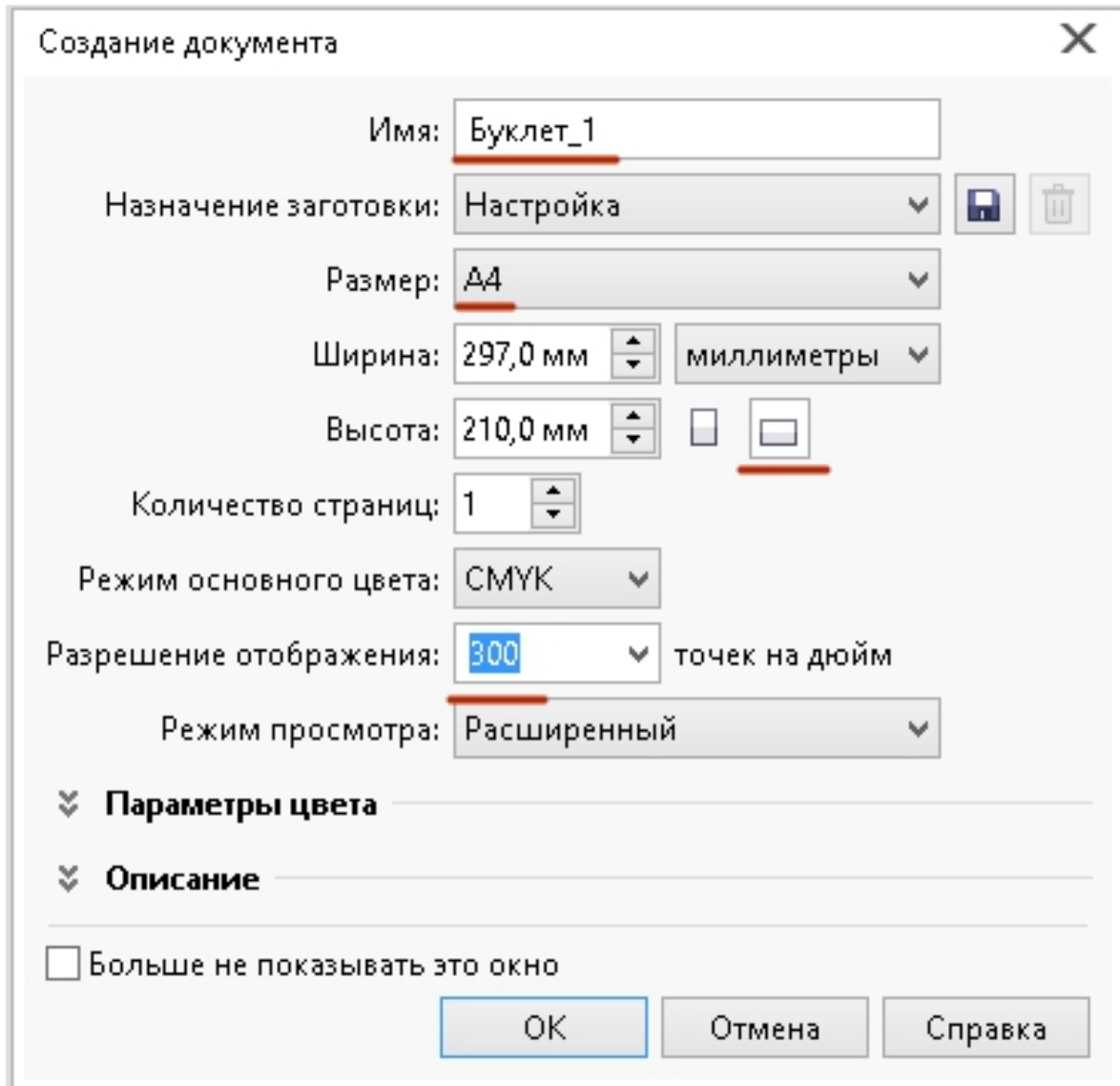
Выпускники специализации могут работать техническими специалистами и менеджерами в структурах, предоставляющих IT-услуги, имеющих развитые информационные сети, крупных государственных и коммерческих организациях.

Кафедра располагает мощной информационной средой поддержки обучения и общения. Студенты имеют неограниченный доступ к ресурсам серверов рабочих станций, видеотехнике и компьютерным залам. На кафедре существует традиция совместных выездов на природу и активно поддерживается культурная и научно-практическая деятельность среди студентов.

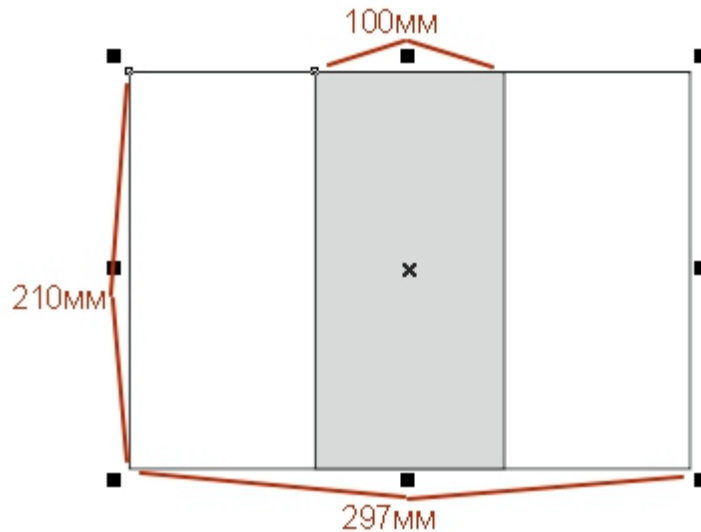


3.2. Алгоритм створення ескізу буклета в програмі Corel Draw

1. Створюємо новий документ.

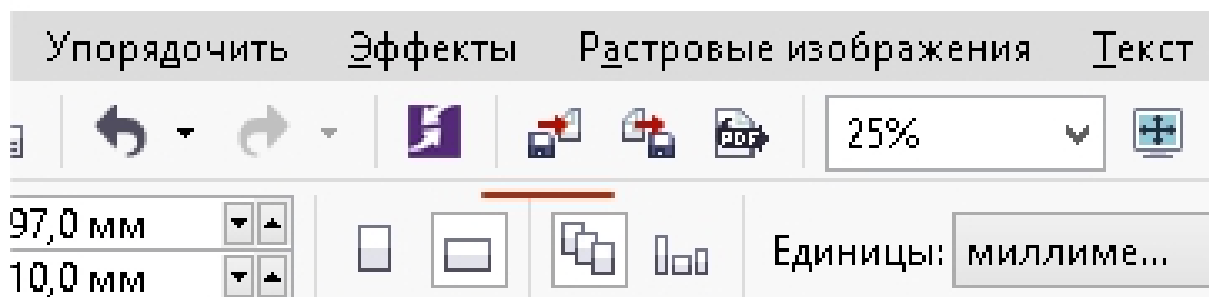


2. За допомогою інструменту «прямокутник» малюємо прямокутник. Виставляємо розміри формату А 4 (297 x 210 мм), розташовуючи його горизонтально. Аналогічно зображаємо центральну смугу, робимо її ширину рівною 100 мм. Відразу забарвимо її в сірий колір.

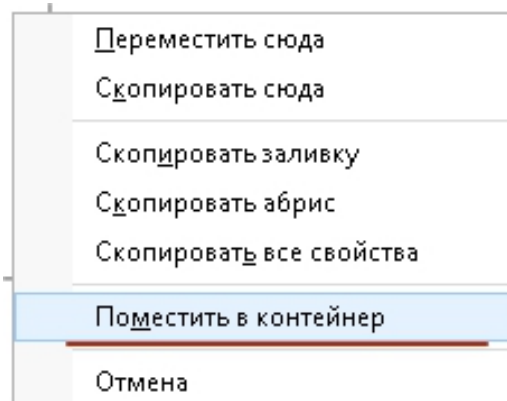


3. Тепер додаємо фотографії в наш документ. Тиснемо іконку вгорі, або «Файл - Імпорт».

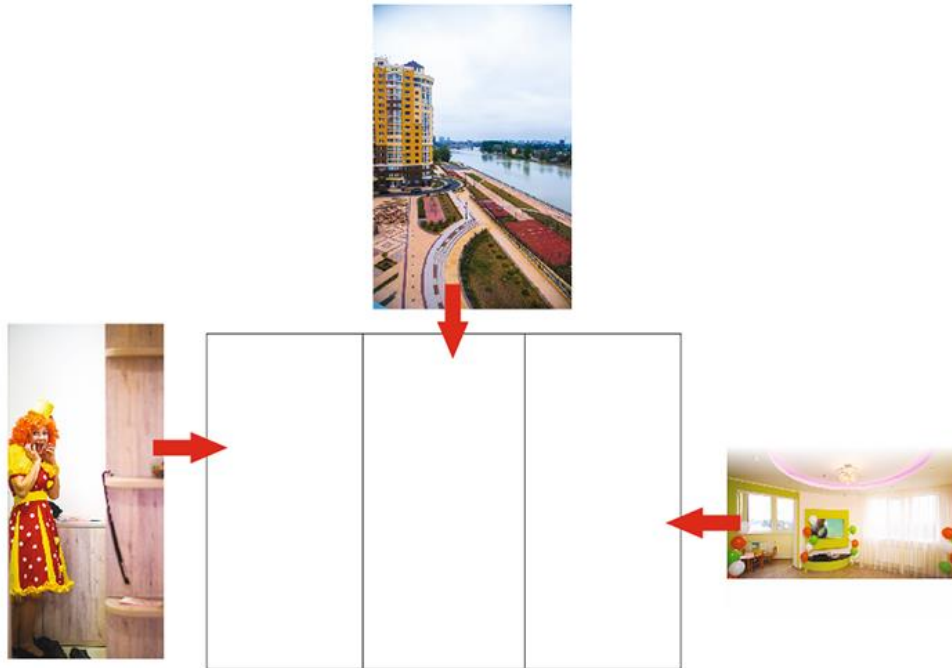
_1



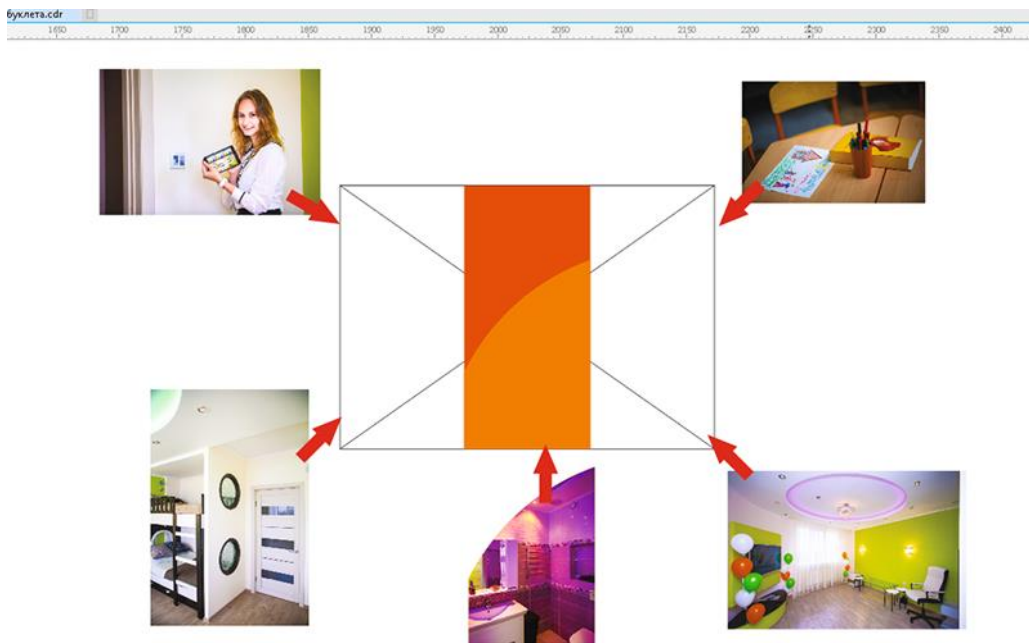
4. Тепер обираємо вдалі фотографії і поміщаємо їх у контейнер. Тобто захоплюємо зображення **ПРАВОЮ!** клавiшею миші і переносимо на аркуш. Після появи контекстного меню натискаємо на «Помістити в контейнер».



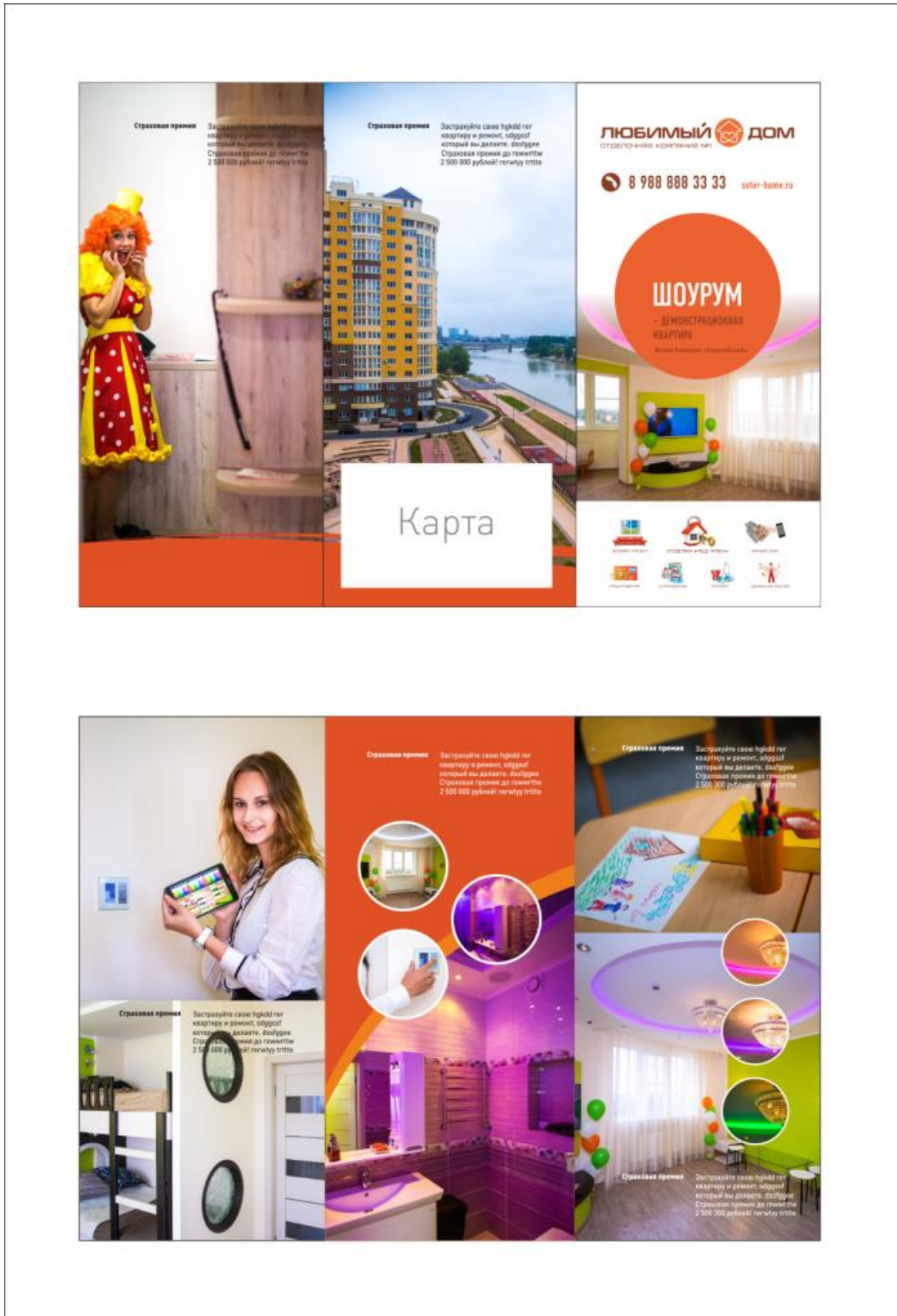
5. Для того, щоб редагувати зміст контейнера тиснемо Ctrl + ЛКМ (Ліва кнопка миші). Розташовуємо фото всередині контейнера як нам потрібно.



6. Маніпулюємо фотографічними ілюстраціями та векторними зображеннями.



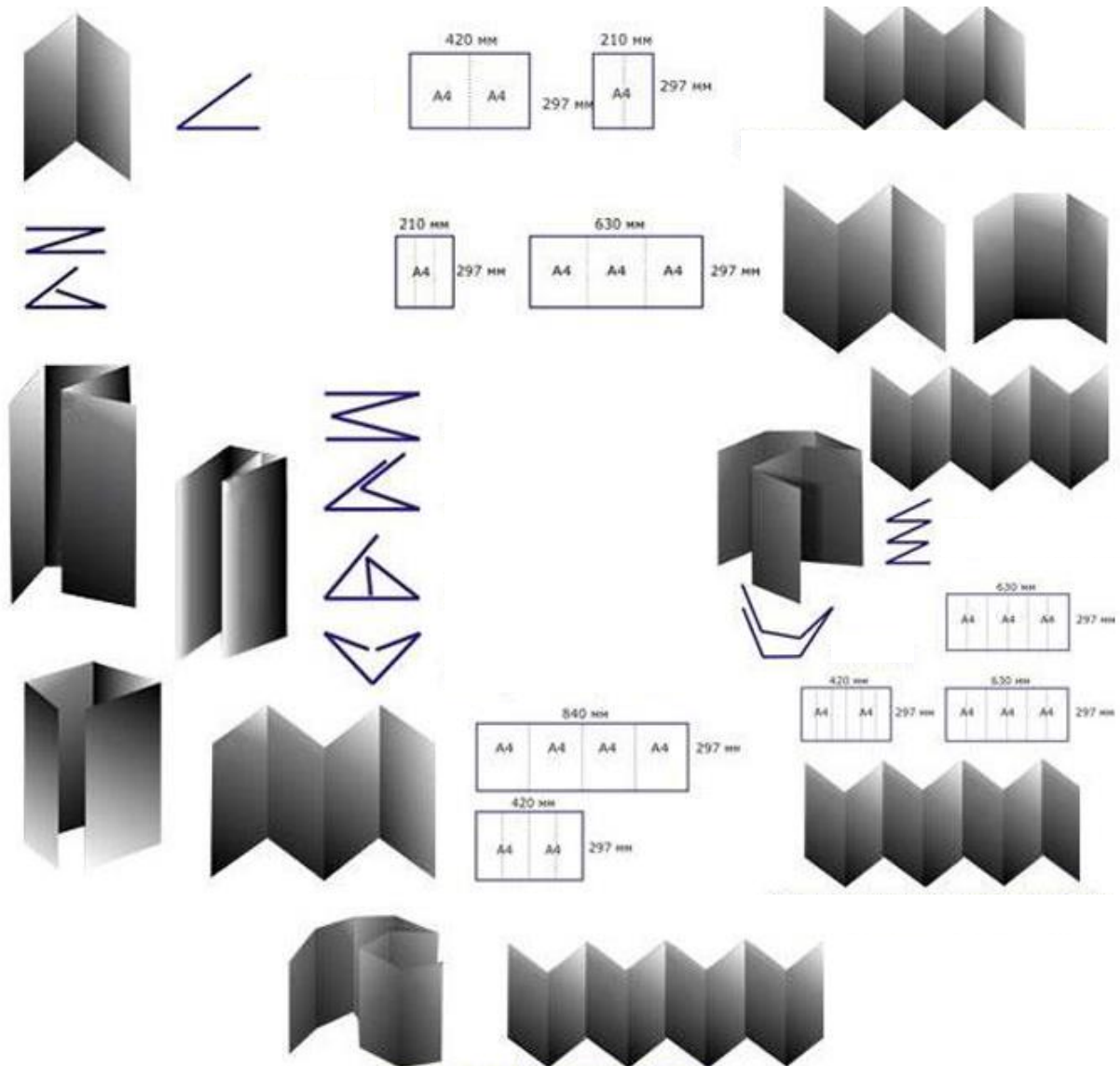
7. Компонуємо зображення і текстові площини та одержуємо попередній ескіз-макет, який подаємо на затвердження викладачу.



3.3. Удосконалення композиції рекламного буклету

Створення буклету – складний творчий процес, який охоплює кілька етапів.

1 етап. Визначення теми мети й конструкції буклету. Будь-який вдалий буклет несе в собі приховане, законспіроване послання до його користувача.



Грамотний дизайн буклету дає відповіді на основні питання, які можуть виникнути у вашого потенційного клієнта, користувача вашої інформації. На етапі підготовчої роботи до створення буклету, розробник визначає основні його цілі:

призначення, стилістику, формат, логічну схему зворотного зв'язку з користувачами.

2 етап. Збір та аналіз вихідних даних для проектування структури та композиції буклету. Більшість буклетів містять в собі такі складники:

- візуальний ряд (графічні матеріали, логотипи, емблеми, фірмові знаки, різні фотоматеріали, кліпати, графіки і діаграми, герби, кольорові підкладки, фони, тощо);

- інформаційний блок, що описує заявлену тему, продукцію, необхідну рекламну інформацію для повного уявлення про діяльність і можливості об'єктів, які рекламуються;

- необхідну візитну та контактну інформацію.

3 етап. Розробка дизайну, конструкції буклету.

1. Дизайн титульної сторінки буклету в найвигіднішому світлі представлять його тему.

2. Колірна схема і стилістика заливок та фонів для кожної сторони буклету (від 4 до 8 сторін).

3. Подача інформації більш структурованою для кожної сторони буклету згідно цілей рекламної інформації.

4. Візуальний ряд та його якісна подача, сегментація ефектів цього ряду для кожної сторони буклету.

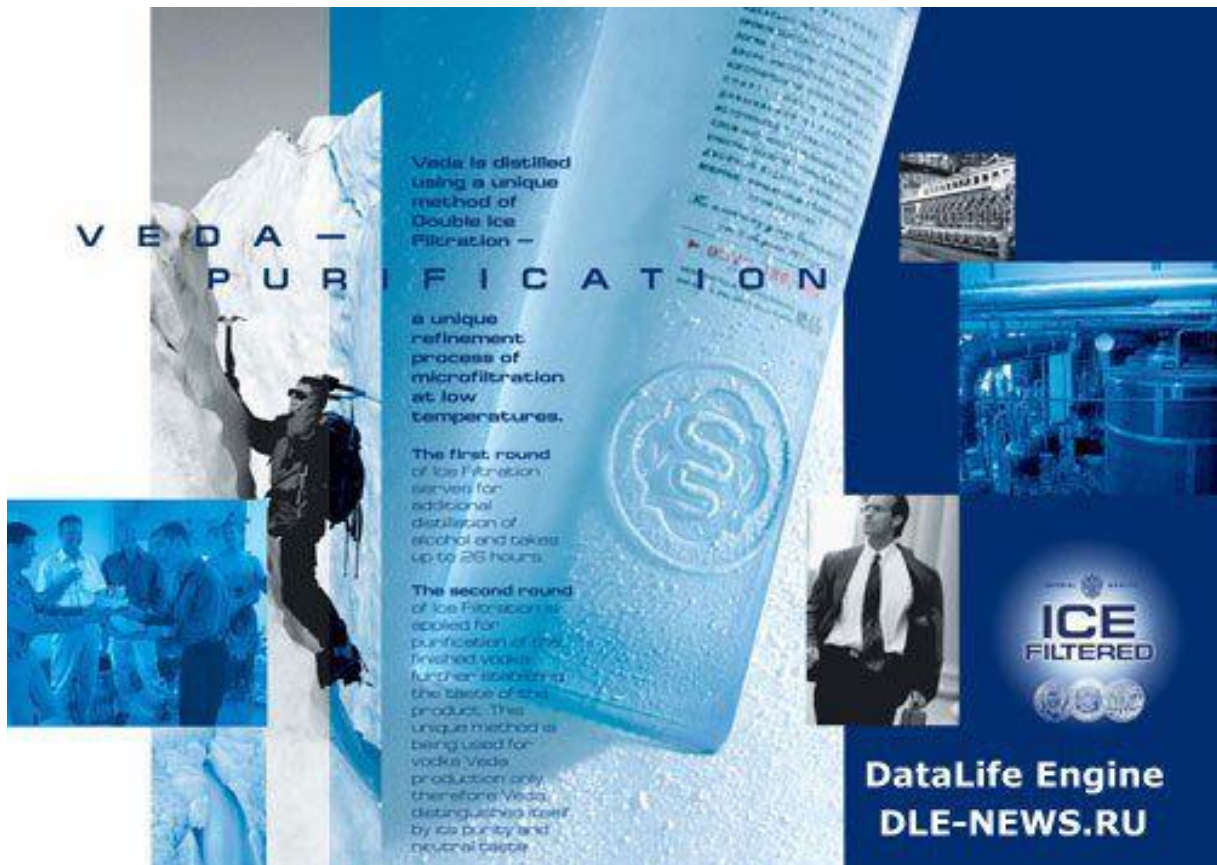


4 етап. Верстка буклетів починається після визначення оптимального співвідношення текстового й графічного наповнення на кожній стороні буклету. Щоб виділити себе серед конкурентів, потрібні нестандартні дизайнерські рішення. Вибір нестандартного шрифту для створення буклету, спеціальних способів обробки ефектних фото: суцільне й вибіркоче лакування фонів, фактурних шрифтів на буклетах.



5 етап. Сигнальний друк, тобто перший і другий друк. Буклет спочатку друкують для виправлення помилок та корекції. Вичитують і виправляють усі недоліки. Після доопрацювання і правок буклет друкують удруге.

6 етап. Тиражування буклету. Після доопрацювання і правок буклет можна надрукувати на фактурних, тонованих дизайнерських паперах форматом А 4. Створення буклетів здійснюється як малими, так і великими тиражами, адже вони передбачають безліч каналів поширення й велике охоплення вашої цільової аудиторії: на виставках, ярмарках, презентаціях, через торговельні й сервісні підприємства тощо.



Завдання: Скоригуйте зміст тексту, виправивши всі орфографічні й стилістичні помилки. Відретушуйте фотографії й зображення, що містяться в буклеті.

3.4. Методика роботи з інструментами Corel Draw

Щоб виконати кольоровий буклет, на вашому комп'ютері повинна бути встановлена програма для роботи з графікою (графічний редактор). Наприклад, Adobe Photoshop, Corel Draw або Paint Net.

1. Загальні відомості про Corel Draw.

Corel Draw – це векторний графічний редактор, розроблений канадською корпорацією Corel. Програма векторної графіки Corel Draw разом з програмою растрової графіки Corel Photo-paint і кількома додатковими програмами становить пакет графічних програм Corel Draw Graphic Suite. Corel Draw призначена для розробки макетів документів, у яких переважає графічна інформація з метою їх публікації в якості друкарської продукції і в електронному вигляді. Фактично, Corel Draw є

гібридом програми векторної графіки, видавничої програми (верстка друкованих документів), а також програми розробки електронних документів. Це дає основу розглядати Corel Draw як універсальну графіко-видавничу програму, яка не має в даний час аналогів на ринку прикладних програмних продуктів, призначених для розробки документів.

Corel Draw – це пакет прикладних програм ілюстративної графіки, призначений для професійної роботи, що має зручний інтерфейс. Основна програма пакету – Corel Draw – є програмою векторної графіки, яка володіє всіма необхідними засобами та інструментами для створення ілюстрацій, технічних діаграм, креслень, а також високоякісної картографічної продукції. Програмний пакет Corel Draw дає змогу:

- сканувати й обробляти растрове зображення;
- виконувати оформлення в режимі векторної графіки;
- здійснювати різні режими зафарбовування замкнутих областей (фонове оформлення);
- здійснювати шрифтове оформлення;
- виконувати контрольні чорно-білі та кольорові роздруківки шляхом виводу на друкуючі пристрої;

2. Інтерфейс програми. У цілому, зовнішній вигляд вікна редактора Corel Draw звичний для користувачів, які постійно працюють в операційних системах з графічним інтерфейсом: є в наявності рядок заголовка, головне меню, панелі інструментів, робоча область зі смугами прокрутки та рядок стану.

До складу головного меню програми Corel Draw входять:

- File (Файл) – меню, що містить команди для роботи з файлами зображень і документів;
- Edit (Правка) – набір команд редагування, вставки, імпорту зображень, об'єктів і т. ін.;
- View (Вигляд) – команди налаштування зовнішнього вигляду робочої області документа;
- Layout (Розміщення) – команди для роботи зі сторінками документа;
- Arrange (Компонувати) – меню, що містить команди для обробки векторних об'єктів;
- Effects (Ефекти) – команди для створення ефектів зображень;

- Bitmaps (Бітові зображення) – команди обробки растрових зображень;
- Text (Текст) – обробка текстової інформації;
- Tools (Сервіс) – всілякі налаштування і додатковий інструментарій програми;
- Window (Вікно) – команди для роботи з вікнами документів і відображення докерів, колірних палітр і панелей інструментів Toolbars;
- Help (Допомога) – доступ до довідкової інформації.

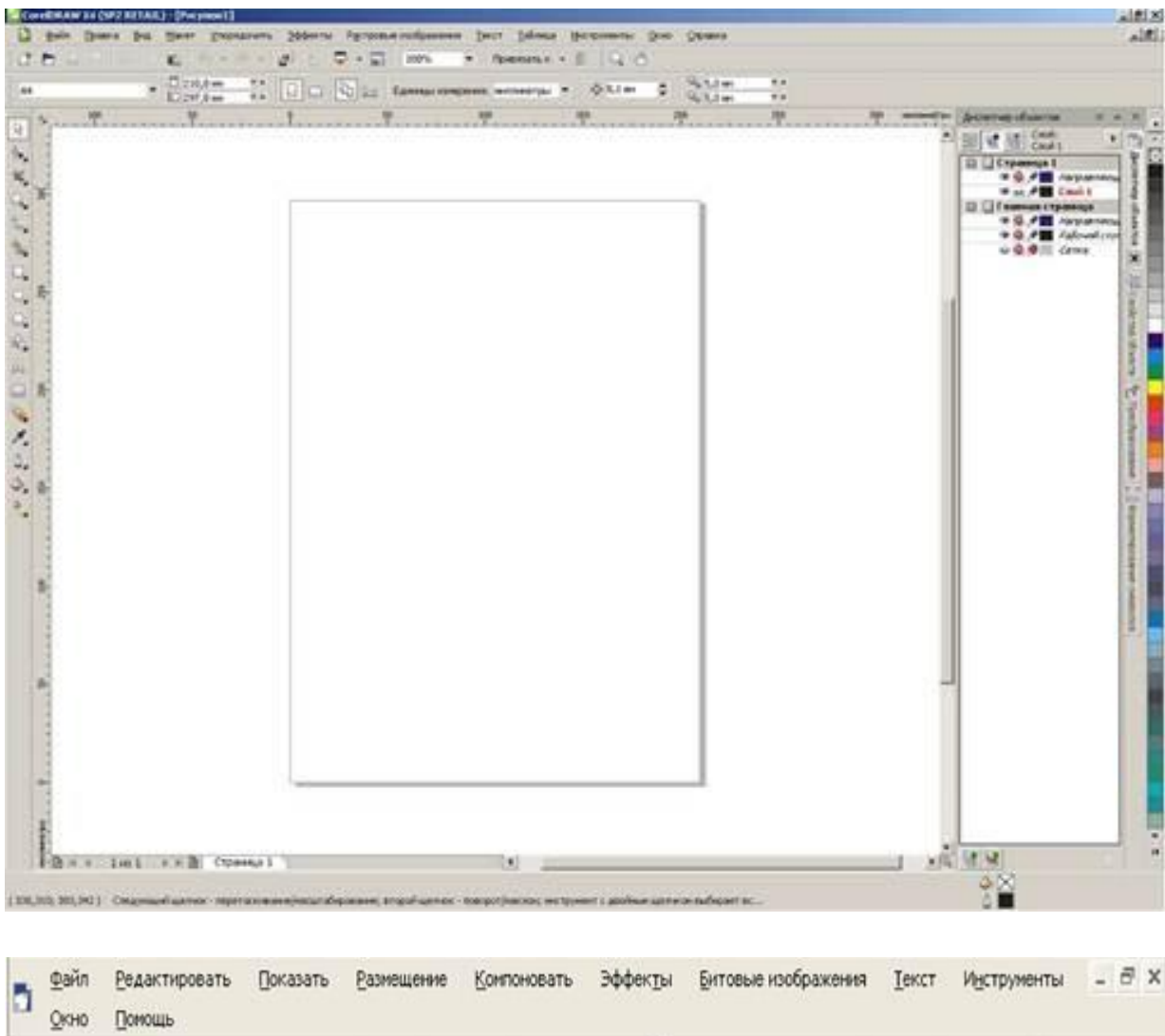


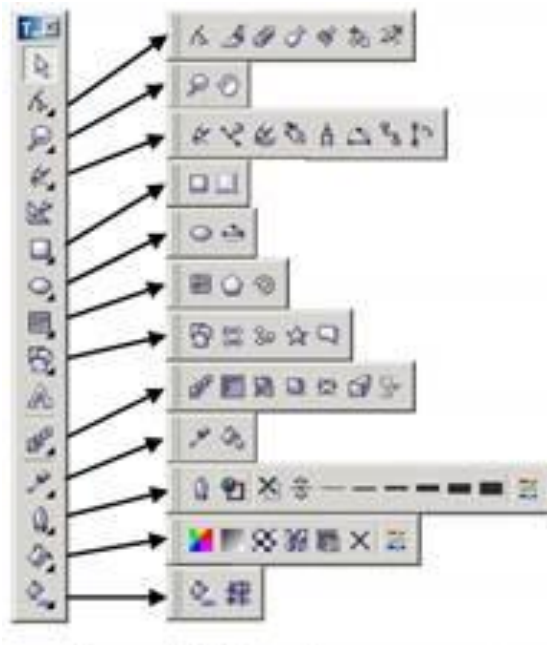
Рис. 5. Інтерфейс програми Corel Draw.

Під головним меню розташовується стандартна панель інструментів, де знаходяться кнопки найбільш часто виконуваних

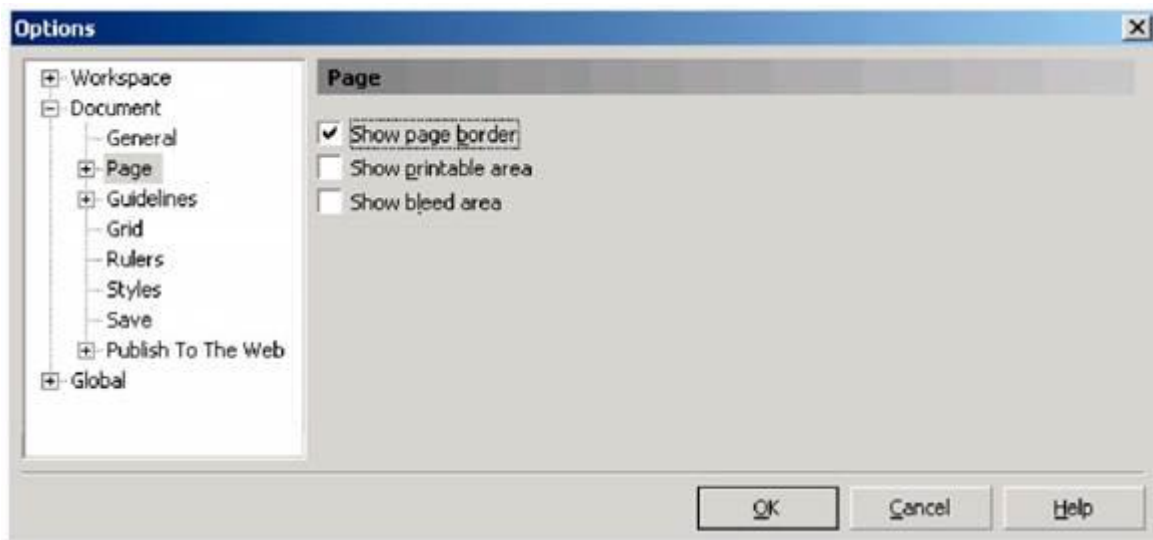
команд: відкриття, збереження файлів, операції з буфером обміну, режим і масштаби перегляду ілюстрацій, скасування помилкових дій і т. ін.



Уздовж лівої сторони вікна розташована панель інструментів, що застосовуються при роботі в програмі клацання по трикутному маркеру в правому нижньому кутку більшості кнопок робочого інструментарію для розкриття спливаючих панелей.



3. Панелі властивостей. Уточнити опції будь-якого об'єкта можна на панелі властивостей, де автоматично відображається при його активізації та містить налаштування, притаманні саме вибраному об'єкту і відображають його поточний стан. За відсутності панелі властивостей на екрані, вона викликається з контекстного меню панелі інструментів вибором пункту ✓ Property Bar.



При запуску Corel Draw користувач стикається, насамперед, із властивостями сторінки, що дозволяють встановити:

- формат сторінки (А 4 за замовчуванням);
- розмір паперу;
- орієнтацію паперу (Portrait – книжкова. Landscape – альбомна);
- одиниці виміру (millimeters, centimeters та ін. – всього більше 15);
- мінімальний крок переміщення по сторінці;
- поточну позицію;
- опції ліній сітки;
- виклик вікна налаштування параметрів документа, у якому також можна уточнити властивості сторінки.

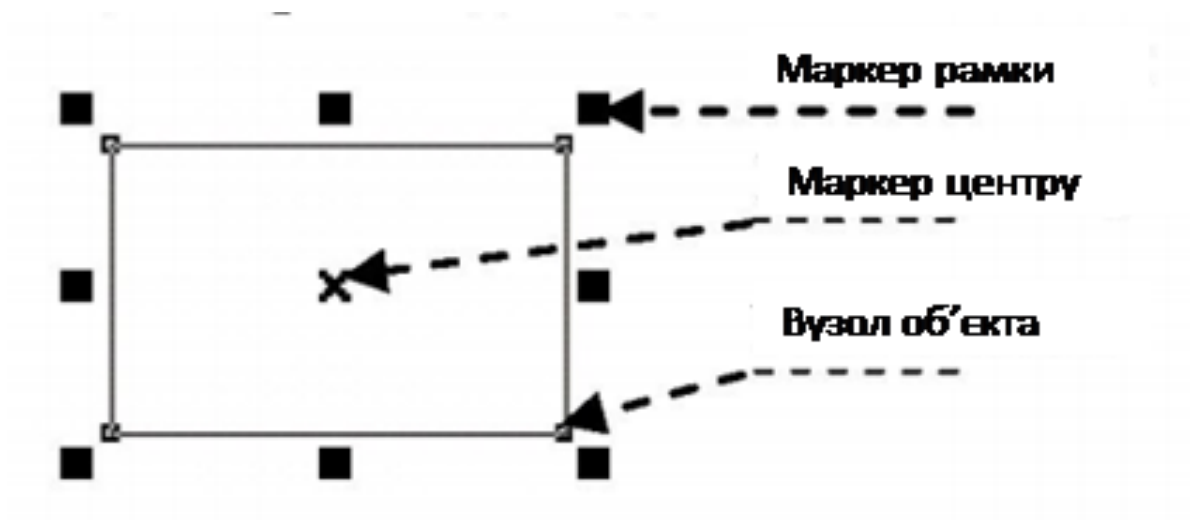
Виконати більшість налаштувань робочого простору та документа можна у вікні загальних властивостей Options, що викликається з головного меню Tools / Options (Сервіс / Параметри) або клацанням на кнопці яка присутня на деяких панелях властивостей.

4. Робота з об'єктами в Corel Draw. Створення, редагування, логічні операції.

Побудова прямокутників та їх похідних. До класу прямокутників в Corel Draw відносяться квадрати, ромби, паралелограми. Ці ж фігури із закругленими кутами, іноді навіть кола, якщо тільки для їх побудови використовувався інструмент «прямокутник» – Rectangle Tool (F 6) панелі робочого

інструментарію Toolbox. Інформація про те, чи належить виділений об'єкт до класу прямокутників, відображається в рядку стану, а саме: Rectangle on Layer 1 (Прямокутник на шарі 1).

Для побудови прямокутника виконують такі дії: вибирають інструмент Rectangle Tool (F 6) однойменної спливаючої панелі. Показчик миші при цьому перетвориться в маленький прямокутник з перехрестям. Простягають по робочій сторінці показником миші при натиснутій лівій клавіші. При цьому фіксується місце розташування вершини, із якої почалося побудова, і прямокутник малюється по діагоналі, а поточні значення його ширини і висоти відображаються у рядку стану. Коли попередні контури зображуваного об'єкта підійдуть користувачеві, то клавішу миші можна відпустити. Прямокутник буде виділений маркерами, що дозволяють проводити подальші зміни.



Окрім маркерів рамки виділення, показаних на рисунку при наведенні показника миші на активний прямокутник спливаючими підказками синього кольору супроводжуються його кути, сторони й середини сторін. Щоб побудувати прямокутник від центру, виконують описані вище дії, утримуючи клавішу Shift. Це буває корисно, якщо спочатку відоме розташування точки перетину діагоналей.

Використання інструменту Rectangle Tool (F 6), утримуючи клавішу Ctrl призведе до побудови квадрата за рахунок фіксації однакових значень ширини і висоти з наступним збереженням

пропорцій, а при натиснутій комбінації клавіш Ctrl+Shift квадрат зобразиться від центру.

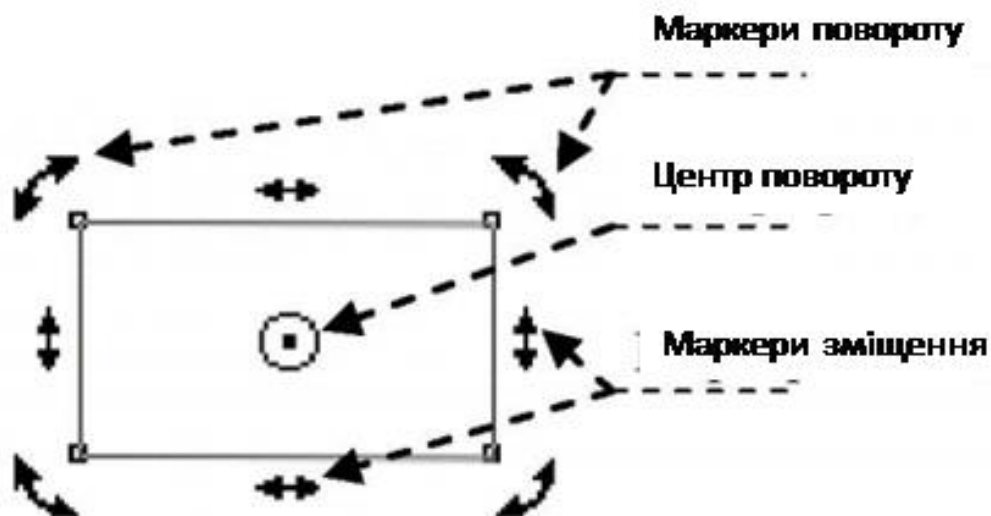
Побудувати прямокутник по трьох точках можна за допомогою інструменту 3 Point Rectangle Tool, розташованого на панелі прямокутників у наступному порядку:

1) вибирається команда 3-точковий прямокутник;
2) натискається ліва клавіша миші у тій точці робочої області, яка стане вершиною прямокутника, і покажчик миші простягається, зображуючи пряму лінію: як тільки клавіша буде відпущена, фіксується перша сторона прямокутника.

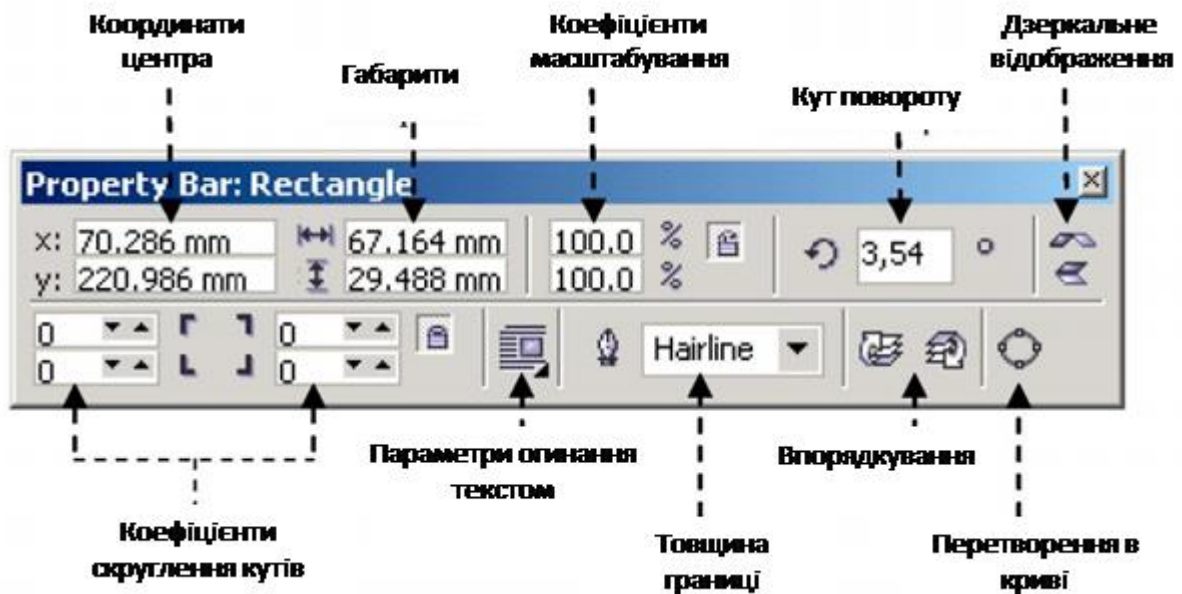
3) далі покажчик миші можна переміщати до тих пір, поки прямокутник не набуде необхідні габарити: клацання лівою клавішею в третій вершині прямокутника (у третій точці) завершить побудову.

Використання інструменту 3 Point Rectangle Tool в сукупності з клавішею Shift дозволить побудувати прямокутник, рунтуючись на середній лінії, у сукупності з клавішею Ctrl – квадрат по одній із сторін, а з Shift і Ctrl одночасно – квадрат по половині середньої лінії.

Виділений прямокутник можна повернути або перетворити в паралелограм. Для цього необхідно вибрати інструмент Pick Tool (Покажчик) і клацнути мишею на виділеному прямокутнику. Рамка виділення зміниться, роблячи можливим поворот або скошування об'єкта.

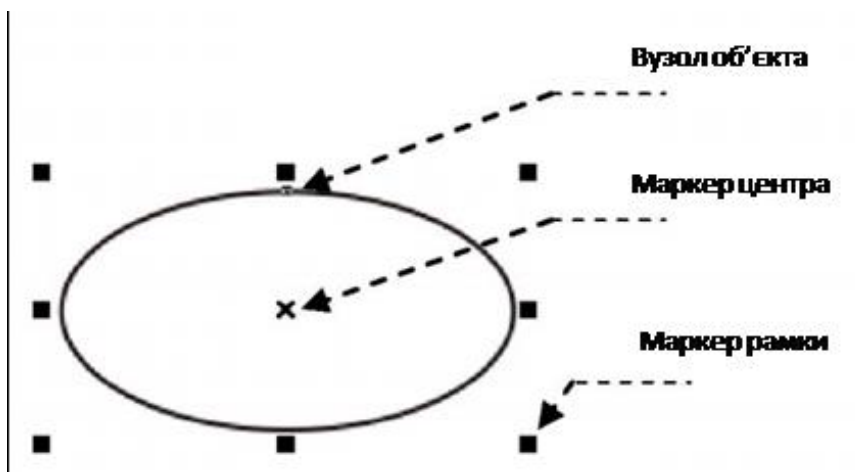


Властивості прямокутника і його розташування на сторінці можна змінювати, користуючись панеллю Property Bar: Rectangle (Властивості прямокутника).



Побудова кіл та еліпсів. До класу еліпсів в Corel Draw відносяться також кола, сектори і дуги еліпсів, які зображаються з використанням спливаючої панелі Flyout Ellipse Tool. Про приналежність виділеного об'єкта до класу еліпсів можна судити за повідомленням Ellipse on Layer 1 (Еліпс по шару 1) у рядку стану.

Габарити еліпсів та їх модифікацій визначаються в за розмірами рамки виділення, що представляє собою прямокутник. Еліпси мають тільки один вузол.



Для побудови еліпса, починаючи від певної точки, яка належить габаритній рамці еліпса, вибирають інструмент Ellipse Tool (F7) спливаючій панелі Flyout Ellipse Tool. Показчик миші при цьому набуває вигляду маленького еліпса з перехрестям.

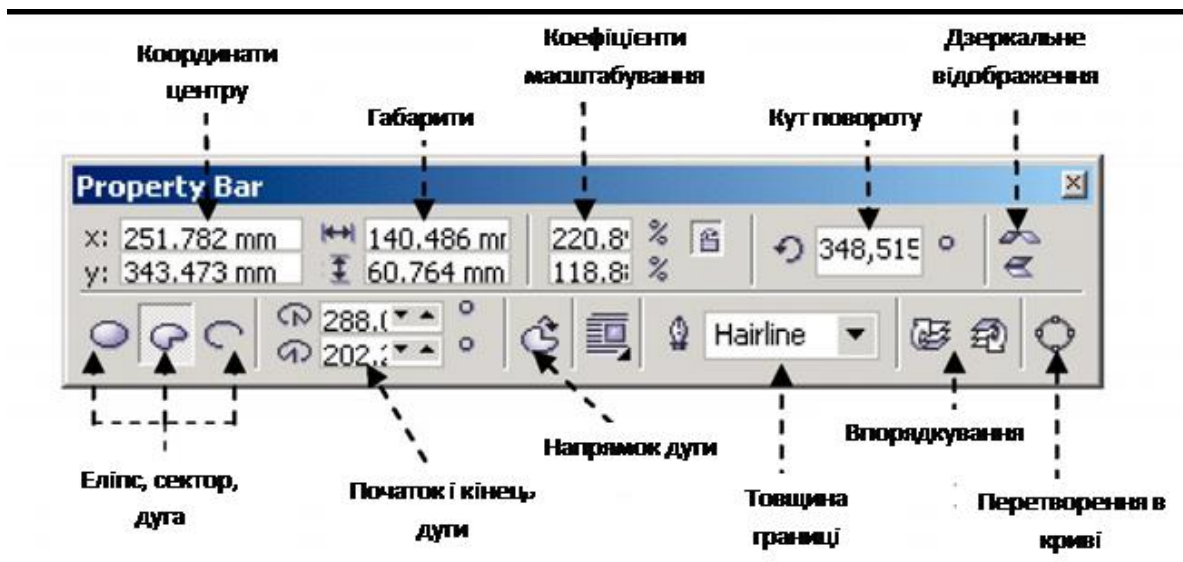
Для побудови еліпса від діаметра використовують інструмент 3 Point Ellipse Tool (Еліпс по 3 точках).

За аналогією з прямокутниками, використання при побудові еліпса клавіш-модифікаторів Shift, Ctrl і їх комбінації допоможе зобразити:

- еліпс від центру Shift і;
- коло з обраної точки габаритної рамки Ctrl і;
- коло від центру Ctrl Shift і;
- еліпс по радіусу Shift і;
- коло по діаметру Ctrl і;
- коло по радіусу Ctrl Shift і.

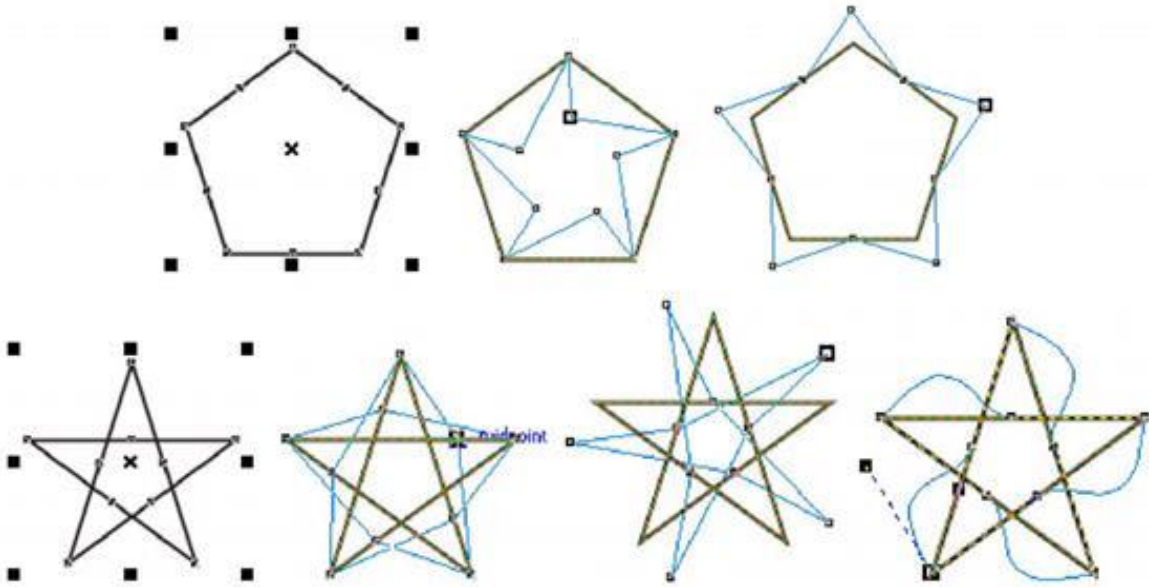
Клацання мишею по виділеному еліпсу переведе його рамку в режим повороту/зсуву, що дозволяє повернути еліпс або витягнути його.

Сектор (Pie) і дугу (Arc) можна побудувати, змінюючи на панелі властивості об'єктів класу еліпс певні опції.



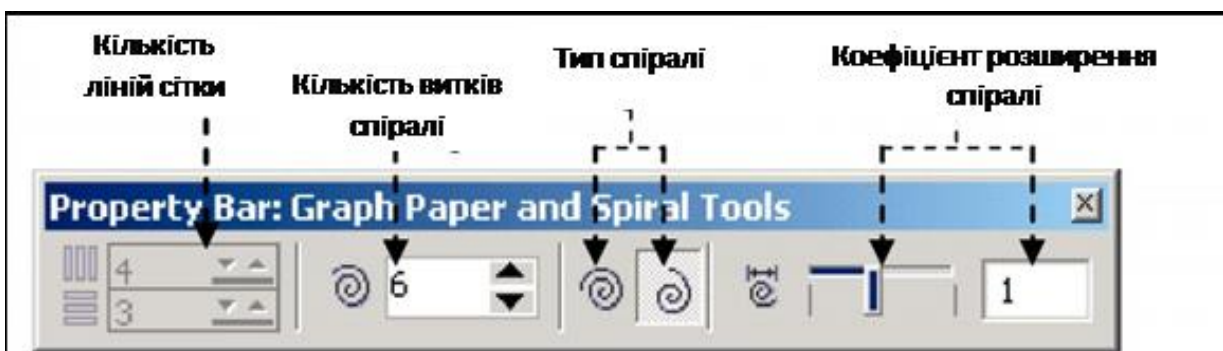
Крім прямокутників і еліпсів до примітивів Corel Draw відносять багатокутники й зірки з набору панелі, куди входять також сітки і спіралі. Піктограма на кнопці інструментарію, що розкриває цю панель, визначається тим інструментом, який

використовувався останнім. Прийоми побудови згаданих геометричних об'єктів аналогічні описаним вище, зокрема, це відноситься до використання клавіш-модифікаторів Shift і Ctrl.



Сітки й спіралі розташовані на одній панелі інструментів з багатокутниками не є, взагалі кажучи, графічними примітивами в розглянутому раніше сенсі. Сітка являє собою групу з кількох об'єктів, наприклад, Group of 12 Objects on Layer 1 (група з 12 об'єктів па шарі 1). Спіраль – це крива, тому при її виділенні в рядку стану з'явиться повідомлення Curve on Layer 1 (крива на шарі 1).

Порядок побудови сіток і спіралей такий: клацанням миші вибрати необхідний інструмент Graph Paper Tool (D) або Spiral Tool (A); встановити на панелі властивостей для сіток і спіралей необхідні параметри; виконати побудову.



Змінити опції вже зображеної сітки або спіралі неможливо. Це не відноситься до масштабування, ротації і зміни форми.

Логічні операції над об'єктами. Об'єднання і формування об'єктів – це операції щодо створення деякого векторного об'єкта на базі виділених в документі об'єктів внаслідок їх певної взаємодії. Розрізняють такі операції об'єднання:

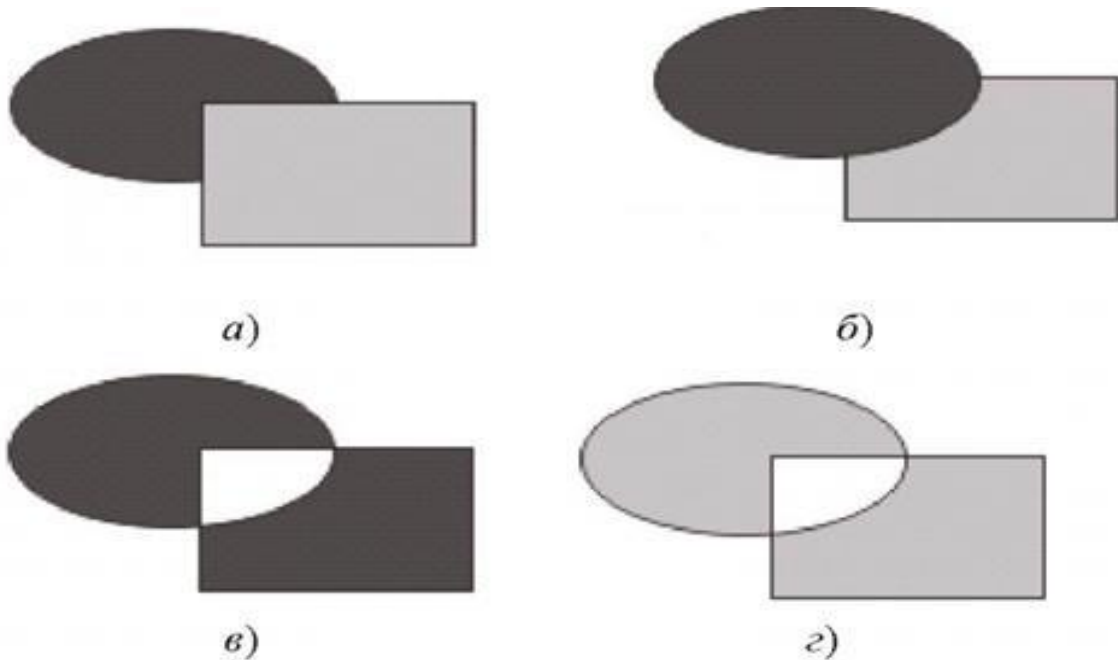
- групування (group);
- комбінування (combine);
- злиття (weld);
- обрізка (trim);
- перетин (intersect) ;
- спрощення (simplify);
- передній мінус задній (front minus back);
- задній мінус передній (back minus front).

Групування являє собою таке об'єднання об'єктів, при якому фіксується їх взаємне розташування, з'являється загальна габаритна рамка, а перетворення переміщення, поворот, зсув тощо виконуються для всієї групи одночасно. Об'єкти групуються командою Arrange/Group (Компонувати/Група) або комбінацією клавіш Ctrl + G, результат групування – група об'єктів (наприклад, Group on Layer 1).

Команда Ungroup (Ctrl + U) (Розгрупувати) головного меню Arrange (Компонувати) використовується для виконання зворотної дії. Якщо при створенні групи використовувалися групові об'єкти, то зазначена команда розіб'є групу на підгрупи.

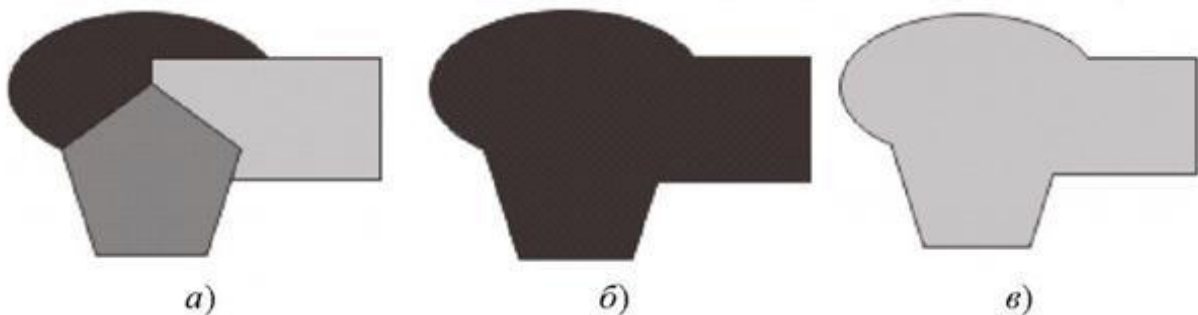
Команда Ungroup All (Розгрупувати все) відрізняється від попередньої тим, що в результаті її виконання отримуємо вихідні елементарні об'єкти.

Комбінування – об'єднання об'єктів, при якому області перекриття парної кількості об'єктів стають прозорими, а заливка результуючого об'єкту співпадає із заливкою нижнього з вихідних об'єктів. Комбінування виконується командою Arrange/Combine (Компонувати/Комбінувати) або комбінацією клавіш Ctrl + L. В результаті комбінування отримується крива, що складається з вузлів і сегментів, що підлягають редагуванню, а в рядку стану з'явиться повідомлення Curve on Layer 1 (Крива на шарі 1).

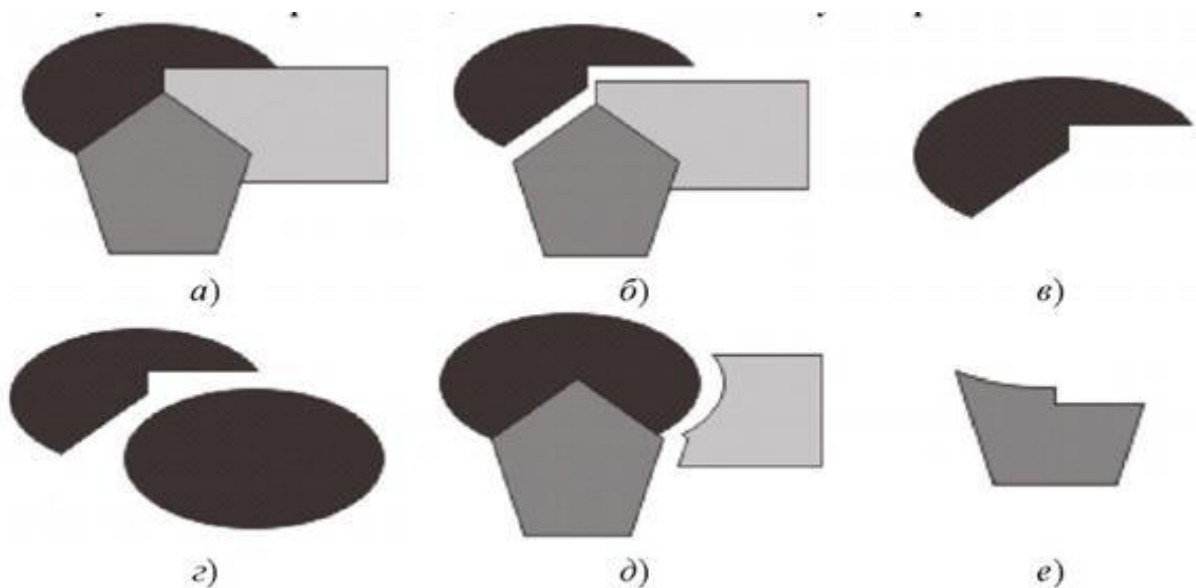


Операцією, зворотною комбінуванню, можна вважати роз'єднання (Break Apart, Ctrl+K), призначене для розбиття об'єктів довільного типу на кілька складових об'єктів. Для того, щоб ця операція стала можливою, вихідний об'єкт має складатися з об'єктів різнорідної структури, або відокремлених один від одного областями розриву, або бути сформованим командою Combine (Комбінувати).

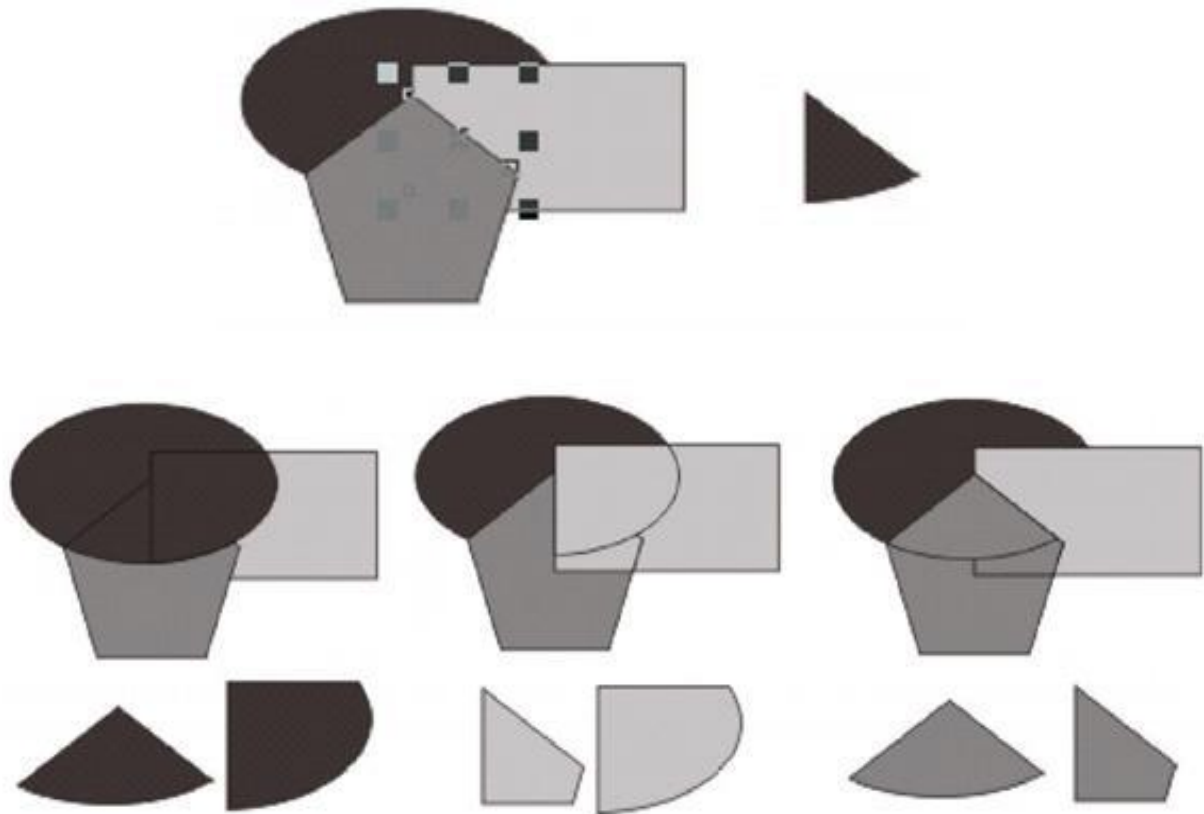
В результаті злиття (weld) виходить об'єкт curve (Крива), область якого збігається з областями всіх вихідних об'єктів. Заливка результуючого об'єкту передається йому від нижнього, або цільового об'єкта. Злиття виділених об'єктів виконують командою Arrange / Shaping / Weld (Компонувати / Формування / Спаяти). Для розширення можливостей злиття використовують докер Shaping.



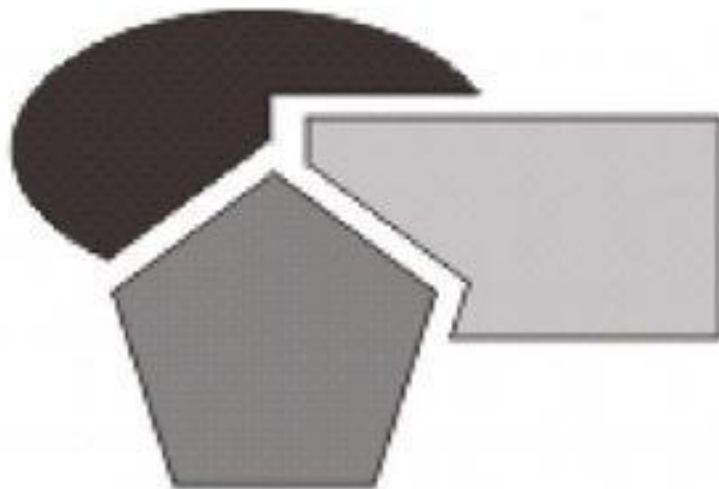
Обрізка (trim – це операція обробки об'єктів, що перекривають один одного, у результаті якої змінюється тільки цільовий об'єкт, із якого видаляються всі області перекриття з іншими об'єктами. Обрізка виконується командою *Arrange / Shaping / Trim* (Компонувати / Формування / Обрізка), при цьому в якості цільового об'єкта використовується нижній. Результатом обрізки найчастіше є замкнута крива. При виконанні обрізки є можливість залишати оригінали вихідних об'єктів. Наприклад, рис. г ілюструє обрізку овалу, при якій залишений цільовий об'єкт (встановлений прапорець у рядку *Target Object(s)*).



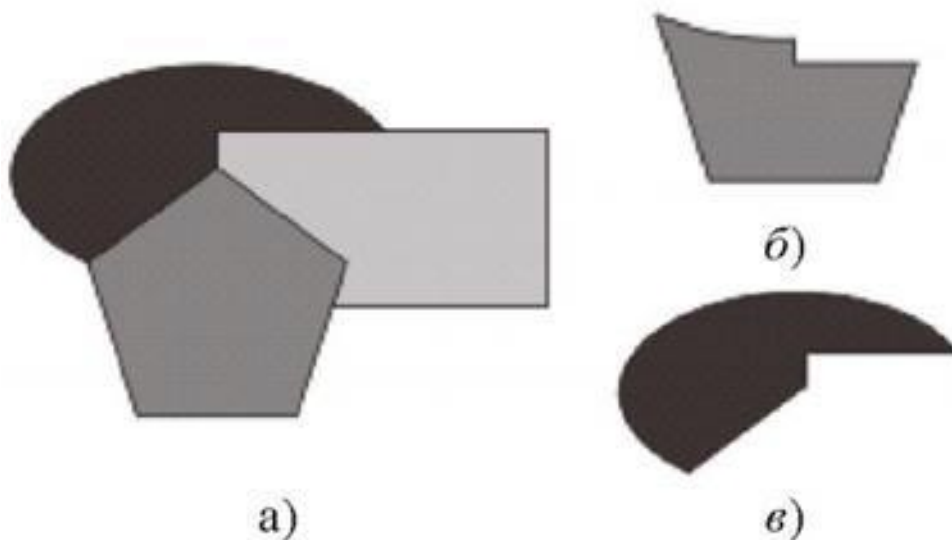
Операція перетин (*intersect*) виконується для виділених об'єктів двома описаними вище способами, але з різними результуючими об'єктами. При використанні команди *Arrange / Shaping / Intersect* (Компонувати / Формування / Перетин) утворюється новий об'єкт, область якого збігається з областю нижнього об'єкта, перекритою усіма іншими об'єктами, а вихідні об'єкти залишаються на колишніх місцях. Використання докера *Shaping* в режимі *Intersect* (Перетин) створює об'єкти, що представляють собою частини вихідних об'єктів, перекритих цільовим, дозволяючи при цьому видалити або залишити вихідні об'єкти.



Після спрощення (simplify) з областей виділених об'єктів видаляються частини, невидимі на екрані через перекриття їх іншими об'єктами. Спрощення з однаковим результатом можна виконати командою *Arrange / Shaping / Simplify* (Компонувати / Формування / Спростити) або натисканням на кнопку *Apply* (Застосувати) докера *Shaping* при виборі режиму спрощення.



Ще дві операції формування об'єктів передній мінус задній (front minus back) і задній мінус передній (back minus front) виконуються однойменними командами списку Shaping (Формування) меню Arrange (Компонувати) або з докера Shaping натисканням на кнопку Apply (Застосувати).



Робота з кольором. Заливки. Перспектива, тіні, екструзія. Створення перспективи.

1. Ви можете створити перспективні види за допомогою команди меню Effects ♦ Add Perspective (Ефекти ♦ Додати перспективу).

2. За допомогою інструменту Pick Tool (Вибір) виділіть об'єкт або групу об'єктів.

3. Виберіть команду меню Effects ♦ Add Perspective (Ефекти ♦ Додати перспективу). Навколо виділеного об'єкта або об'єктів з'явиться штрихова обмежувальна рамка з чотирма маркерами, а покажчик миші прийме вигляд. Установіть покажчик миші на одному з маркерів.

4. Натиснувши і утримуючи кнопку миші, переміщайте покажчик і спостерігайте, як змінюється форма об'єкту. Відпустіть кнопку миші, коли досягнете підходящої форми.

5. Якщо при переміщенні маркерів використовувати клавішу CTRL, рух буде обмежено по горизонталі або вертикалі. Якщо при переміщенні маркера утримувати натиснутим

поєднання клавіш CTRL + SHIFT, суміжний маркер буде переміщатися на ту ж відстань, але в протилежному напрямку.

6. Команда меню Effects ♦ Copy Effect ♦ Perspective From (Ефекти ♦ Копіювати ефект ♦ Перспективу) дозволяє копіювати перспективу одного об'єкта (джерела) на інший (цільовий)

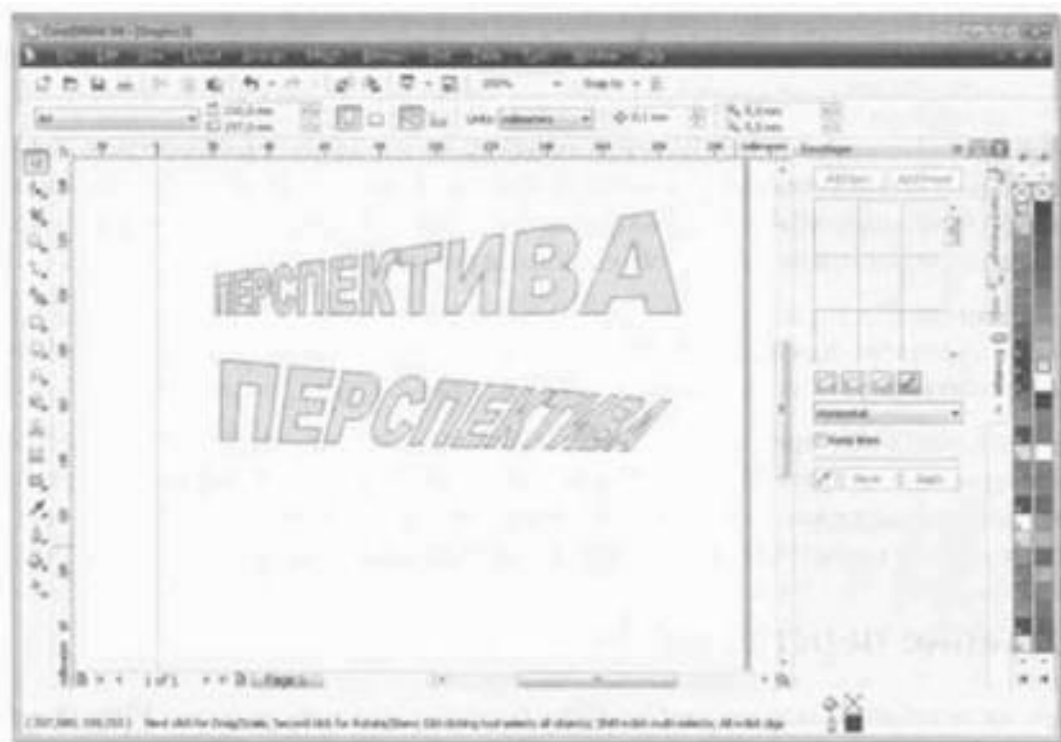
7. За допомогою інструменту Pick Tool (Вибір) виділіть об'єкт, на який ви хочете скопіювати перспективу (цільовий об'єкт)

8. Виберіть команду меню Effects ♦ Copy Effect ♦ Perspective From (Ефекти ♦ Копіювати ефект ♦ Перспективу).

9. Клацніть мишею на об'єкті, із якого ви хочете скопіювати перспективу. До цільового об'єкта буде додана скопійована перспектива.

10. Щоб видалити перспективу об'єкта, тобто відновити його первинну форму, виконайте такі дії:

- виділіть об'єкт, до якого застосовувалася перспектива;
- виберіть команду меню Effects ♦ Clear Perspective (Ефекти ♦ Видалити перспективу), перспектива буде видалена;
- Багаторазове використання команди Effects ♦ Clear Perspective (Ефекти ♦ Видалити перспективу) послідовно скасовує всі раніше застосовані до об'єкта перспективи.



Створення градієнтної заливки.

Щоб створити градієнтні заливки з використанням діалогу Fountain Fill (Градiєнтна заливка), виконайте такі дії.

1. За допомогою інструменту Pick Tool (Вибір) виділіть об'єкт, який хочете заповнити заливкою.

2. Натисніть і утримуйте кнопку Fill (Заливка) на панелі інструментів до появи меню кнопки.

3. У меню оберіть команду Fountain Fill (Градiєнтна заливка) і на екрані з'явиться однойменний діалог.

4. У діалозі налаштуйте параметри градієнтної заливки (будуть описані нижче), після чого закрийте діалог кнопкою ОК і градієнтна заливка буде застосована до виділеного об'єкту.

5. Діалог Fountain Fill (Градiєнтна заливка) містить наступні елементи управління для створення градієнтних заливок: Color blend (Колірний перехід) – ця група елементів управління призначена для визначення кольорів градієнтної заливки, а за замовчуванням вибраний режим Two color (Два кольори) дасть змогу визначити початковий і кінцевий кольори.

6. Для вибору початкового кольору градієнта слід виконати наступні дії: у списку Type (Тип) виберіть тип градієнта, у списку From (Від) виберіть початковий колір градієнта; якщо представленої палітри недостатньо, слід натиснути кнопку Other (Інший), яка також з'являється при відкритті даного списку, і вибрати будь-який інший відтінок; у списку виберіть кінцевий колір градієнта, вид градієнта відобразиться на зразку у правій верхній частині діалогу.

7. Повзунковим регулятором Mid-point (Середня точка) встановіть зміщення градієнта. Коли ви переміщуєте даний повзунковий регулятор, ви змінюєте позицію, де кольори переходять один в одного. Іншими словами, цим повзунковим регулятором встановлюється переважання того або іншого кольору в градієнті.

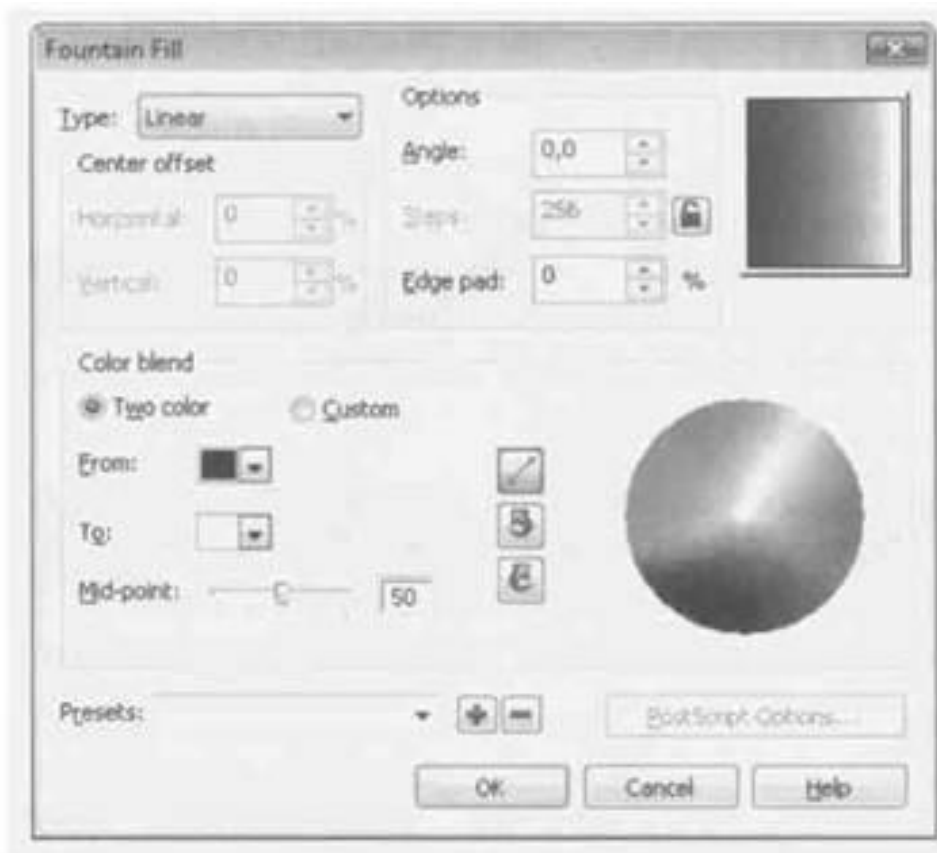
8. У полі з лічильником Angle (Кут) вкажіть кут градієнта. Для радіальних градієнтів дане поле не активне.

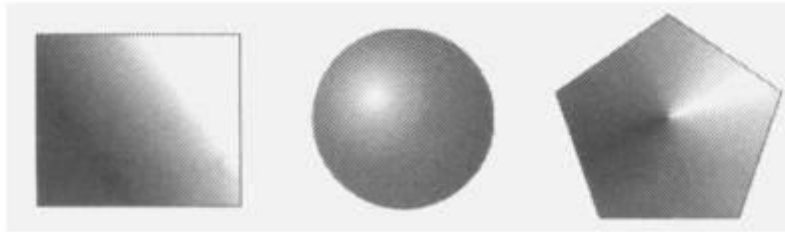
9. У полі Edge rad (Зрушення краю) вкажіть ступінь різкості переходу кольорів. Якщо збільшувати значення в даному полі, то по краях градієнта кольори будуть залишатися практично незмінними, а перехід кольорів відбуватиметься на обмеженому відрізку, тобто буде менше плавним.

10. Створений градієнт можна зберегти як власний шаблон, щоб використовувати його надалі. Для цього треба виконати наступні дії: у полі Presets (Заготовки) вкажіть ім'я створеного градієнта; натисніть кнопку праворуч від поля Presets (Заготовки) і заготовка буде збережена.

11. Щоб завантажити раніше створений градієнт, треба просто вибрати ім'я цього градієнта в списку Presets (Заготовки). Зверніть увагу, що в даному списку міститься велика кількість імен вже готових градієнтів. Якщо потрібно видалити градієнт зі списку, треба вибрати його ім'я в списку Presets (Заготовки), а потім натиснути кнопку.

12. При створенні радіальних, конічних і квадратних градієнтів стають активними поля групи Center Offset (Зсув центру). У цих полях вказується зміщення центру градієнта по горизонталі і вертикалі відносно центральної точки об'єкта у відсотках. Зазвичай, центр градієнта знаходиться в центрі об'єкта.





Створення ефекту тіні.

1. Виберіть на панелі інструмент Interactive Drop Shadow (Інтерактивна тінь).

2. Виберіть тип перспективи для побудови тіні, установивши покажчик інструменту на наступну точку об'єкту:

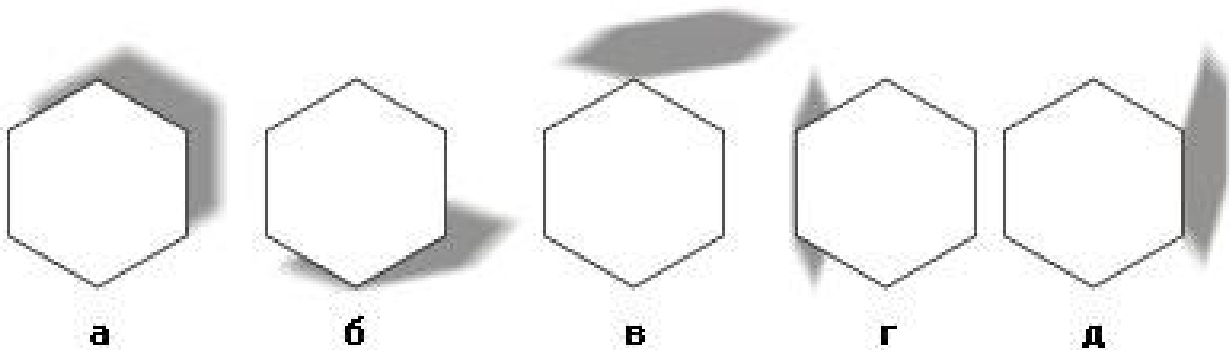
– у середину рамки виділення оберіть тип перспективи Flat (Плоска);

– на нижній середній маркер рамки виділення оберіть тип перспективи Bottom (Знизу);

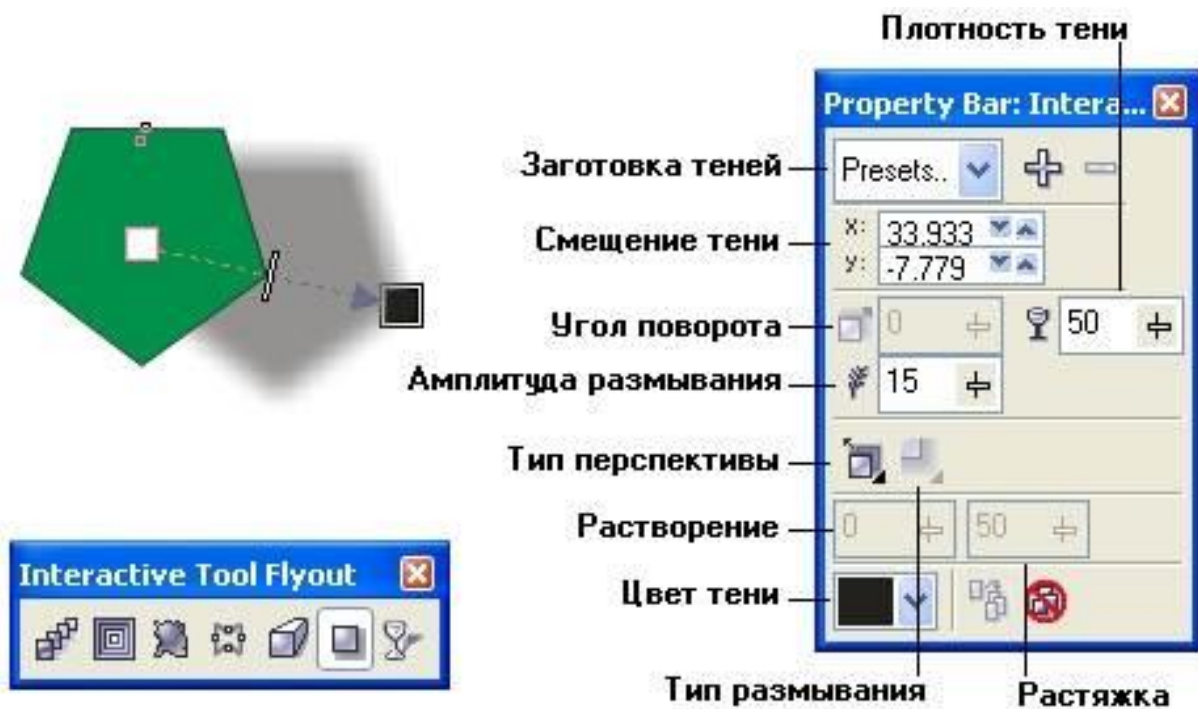
– на верхній середній маркер рамки виділення оберіть тип перспективи Top (Зверху);

– на лівий середній маркер рамки виділення оберіть тип перспективи Left (Зліва);

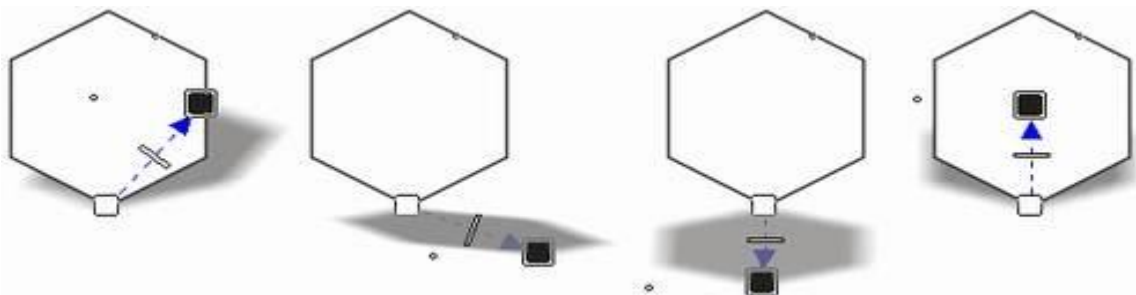
– на правий середній маркер рамки виділення, оберіть тип перспективи Right (Праворуч).



3. Натиснувши кнопку миші, перетягніть її покажчик у напрямку поширення уявних світлових променів, що формують тінь від об'єкта. Якщо керуючий об'єкт тіні не має заливки, побудовану тінь буде неможливо побачити. Після того як тінь побудована або після виділення керуючого об'єкта інструментом Interactive Drop Shadow (Інтерактивна тінь) стане видно керуючу схему ефекту.



Центр ефекту позначається білим квадратом. Його перетягування дозволяє змінювати тип перспективи тіні. На протилежному від центру кінці осі керуючої схеми розташований квадрат із кольоровою заливкою. Перетягуючи на цей квадрат зразки кольору з екранної палітри, можна змінювати колір тіні. Перетягуючи сам квадрат, можна змінювати положення найбільш віддаленої від центру точки тіні. Для всіх типів перспективи тіні, окрім Flat (Плоска), того ж ефекту можна домогтися, змінюючи значення лічильника Drop Shadow Anchaptere (Кут повороту) на панелі атрибутів. Для типу перспективи Flat (Плоска) становище квадрата керуючої схеми із заливкою визначається значеннями пари лічильників зміщення тіні.



Положення повзунка на лінії керуючої схеми визначає щільність тіні. Ця характеристика вимірюється у відсотках і за

замовчуванням дорівнює 50 %. Справа в тому, що фактичний колір тіні не збігається з тим кольором, зразок якого перетягується на квадрат керуючої схеми із заливкою – у загальному випадку береться його відтінок. Чим далі повзунок від центру ефекту, тим вище насиченість відтінку і тим щільніше тінь.

Створення, форматування та редагування фігурного тексту. Введення, редагування та форматування фігурного тексту.

1. Почніть із створення нового документа Corel Draw. Виберіть у наборі інструмент Text (Текст) і клацніть мишею в лівому верхньому кутку сторінки. У місці клацання з'явиться вертикальна риска – текстовий курсор. На панелі атрибутів виберіть гарнітуру, що містить символи кирилиці (наприклад, Arial), встановіть кегль 48 і введіть з клавіатури текст, розділяючи рядки натисканням клавіші Enter.

2. На панелі атрибутів клацніть на кнопці режиму відображення недрукованих символів і зверніть увагу на те, що замість пробілів виводяться маленькі кружечки на середині висоти рядка, а на кінцях рядків з'явилися символи кінця абзацу. Перетягнувши по другому рядку покажчик інструменту Text (Текст), виділіть всі його символи, окрім двокрапки, скопіюйте виділений текст в буфер обміну, потім клацанням миші встановіть текстовий курсор у кінець останнього рядка. Для переходу на новий рядок натисніть клавішу Enter, а потім вставте вміст буфера обміну. Як бачите, операції введення і копіювання тексту не відрізняються від застосовуються при роботі з текстовим процесором.

3. Тепер вставимо в текст спеціальний символ. Установіть текстовий курсор у точку, де має з'явитися символ, і відкрийте діалогове вікно Insert Character (Вставка символу) командою Text> Insert Character (Текст> Вставити символу). У списку, діалогового вікна виберіть назву гарнітури – Webdings, а в розташованій нижче палітрі знайдіть зображення потрібного символу – в даному випадку, кішки. Вставте це зображення мишею в межі прямокутної рамки виділення, навколишнього блок фігурного тексту. Після відпускання кнопки миші кішка займе своє місце в тексті. Щоб чорна заливка зображення не

дисонували із текстом, виділіть вставлений символ і клацніть мишею на зразку екранної палітри з сірим кольором.

▪ Был у кошки 🐾 сын приёмный -
 ▪ Не котёнок, а щенок, 🐶
 ▪ Очень милый, очень скромный,
 ▪ Очень ласковый сынок... ▪

4. Так само вставте в кінець наступного рядка зображення собаки, виділіть його і клацніть на сірому зразку екранної палітри – собака стане сіра.

5. Перейдіть у вікно редагування тексту клацанням на відповідній кнопці панелі атрибутів. Вибравши команду Options> Replace Text (Установки> Замінити текст), відкрийте діалогове вікно контекстної заміни й замініть всі слова «дуже» словом «просто», увівши відповідні значення в поля діалогового вікна і клацнувши на кнопці Replace All (Замінити все).

6. Виділяючи окремі, довільно вибрані частини інструментом Text (Текст), змініть їх кеглі та гарнітури. Перевірте, який на фігурний текст вплив мають кнопки режимів вирівнювання. Скористайтеся діалоговим вікном форматування для установки значення міжрядкового інтервалу рівним 120 % від кегля.

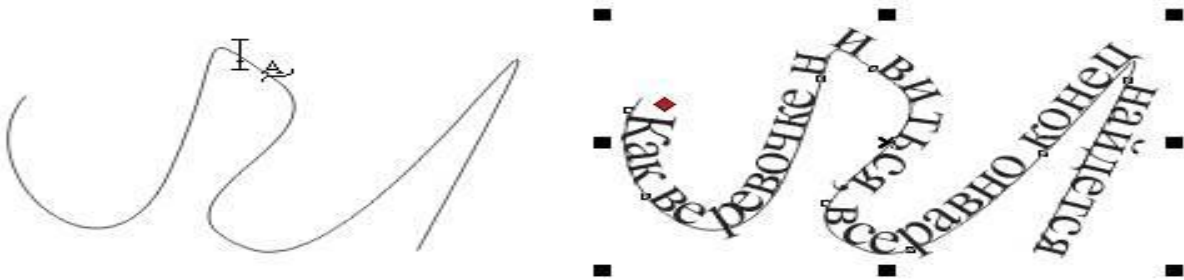
7. Роз'єднайте блок фігурного тексту. Зверніть увагу на розташування маркерів рамки виділення (вони розташовуються по краях блоку фігурного тексту) і на текст у рядку стану. Виберіть команду Arrange> Break Apart (Вирівнювання> Розбити текст). Тепер маркери рамки виділення охоплюють тільки перший рядок колишнього блоку фігурного тексту. Повторіть операцію роз'єднання ще двічі, розбиваючи рядок на слова, а потім – слово на окремі символи. При цьому кожен раз в результаті роз'єднання виходять блоки фігурного тексту.

Розміщення тексту вздовж розімкнутої кривої і його відділення від траєкторії.

Щоб розмістити текст вздовж розімкненої кривої, знову вводиться з клавіатури текст на заздалегідь побудованій траєкторії. Для цього слід виконати наступні кроки.

1. Виділіть майбутню траєкторію інструментом Pick (Вибір).
2. Виберіть команду Text> Fit Text To Path (Текст> Текст уздовж кривої).
3. Введіть текст із клавіатури.

Те ж саме можна зробити і без вибору команди меню – достатньо навести вказівник інструменту Text (Текст) на будь-яку точку майбутньої траєкторії так, щоб покажчик інструменту змінив свою форму (рис. ліворуч), і клацнути мишею. Після цього введений із клавіатури текст буде розміщуватися на траєкторії (рис. праворуч).



Щоб відредагувати текст, розміщений на траєкторії, досить виконати на ньому подвійне клацання при обраному інструменті Text (Текст). У тексті з'явиться курсор, після чого його редагують звичайними прийомами.

Завдання: виконайте оригінал-макет рекламного буклету кафедри образотворчого мистецтва в комп'ютерній програмі Corel Draw.

Друк сигнального зразка рекламного буклету.

Однією з характерних рис буклетів є використання фальцювання – це операція згинання, складання аркуша для формування рівного згину без попереднього продавлювання тупим ножем. Фальцювання виконується на папері середньої щільності (до 150 г/м²).

При використанні щільних картонів чи грубого паперу при фальцюванні в місцях згину утворюються заломки. Також на лінії фальцю можливе опадання тонера, що формує зображення.

Найчастіше фальцювання використовується для нанесення лінії згину на буклет.

Існують два основні методи фальцювання буклетів: серветкою, коли кожен наступний згин спрямований у бік, протилежний до попереднього; гармошкою, коли згини спрямовані в один бік (для рекламних листівок, проспектів, путівників).

Варіантів використання фальцювання є сотні, на заводі можуть стати лише: незнання можливостей та особливостей процесу фальцювання і вимог до підготовки файлів.

Якщо видання задумувалось для прямого розсилання поштою, необхідно пам'ятати про вимоги поштамту щодо ваги, розмірів та інших нюансів. Якщо розсилання проводиться в конвертах, а бюджет акції обмежений, то розмір буклету краще підігнати під стандартний конверт. Не всі типи фальцювання підходять для автоматичного вкладання в конверти (особливо фальцювання гармошкою). Зробіть макет із паперу, покладіть його в конверт, який планується використати, та зважте.

Для коректної підготовки файлу, вибравши тип фальцювання, треба визначити розмір готового виробу (довжина і ширина видання після обрізання і фальцювання). Буклет проектується в розгорнутому вигляді. Якщо розгорнути будь-який готовий буклет, то отримаєте той вигляд, у якому він був спроектований. Якщо буклет двосторонній, то необхідно подбати про другу сторінку файлу.

Найрозповсюдженіші помилки при підготовці буклетів: використання окремих файлів для кожної зі сторін; буклет з присутніми мітками розрізу на аркуші більшого розміру – документ повинен точно відповідати розмірам буклету в розгорнутому вигляді плюс припуск під обрізку не менше 3 мм.

Важливо врахувати те, що папір має не тільки довжину і ширину, але й товщину. Якщо сторінки буклету вкладаються одна в одну, то внутрішні з них повинні бути трохи вужчими. В іншому випадку вкладені сторінки будуть «не поміщатись», заважати і вигинатись (так званий ефект телескопічності).

Завдання: підготуйте всі вихідні файли до друку, перевірте правильність форматів, коректність відображення зверстаних матеріалів, віддрукуйте на принтері буклет і сфальцюйте його.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антипов К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 328 с.
2. Білодід Ю. М. Основи дизайну : навч. посібн. / Ю. М. Білодід, О. П. Поліщук. – К. : Парапан, 2004. – 240 с.
3. Владимирська А. О. Реклама : навч. посібн. / А. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2006. – 334 с.
4. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник / В. Я. Даниленко. – Х. : ХДАДМ, 2003. – 320 с.
5. Дурняк Б. В. Розробка і дизайн рекламних видань : навч. посібн. / Б. В. Дурняк, А. Є. Батюк. – Львів : Українська акад. друкарства, 2006. – 315 с.
6. Женченко І. В. Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop CS4 : практикум / І. В. Женченко, М. І. Женченко. – К. : Жнець, 2013. – 40 с.
7. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / М. Я. Куленко. – К. : Кондор, 2006. – 492 с.
8. Никулина И. А. Верстка, дизайн и допечатная подготовка в полиграфическом процессе : учебник / И. А. Никулина. – Краснодар : Кубанский гос. ун-т, 2010. – 236 с.
9. Павловская Е. Дизайн рекламы : поколение NEXT / Е. Павловская. – СПб. : Питер, 2003. – 320 с.
10. Прищенко С. В. Теорія та методологія дизайну : навч.-метод. посібн. / С. В. Прищенко / За ред. проф. Є. А. Антоновича. – К. : Альтерпрес, 2010. – 208 с.
11. Пронин С. Рекламная иллюстрация : креативное восприятие / С. Пронин. – М. : Гранд, 2002. – 416 с.
12. Тайц А. М. Самоучитель CorelDRAW / А. М. Тайц, А. А. Тайц. – СПб. : БХВ – Санкт-Петербург, 1999. – 688 с.
13. Хмельовський О. М. Графічний дизайн : навч. посібн. / О. М. Хмельовський. – Луцьк : Терен, 2008. – 160 с.
14. Яцюк О. Г. Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка, буклеты / О. Яцюк. – СПб., 2002. – 464 с.