

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
(повна назва)


Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Проектування оригінал-макету модного журналу «Nostalgia»
(тема)


Виконав:
здобувач 4 року навчання,
групи ВПВПС-21-1


Дар'я ГРИВКО
(власне ім'я, прізвище)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма
Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник  доц. Віктор ЧЕЛОМБИТЬКО
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)

(підпис)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
Кафедра Медіасистем та технологій
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
Тип програми Освітньо-професійна
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
«19» травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Гривко Дар'ї Ігорівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Проектування оригінал-макету модного журналу «Nostalgia»

Затверджена наказом по університету від 19 травня 2025 р. № 385 Ст

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 17 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи

Вид і призначення видання- журнал модного одягу; кількість назв продукції – 1; формат і частка аркуша - 60×84/8; обсяг – 112 стор.; тираж – 5 тис. прим.; кількість фарб – 4+4; тип і відсоток ілюстрацій в растрові – 50%, векторні – 4%, наявність додаткових елементів – відсутні; зовнішнє оформлення та наявність додаткових конструктивних елементів – обкладинка типу 3; додаткові конструктивні елементи відсутні.

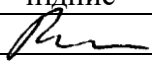
4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; 2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи; 3 Розробка технічної характеристики видання, що проектується; 4 Розробка концепції видання; 5 Розробка схеми технологічного процесу виготовлення; 6 Вибір та обґрунтування програмного забезпечення; 7 Створення оригінал-макета видання; 8 Розрахунки обсягів видання; Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Аналітичний огляд літератури за темою роботи; Розробка технічної характеристики видання, що проектується; Розробка концепції видання; Вибір та обґрунтування програмного забезпечення; Створення оригінал-макета видання; Вимоги до внутрішнього оформлення видання; Модульна сітка; Підготовка тексту та ілюстрацій; Верстання видання; Розрахунки обсягів видання; Економічна частина; Висновки.

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)


| Найменування розділу | Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові) | Позначка консультанта про виконання розділу | |
|----------------------|---|--|------------|
| | | підпис | дата |
| Основна частина | доц. Челомбійко В.Ф. |  | 13.06.2025 |
| Економічна частина | ас. Легеза О.М. | | 09.06.2025 |

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № | Назва етапів роботи | Термін виконання етапів роботи | Примітка |
|----|--|--------------------------------|----------|
| 1 | Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу | 19.05.2025 | виконано |
| 2 | Аналітичний огляд літератури за темою | 21.05.2025 | виконано |
| 3 | Розробка технічної характеристики видання | 23.05.2025 | виконано |
| 4 | Розробка концепції видання | 24.05.2025 | виконано |
| 5 | Розробка схеми технологічного процесу виготовлення видання | 25.05.2025 | виконано |
| 6 | Вибір та обґрунтування програмного забезпечення | 26.05.2025 | виконано |
| 7 | Створення оригінал-макета видання | 07.06.2025 | виконано |
| 8 | Розрахунки обсягів видання | 08.06.2025 | виконано |
| 9 | Економічна частина | 09.06.2025 | виконано |
| 10 | Оформлення пояснювальної записки | 09.06.2025 | виконано |
| 11 | Оформлення графічної частини | 31.05.2025 | виконано |

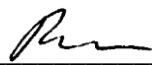
Дата видачі завдання 19 травня 2025 р.

Здобувач



(підпис)

Керівник роботи



(підпис)

доц. Віктор ЧЕЛОМБІТЬКО

(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 61 с., 9 табл., 40 рис., 2 дод., 21 джерел.

МОДНИЙ ЖУРНАЛ, INDESIGN, ВЕРСТКА, ДОДРУКАРСЬКА ПІДГОТОВКА.

Метою кваліфікаційної роботи є проєктування оригінал-макету модного журналу «Nostalgia».

Об'єктом дослідження є процес проєктування журналу. Розробка концепції та додрукарська підготовка.

В кваліфікаційній роботі проведено аналітику області, що досліджується, розроблено технічну характеристику та концепцію видання, продемонстровано схеми технологічного процесу розробки, проведений порівняльний аналіз програмного забезпечення, докладно описано вимоги до оформлення, засоби для організації простору видання, підготовка контенту і верстання розворотів журналу.

Актуальність кваліфікаційної роботи полягає у пошуку життєздатної моделі розвитку друкованої періодики в умовах цифрової конкуренції – через створення нішевого видання, здатного запропонувати молодій аудиторії структурований, візуально привабливий контент, орієнтований на її інтереси.

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є розроблений оригінал-макет друкованого журналу.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 61 p., 9 tabl., 40 pic., 2 app., 21 sources.

FASHION MAGAZINE, INDESIGN, LAYOUT, PREPRESS.

The objective of this qualification project is the design of a print-ready layout for the fashion magazine Nostalgia.

The subject of the study is the process of magazine design, including the development of the concept and prepress preparation.

The qualification work presents an analysis of the research field, the development of the technical specification and concept of the publication, technological workflow diagrams, a comparative analysis of software tools, and a detailed description of layout requirements, spatial organization tools, content preparation, and spread design.

The relevance of this qualification project lies in exploring a viable development model for print periodicals under the conditions of digital competition—through the creation of a niche publication capable of offering young audiences structured and visually appealing content tailored to their interests.

The result of the qualification project is a completed original layout of the print magazine.

ЗМІСТ

| | С. |
|---|----|
| ВСТУП..... | 8 |
| 1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ | 10 |
| 2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ | 12 |
| 2.1 Особливості верстки журналів | 12 |
| 2.2 Підготовка макета до друку | 13 |
| 3 РОЗРОБКА ТЕХНІЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАННЯ, ЩО ПРОЄКТУЄТЬСЯ..... | 15 |
| 4 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ВИДАННЯ..... | 16 |
| 5 РОЗРОБКА СХЕМИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ВИДАННЯ | 21 |
| 5.1 Редакційний етап додрукарської підготовки видань..... | 21 |
| 5.2 Препрес | 23 |
| 6 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ..... | 24 |
| 6.1 Вибір програми для верстки | 24 |
| 6.2 Вибір програми для растрової графіки | 26 |
| 6.3 Вибір програми для векторної графіки | 28 |
| 7 СТВОРЕННЯ ОРИГІНАЛ-МАКЕТА ВИДАННЯ..... | 30 |
| 7.1 Розробка вимог до внутрішнього оформлення видання | 30 |
| 7.2 Розробка структури (модульної сітки) сторінки..... | 32 |
| 7.3 Підготовка текстової інформації | 35 |
| 7.4 Підготовка зображень | 37 |
| 7.5 Верстання сторінок (шпальт) видання | 38 |
| 7.6 Розробка спуску шпальт..... | 47 |
| 8 РОЗРАХУНКИ ОБСЯГІВ ВИДАННЯ | 48 |
| 9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА | 50 |
| 9.1 Характеристика продукції..... | 50 |
| 9.2 Оцінка ринків збуту..... | 51 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| 9.3 Конкуренція | 51 |
| 9.4 План виробництва | 52 |
| 9.5 Організаційний план | 56 |
| 9.6 Висновки | 57 |
| ВИСНОВКИ | 59 |
| ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ | 60 |
| ДОДАТОК А Оригінал-макет видання..... | 62 |
| ДОДАТОК Б Спуск шпальт..... | 65 |

ВСТУП

Поліграфічна галузь України протягом останніх десятиліть функціонує в умовах постійних викликів, серед яких економічні кризи 2008 та 2013-2014 рр., пандемія, повномасштабне вторгнення [1]. Не варто також забувати про цифрові платформи, які здійснюють спроби витіснити і ставити під сумнів актуальність сьогоденних друкованих видань.

Інтернет – це легкий доступ до величезної кількості знань і, разом з тим, відсутність будь-якої їх систематизації. Зазвичай, користувачеві потрібен час і ознайомлення з безліччю розрізнених джерел для комплексного опрацювання теми. Цифрові ЗМІ від початку розраховані на надання дискретних повідомлень, на яких читач фіксується часом на лічені миті [2]. Усі ці чинники, в сукупності із загальною тенденцією напливу величезної кількості знань, які швидко застарівають, створюють інформаційний шум у споживача. В свою чергу, друковані видання все ще залишаються універсальним, безальтернативним інструментом для впорядкування контенту [17]. Тоді як цифрові платформи пропонують фрагментарну інформацію, друковані – комплексне, системне висвітлення тем.

Останнім часом низка незалежних видань про моду демонструє, що періодика може бути успішною при орієнтації на чітко окреслену, лояльну й платоспроможну аудиторію. Зокрема, аналітики Business of Fashion наголошують, що зниження тиражів і фокус на нішевому контенті дозволяють зберегти маржинальність і привабити рекламодавців, зацікавлених у вузьких сегментах [1]. Повернення на полиці британського молодіжного i-D – видання, яке тепер виходить двічі на рік із тиражем близько 20 тис. примірників [13] – підтверджує, що молоде покоління все ще готове інвестувати у видання з високою якістю поліграфії та редакційного відбору матеріалів.

Можливо, сьогоднішнім українським редакціям варто зупинити спроби залучення масової аудиторії і, натомість, розробляти продукти, розраховані на вузькі, платоспроможні ніші – спеціалізовані видання. За прикладом видавництва «Антиквар», що випускає однойменний журнал, ця стратегія цілком життєздатна.

Створення журналу про вінтажну моду є кроком у напрямі залучення молоді аудиторії, яка до цього не виявляла особливого інтересу до періодики, але має потребу черпати інформацію про улюблену сферу інтересу, що буде структурованою, легкою для сприйняття і, найголовніше, не змусить розпорошуватись у пошуках потрібної інформації.

Беручи до уваги вище озвучені докази щодо спеціалізованих видань як одного з імовірних шляхів адаптації друкованої преси в сучасних реаліях, можна підсумувати актуальність обраної теми «Проектування оригінал-макету модного журналу "Nostalgia"».

Метою цієї роботи є проектування нішевого друкованого видання: розробка його концепції, що дає змогу грамотно сформулювати уявлення про поєднання дизайну і внутрішнього наповнення, створення оригінал-макету видання з урахуванням стандартів, правил журнальної верстки та стилістичних особливостей.

Необхідно виконати наступні завдання для досягнення поставленої мети:

- провести аналітику області, що досліджується;
- проаналізувати літературу, що стосуються теми дослідження;
- скласти технічну характеристику журналу;
- описати концепцію видання;
- розробити схему технологічного процесу виготовлення;
- вибрати необхідне програмне забезпечення;
- створити модульну сітку;
- обробити текстові та графічні елементи;
- розробити оригінал-макет журналу;
- виконати необхідні економічні обґрунтування.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Метою кваліфікаційної роботи є розробка оригінал-макету спеціалізованого друкованого журналу про вінтажну моду. Видання покликане актуалізувати естетику минулого як відповідь на надмірно комерціалізовані та швидкоплинні модні тенденції сучасності. Основна ідея полягає в пошуку візуальних і змістовних альтернатив у дизайнерських підходах минулих десятиліть, що зберігають актуальність донині.

Цільовою аудиторією журналу є молоді люди віком 18-24 років, вони цінують нестандартне оформлення, провокативні подачі та концептуальну послідовність, що дозволяє їм ідентифікувати себе з продуктом. Журнал орієнтований як на тих, хто просто цікавиться темою, так і на студентів, що вивчають дизайн та історію моди, практикуючих митців, дизайнерів – аудиторію, що сприймає друковану продукцію як об'єкт естетичного досвіду, систематизоване джерело знань або натхнення.

Таблиця 1.1 – Вихідні дані для роботи

| № з/п | Характеристика | Видання |
|-------|--|-------------------------------|
| 1 | Вид і призначення видання | журнал модного одягу |
| 2 | Кількість назв продукції | 1 |
| 3 | Формат і частка аркуша | 60×84/8 |
| 4 | Обсяг | 112 стор. |
| 5 | Тираж | 5 тис.прим. |
| 6 | Кількість фарб | блок – 4+4, обкладинка – 4+0 |
| 7 | Тип і відсоток ілюстрацій | растрові – 50%, векторні – 4% |
| 8 | Наявність додаткових елементів | – |
| 9 | Зовнішнє оформлення та наявність додаткових конструктивних елементів | обкладинка № 3 |
| 10 | Додаткові конструктивні елементи | – |

Ключова особливість «Nostalgia» – принцип «змінної айдентики»: кожен номер одержує унікальне оформлення, узгоджене з тематичним

фокусом. Розроблюваний номер присвячено стилю панк. Відповідно, візуальний стиль видання буде апелювати до трендів дизайну 1970-х років: хаотична структура, колажність, ручна типографіка, навмисна недосконалість і «шорсткість» дизайну.

Формат видання визначено як 60×84/8 – один із найпоширеніших у видавничій галузі, зокрема для масових ілюстрованих видань, літератури для дозвілля [5]. Його широке використання не потребує додаткових витрат на нестандартні поліграфічні рішення, що особливо важливо за обмеженого бюджету. Завдяки співвідношенню сторін він придатний для багатошпальтної верстки, що зручно при великому обсязі ілюстративного контенту.

Результатом має стати повноцінний оригінал-макет журналу, що поєднує в собі концептуальну послідовність, естетичну впізнаваність і графічну автентичність. Видання має продемонструвати актуальність друкованої продукції як засобу емоційної, візуальної та культурної комунікації в умовах цифрового тиску.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

2.1 Особливості верстки журналів

Журнал є багатосторінковим періодичним виданням, структура якого охоплює різноманітні рубрики, велику кількість ілюстративних матеріалів, текстових блоків, інфографіки, а також рекламних елементів. Верстка журналу здійснюється з урахуванням тематики номера, стилістики макета, наявності акцентних зображень та змінної динаміки подачі візуального матеріалу.

Основою композиційного планування є модульна сітка, що забезпечує гнучку структуру для різних розворотів і дозволяє зберігати єдину візуальну концепцію. Особлива увага приділяється формуванню змісту, послідовності розміщення матеріалів, виділенню ключових інформаційних блоків, заголовків, підписів і виносок.

У технологічному аспекті використовуються правила багатостовпчикової верстки. Середник між колонками визначається у 6, 12 або 24 пункти залежно від кількості шпальт і структури сітки [7, с. 17]. Верстка виконується з дотриманням горизонтальності рядків по всіх колонках і недопущенням висячих рядків.

Для шрифтового оформлення обирають від однієї до трьох гарнітур, з урахуванням призначення видання: для масових ілюстрованих журналів дозволяється змішування асортименту. Основний текст верстається кеглем 9-10 пт (для формату 5 кв.) або 8 пт (до 5 кв.), виділений текст – 12 пт, додатковий – 6–8 пт [7, с. 16]. Акценти досягаються через використання рукописних шрифтів, підкреслення, зміну кольору чи начертання.

Окрему увагу приділяють верстці обкладинки, яка має бути візуально привабливою, концептуально узгодженою зі змістом випуску та комунікувати основну ідею номера. Саме обкладинка часто визначає перше враження читача та впливає на рішення про придбання.

2.2 Підготовка макета до друку

Етап підготовки макета до друку є ключовим у видавничому процесі, оскільки саме від правильності його налаштувань залежить якість кінцевого поліграфічного виробу. У практиці оформлення журналів макет має бути створений з урахуванням вимог типографій, які стосуються колірної моделі, параметрів зображень, допусків на обріз, а також технічних обмежень, що впливають на точність відтворення дрібних елементів.

Передусім макет слід готувати у кольоровому просторі СМҮК, що забезпечує відповідність кольорів у друкованій продукції. Оптимальна роздільна здатність графічних файлів становить 300 ррі як для основних зображень, так і для декоративних елементів дизайну, які формують стилістику видання. Параметри файлу мають бути однаково витримані для всіх компонентів, що входять до складу оригінал-макета.

Невід'ємною вимогою під час підготовки макета є наявність вильотів під обріз (bleeds). Їх відсутність може спричинити обрізання важливих елементів під час фінішної обробки. Як правило, вильоти становлять від 3 до 5 мм залежно від типу продукції та вимог друкарні. При цьому всі візуальні елементи, які примикають до країв макета, мають виходити за межі формату обрізу.

Особливої уваги потребує контроль за загальним покриттям фарб (Total Ink Coverage). Це сума процентних значень компонентів СМҮК у кожній точці зображення. Вона не повинна перевищувати 300% – перевищення призводить до надмірного перенасичення паперу фарбою, що спричиняє дефекти, зокрема в зонах з темним фоном. Для уникнення втрат кольору небажано використовувати відтінки, у яких окремі компоненти мають насичення менше 10%.

Під час друку дрібних чорних елементів (тексту, ліній, іконок) слід використовувати чистий чорний колір – Black: 100%. Це зменшує ризик появи кольорових ореолів через неправильне накладання фарб. Для великих чорних об'єктів (плашок, заливок) доцільно застосовувати складовий чорний,

який містить домішки інших фарб СМУ для досягнення глибшого чорного тону. Орієнтовне безпечне співвідношення – 30С, 30М, 30У, 100К, хоча конкретні значення можуть залежати від друкарні.

До мінімальних припустимих розмірів елементів макета належать:

– текст – не менше 5–6 pt для звичайного чорного, та 8 pt для тексту на вивороті (тобто білого по чорному або темному тлі);

– товщина ліній – мінімум 0,25 pt для однофарбових, та 0,75 pt для багатокольорових;

– лінії на вивороті – не менше 1 pt, що запобігає їх втраті при перенесенні на друк.

Після завершення підготовки дизайну слід видалити все зайве з файлу, перевірити суму фарб в зображеннях, призначити колірний профіль файлу, наприклад, Coated FOGRA 39, вбудувати або растриувати зображення, растриувати ефекти, такі як прозорості, тіні, градієнти тощо, перевести текст у криві.

3 РОЗРОБКА ТЕХНІЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАННЯ, ЩО ПРОЄКТУЄТЬСЯ

В таблиці 3.1 наведено технічну характеристику журналу.

Таблиця 3.1 – Технічна характеристика журналу

| Параметр | Значення |
|---------------------------------------|---|
| Вид і призначення видання | |
| Цільове призначення | для організації дозвілля (розважальне) |
| Матеріальна конструкція | брошура |
| Знакова природа інформації | текстово-ілюстративне |
| Періодичність | періодичне |
| Формат видання | |
| Формат паперового аркуша, см | 60×84/8 |
| Формат необрізаного блоку, мм | 210×300 |
| Обсяг видання | |
| У фізичних друкованих аркушах | 14 |
| У паперових аркушах | 7 |
| В умовних друкованих аркушах | 12,6 |
| У сторінках | 112 |
| У зошитах | 7 |
| Тираж, тис. прим. | 5 |
| Поліграфічне оформлення | |
| Кольоровість | багатокольорове (4+4) |
| Площа аркуша, зайнята ілюстраціями, % | растрові – 50, векторні – 4 |
| Характер ілюстрацій | кольорові, напівтонові, штрихові |
| Варіант оформлення шпальт набору | індивідуальний |
| Формат шпальти набору, кв | 4 ⁵ / ₈ ×14 |
| Розміри полів, мм | корінцеве – 13 мм, верхнє – 15 мм, зовнішнє – 21 мм, нижнє – 23 мм |
| Гарнітура | Montserrat |
| Накреслення | Пряме світле |
| Кегль, інтерліньяж шрифту, пт | 9/11 |
| Конструкція видання | |
| Спосіб комплектування блоку | добіркою |
| Додаткові елементи | - |
| Спосіб скріплення | КБС блоку зі зрізанням корінцевих фальців зошита |
| Тип і конструкція обкладинки | обкладинка №3 |
| Оформлення обкладинки | 4+0 |

4 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ВИДАННЯ

Концепція журналу формує оригінальне уявлення про друкований продукт. Вона враховує цілі та реалізує їх і зовні, і змістовно, дає змогу дотримуватися єдиного стилю подачі матеріалів [11]. Грамотно і точно сформоване уявлення про поєднання дизайну і внутрішнього наповнення друкованого проєкту дає змогу підтримувати його в популярному стані протягом багатьох років, підтримує постійний інтерес аудиторії. Завдяки грамотній розробці концепції журналу з'являється можливість точніше донести його зміст, ідеї до потенційної аудиторії та завоювати довіру читача.

Розробка концепції журналу починається з того, що визначається жанрове направлення видання, «Nostalgia» можна віднести до напряму суспільний (зі спеціалізацією на культурі та моді) з елементами розважального.

Потім визначається цільова аудиторія журналу, визначається мета проєкту. «Nostalgia» – це спеціалізоване видання, що розповідає про вінтажну моду, пропонуючи її як альтернативу комерціалізованим, надмірно стрімкій і через це позбавленій справжньої цінності моді сучасності. Одна з думок, яку намагається донести видання – заклик до усвідомленого споживання. Журнал розрахований залучити молодих людей 18-24 років. Візуальна складова – перший крок на шляху для схиляння до покупки цієї вікової групи. Це підтверджується даними Stack Magazines (сервісу, який щомісяця надсилає передплатникам різні незалежні видання): читачі до 25 років активно купують певні дизайн-орієнтовані журнали [4]. Привабливі ілюстрації – це ключ до емоційної залученості [4, с. 56], що формує перший контакт із покупцем. Текст має вторити цій ідеї. Оскільки видання критикує сучасні модні тенденції, мотивує на пошук нестандартних альтернатив у вже сталих роботах дизайнерів минулого, що досі впливають на сьгоднішні течії, внутрішнє наповнення не повинно залишити байдужим юнацький максималізм цієї вікової групи. Текст має бути легким для сприйняття, розважальним,

структурованим і комплексно розкривати тему випуску – саме це, як уже згадувалося раніше, вигідно вирізнятиме друковане видання від цифрових.

Після цього обговорюються видавничі параметри журналу:

- формат;
- об'єм;
- тираж.

Вибір формату видання залежить від цілей і завдань видавця, читацької аудиторії, широти тематики, характеру викладення, особливостей дизайну, сфери розповсюдження та наявності інших подібних видань, фінансові та технічні можливості [10]. Цілі та завдання вже поставлено раніше, читацьку аудиторію теж описано: це молоді люди, візуально орієнтовані, схильні до купівлі видань, що виражають нестандартні думки і «підігривають» їх юнацький максималізм. Широта тематики – вузькоспрямоване. Стиль викладу легкий для сприйняття, розважальний – щоб цій віковій групі, читачам без стійких читацьких звичок, було простіше зосередитися на матеріалі. Дизайн безпосередньо вказує на те, що випуск зосереджений на стилі панк, це означає, що візуальний стиль номеру свідомо відмовляється від симетрії, чистоти композиції та строгих типографічних рішень, натомість тяжіє до естетики колажу, ручної типографіки, ксерокопійних текстур і навмисного візуального «хаосу». Принцип DIY («зроби сам») є наскрізним у побудові композиції і подачі матеріалів: елементи навмисно виглядають недосконалими, грубими, але саме завдяки цьому набувають виразності та характеру. Область розповсюдження охоплює великі українські міста, маркетинг здійснюється через соцмережі редакції та культурні заходи з тематичними подіями. Журнал можна придбати через сайт редакції. Наявність інших подібних видань відсутня, ніша спеціалізованих видань про вінтажну моду на українському ринку є вільною, в даному випадку, немає кому диктувати стандарти формату. Передбачається, що над виданням працюватиме невелика редакція, кількість фінансових і технічних можливостей дещо обмежена.

Також значну роль відіграє вид видання. Журнал – це, найчастіше, малоформатне видання. Малий формат сприяє поділу видання на окремі рубрики чи секції. Формат також визначає розміри текстових та ілюстративних матеріалів, число і формат колонок та інших складових форми. Сумарно ілюстративні матеріали «Nostalgia» займають 54%, кількість колонок – 2, формат колонок – 83,075 мм або 19,7 пік (підібрано згідно з кеглем основного шрифту).

Далі визначається внутрішнє наповнення майбутнього видання, відбувається формування рубрикатора, тобто складається перелік постійних або періодичних розділів, які будуть представлені в кожному номері видання [19]. Окрім традиційних рубрик, вони можуть бути й абсолютно оригінальними. Для даного видання більшість рубрик від випуску до випуску різнитимуться, що припустимо за умови, якщо вони складають єдиний медійний продукт у сукупності із загальним наповненням журналу.

У виданні, що розробляється, є 6 наступних рубрик.

DIY (Do It Yourself – «Зроби сам») – пропонує цікаві рішення зі створення одягу, що відповідає духу руху. Для панк-субкультури важлива самобутність і несприйняття масового споживання. У 1970-х роках молоді люди, натхненні анархістськими та антикапіталістичними ідеями, ігнорували мас-маркет, створюючи свій стиль з підручних матеріалів. Рубрика органічно обіграє цю ідею.

Екопанк – навчає усвідомлено споживати речі. Рубрика закликає створювати автентичні елементи гардероба, комбінуючи різні матеріали та переосмислюючи речі, які вже є в розпорядженні читачів.

Інтерв'ю – присвячена бесідам з музикантами, дизайнерами, активістами та представниками андеграундної сцени, які розповідають про свої погляди, творчість і культуру.

Фільми – досліджує і аналізує, як кінематограф відтворює образи культових панк-героїв, їхній одяг, символіку, а також наскільки автентично кіноіндустрія це робить.

Oi! – рубрика, присвячена моді вулиці та робітничого класу, що сформувала одну з найвиразніших частин панк-естетики. У ній досліджується походження ключових елементів стилю, їхня соціальна символіка та трансформація в модних тенденціях сучасності.

Антифешн – рубрика, присвячена вивченню естетичних стратегій, що ґрунтуються на навмисному порушенні загальноприйнятих норм краси, стилю та модної презентації. Її фокус зосереджено на візуальних образах, які викликають дискомфорт або відторгнення, але водночас стають засобом вираження культурного протесту, іронії або постіронії.

Планування змісту номера журналу – це складна багатофункціональна система побудови, основу якої складає творчий підхід.

Основними аспектами планування номера є наступні.

1. Висока якість опублікованих матеріалів передбачає обов'язкову наявність таких характеристик, як: мовні норми, точність і ясність викладу, логічність та природність. Важливо також пам'ятати, що матеріали мають бути актуальними й володіти сюжетною живістю.

2. Жанрова своєрідність змісту полягає в тому, що в одному журналі повинні поєднуватися матеріали різних жанрів, які разом формують «живий» журнальний номер.

3. Мистецтво компоювання журнальних блоків зазвичай ґрунтується на тематичній рубрикації видання. Тут важливо дотримуватися логічної послідовності подачі матеріалів, аби уникнути логічних провалів у сприйнятті та надати журналу динамічності.

4. Обличчя журналу, а саме його індивідуальність, виражається в регулюванні та контролі планування змісту номера – через розміщення публікацій, які відповідають загальній концепції та тематиці видання.

До основних вихідних відомостей журналу належать: назва і вид журналу, номер випуску, назва організації, що випускає, дані про осіб, які брали участь у створенні журналу, склад редколегії, випускні дані (тираж,

час випуску, номер замовлення, формат видання, обсяг у друкованих аркушах), індекси і дані про реєстрацію видання [13, с. 265].

Також основні вимоги до здачі журнального номера в друкарське виробництво включають у себе: суворе дотримання графіка здачі номера для планового виробництва; необхідну супровідну документацію; вчитаний основний машинописний оригінал номера, його макети (дублікати) і необхідні ілюстративні матеріали. Після розробки концепції створюється «пілотний» примірник видання – пробний, «нульовий» номер періодичного друкованого видання, наповнений оригінальним контентом, зокрема якісними фотографіями, зображеннями, що відповідають тематиці матеріалів. «Пілотний» номер виготовляється в репетиційному виді за мінімальної вартості з метою залучення інвесторів, рекламодавців та вивчення реакції аудиторії.

5 РОЗРОБКА СХЕМИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ВИДАННЯ

5.1 Редакційний етап додрукарської підготовки видань

Редакційний етап додрукарської підготовки видань (РЕДПВ) є першою і концептуально визначальною ланкою всього технологічного процесу створення періодичного видання. Саме на цьому етапі здійснюється перетворення авторських матеріалів на структуровану, вичищену та підготовлену до верстки текстово-графічну базу, з якої в подальшому формуватиметься оригінал-макет [14, с. 11].

У межах РЕДПВ виділяють чотири основні технологічні переділи: перенесення авторських рукописів у цифровий формат; редагування текстових і графічних матеріалів; макетування та компоновання контенту на сторінках; верстка видання [14, с. 12] (рис. 5.1).

На першому переділі усі отримані від авторів матеріали (рукописи, ілюстрації, фотографії) переносяться на електронні носії (сканування чи введення «з нуля»). На цьому етапі створюється первинна цифрова база даних, із якої далі рухаються всі текстові та графічні об'єкти.

На другому переділі виконується літературне, стилістичне, фактологічне й технічне редагування текстів, а також обробка графічних елементів:

- обробка растрово або векторних фотографій, малюнків, інфографіки відповідно до вимог друку (колірна корекція, обрізка, трасування, ретуш);
- формування єдиного візуального стилю для всіх ілюстрацій (єдина палітра, послідовність обробки, доведення до однакового ррі та СМҮК-формату).

Третій переділ передбачає моделювання структури сторінок: визначення місць розташування текстів, ілюстрацій, заголовків, підписів, колонтитулів та колонцифр тощо. У процесі цього компоновання

застосовуються або такі засоби організації простору як модульні сітки, оптичні струни, або автоматизовані алгоритми, які дозволяють швидко моделювати варіанти розкладки матеріалу.

Четвертий переділ передбачає технічну верстку зібраних статей – формування повноцінних шпальт у вигляді єдиного візуального масиву з урахуванням композиційних і друкарських вимог. В результаті виходить кольороподілений оригінал-макет, готовий до передавання на етап препресу.

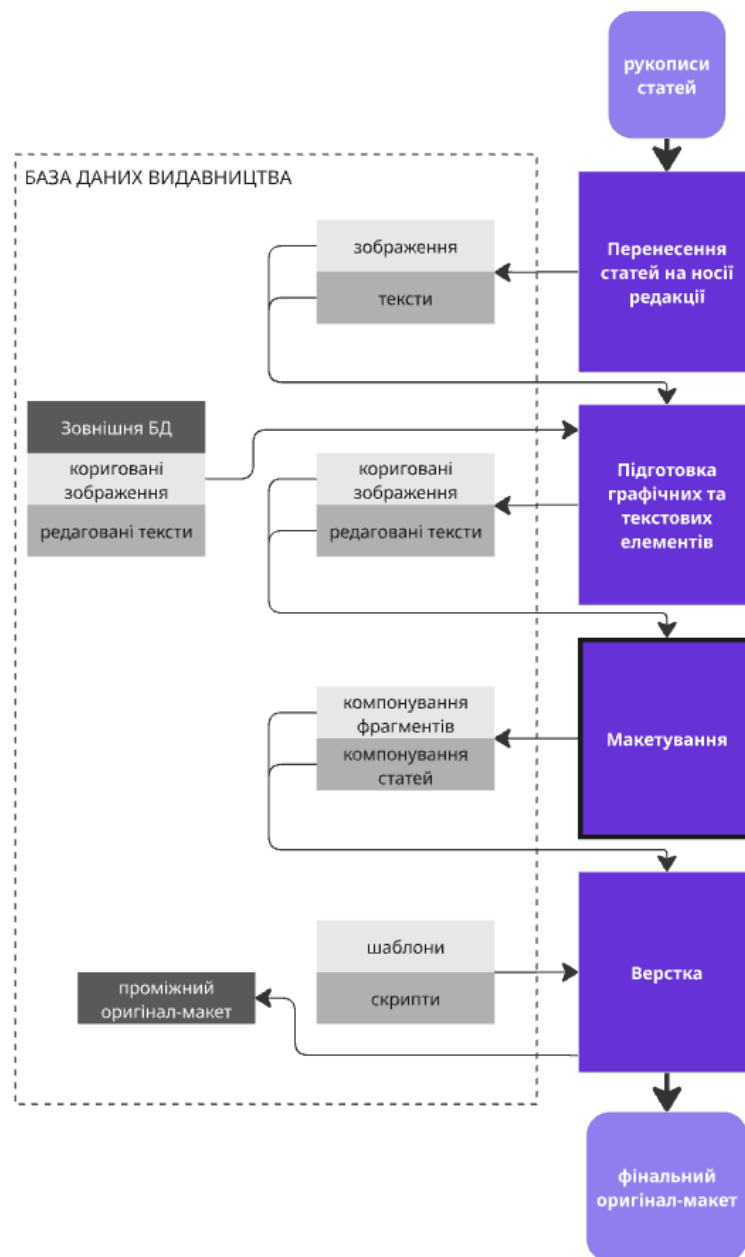


Рисунок 5.1 – Схема узагальненого редакційного етапу ДПВ

5.2 Препрес

На етапі препресу макет проходить комплекс технічних операцій для підготовки до друку (рис. 5.2). Спершу виконується трепінг: створюються невеликі перекриття суміжних кольорових елементів, щоб запобігти появі білих проміжків у разі неточного суміщення фарб, а чорні об'єкти встановлюються з параметром overprint для уникнення вибивання фарби під ними. Далі проводиться кольороподіл – вибір відповідного профілю друку (СМУК для повноколірного друку або Pantone для плашкових кольорів) з метою забезпечення правильної передачі кольорів при друці. Після цього здійснюється спуск шпальт: сторінки компонуються на друкованому аркуші, додаються припуски під обріз (вильоти) і ставляться технологічні мітки (різальні мітки, шкали контролю кольору тощо) для подальшого різання та фальцювання відбитків. На завершення підготовлений файл передається до друкарні для виготовлення друкарських форм – зображення розділяється на кольорові складові (наприклад, для СМУК на чотири канали), і кожен канал виводиться на окрему форму для встановлення на друкарську машину.

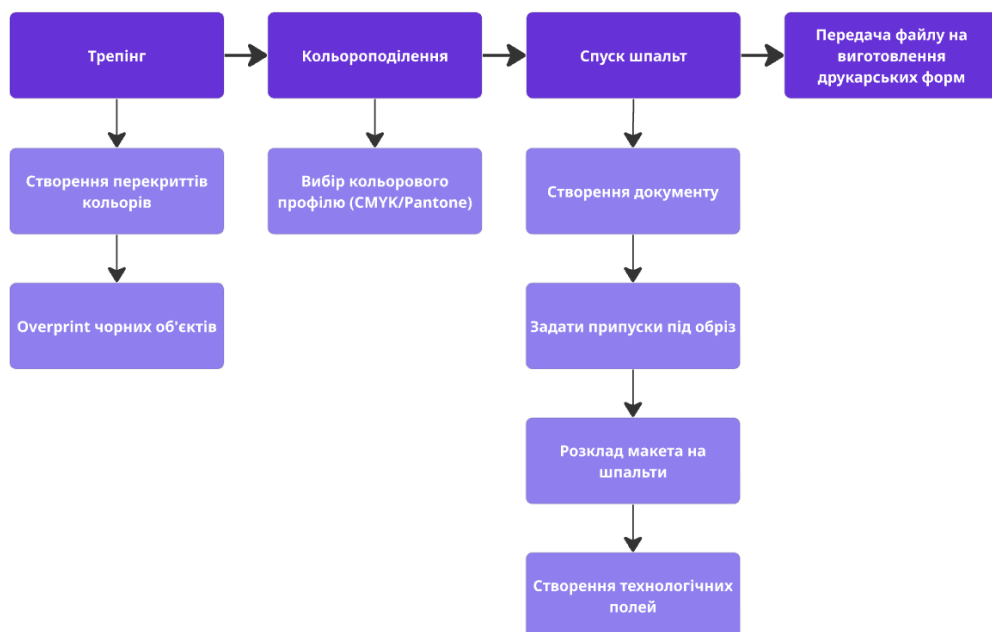


Рисунок 5.2 – Структурна схема робіт з препресу

6 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

6.1 Вибір програми для верстки

Існує кілька комп'ютерних програм, призначених для електронної верстки. Видавництва та верстальники приймають рішення залежно від виду верстки (типу видання), а також на основі досвіду, керуючись міркуваннями зручності. Для створення багатосторінкових макетів існують наступні: продукти корпорації Adobe (PageMaker, FrameMaker, InDesign), серед конкурентів – QuarkXPress, Corel Ventura Publisher, TeX. Усі вони мають свої особливості й можуть бути оптимальними у різних випадках.

Для журнальної верстки, тобто верстки, де текст має більш однорідний характер (часткове або повне відсутність формул, таблиць і інших складних елементів), а також використовуються ілюстрації, підходять XPress, Affinity Publisher, InDesign.

Adobe InDesign – це провідне програмне забезпечення для макетування та дизайну сторінок як для друкованих, так і цифрових носіїв. Програма поєднує найкращі можливості двох інших продуктів Adobe – Photoshop (растрова графіка) та Illustrator (векторна графіка), дозволяючи інтегрувати всі елементи в єдину структуру. Завдяки цьому InDesign часто розглядається як зв'язуюча ланка в професійному графічному процесі [7].

Серед ключових переваг варто відзначити:

- підтримку Adobe Fonts та Adobe Stock, що забезпечує доступ до великої кількості ліцензійних шрифтів і графічних матеріалів без додаткових витрат;
- застосування стилів (символьних, абзацних, об'єктних), які гарантують послідовність і значно прискорюють роботу з багатосторінковими текстовими проєктами;
- майстер-сторінки (master pages) – ефективний інструмент для автоматизації шаблонів та уніфікації дизайну;

- функція Adjust Layout, яка дозволяє змінювати формат сторінки (розміри, поля, вильоти) разом із динамічним адаптуванням усіх елементів верстки;

- гнучке керування шарами, що критично важливо при роботі з комплексною структурою документів;

- широкі можливості експорту, включно зі створенням PDF-файлів з підтримкою тегів для доступності, а також імпортом коментарів з Acrobat.

Ще одним визначальним фактором є велика незалежна спільнота користувачів InDesign, яка створює величезну кількість навчальних матеріалів та скриптів, що дозволяють автоматизувати рутинні процеси (наприклад, GREP-скрипти або плагіни для автоматичної обробки тексту).

QuarkXPress – це одне з найстаріших професійних програмних рішень для верстки. У 1990-х роках програма займала лідерську позицію на ринку, однак поява Adobe InDesign, що автоматизувала рутинні процеси й надала більше творчої свободи, сприяла швидкому домінуванню на ринку. Quark не зник: з виходом версії 2019 року розробники додали важливі функції, що стало спробою повернути довіру професійної спільноти. Втім, попри ці вдосконалення, QuarkXPress усе ще поступається InDesign у таких аспектах:

- інтеграція з екосистемою (наприклад, Adobe Fonts або Adobe Stock) – відсутня;

- кількість навчальних ресурсів і підтримки спільноти значно менша, ніж у InDesign;

- автоматизація процесів через скрипти та плагіни реалізована на значно скромнішому рівні;

- ширина користувацької бази.

Affinity Publisher – найновіша з розглянутих програм, розроблена як частина пакету разом із Affinity Photo та Affinity Designer (альтернатива Photoshop та Illustrator). Назараз Affinity Publisher перебуває на рівні умовної «версії 1.0» InDesign і потребує значного вдосконалення, аби відповідати галузевим стандартам.

Попри сучасний інтерфейс та доступну ціну, програма має низку суттєвих обмежень:

- відсутність активної спільноти користувачів, навчальних матеріалів і шаблонів ускладнює процес опанування програми;
- немає підтримки сторонніх плагінів і скриптів, що зменшує можливості автоматизації роботи;
- ненадійний експорт у формат PDF;
- відсутність вбудованих шрифтів, що вимагає додаткових витрат на їх придбання;
- обмежена функціональність майстер-сторінок – у них не можна додавати редаговані текстові блоки або зображення, що ускладнює зміни макета при переході, наприклад, з одного формату сторінки на інший;
- відсутність глобального керування шарами через StudioLink – фірмову систему зв'язку між Affinity-додатками. Через це користувач втрачає контроль над базовими верстальними рівнями (текст, фони, зображення, інтерфейс), що може призвести до помилок і втрати структурованості документа.

На основі порівняльного аналізу трьох програм для верстки – Adobe InDesign, QuarkXPress та Affinity Publisher – вибір на користь InDesign є цілком обґрунтованим. Вона пропонує найширший набір професійних інструментів, гнучку автоматизацію, глибоку інтеграцію з іншими продуктами Adobe, а також підтримку величезної спільноти. На відміну від конкурентів, ця програма забезпечує стабільний, ефективний і масштабований робочий процес, що критично важливо для якісного та сучасного видання.

6.2 Вибір програми для растрової графіки

Ілюстративний матеріал у даному виданні відіграє визначальну роль: це і прийом для залучення певної аудиторії, і обігрування стилістичного напрямку журналу. Тема випуску прямо апелює до естетики субкультури

«зроби сам» (DIY), де кожен візуальний елемент має бути відчутно «зібраним вручну». Це передбачає індивідуальний підхід майже до кожного зображення. Відповідно, обраний графічний редактор повинен мати широкий набір інструментарію (таблиця 6.1).

Таблиця 6.1 – Порівняння програм растрової графіки

| № | Можливість / ПЗ | Adobe Photoshop | Affinity Photo | GIMP |
|---|-------------------------|--|---|--|
| 1 | Робота зі шарами | Повноцінна робота з шарами, масками, Smart Objects; усе редагується окремо й зручно. | Повноцінні шари з масками й коригувальними шарами; підтримка Live Filters, але без Smart Objects. | Шари й маски є, але без Smart Objects і обмежена підтримка коригувальних шарів. |
| 2 | Інструменти малювання | Розвинуті пензлі з текстурами, тиском і динамікою; легко імітувати ручне малювання. | Хороші кисті, адаптивні до DPI, але менше готових стилів. | Базові пензлі, обмежена динаміка та текстури. |
| 3 | Виділення й маскування | Автоматичне і точне відокремлення об'єктів, плавне маскування, Refine Edge. | Об'єкти виділяються добре, але з меншою точністю на складних краях. | Прості засоби виділення; усе потрібно допрацьовувати вручну. |
| 4 | Корекція кольору й тону | Точне налаштування кольору, контрасту, освітлення, підтримка CMYK і ICC-профілів. | Має всі основні коректори, зручний інтерфейс, обмежена гнучкість. | Загальні інструменти без глибокої роботи з кольором. |
| 5 | Фільтри й ефекти | Smart Filters (неруйнівні), широкий набір вбудованих фільтрів (пикселізація, художні). | Live Filters з фільтрами розмиття, шуму, викривлення; не всі одночасно неруйнівні; обмежені сторонні плагіни. | Вбудовані фільтри (розмиття, різкість, дисторсія); підтримуються Script-Fu скрипти, але не в реальному часі. |
| 6 | Інтеграція з версткою | Пряма експортування в InDesign із збереженням шарів; Bridge для пакетної обробки. | PSD-сумісність шарів; експортування TIFF/PSD із збереженими шарами. | Експорт PSD з конвертацією складних ефектів у растри; пакетна обробка через сторонні скрипти. |

Для завдань створення модного журналу з багатошпальтовими розворотами та великою кількістю ілюстрацій найкраще підходить Adobe

Photoshop. Програма забезпечує максимальну гнучкість у роботі зі шарами, маскуванням, професійними фільтрами та плагінами, а також відзначається інтеграцією з InDesign й підготовкою зображень до друку завдяки тонким налаштуванням кольору.

6.3 Вибір програми для векторної графіки

У межах цього проєкту векторна графіка застосовується насамперед для створення декоративних елементів. Важливо користуватися інструментом, що дозволяє працювати з кривими, векторними текстурами, трансформаціями об'єктів і декоративними пензлями (таблиця 6.2).

Adobe Illustrator – вважається найбільш гнучким і точним інструментом для створення векторної графіки. Особливо добре підходить для побудови складних форм, стилізованих шрифтів, орнаментів, текстурованих заливок, векторних ілюстрацій. Має розвинену систему пензлів, ефектів, трансформацій, що дозволяє швидко генерувати складні декоративні об'єкти [2]. Підтримує роботу з багатьма типами стилів і фільтрів без втрати якості.

CorelDRAW – також має потужні інструменти для створення декоративних форм: зокрема, добре реалізована робота з контурами, заливками, векторними візерунками та художніми обводками. Програма зручна для створення симетричних мотивів, стилізованих рамок, емблем і комбінованих векторних композицій [2]. Однак точність інструментів побудови форм дещо поступається Illustrator.

Inkscape – безкоштовний редактор із базовим, але придатним для ручної творчості набором функцій. Підтримує контури, заливки, градієнти, спрощену роботу з кривими Безьє, але має обмеження у складних стилізаціях і створенні багаторівневих ефектів [2]. Придатний для простих декоративних елементів, але потребує значно більше часу й ручної роботи для досягнення виразного результату.

Таблиця 6.2 – Порівняння програм векторної графіки

| № | Можливість | Adobe Illustrator | CorelDRAW | Inkscape |
|---|---------------------------|---|--|--|
| 1 | Робота з кривими | Точна побудова кривих Безьє, зручне редагування вузлів, згладжування, перетворення форм. | Інтуїтивна побудова контурів, зручне вирівнювання та симетрія, проте менше точності при складних формах. | Базове керування кривими, редагування вузлів є, нестабільне при складній геометрії. |
| 2 | Пензлі та обводки | Великий набір художніх пензлів, можливість створення власних кистей, декоративних контурів. | Є художні обводки, текстуровані лінії, зручно задавати стилі ліній. | Створення пензлів доступне, але набір обмежений, деякі ефекти вимагають ручного малювання. |
| 3 | Патерни і текстури | Інструмент Pattern Tool дозволяє створювати й редагувати векторні візерунки, швидко заповнювати фони. | Є бібліотека заповнень, зручне копіювання візерунків, редагування обмежене. | Можна створювати патерни вручну або через SVG-фон, але процес складний і менш гнучкий. |
| 4 | Текст і типографіка | Повноцінна робота зі шрифтами, створення декоративних написів, обводок, перетворення тексту на криві. | Потужні інструменти роботи з текстом, легке перетворення в об'єкти, підтримка нестандартних шрифтів. | Робота з текстом базова, конвертація в криві можлива, але без розширених можливостей стилізації. |
| 5 | Стилізація об'єктів | Тінь, об'єм, прозорість, градієнти, складні ефекти застосовуються неруйнівно, є графічні стилі. | Набір стилів і ефектів присутній, легко копіювати стиль з одного об'єкта на інший. | Базові градієнти й прозорість, складна стилізація вимагає ручної побудови. |
| 6 | Інструменти трансформації | Розширені можливості обертання, віддзеркалення, деформації, побудови повторів, перспективи. | Зручне масштабування, обертання, віддзеркалення; є засоби для створення симетричних мотивів. | Основні трансформації присутні, але складні конструкції потребують більше ручної роботи. |

7 СТВОРЕННЯ ОРИГІНАЛ-МАКЕТА ВИДАННЯ

Модний журнал «Nostalgia» має таку структуру:

- вступна частина – присутня у вигляді «Маніфест», є аналогом традиційного «Слово редактора»;
- основний текст – представлений у вигляді 6 рубрик, має 2 рівні заголовків;
- заключна частина – рекламні блоки.

7.1 Розробка вимог до внутрішнього оформлення видання

Згідно з ДСТУ 4489:2005. Видання книжкові та журнальні., для журнального видання форматом 60×84/8 розмір сторінки до обрізки дорівнює 210×300 мм, після обрізки – 205×290 мм, орієнтація – книжкова. Розворот видання з урахуванням обрізки дорівнює 410×290 мм, до обрізки – 415×300 мм.

Сторінка складання обиралася відповідно до «Стандарти в поліграфії та видавничій справі». Перший варіант оформлення, на перший погляд, є більш доцільною опцією для проєктованого видання через економність: він передбачає мінімальні поля та максимально допустимі за гігієнічними нормами та технічними можливостями розміри сторінки складання. Проте на користь другого варіанту свідчать такі аргументи.

1. Видання першого варіанту комплектуються вкладкою, натомість розроблюване видання комплектується добіркою через кількість сторінок.

2. Для журналу обрано КБС блоку та криття обкладинки в розпуск – обидва потребують досить великого корінцевого поля, інакше це завадить нормальному розкриттю сторінок. Другий варіант передбачає формат складання менший за перший і, відповідно, більші поля (рис. 7.1).

Другий варіант оформлення

| Формат паперу, см, та частка аркуша | Формат журналу до обрізування, мм | Формат журналу після обрізування, мм | Формат сторінки видання, кв, мм | Розклад, кв, мм | | Розміри полів до обрізування, мм* |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|-----------------|---------------|-----------------------------------|
| | | | | корінець | головка | |
| 84x108/32 | 135x210 | 130x200 | 5 3/4x9 1/2 103,5x171 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 18; 21 |
| 57,8x84/16 | 145x210 | 137x200 | 6 1/4x9 1/4 112,5x166,5 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 19; 25 |
| 60x84/16 | 150x210 | 145x200 | 6 1/2x9 1/4 117x166,5 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 20; 25 |
| 57,8x90/16 | 145x225 | 137x215 | 6 1/4x10 1/4 112,5x184,5 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 19; 22 |
| 60x90/16 | 150x225 | 145x215 | 6 1/2x10 1/4 117x184,5 | 1 1/2 27 | 1 3/4 31,5 | 13; 16; 20; 24 |
| 70x100/16 | 175x250 | 170x240 | 7 3/4x11 1/2 139,5x207 | 1 1/2 27 | 1 3/4 31,5 | 13; 16; 22; 27 |
| 70x108/16 | 175x270 | 170x260 | 7 3/4x12 1/2 139,5x225 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 22; 26 |
| 84x108/16 | 210x270 | 205x260 | 9 3/4x12 3/4 175,5x229,5 | 1 1/2 27 | 1 3/4 31,5 | 13; 16; 21; 24 |
| 57,8x84/8 | 210x289 | 205x275 | 9 3/4x13 1/2 175,5x243 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 21; 27 |
| 60x84/8 | 210x300 | 205x300 | 9 3/4x14 1/4 175,5x256,5 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 21; 25 |
| 57,8x90/8 | 225x289 | 220x275 | 10 1/2x13 1/2 189x243 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 22; 27 |
| 60x90/8 | 225x300 | 220x290 | 10 1/2x14 189x252 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 22; 29 |
| 70x108/8 | 270x350 | 265x340 | 13x17 234x306 | 1 1/2 27 | 2 36 | 13; 18; 22; 25 |

* — розміри полів наведено в такій послідовності: коріньового, верхнього, зовнішнього, нижнього

Рисунок 7.1 – Другий варіант оформлення видань

У довіднику наголошено: «для скріплення журналів незшивним клейовим скріпленням рекомендовано розкладку в корінці збільшувати, зменшуючи формат сторінки видання» [13, с. 277]. Назараз розкладка в корінці становить $1 \frac{1}{2}$ кв або 27 мм, формат сторінки видання – $9 \frac{3}{4} \times 14 \frac{1}{4}$ кв або $175,5 \times 256,5$ мм. ОСТ 29.62–86 (рис. 7.2) пропонує такий підхід до розрахунків:

| Р. у корінці, кв | Збільшення Р. у корінці, кв | Зменшення формату набору, кв |
|------------------|-----------------------------|--|
| $1 \frac{3}{4}$ | $\frac{1}{4}$ | $\frac{1}{8}$ або $\frac{1}{4}$ (при лінотипі) |
| $1 \frac{1}{2}$ | $\frac{1}{2}$ | $\frac{1}{4}$ |
| $1 \frac{1}{4}$ | $\frac{3}{4}$ | $\frac{3}{8}$ або $\frac{1}{2}$ (при лінотипі) |
| 1 | 1 | $\frac{1}{2}$ |

Рисунок 7.2 – ОСТ 29.62 – 86

Якщо розкладка в корінці дорівнює $1 \frac{1}{2}$ кв, то значення збільшується на $\frac{1}{2}$ кв, а формат сторінки складання зменшується на $\frac{1}{4}$.

Розкладка в корінці дорівнює 2 кв або 36 мм.

Формат сторінки видання:

$$9 \frac{3}{4} - \frac{1}{4} = 175,5 - 4,5 = 171 \text{ мм,}$$

$$14 \frac{1}{4} - \frac{1}{4} = 256,5 - 4,5 = 252 \text{ мм.}$$

Розрахунок полів здійснюватиметься в InDesign за допомогою скрипту Harmony Layout. У меню скрипта потрібно обирати підбір полів і розрахунок згідно з пропорцією «Золотий перетин», ввести ширину, висоту сторінки складання й отримати автоматично розраховні та виставлені в Margins and Columns значення полів до тисячних (рис. 7.3). Округляємо й отримуємо такий результат: корінцеве – 13 мм, верхнє – 15 мм, зовнішнє – 21 мм, нижнє – 23 мм.

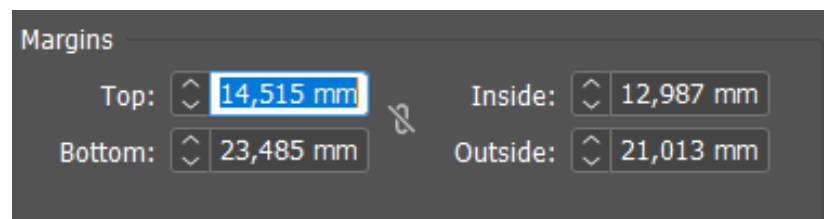


Рисунок 7.3 – Значення у Margins

7.2 Розробка структури (модульної сітки) сторінки

Побудову сітки неможливо почати без вхідних даних, нерозривно пов'язаних між собою параметрів: кегль, формат колонки та інтерліньяж.

Вибір на користь кеглю 9 пт (зі збільшенням інтерліньяжу) обґрунтований тим, що розроблюване видання призначене для нетривалого читання [13, с. 237]. Оптимальна довжина рядка часто виражається кількістю знаків або слів, які можна вмістити в межах ширини колонки, а це безпосередньо залежить від кегля [9, с.174]. Щоб підібрати прийнятне співвідношення кегля і формату колонки, скористаємося таким правилом – порівняємо значення довжини рядка в піках зі значенням кегля в пунктах. За

такою схемою формат колонки (у піках) утричі більший за величину кегля (у пунктах), і отримане значення є абсолютною верхньою межею [9, с.175]:

$$9 \times 3 = 27 \text{ пік.}$$

Так, шрифт 9 кегля не можна набирати в рядках, які довші за 27 пік. Ідеальне співвідношення дорівнює приблизно 2:1 або 2,5:1, що означає від 18 до 22,5 пік для шрифту 9-го кегля. Значення 19,7 пік ($\approx 4\frac{5}{8}$ кв) буде оптимальним з наступних причин:

- такий показник дає змогу використовувати дві колонки для розташування тексту: після вибору кегля було проведено попередню оцінку зверстаного в різну кількість колонок тексту – двоколонковий варіант виявився оптимальним;

- усереднена кількість знаків у рядку за такої ширини становить 45, що є оптимальним значенням для комфортного читання [9, с.174].

Розрахуємо середник, шляхом віднімання від ширини набору подвоєне значення формату колонки:

$$171 - (83,074 \times 2) = 4,85 \text{ мм.}$$

У результаті між колонками відсутня скупченість, присутній чіткий поділ.

Ще один важливий параметр – інтерліньяж. Якщо текст набирається шрифтом 9 пт на рядку в 19,7 піки, то слід додати до значення інтерліньяжу 2 пункти ($19,7 \div 9 = 2,18$, округлюємо до 2) [9, с. 177], отже, схема набору стане 9/11.

Розрахувавши параметри вище, будується модульна сітка в InDesign. Проектування починається зі створення горизонтального ритму. Незважаючи на те, що текст буде розташований у 2 колонки, враховуємо також, що це не єдиний присутній контент. З метою зробити процес верстки більш гнучким, у

Margins and Columns потрібно встановити 8 колонок і обчислений раніше середник (рис. 7.4).

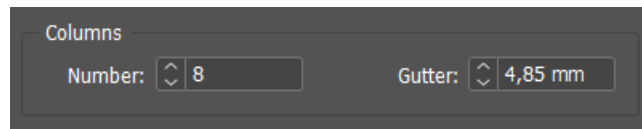


Рисунок 7.4 – Значення у Columns

Щоб спроектувати вертикальний ритм, потрібно налаштувати сітку базових ліній (рис. 7.5, 7.6). У Grids встановлюємо їх початок від верхнього поля, а відстань між кожною лінією дорівнюватиме інтерліньяжу основного тексту – 11 пт.

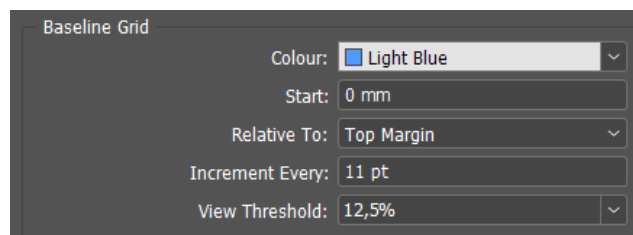


Рисунок 7.5 – Налаштування Baseline Grid

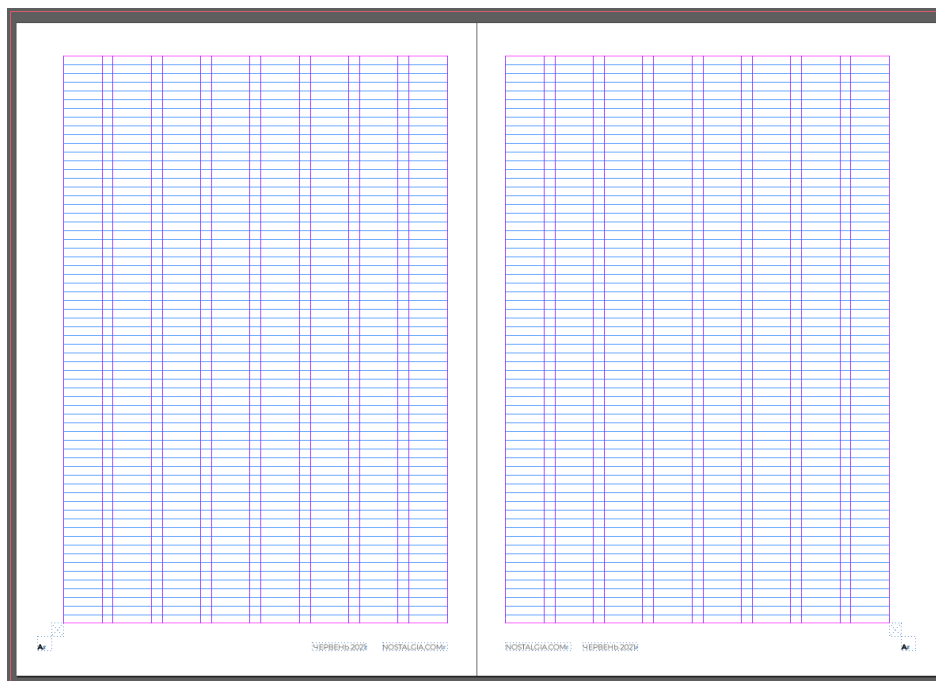


Рисунок 7.6 – Модульна сітка видання

7.3 Підготовка текстової інформації

Гарнітура Montserrat притаманна всім елементам видання, які часто фігурують і повторюються: тексту статей, тобто основному тексту, нумерації, колонтитулам, підзаголовкам і т.д. Гарнітура являє собою геометричний гротеск із відкритим характером і дещо розширеними пропорціями (рис. 7.7). Зазвичай для оформлення журналів використовують шрифти із зарубками, відмова на користь гротеску обґрунтована стилістичним оформленням журналу: у хаотичних, неохайних декораціях стилю панк мають знайтися врівноважувальні, нейтральні елементи, щоб і виокремити інформацію з-поміж іншої, і не створювати перенавантажену, нечитабельну композицію.

Montserrat
Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

Рисунок 7.7 – Гарнітура Montserrat

Для блоків основного тексту обрано накреслення Regular, вибір схеми набору 9/11 докладно обґрунтовано підрозділом 7.2.

Питанням в статті притаманна така ж схема набору, що й для основного тексту. Щоб відилити їх серед основного масиву, призначено накреслення Medium Italic, встановлений відступ у розмірі однієї пробільної строки до та після текстового блоку.

Передмова перед статтею також має аналогічні до основного тексту значення кегля та інтерліньяжу, накреслення – Medium.

Зміст рубрик на розвороті змісту – це білий (або незапечатаний) текст, розташований на темному тлі. Виворітка висуває свої умови стосовно параметрів шрифту:

- мінімальний кегль – 8 пт;
- не рекомендовано використовувати тонкі накреслення, товщина яких менше 0,3527 мм або 1 пт.

Тому текст в змісті оформлений накресленням SemiBold, схема набору – 9/11.

Кегль колонцифри та колонтитулів дорівнює 9, оскільки набирати їх, як прийнято, зменшеним, порівняно з основним текстом, кеглем варто тоді, коли цей самий основний набраний не менш ніж 10 кеглем [7, с. 58]. Накреслення відрізняються: для першого елемента вибрано SemiBold, для другого – ExtraLight.

Схема набору для підзаголовка – 11/13,2, накреслення SemiBold. Оскільки розворот, на якому вони розміщені, містить 8 фотографій, кожен з яких супроводжує невеликий опис, підзаголовки виконують радше навігаційну, аніж структурну функцію. Вони допомагають читачеві швидко зорієнтуватися в матеріалі, але не запроваджують самостійні розділи у звичному ієрархічному сенсі. Саме тому їхнє оформлення вирішено було наблизити до основного тексту: збільшити кегль і вибрати більш жирне накреслення.

Тепер потрібно відокремити підзаголовок від текстового блоку. Коли підзаголовок більший, ніж основний текст, потрібні відбивки, як до заголовка, так і після нього [9, с. 320]. Вирішено вибрати величину у два пробільних рядки, велика відбивка продиктована розміщенням декоративних елементів, що працюють у зв'язці з кожним підзаголовком (рис. 7.8).

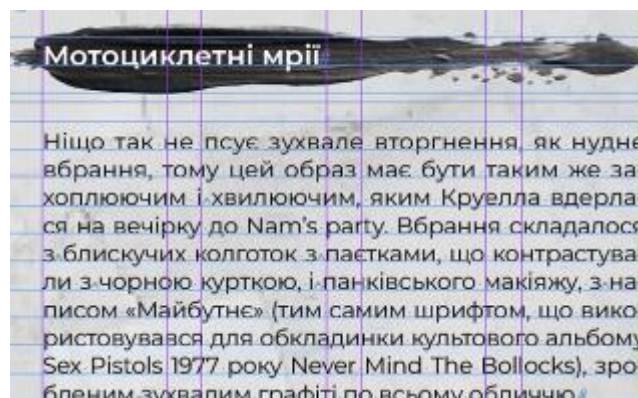


Рисунок 7.8 – Демонстрація підзаголовка

Гарнітура PARABOLA – це рукописний шрифт, який використовується для заголовка представленої статті (рис. 7.9).



Рисунок 7.9 – Гарнітура PARABOLA

Заголовок набрано у 2 рядки, кегль першого – 42,5 пт, кегль другого – 24 пт. Різниця виникла, щоб створити візуальну ієрархію всередині заголовка. Відстань між базовими лініями рядків дорівнює 38 пт (рис. 7.10).



Рисунок 7.10 – Заголовок

Якщо всі вище згадані текстові елементи друкуються однією фарбою – 100% чорним, то заголовок має значний кегль і товщину. Щоб зробити його насиченим, слід використовувати складовий чорний, у цьому випадку були застосовані значення 40, 40, 40, 100.

7.4 Підготовка зображень

Для видання використовувалися кольорові, напівтонові, штрихові та векторні зображення на основі високоякісних фотографій, завантажених з Інтернету. Їх підготовку здійснювали в програмах Photoshop та Illustrator.

Під час створення документа робота відбувалася в колірному просторі СМҮК; роздільна здатність файлів становила 300 ррі – це актуально як для растрових, так і для векторних елементів. Растрові зображення кадрувалися або, за потреби, доопрацьовувалися після за допомогою функції Edit With, що забезпечує зв'язок між програмами Adobe.

Щоб регулювати суму фарб у кольорових зображеннях у межах норми, було призначено колірний профіль ISO Coated v2 300%; для темних фонів суму фарб необхідно коригувати, утримуючи її в межах не більше 250%. Файли зберігалися у форматах TIF та EPS.

Всі ілюстрації відповідають темі випуску і працюють на атмосферу, переносячи читача на брудні вулички в спальних районах Лондона 70-х, які молоді панки прикрашають саморобними плакатами, щоб доносити свої погляди, що шокують консервативні маси.

Графічний матеріал заверстано разом із текстом за принципами комбінованої верстки (під обріз та відкрита верстка в оборку), сторінкової та асиметричної.

7.5 Верстання сторінок (шпальт) видання

Редагування тексту здійснюється за допомогою скрипта для InDesign під назвою DoTextOk. Він призначений для підготовки тексту до верстки і покликаний спрощувати рутинну роботу з коригування. Серед його різноманітного функціоналу:

- коректна розстановка нерозривних пробілів;
- заміна дефісів на довгі тире в потрібних контекстах;
- видаляє подвійні пробіли, непотрібні розриви рядків, табуляції;
- налаштовує міжбуквенні та міжслівні інтервали;
- контролює використання переносів;
- та інше.

Одразу після перенесення тексту статті в програму, він розподіляється по колонках, застосовується форматування тексту по ширині з вирівнюванням останнього рядка ліворуч, N&J Violations сигналізує про велику кількість проблемних рядків, більшість з яких виправить DoTextOk. Після обробки тексту скриптом можна отримати задовільний результат, але не без недоліків. Як було сказано раніше, скрипт здатний самостійно підбирати значення в Justification (рис. 7.11). У Hyphenation треба змінити деякі значення (рис. 7.12): у налаштуваннях цього параметра краще перетягнути повзунок максимально в бік Better Spacing, а в Hyphen Limit задати значення «3».

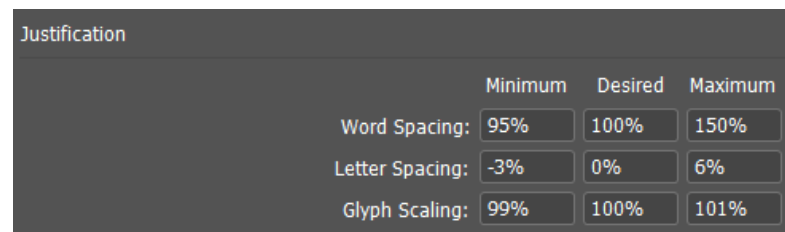


Рисунок 7.11 – Параметри Justification

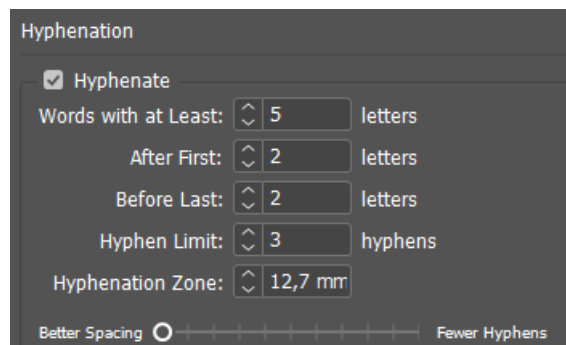


Рисунок 7.12 – Налаштування Hyphenation

Далі відбувається правка вручну тих місць, про які все ще сигналізує N&J Violations. Проблемні місця можуть бути виправлені за допомогою символів м'якого перенесення, збільшення або зменшення кернінгу або трекінгу, додавання знаків у рядок (рис. 7.13).

| | |
|---|--|
| Дженні Беван (Jenny Beavan) — легендарна художниця з костюмів, чиє ім'я асоціюється з високою майстерністю та сміливістю. Володарка двох «Оскарів» — за «Кімнату з краєвидом» (1985) і «Божевільного Макса: Дорога люті» (2015), вона будувала свою кар'єру понад 50 років, створюючи образи для легендарних фільмів. Однак її робота над костюмами в комедійній драмі Крейга Гіллеспі «Круелла» з Еммою Стоун стала чи не одним із найскладніших та найамбітніших проєктів у кар'єрі. | |
| Події картини відбуваються в Лондоні 1970-х років у самий розпал панк-революції. Дизайнерка-початківець Естелла (Стоун) знайомиться з місцевою іконою моди, Баронесою фон Гельман (Емма Томпсон). Фатальна зустріч призводить до низки подій, після яких юна Естелла перетворюється на безжалюну Круеллу і змінює своє непоказне вбрання на криваво-червоні вечірні сукні, мотоциклетні штани з паєтками, екстравагантні куртки в стилі мілітарі та величезні спідниці, розшиті пелюстками. | чезний вінтажний ярмарок під назвою A Current Affair — виявилось, що в потрібні нам дати він мав відбуватися в Брукліні, тому ми вирішили дорогою заїхати в Нью-Йорк. У Лос-Анджелесі ми зробили ще одну велику закупівлю і в підсумку приїхали до Емми з 10 валізами одягу. Ми розподілили речі за образами, зробили примірку, зрозуміли, з якими костюмами працюватимемо, а що відправиться назад у гардеробні. |
| Дія фільму відбувається в Лондоні 1970-х років. Як створювався мудборд і що було вашими головними референсами? | Який був досвід співпраці з Еммою Стоун? |
| Я бачила цю епоху на власні очі! Тоді мене більше цікавив театр, а не мода, в ті часи була повністю захоплена сет-дизайном і сценографією. Але я чудово пам'ятаю, як сама одягалася в той час, хоча у мене і не було дуже модних речей. Я не могла дозволити собі Vivienne Westwood, і навіть асортимент Viba був мені не по кишені. Прочитавши сценарій, я склала список характерних елементів костюма для кожного персонажа, а потім приступила до пошуку візуальних референсів. У моєму мудборді опинилися фотографії вбрання Вествуд, німецької співачки Ніни Хаген, багато речей модного бренду Voudumar і колекції Александра Макквіна. | Я поговорила з нею і написала їй електронною поштою до того, як ми зустрілися, і вона виявилася дуже сприйнятливою до моїх ідей, відкритою до всього. Вона любить одягатися і позувати. У підсумку першу примірку ми влаштували на її кухні. Думаю, це зайняло близько шести годин. |
| Чи правда, що для героїні Емми Стоун ви шукали вінтажні речі по всіх магазинах Лондона, Нью-Йорка і Лос-Анджелеса? | Скажіть, що лежало в основі екранного гардероба Круелли? |
| За весь фільм Круелла змінює 47 вбрань, і за сюжетом вона часто зверталася до вінтажу, особливо на початку свого шляху. Ми шукали речі в найкращих костюмерних з великим асортиментом одягу в дусі 1970-х, але я також не могла відмовити собі в задоволенні зазирнути на блошиний ринок на Портобелло-роуд у Лондоні. Потім ми вирушили першої примірці з Еммою Стоун у Лос-Анджелесі. В одну зі своїх минулих поїздок я потрапила там на вели- | У нього досить вузька колірна палітра: чорний і білий, трохи сірого, плюс червоний для кульмінаційних моментів. А в гардеробі Баронеси фон Гельман, героїні Емми Томпсон, багато теплих, насичених кольорів: ричневих і золотих відтінків. |
| | Один з поворотних моментів показаний у трейлері: Круелла підпалює свою білу мантію, під якою ховається приголомшлива криваво-червона сукня. Як вам спала на думку ідея цього вбрання? |
| | Це було в сценарії, і я хотіла зрозуміти, чи можливо реалізувати такий трюк. Існують вогнетривка тканина та прийом, щоб підпалити актора без ризику, але в нашому випадку все зробили спецефекти. За сюжетом сукня зшита зі старого вбрання Баронеси, це частина історії, і при наступній появі, вона перетворила його на незвичайне вбрання, яке було деконструйоване. Саме плаття натхненне творінням авторства Чарльза Джеймса. |

Рисунок 7.13 – Верстання тексту

Ілюстрації журналу поділяються на растрові і векторні.

Підготовка растрових зображень, як зазначено вище, проводилася у Photoshop.

Робота з кольорами здійснювалася засобами Camera Raw. Наприклад, щоб дійти до результату на рис. 7.14, перед накладенням фільтрів застосовувався один із чорно-білих профілів плагіна (рис. 7.15).



Рисунок 7.14 – Ілюстрація



Рисунок 7.15 – Ч/б фільтр Camera Raw

Для 90% зображень видання використовувалися різні режими накладення шарів, щоб надати потрібної текстури або ефекту «експлуатації», що зумовлено стилістичними особливостями.

Повертаючись до ілюстрації вище, ще одне фото (рис. 7.16), яке фігурує в композиції, набуло свого зовнішнього вигляду шляхом накладення шару (режим накладення Linear Burn), залитого червоним кольором.

Шорсткості й артефакти створює ще один шар з текстурою паперу (режим накладення Overlay).



Рисунок 7.16– Оброблене зображення

За допомогою Filter Gallery ілюстрації отримують ефект друкованого відбитка. Загалом у виданні такий ефект використовувався у двох випадках.

У першому (рис. 7.14) ієрархія шарів має такий вигляд: над шаром із фотографією розташовуються 2 шари, заповнені 50% сірим; до одного з них застосовують Grain, до другого – налаштовані Halftone Pattern і Torn Edges із Filter Gallery, прозорість вмісту якого, не зачіпаючи ефектів шару, регулюють повзунком Fill. На рис. 7.17-7.18 можна простежити вплив шару з шумом на патерн фільтра.

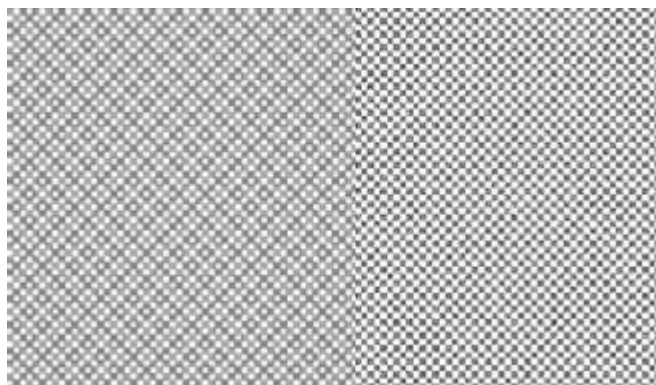


Рисунок 7.17 – До/після додавання шару з шумом



Рисунок 7.18 – Перший приклад застосування фільтра

У другому випадку (рис. 7.19) Halftone Pattern і Torn Edges застосовувалися безпосередньо на саме зображення.



Рисунок 7.19 – Другий приклад застосування фільтра

Ефект розірваного паперу досягався інструментом Маска. Для реалістичної передачі на шарі з ілюстрацією, маска малювалася пензлем Thready Tear (рис. 7.20), після чого за допомогою Layer Style – Drop Shadow розрив набуває глибини. Нижче розташовується ще один шар із зображенням паперу, яке коригується маскою і залишає після себе реалістичну паперову окантовку (рис. 7.21).

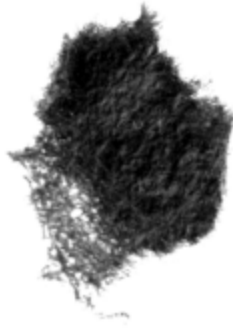


Рисунок 7.20 – Демонстрація пензля Thready Tear



Рисунок 7.21 – Ефект розірваного паперу

При створенні ілюстрацій до змісту, стояла мета досягти ефекту ксерокса. Робилося це за допомогою коригувального шару Threshold і шару, залитого 50% сірим з шумом. Останній дає змогу проявити більше деталей зображення (рис. 7.22). Вище перерахованих шарів накладалося зображення (режим накладення Screen), що надає текстуру паперу.



Рисунок 7.22 – До/після додавання шару з шумом

На розвороті з асиметричною версткою розташувалося 8 ілюстрацій. Для підготовки кожної використовувалися одні й ті самі кроки: фотографію дублюють, видимість шару однієї з них вимикають, а іншу, видиму, позбавляють насиченості, накладають ефект віньєтування за допомогою Lens Correction, а в Галереї фільтрів застосовують і налаштовують Diffuse Glow, після чого поверх створюють 2 групи шарів, в одній з яких містяться фото текстур із різними режимами накладення, а в другій – adjustments шари (Brightness/Contrast, Color Lookup, Levels), на завершення роблять видимим раніше дубльований шар із фотографією, який повертає колір зображенню (рис. 7.23).



Рисунок 7.23 – Оброблене фото

Для оформлення декоративних елементів підзаголовків та назв рубрик (по сумісності, векторної графіки видання) були застосовані унікальні пензлі, створені на основі реальних мазків фарби (рис. 7.24). Особливість цієї бібліотеки полягає в тому, що Illustrator може використовувати зображення як стиль пензля, тому для їхнього створення автор використовував сфотографовані зображення мазків фарби та обробляв у Photoshop перед створенням пензлів у програмі.

Назви рубрик перетворювалися в криві, після чого до отриманих контурів (paths) застосовано червоний пензль (рис. 7.25).



Рисунок 7.24 – Демонстрація бібліотеки пензлів Texturelabs ColorBrush

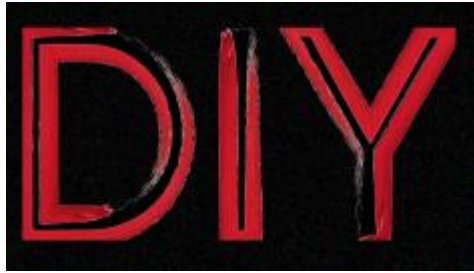


Рисунок 7.25 – Назва рубрики

Мазки чорної фарби є підкладкою для підзаголовків: (рис. 7.26)



Рисунок 7.26 – Демонстрація елемента заголовка

Ще однимими елементами векторної графіки є нитки (рис. 7.27), також намальовані пензлями. Вони з'єднують рубрики видання у змісті.



Рисунок 7.27 – Демонстрація декоративних елементів на розвороті зміста

7.6 Розробка спуску шпальт

Процедурі піддаються восьмисторінкові зошити – перпендикулярне фальцювання у 2 згиби (рис. 7.28). Спуски виконуються з чужим оборотом (Додаток Б).



Рисунок 7.28 – Передгляд спусків шпальт

8 РОЗРАХУНКИ ОБСЯГІВ ВИДАННЯ

Вимір видавничої та поліграфічної продукції здійснюється такими одиницями.

Авторський аркуш – одиниця виміру авторського твору. Залежно від матеріалу твору, один авторський аркуш складає:

- для прозового тексту (включаючи всі літери, розділові знаки, цифри, а також пробіли між словами) – 40 000 знаків;
- для віршованого тексту – 700 рядків різної довжини;
- для образотворчого матеріалу – 3000 см². Для ілюстрацій, які мають довільну форму, підрахунки робляться по прямокутнику, яким обмальовують оригінал по крайніх виступаючих точках.

З підрахунку авторського аркуша вилучають:

- а) зміст, якщо він повторює заголовки в тексті;
- б) титульні дані на авантитулі, титулі, контртитулі;
- в) лінійки, які відбивають підрядкові примітки від основного тексту.

Обліково-видавничий аркуш – одиниця виміру обсягу видання, яка, як і авторський аркуш, дорівнює 40 000 знаків прозового тексту, 700 рядків віршованого тексту і 3000 см² ілюстрацій, але включає до себе обсяг усього додаткового текстового матеріалу (передмова, анотація, вихідні і випускні дані, примітки, колонцифри і колонтитули тощо).

Фізичний друкарський аркуш використовується для виміру фізичного обсягу друкованого видання. За будь-якого формату паперу друкарський аркуш має кількість сторінок, яка дорівнює частці формату (при 1/8 частці – 8, при 1/16 частці – 16 сторінок). Обсяг видання у фізичних друкованих аркушах $O_{\text{ф.д.а}}$ визначається за формулою:

$$O_{\text{ф.д.а}} = C_{\text{вид}} \div d = 112 \div 8 = 14$$

Паперовий аркуш служить для підрахунку кількості паперу на видання. Основні параметри – формат і маса, якість і придатність для різних видів друку. Один паперовий аркуш має два фізичних. Умовний друкований аркуш служить для обміну і співставлення видань, надрукованих на різних форматах. Ця одиниця – паперовий аркуш форматом 60×90 см, площею 5400 см^2 . Діленням площі аркушів інших форматів на 5400 отримують перевідні коефіцієнти, через які обсяг видання в фізичних аркушах переводять в умовні. Умовний друкований аркуш:

$$O_{\text{у.д.а}} = \frac{60 \times 84}{5400} \times 14 = 12,6_{\text{у.д.а}}$$

9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

9.1 Характеристика продукції

Під час виконання кваліфікаційної роботи розроблено оригінал-макет нішевого модного журналу «Nostalgia», покликаного популяризувати вінтажну моду як альтернативу надмірно комерціалізованим і швидкоплинним трендам індустрії. Одне з головних послань журналу – заохочення до усвідомленого споживання.

Метою проекту є не запуск тиражу, а візуалізація концепції видання у вигляді оригінал-макета: видання проєктується, щоб шукати нові способи актуалізації друкованих видань за умов, коли цифрові платформи активно монополізують ЗМІ. Видання розраховане на молодих людей 18-24 років.

Головна особливість «Nostalgia» полягає в тому, що кожен випуск оформлюється по-різному – відповідно до теми, якій він присвячений. Чітке орієнтування на немасову аудиторію, виразний зовнішній вигляд, оскільки дана вікова група відрізняється візуальною орієнтованістю, структуроване і комплексне розкриття теми, що вигідно відрізняє від конкурентів цифрових видань, і посил видання, що не залишить байдужим цю вікову групу. Головними зауваженнями та ризиками є обмежений канал збуту та необхідність промоції в Інтернеті, щоб як залучати аудиторію до проєкту, так і підтримувати її інтерес між виходом випусків. З огляду на нестабільність ринку та скорочення в принципі друкованих видань в Україні, проєкт потребує ретельно продуманої маркетингової стратегії. Сьогодні молодіжні видання найвигідніше продавати, розвиваючи соціальні мережі та персоніфікуючи співробітників, які стоять за створенням журналу. Молодим людям привабливіше купувати те, що викликає асоціацію з персонами, яких вони поважають або вважають авторитетами, діяльність яких цікава і за якою вони регулярно стежать.

Таблиця 9.1 – Характеристика продукції

| Назва продукції | Кількість сторінок (з обкладинкою) | Періодичність на рік | Формат видання | Тираж, екземплярів |
|-----------------|---------------------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|
| «Nostalgia» | 112 | 6 | 60×84/8 | 5 тис.екз. |

9.2 Оцінка ринків збуту

Друкованим модним виданням все складніше утримувати масову аудиторію, однак це дало поштовх до оновлення підходів. Замість конкуренції з діджитал-середовищем за широку публіку, такі видавництва як «Антиквар» шукають локальні формати, здатні прицільно працювати з вузькою, але платоспроможною нішею. Такий підхід дає змогу будувати стійкі зв'язки з цільовою групою й адаптувати контент до її запитів.

До основних споживачів «Nostalgia» можна віднести студентів профільних факультетів, молодь, яка цікавиться вінтажем, митців, креативних спеціалістів, а також ширшу публіку з естетичним запитом. Значна частина потенційної аудиторії мешкає у великих містах – зокрема, Києві, Харкові, Львові, Одесі, де зосереджені мистецькі спільноти, незалежні книгарні та шоуруми, які можуть стати точками продажу.

9.3 Конкуренція

Ринок нішевих друкованих модних видань в Україні залишається малонасиченим, що з одного боку відкриває перспективи для нових проєктів, а з іншого – потребує ретельного позиціонування. Безпосередніми конкурентами журналу «Nostalgia» є друковані видання, що висвітлюють моду в історико-культурному чи мистецькому контексті.

Зокрема, журнал, та однойменне видавництво, «Антиквар», присвячений мистецтву та колекціонуванню. Він періодично звертається до тем історії одягу, ретро-естетики та стилю як культурного феномену. Видання

орієнтоване на дорослу аудиторію професіоналів сфери та використовує змішану стратегію дистрибуції – книгарні, виставки, культурні події.

9.4 План виробництва

План виробництва покликаний відобразити витрати на проектування оригінал-макета, сама розробка не передбачає прибутку і служить візуалізацією розробленої концепції журналу.

По-перше, визначимо показники виробництва в натуральному виразі, що представлено у таблиці 9.2.

Таблиця 9.2 – Визначення показників виробництва в натуральному виразі

| № з/п | Операція | Одиниця виміру | Обсяг виробництва | Норма часу на од., хв. | Кількість маш.-год | Чисельність, ос. | Кількість нормо-годин |
|-------|---|----------------|-------------------|------------------------|--------------------|------------------|-----------------------|
| 1 | Розробка концепції | год. | 50 | – | 50 | 1 | 50 |
| 2 | Складання бази текстових матеріалів | статті | 18 | 200 | 60 | 1 | 60 |
| 3 | Складання бази ілюстративних матеріалів | год. | 23 | 20 | 7,6 | 1 | 7,6 |
| 4 | Ескізування макета | розворот | 56 | 100 | 93,3 | 1 | 93,3 |
| 5 | Редагування та коректура | стор. | 110 | 80 | 146,6 | 1 | 146,6 |
| 6 | Обробка ілюстрацій | шт. | 70 | 35 | 40,8 | 1 | 40,8 |
| 7 | Верстка оригінал-макета | розворот | 56 | 100 | 93,3 | 1 | 93,3 |

Позначимо працівників, які супроводжують кожен з вищеописаних операцій, їх оклад за 1 робочий день, нараховану за відпрацьовані нормо-години заробітну плату у таблиці 9.3. Графічний дизайнер виконує операції складання бази ілюстрованих матеріалів та обробку ілюстрацій.

Таблиця 9.3 – Витрати на заробітну плату

| Посада | Чисельність, ос. | Оклад за 1 робочий день, грн | Кількість нормо-годин | Заробітна плата за відпрацьовані нормо-години, грн |
|--------------------|---------------------|------------------------------------|--------------------------|--|
| Головний редактор | 1 | 909,09 | 50 | 5 681,81 |
| Журналіст | 1 | 818,18 | 60 | 6 136,35 |
| Графічний дизайнер | 1 | 681,82 | 48,4 | 4 121,13 |
| Арт-директор | 1 | 909,09 | 93,3 | 10 602,26 |
| Редактор-коректор | 1 | 772,73 | 146,6 | 14 160,27 |
| Верстальник | 1 | 818,18 | 93,3 | 9 542,02 |
| Всього | 6 | 4 909,09 | 491,6 | 50 243,84 |

Сума єдиного соціального внеску дорівнює 22 % від суми основної та додаткової заробітної плати, тобто 11 053,64 грн.

До інших витрат слід віднести витрати на обслуговування комп'ютерної техніки, що використовується виконавцями проекту, і плату за електроенергію.

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристроїв і тарифу на електроенергію. Передбачається використання 4 ноутбуків, що застосовуються для інтенсивних задач, як от робота з графікою – 0,08 кВт/год та 2 ноутбуки меншої потужності для набору, редактури і коректури тексту – 0,05 кВт/год. Вартість за 1 кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 4,32 грн/кВт-год. Час використання електроенергії в процесі розробки – 491,6 години. Отже, плата за електроенергію складе:

$$((0,08 \times 4) + (0,05 \times 2)) \times 4,32 \times 491,6 = 891,96 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування техніки визначаються виходячи з її вартості (таблиця 9.4) та часу експлуатації, після закінчення якого, вона

підлягає заміні (зазвичай цей час не перевищує 3-х років). Отже, враховуючи, що вартість балансова вартість задіяної у проєкті техніки дорівнює 219 470,60 грн, а протягом року техніка використовується 254 робочих дні, отримаємо наступну суму витрат на обслуговування за час виконання проєкту:

$$(219\,470,60 \div (3 \times 8 \times 254)) \times 491,6 = 17698,78 \text{ грн.}$$

Таблиця 9.4 – Балансова вартість основного устаткування

| Номер | Вид устаткування | Вартість устаткування, грн. | Вартість транспортно-монтажних робіт, грн | Балансова вартість, грн |
|--------|----------------------------------|-----------------------------|---|-------------------------|
| 1 | Ноутбуки | 178 000,00 | 17 800,00 | 195 800,00 |
| 2 | Графічні планшети | 7 292,00 | 729,20 | 8 021,20 |
| 3 | Калібратор Datacolor SpyderX Pro | 12 454,00 | 1245,40 | 13 699,40 |
| 4 | Мережеве обладнання | 2 500,00 | 250,00 | 2 750,00 |
| Всього | | 200 246,00 | | 219 470,60 |

Собівартість проєктування оригінал-макета становить:

$$50243,84 + 11053,64 + 891,96 + 17698,78 = 79888,22 \text{ грн.}$$

Собівартість сформували такі фактори:

- штат кваліфікованих фахівців, задіяних на кожному етапі;
- великий обсяг трудовитрат, зокрема, написання 19 статей, підбір і обробка понад 70 ілюстрацій, створення 56 розворотів;
- обмеженість тиражу і відсутність економії на масштабі, адже проєкт демонструє концепт, а не серійне виробництво;
- пілотний характер видання, що потребує ретельної пропрацювання всіх складових.

Розрахуємо суму прибутку від реалізації проектування оригінал-макета (виходячи з рівня рентабельності 30 %):

$$79888,22 * 0,3 = 23966,47 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки сайту без податку на додану вартість (ПДВ):

$$79888,22 + 23966,47 = 103854,69 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ:

$$103854,69 * 0,2 = 20770,94 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки сайту з ПДВ складає:

$$103854,69 + 20770,94 = 124625,63 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 9.5.

Таблиця 9.5 – Розрахунок витрат на проектування оригінал-макета

| № | Стаття витрат | Сума, грн |
|----|---|------------|
| 1 | Основна заробітна плата | 50 243,84 |
| 2 | Додаткова заробітна плата | – |
| 3 | Єдиний соціальний внесок | 11 053,64 |
| 4 | Витрати на обслуговування техніки | 17 698,78 |
| 5 | Витрати на електроенергію | 891,96 |
| 6 | Собівартість проектування оригінал-макета | 79 888,22 |
| 7 | Прибуток | 23 966,47 |
| 8 | Ціна без ПДВ | 103 854,69 |
| 9 | Податок на додану вартість (ПДВ) | 20 770,94 |
| 10 | Ціна з урахуванням ПДВ | 124 625,63 |

9.5 Організаційний план

Проект реалізується редакцією, створеною спеціально для створення і випуску журналу «Nostalgia». Організаційна структура редакції є лінійною та включає основні функціональні одиниці, необхідні для редакційно-художньої підготовки друкованого видання.

Організаційна структура підприємства.

До складу редакції входить шість фахівців:

- головний редактор – координує загальну концепцію видання, приймає остаточні рішення щодо змісту, стежить за відповідністю матеріалів ілюстративному та текстовому задуму;

- журналіст – готує авторські тексти, проводить інтерв'ю, огляди та інформаційні добірки;

- редактор-коректор – виконує літературну обробку текстів, здійснює мовну та стилістичну вичитку, вносить правки відповідно до норм українського правопису;

- графічний дизайнер – створює візуальні матеріали, декоративні елементи, графіку, що відповідає тематиці й естетиці випуску;

- арт-директор – розробляє загальну візуальну концепцію, відповідає за цілісність стилю та підбір кольорової палітри, шрифтів, версткових сіток;

- верстальник – безпосередньо верстає сторінки журналу в програмах верстки, розміщує контент відповідно до шаблонів і стильової концепції.

Управлінська ієрархія передбачає підпорядкування всіх виконавців головному редактору, який несе відповідальність за результат проєкту.

Кадри підприємства.

Редакція залучає фахівців у сферах журналістики, графічного дизайну, видавничої справи, які мають відповідну освіту або підтверджений практичний досвід. Усього до розробки одного випуску залучено 6 осіб: головний редактор, журналіст, графічний дизайнер, артдиректор, редактор-коректор і верстальник. Зайнятість – повна, на умовах строкового трудового

договору, який укладається виключно на період підготовки одного номера. Така форма залучення обумовлена пілотним характером випуску та потребою оцінити економічну доцільність подальшої діяльності.

Оплата праці здійснюється за нормо-годинами відповідно до встановлених нормативів часу на виконання кожного етапу роботи. Премії або доплати не передбачені, мотивація здійснюється через чітку систему розподілу обов'язків та участь у реалізації творчого проєкту. Матеріальні пільги або соціальні гарантії в межах тимчасового залучення не передбачаються.

Кадрова політика.

Кадрова політика редакції ґрунтується на формуванні гнучкої команди з фахівців, здатних працювати у короткі строки, автономно й узгоджено. Відбір персоналу здійснюється за результатами попередньої співбесіди та аналізу портфоліо або прикладів виконаних робіт. Пріоритет надається фахівцям з високою професійною компетентністю, здатністю до командної роботи та дотримання стильових вимог проєкту.

Підготовка персоналу не передбачається через обмежені часові й фінансові ресурси, але всі процеси організовані так, щоб уникнути перевантаження і забезпечити комфортні умови праці. Чітка структура ролей і внутрішня координація сприяють збалансованому соціально-психологічному клімату.

9.6 Висновки

У процесі виконання економічної частини кваліфікаційної роботи було проведено комплексний ринку збуту, конкурентного середовища та потенціалу нішевих друкованих видань в Україні. Визначено, що сучасні тенденції розвитку медіа надають перевагу вузькоспеціалізованим продуктам, орієнтованим на невелику, але платоспроможну аудиторію.

У межах розділу розраховано витрати на створення оригінал-макета журналу «Nostalgia», який є демонстраційним випуском, не призначеним для

безпосереднього прибутку. Собівартість становить 79888,22 грн, що обумовлено великою кількістю операцій, задіяністю фахової команди, техніки, а також опрацюванням концепції. Очікуваний прибуток за умови рентабельності 30 % становить 23966,47 грн, загальна вартість проекту з урахуванням ПДВ – 124625,63 грн.

Проект показує потенційну життєздатність спеціалізованого модного видання, що може знайти свою нішу за умов належної комунікаційної та маркетингової підтримки.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було здійснено дослідження етапів додрукарської підготовки періодичного видання з акцентом на редакційний етап і препрес, обробку текстових і візуальних матеріалів та формування оригінал-макету. Об'єктом проєктування став макет нішевого журналу «Nostalgia», орієнтованого на молодіжну аудиторію 18–24 років, що цікавиться вінтажною модою та естетикою попередніх епох.

У межах кваліфікаційної роботи було проведено аналітичний огляд літератури за темою, розроблено концепцію друкованого журналу, визначено цільову аудиторію та стилістику номера, виконано обґрунтований вибір формату і тиражу, складені рубрики, відображено технологічний процес створення через схеми, проаналізовано та обрано програмне забезпечення для реалізації поставленої мети, розроблено вимоги до внутрішнього оформлення, засоби організації контенту в рамках видання, описані підготовчі етапи тексту та зображень, проведено економічне обґрунтування розробки.

Було проаналізовано сучасні тенденції адаптації друкованої періодики до умов цифрової конкуренції, зосереджено увагу на можливостях спеціалізованих видань у формуванні лояльної та платоспроможної аудиторії.

Результатом виконаної роботи став повноцінний оригінал-макет спеціалізованого журналу, підготовлений до друку, він поєднує концептуальний зміст, актуальну подачу текстового матеріалу та продумане графічне оформлення, відповідаючи запитам сучасної молоді аудиторії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Гоцур О., Попіль Д. Кризові періоди розвитку ринку друкованих ЗМІ (2000-2022 рр.) // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. 2022. № 2 (4). С. 38-45.
2. 6 best vector design software [tested]. URL: <https://icons8.com/blog/articles/free-vector-software/> (Last accessed: 15.05.2025).
3. A Survival Strategy for Fashion Magazines. URL: https://www.businessoffashion.com/articles/media/a-survival-strategy-for-fashion-magazines/?utm_source=chatgpt.com (Last accessed: 01.06.2025).
4. How generation Z interacts with print. URL: <https://www.holmen.com/en/paper/insights/paper-inspiration/how-gen-z-interacts-with-print/> (Last accessed: 01.06.2025).
5. Художньо-технічне оформлення видань різних видів. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815> (дата звернення: 28.05.2025).
6. Bonner E.M. Millennials and the future of magazines: how the generation of digital natives will determine whether print magazines survive: Master's thesis. Tuscaloosa, 2015. 80 p. URL: <https://ir.ua.edu/handle/123456789/2417> (Last accessed: 05.06.2025).
7. Челомбійко В.Ф. Обробка текстової інформації: конспект лекцій. Харків: ХНУРЕ, 2023. 160 с.
8. Desktop Publishing Software (Detailed Guide + Comparisons). URL: <https://redokun.com/blog/desktop-publishing-software> (Last accessed: 15.05.2025).
9. Felici J. Complete Manual of Typography: A Guide to Setting Perfect Type. Pearson Education, Limited, 2018.
10. From idea to newsstand: How to create a new magazine. URL: <https://www.burda.com/en/news/idea-newsstand-how-create-new-magazine/> (Last accessed: 15.05.2025).

11. Кирилова О.В. Газетно-журнальне виробництво: Тексти лекцій. Дніпро: ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2019. 30 с.

12. How to Make a Magazine: The Definitive Guide. URL: <https://www.marq.com/blog/how-to-make-a-magazine-in-twelve-steps> (Last accessed: 01.06.2025).

13. Дурняк Б.В., Ткаченко В.П., Чеботарьова І.Б. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник. Львів : Вид-во УАД, 2011. 320 с.

14. Губницька Ю.С. Моделі, метод та інформаційна технологія додрукарської підготовки видань: автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.13.06 / Харків. нац. ун-т радіоелектроніки. Харків, 2014. 20 с.

15. 'Tangible & collectible': i-D back on shelves as gen Z revives fashion magazines. URL: https://www.theguardian.com/media/2025/mar/25/i-d-magazine-gen-z-demand-fashion?utm_source=chatgpt.com (Last accessed: 01.06.2025).

16. The Ultimate Raster Graphics Software List: 8 Programs to Consider. URL: <https://pathedits.com/blogs/tips/the-ultimate-raster-graphics-software-list-8-programs-to-consider> (Last accessed: 15.05.2025).

17. Виклики та перспективи друкованих мистецьких журналів в Україні: інтерв'ю з Ганною Шерман. URL: <https://susplne.media/culture/933975-vikliki-ta-perspektivi-drukovanih-mistECKih-zurnaliv-v-ukraini-intervu-z-gannou-serman/> (дата звернення: 07.05.2025).

18. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. Київ: Держстандарт України, 1995.

19. Кирилова О.В. Газетно-журнальне виробництво: Тексти лекцій. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2019. 30 с.

20. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні – 2024. URL: <https://teletype.in/@pressua/BU1-Mc4ecvp> (дата звернення: 28.05.2025).

21. Хьорлберт А. Сітка. Модульна система конструювання і виробництва газет, журналів та книг.