

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Педагогічний факультет
Кафедра образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та реставрації
творів мистецтва

Дипломна робота
бакалавра

з теми: **«КАЛЕНДАР ЯК АРТ-ОБ'ЄКТ В ДИЗАЙНІ»**

Виконала:
студентка 4 курсу
групи ОМ1-В18
спеціальності 023 Образотворче
мистецтво, декоративне мистецтво,
реставрація
Сереброва Ірина Сергіївна

Науковий керівник:
Кліщ О.А., кандидат архітектури,
старший викладач

Рецензент:
Бренюк А.Г., кандидат
мистецтвознавства, старший
викладач

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРЯ ЯК АРТ-ОБ'ЄКТУ В СВІТОВІЙ КУЛЬТУРІ	6
1.1. Ретроспектива розвитку дизайну календарів в пам'ятках культури і мистецтва	6
1.2. Дизайн календаря та його типи.....	15
Висновки до 1 розділу	22
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ	23
2.1. Композиційні передумови графічного втілення візуальних звернень календарної продукції.....	23
2.2. Концепція дизайну арт-календаря та передпроектна робота	31
2.3. Процес роботи по виготовленню авторського арт-календаря	39
Висновок до 2 розділу	47
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Особливості використання та графічного оформлення календарних систем в різні історичні періоди досі не одержали повномасштабного цілісного порівняльного аналізу. В цьому і полягає **актуальність** теми дослідження. При заглибленні у тему доцільним стало вивчення загальних історичних напрямів розвитку виокремлених територій, особливостей їх релігій, побуту, писемності і, врешті, проведення чіткої систематизації використання знаків, взаємозв'язку графічної культури в календарних системах різних цивілізацій з розвитком первісних наук.

Науковою спільнотою опубліковано достатньо велику кількість праць, присвячених вивченню календарних систем важливих культурних центрів Давнього Світу. Загальноісторичні, первісно наукові, культурологічні та мистецтвознавчі аспекти на етапах розвитку означених цивілізацій, досліджували такі зарубіжні автори як: L. Deruydt [14], D. Feeney [16], R. Hannah [19], L. Magini [22], S. Stern [28]. Праці вищенаведених, та ряду інших авторів, сприяли проведенню детального загально-порівняльного аналізу художньо-композиційних прийомів в їх зображенні.

За останні десятиліття інтерес дослідників до питань історичної хронології та календарних систем світу не послаблювався. Підтвердженням цього є перелік проблем, яким присвячені досить ґрунтовні дослідження. В науковій літературі дуже мало уваги присвячено формотворенню календаря як об'єкта дизайну. Зазвичай він розглядався в розрізі астрономії, метеорології, етнографії та мовознавства. Цікавими є дослідження таких вчених, як І.А. Климишин [8], С.І. Селешніков [14], Б. О. Рибаків [12; 13], А.В. Буткевич, які аналізували генезу розвитку календаря. Прослідкувати історію розвитку календаря як об'єкту поліграфії в період СРСР намагався Д. Малаков [6].

На сьогодні календар виступає однією з важливих галузей дизайну. Сучасна людина щодня і щогодини перебуває в контакті з різними типами календарів, які фактично є важливим атрибутом її життя. Незважаючи на те, що

календар має глибокі історичні корені в арсенал рекламних об'єктів він увійшов не так давно. Але стрімко зайняв чітку позицію серед об'єктів фірмового стилю. І на відміну від більшості рекламних носіїв календар має можливість впливати на споживача тривалий час. Ця перевага надає дизайнерам більше можливостей для пропаганди іміджу компанії. Але як писав М. Демченко: «рекламі на сучасному етапі розвитку вже замало просто інформувати споживача: вона активно перебирає на себе ширшу функцію комунікатора».

Мета дипломної роботи полягає у вивченні розвитку дизайну календаря як арт-об'єкту.

Відповідно мети **визначено завдання:**

1. З'ясувати ретроспективу розвитку дизайну календарів в пам'ятках культури і мистецтва;
2. Класифікувати види календарів та визначити відповідні їм принципи композиційної побудови;
3. Запропонувати авторську розробку дизайну мистецького календаря.

Об'єкт дослідження – календар як арт-об'єкт.

Предмет дослідження – тенденції розвитку дизайну календаря як арт-об'єкту.

Наукова новизна дослідження полягає в систематизації відомостей про специфіку розвитку календарних систем та особливостей їх дизайнерських рішень.

Практична значущість полягає у висвітленні ретроспективних досліджень від давніх часів до сучасності, з метою актуалізації їх використання в дизайні. Також матеріали роботи можливо використовувати для підготовки семінарських занять в майбутній педагогічній діяльності.

Методи дослідження: в процесі опрацювання наукової літератури з проблеми дослідження ми застосували метод критичного аналізу, а також синтезу, узагальнення та систематизації опрацьованих даних. Також для розуміння динаміки розвитку проблеми в історії ми застосували ретроспективний метод.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (45 найменувань) та додатки.

В першому розділі здійснюється ретроспективний аналіз розвитку дизайну календарів в пам'ятках культури і мистецтва; розглядаються різновиди дизайну календаря та його типи.

В другому розділі дипломної роботи розглядаються особливості дизайну календарної продукції та технологія її розробки, а саме: з'ясовано композиційні передумови графічного втілення візуальних звернень календарної продукції; визначена концепція дизайну арт-календаря та передпроектна робота; проаналізований процес роботи по виготовленню авторського арт-календаря.

Загальний зміст роботи представлений на 57 аркушах. Основний зміст роботи представлений на 49 аркушах та включає 8 аркушів додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРЯ ЯК АРТ-ОБ'ЄКТУ В СВІТОВІЙ КУЛЬТУРІ

1.1. Ретроспектива розвитку дизайну календарів в пам'ятках культури і мистецтва

Сучасна людина не замислюється про походження поняття календар. Вже дуже давно календар для нас не боргова книга, хоча перші дні місяця (за давньоримським «Календа») у багатьох і сьогодні пов'язані з необхідністю оплати боргів (кредитів). Причому календарі допомагають у реалізації як корпоративних бізнес-цілей, так і особистих, тобто є незамінним інструментом щоденного планування та арт-об'єктом, який одночасно може бути засобом реклами.

Слово “календар” походить від латинських слів “calendarium” і “calendae”. Перше з них означає боргову книгу, тому що у Стародавньому Римі було прийнято сплачувати боргові відсотки першого числа кожного місяця, а перший день кожного місяця називався “calendae” (“календи”). Так 1 січня римляни називали “Calendae Januariæ” [1, с. 8].

За визначенням С. Селешнікова календар – друковане видання у вигляді таблиці (табелі-календар) або книжки, де міститься перелік чисел, днів тижня, місяців або років, а також вказуються свята, астрономічні відомості (місячна фаза, затемнення) [7, с. 18].

Терміном календар окреслюється система обчислювання тривалих проміжків часу, яка використовує періодичність явищ природи, що виявляються особливо чітко в добовому обертанні земної кулі, видимому русі Місяця навколо Землі й у річному русі Сонця. Тривалі відрізки часу поділяються на сторіччя, роки, місяці, тижні й доби. Якщо довго спостерігати за зоряним нічним небом в один і той же час, то можна встановити важливу закономірність: видиме розташування сузір'їв над обрієм буде безупинно змінюватися і набуде первісного вигляду тільки через рік. Також можна встановити, що за однаковий річний відрізок часу місячні ночі змінюються безмісячними 12-13 разів. На

перших етапах відкриття закономірностей у русі небесних світил, тобто з моменту зародження астрономії як науки, робилися спроби виявити найточніше числові співвідношення між тими періодами руху Сонця і Місяця, з яких утворилися первинні одиниці календарного числення. Тому майже вся історія давньої астрономії пов'язана з історією розвитку різних календарних систем.

Виготовлення календарів – один із найскладніших видів поліграфічного виробництва і саме тому є найцікавішим. У сучасному діловому побуті є найпоширенішим видом паперово-білових виробів. Водночас календар – це спосіб, який допомагає керувати та планувати, організовувати і діяти, пам'ятати і рухатися. Він так надійно увійшов у наше життя, що ми навіть не замислюємось ні про його призначення, ні про його різноманіття, а лише згадуємо де розташовані наші календарі: в гаманці чи в кишені, в записнику чи в мобільному телефоні. Під час виготовлення календарів необхідно враховувати такі особливості, які допоможуть надрукувати календар індивідуальним та неповторним: великі візуальні образи, об'єднані спільною ідеєю; нестандартне оформлення календарної сітки; можливість висічки та виконання верху календаря з дизайнерського паперу.

В царині виготовлення календарів відбулася своєрідна революція. Ще кілька років тому ми не могли собі навіть уявити, що можемо замовити і виготовити календар із своїм зображенням, чи будь-яким іншим. Виробники придумали різні види календарів: настінні календарі, настільні календарі, календарі квартальні, календарі-плакати, календарі перекидні, кишенькові календарі, календарі-закладки. Відповідно в кожній групі таких календарів існують свої удосконалення, які сприяють більш широкому їх використанню [7, с. 32].

Давньоєгипетський (див. Додаток А1), перший з календарів що ми розглядаємо, мав кілька стадій формування за час царювання різних правителів.

На відміну від своїх послідовників часів Античності, одночасно в Єгипті використовували два календарі: місячний і сонячний окремо. Рік у свою чергу складався з 365-ти днів (3-х сезонів по 4 місяці кожен, в яких тиждень спочатку

налічував 10 днів), а в кінці року додавалися 5 священних днів, які називалися Hrj.w (херіу-ренпет), що в перекладі означало «знаходяться над роком». Кожен з цих днів був своєрідним днем народження відповідного бога: Осіріса, Гора, Сета, Ісіді та Нефтіди. Іноді для позначення першого місяця використовували спеціальне слово – trj (тепі), що перекладається як «перший», а для останнього – arky (арки) «останній» [14; 24].

Місячний календар як в системах Давнього Єгипту так і Античності служив виключно для релігійних і побутових цілей, наприклад використовувався для визначення святкових дат, етапів сільськогосподарських робіт або в особистих листах. Єгипетський сонячний календар існував для датування офіційних документів. Примітним є факт, що незважаючи на свої назви, сезони сонячного календаря не збігалися з сільськогосподарськими роботами в долині річки Ніл, в честь яких вони були названі, через відсутність введення високосних днів в даному календарі і зсуву самого календаря відповідно, оскільки початок року на момент введення календаря було синхронізовано з геліактичним сходом Сіріуса. Тому кожні 4 роки єгипетський Новий рік зсувався на 1 день, і тільки через 1460 років (цикл «Сотіс») він знову припадав на день «сходу» зірки Сіріус [33]. Місяці ж місячного календаря Давнього Єгипту, що були названі в честь свят, що відзначалися в наступному місяці за часів Нового Царства, не відповідали місяцям сонячного (офіційного) календаря, а виходячи з того, що розлив Нілу не розпочинався на території Єгипту одночасно, початок місячних місяців і деякі їх назви залежали від регіонів. Так, наприклад, в Мемфісі місяць починався раніше, ніж в Елефантині [33].

Назви місячних місяців рідко, але все ж використовувалися при позначенні дати за офіційним календарем в адміністративних документах. Дати, подібно до способу написання в Давньому Римі та Греції, формулювались наступним чином: номер місяця в сезоні, далі йде назва сезону, потім номер дня щодо місяця, а потім рік і правитель. Починаючи з кінця Давнього Царства сходження нового правителя перезапускало рік, іноді підрахунок року починався з першого

повного року царювання нового правителя, але включаючи час до цього з позначкою про відмінність двох періодів.

Як і в календарях Античності, за часів Давнього Єгипту жителі називали перші числа місяця по особливому – psDntjw (песджентіу), на честь молодика, хоча день для єгиптян починався на світанку, в той час як у греків, римлян (до появи сонячного годинника) і багатьох навколишніх культур день починався з заходу сонця [7].

Не дивлячись на спробу врівноважити єгипетський календар впровадженням шостого (епагоменального) дня кожні чотири роки, реформа царя Єгипту Птолемея III Евергета не була прийнята населенням і жерцями, а нововведення вступили в силу лише в 25 р. до н.е., коли на зміни в єгипетському календарі вплинув римський імператор Август, тим самим запровадивши Олександрійський календар, що був синхронізований з юліанським, але зберіг єгипетські назви місяців. Сама структура давньоєгипетського календаря стала основою для коптського і ефіопських календарів, які і до цього дня використовуються місцевими церквами [26].

Давньогрецький календар відносився до місячно-сонячного типу календарів і розвиток його систематизації поділявся на 3 етапи: до Солона, після Солона (з ~ 590 р. до н.е.) і після Метона (з ~ 430 р. до н.е.). На першому етапі рік складався з 12-ти місячних місяців, по 29-30 днів кожен, що сумарно в році являло собою 354 дні разом зі вставкою додаткового місяця приблизно раз в три роки. Теоретично початок кожного місяця супроводжувався молодиком, а перший день місяця – той, ввечері якого сховався новий місяць. За фактом так виходило не завжди, тому розрізнялися поняття «цивільний молодик» і «місячний молодик». Початок року також варіювався, адже календар мав свої особливості в кожному з великих міст. В Афінах рік починався в перший молодик після літнього сонцестояння, в Фівах – після зимового, в Спарті – після осіннього рівнодення, в Мегариді – після весняного рівнодення [25].

У давніх греків були свої особливості відліку днів у місяці, звичні числа починаючи з 1 і до 30-31 ділилися на 3 декади. З першого числа по десяте назви

збігалися з сучасними, з десятого по двадцяте число називалися – «1-е, 2-е ... після десяти», а з двадцятого по тридцяті числа – «9-е, 8-е, 7-е ... від кінця місяця». Не дивлячись на невеликі відмінності календарів в Давній Греції, астрономи для своїх обчислень користувалися афінським, а найбільш схожим з юліанським календарем був беотійський (Фівський). Місяці в календарях Античності, на відміну від місяців давньоєгипетського місячного календаря, називалися на честь свят, що відзначалися в поточному місяці, а не у попередньому [33].

У другому етапі формування календаря в Давній Греції, близько 594 р. до н.е., був доданий восьмирічний цикл, в якому в третьому, п'ятому та восьмому році вставлявся додатковий місяць, а в 432 р. до н.е. астроном Метон запропонував внести правки у вигляді зміни восьмирічного циклу на шістнадцятирічний з сімома вставними місяцями, але календар залишився без змін. Тільки в 330-му р. до н.е. астроном Калліпп оприлюднив 76-річний цикл, що складався з чотирьох Метонівських, після закінчення яких слід було не брати до уваги один день. Близько 126-го року до н. е. астрономом Гиппархом був введений більш точний спосіб урівнювання, впроваджений 304-річний цикл, який відносився до Калліппського так само як той до Метонівського [7].

Олімпіади в календарному контексті – це чотирирічні інтервали між олімпійськими іграми, які проходили в дні першого повного місяця після літнього сонцестояння в Олімпії. У IV ст. імператор Феодосій скасовує олімпійські ігри, в 392 році олімпіади (інтервали) були замінені римськими індіктами, які тривали 15 років і використовувалися в Європі в середні віки при датуванні документів.

Римський календар (див. додаток А2) подібно давньогрецькому мав кілька етапів формування: до Нуми Помпілія, після Нуми Помпілія і після Юлія Цезаря [16]. У 738 році до н. е. перший цар Ромул, відповідно до традиційної думки, ввів запозичений у греків календар, але, оскільки останній був ще на етапі формування, він мав лише 304 дні на рік та 10 місяців, першим з яких був сучасний березень [8]. Для позначення місяців використовували числа і лише

наприкінці VIII ст. до н. е. вони отримали свої назви, а лютий і січень тоді були відсутні.

Римляни користувалися 8-ми денними тижнями (нундінами), кожен день в яких іменувався великою літерою латинського алфавіту у відповідному порядку (A, B, C, D, E, F, G, H). Семиденний тиждень був введений лише в I ст. до н. е.

Після Нуми Помпілія, якому приписується перша реформа у вигляді введення двох місяців по запозиченому з Етрурії календарем на рубежі VII і VI ст. до н. е., римський календар зазнав багато змін. Рік став складатися з 355 днів: 7 місяців по 29 днів, 4 місяці по 31 дню і один місяць в 28 днів, а кожні кілька років в кінці «лютого» додавався додатковий місяць – мерцедоній [7].

В якості назви деякі місяці носили своє порядкове число в році (September, October, November ...), а деякі іменувалися на честь божества, якому цього місяця приносили жертву. Перші числа місяця було прийнято називати календами, оскільки саме в ці дні збирали відсотки за грошовими боргами, а календаріум називалися як боргові книги позикодавців, так і «огляд року». Календи не були єдиним особливим числом місяця, що мав назву [20].

Крім календ римляни виділяли нони – дні, що передують ідам і відзначалися за дев'ять днів до них, іди – дні в середині місяця та пріди (кирилізація терміна *pridie*, авт.) – дні «кануни», що відзначалися в календарі перед ідами і нонами. Ці певні дні мали безпосередній зв'язок зі змінами місячних фаз протягом календарного місяця: календами були дні молодика, нонами – дні першої чверті місяця, а ідами – дні повного місяця [23].

Цікавою у римлян є гра слів, яка спостерігається в сентенції *ad kalendas graecas* (до грецьких календ). Оскільки терміном «календи» оперували тільки римляни і в Давній Греції такого поняття не існувало, то фраза носить в собі жартівливий характер і літературно перекладається як «після дощукі в четвер» (авт.), тобто ніколи.

У 46 році до н. е., за зразком прийнятим в Єгипті, Гай Юлій Цезар провів докорінну реформу римського календаря, встановивши чотирирічний сонячний цикл, що складався з 365 днів перші три роки, коли четвертий рік в циклі мав 366

днів, з тривалістю місяців прийнятою до сих пір. Початком року Цезар оголосив 1 січня, оскільки в цей день консули вступали на посаду, а в кожному четвертому році циклу перед березневими календами вставлявся додатковий день, що йшов перед шостим днем, який називався "ante diem bis sextum Kalendas Martium" – в повторний шостий день перед березневими календами. Рік з таким додатковим днем носив назву bi(s)sextilis (з повторним шостим), звідки виник термін «високосний».

Візуально календар схожий з давньоєгипетським (див. додаток А3), мав вигляд таблиці, в якій позначалися не тільки числа, дні тижня і місяці, але й важливі свята, що відзначалися в конкретні дні [17].

У верхньому рядку знаходилися обрамлені місяці і календи для них, кожен стовпець вмещував в собі день тижня, поряд з яким написані свята, які в ці дні відзначалися, а стовпці повторювалися в кожному наступному місяці. У нижньому рядку римськими числами було відмічено скільки днів є у кожному місяці. Окрім свят на календарі зображувалися окремі дні, в які варто одружуватись (F), дні політичних асамблей (C), та дні, в які заборонено одружуватись (N). У Давньому Римі також існували окремі свята, які повторювалися в деяких місяцях, такі як терміналії, карпенталії, квінкватрії, фавналії, флоралії, фонтіналії, цереалії, луперкалії, агоналії, матроналії, весталії, регіфургії тощо. Вони були присвячені богам та віруванням, а в ці дні проводилися певні ритуали [3]. Інші, внесені до календаря свята, відзначалися раз на рік, хоча також мали релігійні підстави [3].

Відмінність єгипетського календаря (див. додаток А4) від римського доюліанського, очевидна в більш деталізованому поданні інформації та візуалізації подій року. На прикладі календаря на рельєфі храму Ком-Омбо простежується тонке різьблення, із введенням, окрім звичних чисел (місяців та свят), фігуративних антропоморфних зображень (сцени ритуалів та церемоній із божествами). Представлені в дослідженні римські артефакти є лаконічнішими в зображеннях, обмежені датами, місяцями, днями тижня, скороченими написами свят та зібрань.

За змістом єгипетський календар також доповнений інформацією про початок та кінець сезонів, на той час як римський є переліком днів, місяців та свят. Це дозволяє дійти висновку, що календар єгиптян мав міфологічно-культовий та аграрний характер, в той час коли римський являв собою виключно функціонально-робочу, утилітарну, систему. Реконструкція календаря *Fasti Antiates Maiores*, що досягає 2,5 м в ширину і 1,16 м у висоту, значно відрізняється від єгипетського вищеописаного артефакту ~ 5,2 x 2 м, не тільки масштабом [7, с. 49].

Якщо стіни давньоєгипетського храму, що вкриті рельєфом, достойно витримали випробування часом і майже ідеально збереглися до наших днів, то календар римлян, виконаний чорнилами на вапняному шару, довелося ретельно реставрувати. Як відомо, єгиптяни, розписуючи стіни храму Ком-Омбо, оперували кількома кольорами, проте, на висіченому календарі, акцентів не наведено. *Fasti Antiates Maiores*, що знаходиться в Анціо, має кольорові нюанси, завдяки яким, римляни виокремлювали червоним дні, в які можна або не можна одружуватись, збори, свята та кількість днів у місяці, а дні тижня та місяці виконували чорним.

Порівняні календарі виконані в двох видах мистецтва, єгипетський – в скульптурному рельєфі та римський – в живописі. Обидва календарі, що виконані із застосуванням ритмічних та симетричних художньо-композиційних прийомів, структуровані у вигляді статистичних таблиць. Оригінал *Fasti Antiates Maiores* надто подрібно зберігся, щоб вважати представлену реконструкцію повною, тож композиційно надалі розглядатиметься саме відновлена версія. Через постійну роботу з ієрогліфами єгиптяни мали майстерний підхід до щільного розташування тексту на стіні, залишаючи достатньо місця для зображень, задля легкого зчитування та орієнтування у тексті.

Реконструкція римського календаря рясніє вільними площами, можливо, через недоповнений текст у зв'язку з втратою багатьох фрагментів артефакту, хоча, завдяки негативному простору на реставрованому варіанті, зручніше охопити поглядом інформацію в лінійній таблиці. Чимало свят на

реставрованому екземплярі відсутні, проте, цілком можливо, римлянами ці свята не виділялися в їх доюліанському календарі, або ж не вносилися заради композиційної цілісності.

Отже, на графічне наповнення календарних систем Давнього Єгипту, Давньої Греції та Давнього Риму впливали географічні, астрономічні, культурологічні, релігійні, та державно-адміністративні чинники. У порівнянні візуального ряду календарів даних цивілізацій виявлено відмінність інтерпретації змісту: в античні часи при створенні календаря уникали зображень божеств та зазначали дні поклоніння їм скороченим шрифтовим написом, а в Давньому Єгипті простежується тонке різьблення із введенням, окрім звичних чисел, фігуративних антропоморфних зображень. Художньо-композиційні прийоми, що демонструють наявність рапорту, статичності, структурованості у вигляді симетричних таблиць, характерні для календарів усіх досліджених цивілізацій. В означених пам'ятках писемність тяжіє до лаконічності та чіткості, проте матеріал, техніка виконання та традиції письма різняться. Порівняні календарі виконані в двох різних видах мистецтва, давньоєгипетський – в скульптурному рельєфі, а давньогрецький та давньоримський – в живописі, єгиптяни вирізьблювали ієрогліфи на камені, а римляни наносили написи чорнилами різного кольору на вапні. Композиційно календарні системи мають значні відмінності, що позначаються на функціонуванні, при зчитуванні та орієнтуванні в інформації. Вірогідно, лаконізм подання інформативного ряду *Fasti Antiates Miores* зумовлено бажанням зберегти композиційну цілісність календарно-знакової системи.

1.2. Дизайн календаря та його типи

Основною функцією календаря завжди був і залишається відлік часу. Однак зараз, крім основної функції, календарі стали виконувати додаткові, на кшталт ролі специфічної реклами, сувеніра, подарунка, елемента дизайну в інтер'єрі, арт-об'єкту. На відміну від інших об'єктів дизайну календар дає можливість розмістити потрібну інформацію і зображення. Завдяки розвитку технологій функціональне навантаження календарів, а також методи і інструменти, які використовуються для їх створення, розширилися. Сучасним календарям притаманна широка тематика оформлення, вони виготовляються з різних матеріалів, розрізняються за змістовим наповненням і формами втілення.

Деякі спроби класифікації можна простежити на різноманітних сайтах [17; 19], але вся їхня інформація зводиться переважно до подання визначень та перерахунку назв окремих типів календарів (настінний, перекидний та кишеньковий).

Щорічно багато компаній випускають свою календарну продукцію на подарунок своїм клієнтам і партнерам, адже більш практичного бізнес подарунка, ніж календар складно відшукати.

Календарі грають важливу роль в нашому сучасному житті. Крім того, що вони містять важливу інформацію, календарі змогли розширити діапазон їх застосування, увійшовши в категорію подарунків і сувенірів, особливо популярних на новий рік. Вони необхідні при складанні розкладу, графіків, планів на тиждень, календар спрощує життя людині [1]. Незважаючи на широкі можливості використання електронних календарів, наразі друковані календарі користуються попитом через низку їхніх переваг:

1. Привабливий зовнішній вигляд, який дозволяє цьому виробу стати елементом декору кімнати або офісу. Окремі види календарної продукції, на зразок календаря-плакату, можна використовувати, щоб прикрасити інтер'єр і при цьому він буде виконувати не тільки функцію прикраси, але нести практичну користь.

2. Широкий асортимент різноманітних стилів, можливість замовити персональний дизайн.

3. Велика різноманітність видів календарів, що дозволяє використовувати їх для будинку, роботи або навіть в поїздках.

4. Доступна вартість. Продукція доступна за ціною навіть в разі виготовлення за індивідуальним замовленням.

5. Рекламний хід. За допомогою календарної продукції можна зробити приємно людині і ненав'язливо прорекламувати своє підприємство, адже календар є одночасно декоративним і функціональним предметом [20].

Розробка дизайну календарів в наш час актуальна і має особливе значення. За розташуванням в середовищі календарі умовно поділяють на настінні, настільні, кишенькові. Зазвичай виділяють п'ять основних видів календарів як поліграфічних виробів:

1. Настінні (див. Додаток Б, а). Цей вид календарної продукції найпоширеніший. Їх використовують в офісі, лікарні, університеті і, звичайно, вдома. Настінні календарі є дуже зручними і функціональними у використанні, а також можуть стати прикрасою інтер'єру. Розрізняють листові, відривні, квартальні та перекидні. Як правило, така продукція виробляється формату А4 і більше, аж до А1. Розмір визначається технологічними можливостями, завданнями та умовами використання.

2. Календарі-плакати (див. Додаток Б, б) Такі календарі це класичне поєднання красивого зображення і календарної сітки на цілий рік. Даний вид календарної продукції дуже популярний, так як обходиться недорого, має великий формат і дозволяє прикрасити інтер'єр.

3. Кишенькові календарі (див. Додаток Б, в). Це компактні листочки з календарною розміткою. Такі вироби часто мають з одного боку календарну сітку, а з іншого зображення. Раніше такі календарі виробляли в основному розміром 70x100 мм, але сьогодні можна зустріти календарі набагато менше. Перевага такої поліграфічної продукції в тому, що зручний формат дозволяє бути завжди під рукою. Це корисний спосіб стежити за своїм розкладом.

4. Настільні (див. Додаток Б, г). Такі календарі розміщують на столах, тумбочках, комодах, вони забезпечують споживачеві максимальну інформативність. Всі види настільних календарів мають компактні розміри, щоб не займати велику частину простору, при цьому можуть містити красиві пейзажі, фотографії людей, знімки знаменитих місць і т. п. Бувають перекидні і не перекидні.

5. Відривні календарі (див. Додаток Б д) Такі види календарів використовують зараз рідше, ніж десять років тому. Вони зазвичай містять інформацію про початок і закінчення світлового дня, прикмети, повір'я, цікаві відомості про тварин, рослинах, події. Така продукція найчастіше містить 365 і більше листів. Також до групи відривних календарів можна віднести квартальні. При їх використанні листи доводиться відривати, переходячи від одного місяця до іншого.

Зараз дизайнери не обмежуються вказаними типами, тому вважаємо за необхідне доповнити класифікацію шостим типом – об'ємний, або 3D календар (див. Додаток Б, е). В літературі [3] також розглядаються інтер'єрні календарі: шпалери і інсталяція.

Крім основних видів, календарі також розподіляють по тематиці на весільні, сімейні, шкільні, церковні та святкові. По датах на подієві, квартальні, річні, щомісячні, щоденні і виробничі. Кожен подібний календар по-своєму особливий і містить виділені певні дати [7]. Вдалих дизайн календаря дозволяє отримати оптимальний баланс функціональності і зовнішньої привабливості календарної продукції.

Можна виділити чотири аспекти розробки дизайну календарної продукції:

1. Вибір загального стилю і кольорового рішення. Вихідними даними для розробки дизайну календаря і відомості про споживача або замовника. На основі цієї інформації здійснюється загальний вибір стилістики. Розробляючи корпоративну календарну продукцію частіше використовують стиль бренду і його графічний атрибут (зокрема, логотип [20]), а також відповідну палітру.

2. Оригінальний плакат або шапка є головним великим зображенням, яке займає більшу частину лицьової сторони календаря. Як зображуваних елементів можуть бути використані ілюстрації або фотографії близькі по темі. Плакати чи «шапки» можуть бути унікальними, спеціально створеними дизайнером або ж взяті з відкритого доступу безкоштовних графічних бібліотек. Зображення, які будуть розміщені на сторінках календарної продукції неодмінно повинні зацікавити користувача.

3. Зручна календарна сітка. Робота над цим включає в себе не тільки розміщення чисел, тижнів і місяців, вибір вихідних, свят, а й роботу зі шрифтами. Головна вимога до календарної сітки – читабельність. Дати повинні бути легко помітні як в безпосередній близькості, так і віддалено, особливо якщо мова йде про настінні або настільні перекидні календарі.

4. Додаткові елементи дизайну, макета графіки. Додаткові елементи можуть бути такими як художній фон, різні прикраси, рамки, стилізовані іконки, невеликі зображення, оригінальні написи і так далі. Головним завданням дизайнера є уникнення зайвих деталей, а також ідеальне поєднання елементів календаря один з одним. Необхідно, щоб фон і календарна сітка контрастували, а не були в одній колірній тональності.

Отже, попри все, тема дизайну календарів на сьогодні не висвітлена на достатньому рівні, відсутнє комплексне дослідження календаря як рекламного об'єкта, а також відсутній аналіз використання ігрового аспекту в дизайні рекламних календарів.

Для аналізу ігрового аспекту в дизайні рекламних календарів необхідно вирішити наступні завдання: проаналізувати зразки рекламних календарів, які містять в собі ігрові моменти; виокремити та проаналізувати певні групи календарів, яким властиві спільні образні рішення та принципи побудови, а також визначити переваги використання ігрового аспекту в розробці рекламних календарів [2, с. 37].

Реклама експлуатує такі характеристики гри як варіативність, персоніфікацію, повторюваність, естетичність і багато інших. У сукупності вони дозволяють рекламі придбати неординарний вигляд, привернути увагу великої аудиторії, вибудувати інтерактивний взаємозв'язок з споживачем.

Проаналізувавши календар як об'єкт реклами в якому присутній ігровий аспект, можна виокремити певні групи, які мають характерні образні рішення.

Календар-лотерея (див. Додаток В1). Група, календарі якої побудовані за принципами лотереї. Вони зазвичай представлені окремими аркушами (не більше 12), що містять поля з захисним шаром під цифрами, або навіть скриваючи їх. Саме при стиранні захисних металевих смужок ми отримуємо інформацію заохочувального характеру (наприклад: «Вам сьогодні пощастить», «Так тримати») або інформацію розважального плану (анекдоти, афоризми чи навіть вірші).

Календар-рулетка (див. Додаток В2). Календарі побудовані за принципом обертання. Календарі цієї групи складаються з міцної основи на якій розташовано по колу цифри від 1 до 31 (календарна сітка) до якої прикріплений рухливий показник зазвичай у формі кульки. Саме за допомогою обертання рухливого показника здійснюється визначення поточного дня.

Календар-конструктор представляє набір частин, з яких складають календарну сітку або інші іграшкові форми (див. Додаток В3). Такий календар принесе різноманітність не тільки на робочому столі, а й підвищить креативність (адже кубики можна намагатися складати кожен місяць по-різному) і розважить на роботі.

Календар-скарбничка - група, що являє собою ємність або спеціальне пристосування для зберігання та накопичення предметів (наприклад, монет) і носить ігровий характер. Ідея таких календарів кожен день класти в відзначене місце певний предмет (монетку, пазл та ін.), саме цей предмет і визначатиме поточний день (див. Додаток В4).

Календар-трансформер. Група, календар якої являє цілеспрямоване перетворення об'ємно-просторових параметрів, предметного наповнення та

інших складових об'єкта, розраховане на створення нових функціональних або художніх властивостей (див. Додаток В5).

Календар-з'єднання точок, група, яка виокремився недавно, принцип створення запозичений з дитячих ігор, де послідовне з'єднання точок утворює зображення (див. Додаток В6). Структура календаря містить титул та дванадцять аркушів. Тобто при зовнішньому спостереженні сторінки календарний місяць представляє собою хаотичне розташуванні цифр (віз 1 до 31), але лише після закінчення дня чи місяця ми можемо побачити зображення, що утворилось з'єднавши цифри послідовно.

Календар-мозаїка представляє процес складання окремих частинок у єдине ціле (див. Додаток В7). Зчитування календаря відбувається за допомогою вставляння відповідного фрагмента в зазначене місце. В кінці місяця чи року, дивлячись на скільки розрахований календар, так само як і в попередньому типі, можна буде побачити суцільну картину.

Всі ці календарі представляють собою сукупність правил, прийомів, оснований на ігровому моменті.

Принцип гри виступає основою формування їх образного рішення, втілюючись не лише у конструкції, а й у графічному наповненні. Різноманітні типи ігрових календарів охоплюють площинні та об'ємні рішення.

Проаналізувавши ряд зразків рекламних календарів з використанням аспекту гри, можна виокремити такі його переваги використання:

По-перше, аспект гри породжує двосторонній рух, тобто користувач перетворюється з пасивного спостерігача рекламного об'єкта в активного користувача.

По-друге, гра завжди несе в собі елемент новизни. А, як доведено психологами, в людському організмі постійно відбувається фільтрація одержуваної інформації, при цьому більш новим стимулам віддається перевага. Для ефективності будь-якого комунікаційного акту, яким і є рекламне послання, це особливо важливо.

По-третє, гра несе в собі заряд позитивних емоцій. Якщо ж знайомство з рекламним повідомленням приносить задоволення, то воно негайно переноситься на сам рекламований об'єкт. Таким чином, реклама як би вчить споживача позитивним емоційним асоціаціям.

По-четверте, завдяки ігровій організації простору стає можливим не тільки процес передачі вже відомих смислів, а й насичення об'єкта новими смислами.

Як було сказано вище, ігровий аспект дозволяє залучити користувача в використання самого календаря. Такі календарі представляють собою недетерміновану групу і виводять дизайн рекламних календарів на інший рівень.

Отже, проаналізувавши зразки різних рекламних календарів можна прийти висновку, що ігровий момент розкривається в способі використання самого об'єкту: руйнування (відривання, відліплювання, відрізання, розрізання, віднімання), обертання, переставляння, трансформування (розгортання, з'єднання, складання), забарвлення.

Основними перевагами для залучення ігрового аспекту при розробці рекламних календарів є активний взаємозв'язок з користувачем, новизна, позитивні емоції та насичення об'єкта новими смисловими якостями.

Дана класифікація матиме важливе значення при подальшій комплексній систематизації календаря, як об'єкту дизайну.

Висновки до 1 розділу

Отже, розробка дизайну календарної продукції в наш час є досить актуальна і має особливе культурне та функціональне значення. Також календарна продукція дошито широко використовується в маркетингу. В роботі виділені наступні типи календарів за розташуванням в середовищі: настінні, настільні, кишенькові.

Встановлено, що для створення якісного дизайну календарної продукції, яка зможе задовольнити потреби споживача і виконувати естетичну, практичну і рекламну функції, важливим є дотримання колірної гами, визначеної стилістики відповідної тематики, правильний підбір шрифтів і правильна поетапна розробка дизайну.

В міру розвитку реклами фахівці все більше задумуються над підвищенням ефективності її впливу на цільову аудиторію, для чого активно використовують різноманітні принципи гри. Аналіз різноманітних зразків рекламних календарів дозволив виокремити певні групи, яким властиві спільні образні рішення та принципи побудови: календар-лотерея, календар-рулетка, календар-конструктор, календар-скарбничка, календар-трансформер, календар-з'єднання точок та календар-мозаїка.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ КАЛЕНДАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ

2.1. Композиційні передумови графічного втілення візуальних звернень календарної продукції

Виходячи із розуміння сутності графічного дизайну як виду художньо-проектної діяльності, спрямованого на раціональне використання зображувальних засобів у створенні візуальних комунікацій, процес проектування рекламно-графічної продукції має розглядатись як оптимізація комплексного впливу образних якостей зображувальних елементів за допомогою композиції. У графічному дизайні композиція перебирає на себе функції «змістового каркасу», подібного до каркасу споруд у архітектурному проектуванні, здатного миттєво засвідчити відповідність графічних звернень змісту, функціональному призначенню та технологічним процесам виготовлення.

Вочевидь, вивчення загальних умов композиційного втілення інформаційних повідомлень потребуватиме оперування тими способами кодування інформації, що можуть бути задіяними в них. З метою їх упорядкування та надання стрункості викладу, пропонуємо скористатися схемою, представленою на рис. 2.1.



Рис 2.1. Класифікація графічних способів кодування інформації

Можемо припустити, що кожному з наведених способів кодування на рис. 2.1 відповідає сукупність або система зображувальних мовленнєвих одиниць спілкування – послідовність графічних знаків, сформованих відповідно до потреб інформації, що має бути висловлена графічною мовою. Звідси, під виконанням проектної діяльності у сфері графічного дизайну маємо розуміти реалізацію зображувальної діяльності як сукупності відображувально-асоціативних характеристик, необхідних для відтворення певних якостей візуальної інформації.

У свою чергу, взаємодію графічних знаків, сформованих відповідно до одного зі способів кодування інформації, є потреба й можливість розглядати як певний інформаційний макрорівень [17, с. 48]. На такому рівні взаємодія графічних знаків повинна відповідати умовам системності (що вже давно обґрунтовано й витримується співвідносно такого рівня як шрифт, у кожному з яких спостерігається системна взаємодія мікроелементів). Впровадження у проекті одразу кількох способів кодування інформації потребує його визначення як багаторівневої системи, у межах якої елементи кожного з рівнів взаємодіють і між собою, і з елементами інших рівнів.

Відокремлення різних способів кодування інформації та співвіднесення кожного з них з певним інформаційним рівнем, дозволяє застосувати до композиційних схем, що підлягають аналізуванню, метод структурно-семіотичного аналізу. Цей метод орієнтований на виявлення зв'язків між змістом рекламно-графічної продукції та відповідних йому образно-асоціативних характеристик композиційних елементів і уможливорює постійне співвіднесення: змісту інформації; кількості та насиченості елементами систем кодування; семантичної відповідності елементів необхідним характеристикам; складності їх композиційної взаємодії. Необхідність і актуальність методу зумовлені можливістю розглядати складні завдання з організації цілісної структури візуальних комунікацій як послідовність відносно простих, а саме:

- визначати вихідні властивості елементів графічної мови;

- встановлювати інноваційні способи поєднання елементів у структурі візуальних комунікацій (і на мікро-, і на макрорівнях);
- оперувати образотворчими прийомами, застосованими в комплексних проектах;
- встановлювати системи обмежень у технічно-графічних засобах і технологіях виготовлення продукції [8, с. 27].

До наявних переваг означеного методу належить можливість виділення на макро- і макрорівнях значущості кожного з елементів у візуальних комунікаціях.

Для ускладнення завдання дослідження та ствердження або спростування наведених міркувань щодо значення композиційної організації як структурно упорядкованої взаємодії елементів, розглянемо кілька варіантів композиційних схем для календаря, на сторінках якого, наприклад, повинна подаватись інформація про винахідників, і значення результатів впровадження їхніх проектів для прогресу людства загалом.

З метою визначення значущості композиційної структури календаря як цілісності, здатної набувати синергійних ознак і передавати інформацію значно більшу, ніж сукупність окремо взятих елементів, розглянемо рисунки у додатках А, Б, і, В, що втілюють композиційні схеми майбутнього проекту, на яких ескізно відображено властивості комунікативних елементів: портрети винахідників, технічні засоби минулого та сучасного, креслення проектів, що належали кожному з винахідників. Для з'ясування впливу композиції на сприйняття інформації, ескізи свідомо виконано на основі зображень з різними способами кодування інформації та різними рівнями технічно-графічної якості та довершеності. Так, у межах кожного композиційного ряду з трьох аркушів можемо побачити і зображення, виконані на основі швидких ескізних начерків, і більш якісну та виразну технічну графіку. Тобто, у повідомленнях будемо свідомо застосовувати різні типи кодування інформації, що в ідеалі повинні взаємодіяти та утворювати міжрівневі системні зв'язки. Звернення до пропонованого підходу не є випадковим і свавільним, а свідомим і виваженим, оскільки дозволяє дизайнерові ще на перших етапах проектування співвідносити

пошуки оптимальної композиційної організації зі способами бажаного візуального кодування інформації та відповідними до них техніками графічної мови, що забезпечують змістове акцентування найбільш ефективно.

Однак, за результатами опитування, композиційні схеми ескізних зображень не дають уявлення про етапність і послідовність розвитку науково-технічного прогресу та особовий внесок у цей процес наукових здобутків того винахідника, про якого йдеться на кожній зі сторінок. Хоча всі комунікативні елементи (від історичних прототипів технічних засобів до схем або аксонометричних малюнків приладів і портретів винахідників), присутні на кожному з ескізних варіантів. Виявляється, що композиційні зв'язки, вибудовані між елементами у додатках А і Б, здатні більше дезорієнтувати, ніж інформувати споживачів, викликаючи у них низку хибних вражень. Так, за результатами опитувань респондентів, більшість з них не зуміли встановити відповідність часових термінів до впровадження акцентованих технічних пристроїв, а певна частка навіть декодувала подану інформацію як винахід, без якого можна було обійтись, продовжуючи користуватися попередніми зразками матеріальної культури.

Натомість інформація, вибудована на додатку В, була трактована респондентами відповідно до задуму проектувальника. Усі опитувані побачили, що винахід перетнув встановлені в суспільстві уявлення про функціональні можливості речей та підняв їх на значно вищій науково-технічній щабель.

Вивчення та порівняння наведених на додатках ескізів надає можливість стверджувати, що опанування винятково загальних композиційних законів і закономірностей недостатньо для якісної підготовки фахівців з графічного дизайну. Натомість композиційна організація комунікативних елементів потребує заглибленого вивчення та виділення типологічних ознак організації інформації на календарі, залежно від способу її кодування.

Застосування методу структурно-семіотичного аналізу до розглянутих ескізів календарної продукції дозволяє побачити потребу в 3-х або 4-х способах кодування інформації: креслярській графіці - для унаочнення винаходів;

лінійному рисунку - для відтворення зразків технічних приладів з різних історичних періодів і писемності у вигляді одного або кількох шрифтів. Четвертий спосіб кодування - ілюзорно або фотографічно-реалістичні зображення - може бути введений з метою виділення портретів винахідників.

При співвіднесенні кожного зі способів кодування інформації з певним інформаційним рівнем можемо побачити, що кількісне зростання таких рівнів у одному виді графічної продукції (як-то календар) є вкрай небажаним. Навпаки, свідомість споживачів прагне отримувати типову інформацію на кожному з рівнів. Так, виконання портретів винахідників і самих винаходів за допомогою різних способів кодування інформації викликає відчуття емоційного дискомфорту. Свідомість прагне до струнко упорядкованого викладення візуального матеріалу та співвіднесення кожного з інформаційних рівнів з одним і тим самим способом кодування інформації. У такий спосіб можемо спостерігати тяжіння до системності та семантичної відповідності елементів на кожному з рівнів. Щоправда, лінійна графіка може бути наближеною за своїми характеристиками до технічної (креслярської), особливо в разі застосування зображень, виконаних у аксонометричних проекціях.

Прикметно, що наведену несумісність проектувальник може відстежувати ще на рівні ескізного виконання проекту та коригувати власні дії, відповідно до панівних способів подання інформації. Це означає, що значна кількість ілюстративного матеріалу має бути опрацьована й кодована за допомогою обраного способу - з метою зменшення кількості таких способів кодування у цілісному проекті.

Технічна зорієнтованість проектів, інформацію про які подано на сторінках календаря, спонукає проектувальника пріоритетними елементами графічної мови вважати креслярську та технічну графіку, внаслідок чого шрифтові угруповання - отримують статус додаткових і супідрядних, що автоматично потребує їх нюансованого представлення за тоном і образними характеристиками.

Зважаючи на виявлену залежність сприйняття змісту від композиційної організації різнокодованих елементів, можемо припустити, що урізноманітнення способів взаємодії елементів призводить до отримання композиційних структур з різними ознаками. Тобто, саме ознаки структури, що декодується споживачами, здатні посилювати або нівелювати творчий задум проектувальника. Таке припущення спонукає посилити значення давно відомих та встановлених у теорії композиції засобів організації; оскільки їх практичне впровадження здатне значною мірою змінювати сприйняття змісту. Отже, виникає потреба виділення та позначення тих засобів, що утворюють найбільш поширені типи структур інформаційних повідомлень.

Застосовуючи запропонований метод структурно-семіотичного аналізу до розглянутих у прикладах інформаційних повідомлень, можемо виділити наступні, відмінні варіанти структурної організації:

1. Наявне чітке членування головних і другорядних змістовних елементів, розділення всіх елементів на рівні відповідно до їхньої значущості для точності трансляції змісту та визначення необхідної кількості елементів у межах кожного рівня. Таку умову композиційної організації автор вбачає доречним позначити терміном ієрархічність. На перший погляд здається, що ця умова є аксіоматичною та очевидною. Однак практика проектування та розглянути раніше приклади композиційних схем свідчать про все ще недостатність наукового співвіднесення образних якостей і композиційної взаємодії комунікативних елементів і на мікро-, і на макрорівнях, у межах цілісної інформаційної структури, «укладеної» з окремих елементів. Саме порушення умови ієрархічності призводить до утворення «композиційної суміші» з головних і другорядних елементів, виникнення небажаних змістових контекстів.

2. Оперування обмеженою кількістю систем кодування інформації в межах кожного з рівнів; приведення комунікативних елементів уподібнених рівнів до спільних властивостей графічної мови. На розглянутих прикладах ця умова передбачає використання спільних способів графічного відображення технічних пристроїв минулого, сучасного та майбутнього. Цю умову

композиційної організації автор вбачає доречним позначити терміном структурність.

3. Наступним типовим проявом композиційного угруповання елементів є виділення у композиції (за масою, кольором, фактурою тощо) одного змістового елементу, якості якого свідомо посилюються та гіперболізуються. Залежно від змісту, такий елемент може бути і реалістичним, і стилізованим, або символічним. Його акцентування зумовлено винятково потребою загострення проблематики візуального звернення, а тому автор вважає доречним позначити його як домінантність.

4. Поряд з домінантністю, композиційна організація доволі часто реалізується за рахунок значної кількості подібних елементів, кожний з яких є ньюансно відмінним від інших. Якщо такі зміни в композиції є логічно упорядкованими та посилюються, надаючи споживачеві можливість спостерігати напрямок їхнього руху або дії (зростання, скручування тощо), то таке угруповання доречно позначити як ритмічне. Натомість, якщо композиційні елементи уособлюють кілька варіантів змін (повторюваних або представлених уособлено), що рівномірно заповнюють площину аркуша, уникаючи прямих реплікацій і математично визначених закономірностей повторення, подібні угруповання заслуговують на визначення ансамблевих.

Отже, досліджені та виділені способи композиційної організації інформації дозволяють розглядати кожне з візуальних повідомлень в календарній продукції як відмінно організовану графічну систему, в межах якої кожний з елементів працює на виконання загальної мети (комунікативної, гедонічної, ідеологічної або інших функцій). Чітке обмеження і використання необхідної кількості графічних елементів у такій системі (подібно до писемної мови, де кожний знак має працювати на якість передавання змісту), є об'єктивною вимогою виконання проектних завдань у графічному дизайні. Таке розуміння специфіки цього виду діяльності стверджено у фаховому термінологічному апараті, де замість терміна “вільна творчість” поширене поняття “побудова” співвідносно результатів проектної діяльності. Але процес

опанування такої побудови та забезпечення необхідних композиційних зв'язків між елементами зображувальної мови, завдяки кількості чинників (форма, пластика, масштаб, колір і фактура) та можливих варіантів їх комбінаторного поєднання, виявляється складнішою, ніж процес опанування літерно-алфавітною системою писемності та потребує більшої наполегливості, часу й здібностей від її виконавців [26].

Цілком можливою є наявність інших типових ознак у композиційній організації елементів, задіяних у межах принципово відмінних проектних концепцій. Тому дослідження композиційних умов організації елементів графічної мови потребуватиме подальшого виявлення нюансованих відмінностей або самих елементів, або варіацій їх візуального втілення, відповідних кожній з концепцій.

2.2. Концепція дизайну арт-календаря та передпроектна робота

За визначенням І. Пителя концепція календаря – це задум, який пов’язується з конструктивним принципом підготовки до друку. У концепції відображається основна точка зору дизайнера на розробку макету календарної продукції - її склад, зміст та форму всіх елементів, редакційно-технічні та поліграфічні засоби виконання [24].

Передпроектна робота дизайнера пов’язана з аналізом та збором матеріалу, формулюванням завдань, вивченням інформації про можливі способи їх вирішення, про переваги та недоліки різних рішень та розробкою власних принципів дизайнера.

М. Яковлев дає визначення дизайн-концепції – як основної ідеї, образу майбутнього проекту, формулювання його змістового змісту. Оригінальність та виразність визначають якісний рівень, і свідчать про дизайнерський задум. Реалізація творчої концепції є невід’ємною умовою гарного дизайну календаря. Невипадково під дизайном у широкому розумінні розуміють «оригінальний хід думки, нову ідею komponування, гарний задум». Розробляючи концепцію календаря, дизайнер подумки пов’язує практичне наповнення з дизайнерською концепцією, представляючи єдине та гармонійне ціле [34].

При проектуванні календаря дизайнер визначається з видо-типологічними характеристиками, які максимально відповідають специфіці календарної продукції (виду календаря, акценту на рекламний вміст, авторському «Я») в орієнтації на потреби та можливості певної групи користувачів (релігійність продукції, дитячий, для посівних робіт тощо). Щоб переконатися у правильності вибору, необхідно обґрунтувати видо-типологічні характеристики майбутнього календаря. Для такого обґрунтування потрібно, по-перше, виявити специфіку витвору та, по-друге, визначити доцільність календаря у поточному та перспективному інформаційному просторі.

Завдання дизайнера на початковому етапі проектування календаря представляє вивчення змісту та продумування того, як він виглядатиме і

сприйматиметься по відношенню до інформаційного наповнення [40, с. 12]. Кожен аспект календарної продукції – його розмір, шрифти, кількість тексту, взаємне розташування елементів – виступає як носій змісту. Перш ніж розпочати проект, дизайнеру необхідно відповісти на запитання:

- Кому адресована дана календарна продукція?
- Який головний задум, сутнісне наповнення календаря?

Чим ясніше представляється завдання проекту та цільова аудиторія, тим якіснішим буде отриманий результат. Важливо вирішити, чи буде дизайн календаря традиційний чи сучасний, спокійний чи агресивний, індустріальний, *high-tech* чи у стилі «ручної роботи», грубої роботи чи витончений, чорно-білий чи кольоровий. Вибір того чи іншого стилю, крім своєї візуальної складової, визначає технології друку продукції. Розглянемо деякі оригінальні рішення календарної продукції.

А. Оксанич визначає такі важливі складові проектування календаря – композиційне рішення, цілісність форми, єдність та характер всіх елементів, відповідність до змісту. Це дозволяє вибрати найоптимальніший варіант проектного рішення. Структура календаря представляється в системному розташуванні, взаємозв'язку та узгодженості всіх його матеріальних елементів, а також у розподілі тексту на основний та додатковий. Здійснюється пошук методів рішення, які дозволять використовувати нові ідеї, або використовувати методи, які вже зарекомендували себе, вдаючись до їх модернізації та вдосконалення [22, с. 48].

За визначенням М. Куленко ключові фактори у розробці друкованої продукції:

- 1) Цільова аудиторія – конкретна аудиторія, яку спрямовано календарна продукція.
- 2) Вимоги до друкованої продукції:
 - функціональність;
 - естетичність та кольоро-графічне рішення мають бути гармонійно витриманими;

- легкість сприйняття інформації.
- 3) Властивості календарної продукції:
- інформаційні;
 - споживчі;
 - естетичні та ін.

Розроблена концепція дозволяє розглянути питання підготовки календаря. На підтвердження рішення про публікацію необхідно визначити рентабельність календарної продукції, проаналізувати економічну ситуацію, можливості наявності поліграфічної бази, врахувати творчі та виробничі можливості редакційного колективу [15].

Друковані календарі створюються для того, щоб: інформувати та розважати. Дизайн друкованого календаря повинен не ускладнювати розуміння інформації, а представляти матеріал у логічному та зручному форматі та ін.

Чіткого та послідовного розташування матеріалу з логічним переходом його з однієї сторінки на іншу можна досягти завдяки використанню добре структурованої модульної сітки. Якщо дизайнер розробить чітку систему розміщення різних блоків інформації, таких як заголовки, епіграфи, вставки та інше, читач зможе легко орієнтуватися в тексті.

В. Савін відзначає, що всі друковані календарі мають різну цільову аудиторію та певні функції, тому кожен з них потребує індивідуального підходу та унікального дизайнерського рішення. Залежно від кількості інформації та запитів аудиторії, дизайнер повинен створювати такий формат календаря, який зацікавить аудиторію та допоможе читачам зручно сприймати зміст [25, с. 98].

При розробці макету календаря дизайнеру необхідно приділяти пильну увагу питанням функціонального та художньо-естетичного рішення.

Стиль багатосторінкового друкованого календаря – це сукупність графічних елементів, вкладених у створення єдиного дизайнерського образу. Друкарські календарі – це середовище безпосереднього розміщення шрифту, де шрифт є основою текстового насичення, побудови заголовків, оформлення обкладинки та ін.

За рахунок використання шрифту можна і необхідно привертати увагу читача.

Успішний дизайн календаря залежить від правильного поєднання шрифтових накреслень, грамотного набору та верстки, що відповідає типографічним принципам. Для деяких календарів шрифти створюються спеціально.

При розробці календарної продукції часто експериментують із подачею та композицією шрифтової інформації. Особливо це стосується акцидентних шрифтів, що використовуються в заголовках, підписах [14, с. 92].

Шрифт як основний інструмент відображення мовлення є одним із найважливіших та найдавніших засобів комунікації. Тому однією з першорядних функцій шрифту є комунікативна функція передачі інформації. Шрифт дрібного кегля важко прочитати, а отже, важче відбувається комунікація з читачем та ускладнене прочитання та сприйняття ним тексту. Комунікативна функція – найуніверсальніша, адже будь-яка літера є носієм інформації: як вербальної, так і візуальної.

Наступною функцією шрифту є естетична функція. Кожен шрифт є витвором мистецтва і призначений для привертання погляду читача. Для цього використовується багато цікавих шрифтів.

Добре перша сторінка – це не просто симпатичне «обличчя» календаря. Вона втілює метафори та емоції, що криються в деталях сюжету. Вона передає усю ідею дизайнерського задуму. Перша сторінка має бути виразною та інформативною, причому ці якості треба відобразити на обмеженому просторі [27, с. 74].

Шрифт має бути зручним та чітким. Чіткість має відношення до легкості, з якою читач відрізняє один символ від іншого. Зручність шрифту може, наприклад, до легкості, з якою читач сприймає колонку або смугу набору. Крім того, зручність читання пов'язана з написанням тексту, розташуванням і довжиною рядків, а також зі стилем викладу [16].

При виборі основного шрифту слід брати до уваги особливості матеріалу: фактуру та колір поверхні. Тому як функціонал календаря в першу чергу покликаний інформувати про поточну календарну дату та всі події, які з нею пов'язані. Тому доцільно обирати шрифт та його колір, при яких текст буде максимально добре видно з великої відстані. Можливості різних способів друку також не можна ігнорувати. Наприклад, деякі шрифти через дуже тонкі засічки погано відтворюються на грубих поверхнях або при використанні офсетного та трафаретного способів друку.

Розмір шрифту має відповідати потребам аудиторії.

Буквиця, або збільшені великі літери, – це прийом, який використовує кегль як елемент дизайну. Це ще один спосіб привернути увагу читача до початку тексту.

Вирівнювання рядків абзацу називається виключенням. Для великих текстів підходять два типи виключення: за форматом і вліво. При виключенні за форматом (рядки вирівнюються як з правого, і з лівого краю) інтервал між словами у різних рядках буде різним. При виключенні вліво надмірні інтервали між словами зникають. Перенесення допоможуть частково зняти занадто великі проміжки між словами.

Всі шрифти мають відмінні характеристики та різні засоби виразності, що дає великі можливості при складанні макета сторінки багатосторінкового друкованого календаря. Одним з важливих факторів шрифту є реальні розміри та форма готового, надрукованого календаря та тип паперу, на якому він буде друкуватися.

За визначенням В. Савіна стиль календаря – це сукупність графічних елементів макета, вкладених у створення єдиного дизайнерського образу. Шрифт є основою текстового насичення, побудови заголовків, оформлення обкладинки та ін. [25, с. 117]

Колір є одним з основних засобів організації інформації і сильним виражаючим засобом. Сучасні видавничі та поліграфічні технології практично

повністю зняли технічні обмеження для використання кольору та тону у дизайні календарної продукції.

Колір виконує у друкованих календарях (книжкових, рекламних та періодичних) такі функції: комунікативну, символічну (пізнавальну) та виразну (емоційну та естетичну).

Всі матеріали повинні бути легкочитані, вони повинні розрізнятися, а не зливатися в один великий текстовий блок – в цьому полягає розділова функція. Щоб читач не загубився у великій кількості тексту, найцікавіший матеріал необхідно виділити (видільна функція). Заголовки, новини, довідкові відомості створюють зазвичай однаковою гамою кольорів. В такому разі читачеві буде легше сприймати дизайнерську композицію як цілісний арт-об'єкт (об'єднуюча функція).

Наступна функція кольору символічна. Здебільшого у друкованих календарях символічність кольору асоціативна. Для очей і мозку людини властиве фізичне, розумове та емоційне сприйняття кольору. Відповідно, кольори мають значення. Найчастіше позначення кольорів – це культурологічне дизайнерське рішення, а погляди на асоціації можуть відрізнятися і часом суперечити один одному [20, с. 24].

У прояві виражаючої функції поєднуються асоціативне значення, фізіологічний та психологічний вплив кольору.

Від типу календаря залежить прояв функцій кольору організації матеріалу, і навіть колірна гама.

Існує велика різниця між тим, як колір виглядає на крейдованому та некрейдованому папері, з різним типом поверхні (матова, глянцева, напівглянцева тощо). Це одна з проблем, з якою стикаються дизайнери. Проектування та підготовку календаря треба вести з урахуванням типу паперу, щоб вибрані кольори виглядали як найкраще та відповідно до дизайнерського задуму.

У процесі підготовки проекту та в процесі друку доцільно тісно співпрацювати з друкарем і заздалегідь повідомити, який тип паперу потрібен.

Особливість некрейдованого паперу відчувається при тактильному контакті: шорсткий папір передає відчуття натурального матеріалу. Відмінність пояснюється властивостями паперу вбирати фарбу. Це не означає, що на некрейдованому папері неможливо отримати гаму яскравих кольорів, це означає, що зображення буде менш контрастним і трохи менш яскравим порівняно з крейдованим папером.

Глянцевий папір має гладку та блискучу поверхню. Такий папір швидко вбирає чорнило і швидко висихає. Недоліком глянцевого паперу є подряпини, відбитки пальців. Глянцевий папір застосовують під час друку яскравих ілюстрованих календарних видань, зі вмістом фотографій (портретів, пейзажів), рекламної календарної продукції.

Матовий папір відрізняється високим ступенем білизни, відсутній блиск. Цей папір має дрібні пори, при друку фарба вбирається повільніше, сохне набагато довше, ніж глянсова. Такий папір стійкий до механічних пошкоджень. Матовий папір має порівняно низьку вартість. На матовому папері зображення виглядають деталізованими та контрастними. На матовому папері не залишаються відбитки пальців, тому він добре підходить для календарної продукції повсякденного використання.

Також тип поверхні обирається відповідно до дизайнерського рішення арт-об'єкту та має відповідати графічному задуму композиції календарної продукції.

Структура може бути основою організації та об'єднання матеріалу. Кожен переверт сторінки календаря повинен давати нове враження, залишаючись при цьому візуально, концептуально пов'язаним із попередніми та наступними сторінками.

Візуально схожі між собою елементи, наприклад, підписи і невеликі, відірвані від основного тексту фрагменти повинні бути організовані так, щоб не ускладнювати сприйняття тексту.

Відповідно до визначеної вище думки корисні:

- спеціальні зони розміщення ілюстрацій, підписів до них, приміток та ін. (на смугах набору та розворотах);

- концентрація приміток, ілюстрацій та підписів до них в одному місці на розвороті;
- винесення приміток, ілюстрацій, таблиць з основного тексту до спеціальних секцій, що розташовані вкінці.
- застосування лінійок, рамок або спеціальних графічних знаків для кращого візуального відокремлення окремих елементів, наприклад, приміток, колонок елементів [8, с. 40].

Дизайн основних сторінок дуже важливо побудувати правильно та естетично, оскільки від цього складається загальне враження читача. За визначенням В. Даниленко верстка – це розташування складових елементів (тексту, заголовків, зображень, таблиць) на сторінці документа [1, с. 24]. Верстка календарної продукції буває наступних видів:

Верстка – це процес, який формує сторінки шляхом компоновання ілюстрацій та тексту з урахуванням певного дизайну в одну цілісну картину.

Верстка ілюстрацій може бути умовно поділена на сім типів:

– *Відкрита*. Малюнок розміщується біля краю смуги, примикаючи до двох або трьох полів сторінки.

Відкрита верстка цікавіша, тому що тут малюнки завдяки контрасту з білим кольором полів набувають виразності. Крім того, текст не дробиться на уривки над і під малюнком або між двома-трьома малюнками.

– *Закрита*. Малюнок міститься всередині тексту, дотично двома або однією стороною до бокових полів.

– *Смужна*. Малюнок повністю займає всю смугу.

– *З виходом на поля*. Ілюстрація частково виходить на поля.

– *Верстка в обріз*. Ілюстрація виходить за обріз, тобто її край збігається з обрізним форматом.

Крім перелічених, в спеціальних друкованих джерелах (І. Питель, М. Яковлев) зустрічається ще один тип верстки: текст міститься всередині малюнка. У деяких випадках основним об'єктом побудови є малюнок, який займає значну частину сторінки. Текст тільки доповнює малюнок і компонується

залежно від нього [24; 34]. Розмітку колонок, полів, а також областей тексту та ілюстрацій автори називають сіткою – це інструмент, який вносить у дизайнерське рішення порядок та жорстку структуру (див. додаток Г).

Сітка ділить простір на ряд пропорційних секцій. Це візуальна структура, на якій буде заснований дизайн календаря. Параметри сітки потрібно вибирати виходячи зі зручності читання. Прикладом вдалого розташування матеріалу на сторінці багатосторінкових видань є використання білого простору і полів. Горизонтальна сітка використовується для роботи зі складнішим матеріалом, в якому потрібно поєднати малюнки, схеми, текст та ін. Чим більше у сітці частин, тим більше простору для маневру: можна інтегрувати невеликі шматки інформації (наприклад, підписи до малюнків), довгі рядки (наприклад, епіграфи) і бокси з матеріалом [2, с. 100].

За визначенням І. Пителя сітка – це невидима структура ліній, яка використовується для побудови макету, смуги або композиції друкованого календаря. Вона визначає сторінки та допомагає підтримувати однаковість у всьому документі. Сітки можуть охоплювати цілий розворот і рівномірно ділити його на комірки. Розмір та кількість осередків у сітці вибирається залежно від вимог проекту. Чим більше осередків у сітці, тим більше можливостей у дизайнера [24, с. 68].

Модульна сітка визначає дизайн майбутнього макету та задає місця розміщення колонцифр, тексту, ілюстрацій, заголовків та рядків. Сітки іноді називають шаблонами чи трафаретами. Вона служить каркасом, що визначає, де на сторінці будуть розміщені елементи. Сітка є системою недрукованих вертикальних і горизонтальних ліній, що розділяють сторінку [2, с.11].

Отже, успішний дизайн календаря залежить від правильного поєднання шрифтових накреслень, грамотного набору та верстки, що дотримується типографічних принципів. Тому ми розглянули роль шрифту в друкованому виданні та його основні функції, зв'язок між кеглем (розміром шрифту), довжиною рядка та міжрядковим пробілом (інтерліньяжем), що впливає на читабельність тексту.

2.3. Процес роботи по виготовленню авторського арт-календаря

Під впливом глобальних трансформацій та швидкого розвитку сучасних технологій у постіндустріальному, інформаційному суспільстві графічний дизайн став своєрідною художньою мовою науковотехнічних інновацій. У промислову епоху графічний дизайн практично виглядав як складова частина промислового дизайну, називався «промисловою графікою», скорочено: «промграфікою» і займав одне з останніх за значимістю місць серед інших видів дизайнерської діяльності, перебуваючи в залежному стані, підлеглому по відношенню до ведучого дизайну епохи.

У зв'язку з тотальною комп'ютеризацією всіх сфер постіндустріального суспільства графічний дизайн першим сприйняв виклик часу. За останні два десятиліття комп'ютерне переозброєння технологічної бази дизайну внесло серйозні зміни в комунікаційні основи графічного дизайну. Сучасні інноваційні технології створили справжній творчий бум в графічному дизайні, з'явилися нові можливості, напрямки підходи, та безліч креативних прийомів і рішень. Як що в промислову епоху лідером був промисловий дизайн, то з настанням інформаційної епохи прийшов час графічного дизайну, який посів лідируюче місце серед сучасних художньопроектних практик, став домінантою в розвитку проектної культури інформаційного суспільства.

Сьогодні в графічному дизайні вирішуються концептуальні і пластичні проблеми, які стають джерелом стилеутворення інших областей предметно-просторової творчості. До основних продуктів графічного дизайну можна віднести корпоративний стиль компанії і його головний елемент – логотип, фірмові знаки, буклети, брошури, брендбуки, календарі та іншу рекламну поліграфічну продукцію, упаковки, етикетки, плакатну продукцію, обкладинки, сувенірну продукцію, книжкові макети і ілюстрації, візуальні комунікації, утому числі системи орієнтації, рекламну продукцію в середовищі міста, на транспортних засобах, веб-продукцію, інтернет-сайти, тощо [5].

Важливою ознакою інноваційних тенденцій у розвитку сучасного графічного дизайну стала поява нового напрямку дизайнерської діяльності – комп'ютерний дизайн, який перейшов зі сфери прикладного стану, обслуговуючого види дизайнерського проектування, в самостійний вигляд творчості, що включає напрям, пов'язаний зі створенням вебпродукції в Інтернеті. Веб-дизайн, як один з новітніх напрямів графічного дизайну, охоплює створення макету сайту, розробку навігації, створення і оптимізацію всіх графічних елементів сайту. Створення сайту – це практично перший крок на шляху початку становлення і розвитку сучасного бізнесу, націлений на визначення повідомлення, яке необхідно донести до відвідувачів веб ресурсу. Результатом створення сайту з оригінальним і неповторним веб дизайном є розкручування бренду, і залучення уваги з боку широкого загалу споживачів.

Розробка проекту авторського перекидного календаря включає: аналіз аналогічних розробок, вибір оптимального стилю для проекту, підготовка графічних компонент оригінал-макету (шрифти, ілюстрації, композиції), вибір програмного забезпечення для підготовки оригінал-макету друкарського продукту.

Календар і понині являється невід'ємному складовому життю ділової людини, він допомагає грамотно планувати свій графік, бути пунктуальним і досягати успіху. Кількісний показник попиту на календарі перевершує кількість сімей, тому маркетологи ринку одностайні в думці, що затребуваність календаря стійка і максимальна.

Настінні перекидні та квартальні календарі можуть бути і прекрасною сувенірною продукцією, здатної викликати позитивні емоції, приємні спогади у споживача. Внаслідок того, що настінні календарі частіше використовують для реклами, оригінального і якісного дизайну саме цього типу продукції приділяється досить важливу увагу. Справа в тому, що в звичайному житті зручно використовувати традиційні календарі, ніж користуватися електронними, які разом є в шкірному мобільному пристрої.

Дизайнер повинен приділяти пильну увагу оформленню календарів. Цей предмет, окрім своєї основної функції – допомагати орієнтуватися людині в часі, повинен ще доставляти і естетичне задоволення оточенням, створюючи затишок в приміщенні, гармонійно вписуючись в інтер'єр. З цієї причини дизайнер безперервно шукає нові рішення, як утілити свої ідеї оформлення продукції, щоб календар вийшов унікальним, зрозумілим, конкурентоздатним і цікавим для візуального сприйняття.

Підготовка календаря в настінному або настільному варіанті створює умови і можливості для реалізації авторської ідеї. Календар має достатній для вираження варіативної дизайнера об'єм (12 одиниць композиційного рішення), на нім можна розташувати велику кількість додаткового ілюстративного матеріалу, окрім основного функціонального. Календар надає своєрідне поле для експериментів: графічних малюнків, всіляких знаків, йому можна надати певної форми і різний формат, зручний для користування. Таким чином об'єктом розробки є ексклюзивний, подарунковий перекидний календар, оформлений за допомогою авторських художніх робіт.

Процес роботи по виготовленню календаря може бути розділений на декілька етапів.

Підготовчий етап. Булі проведені дослідження сучасних можливостей проектування і виготовлення настінних календарів, вивчені особливості сучасної матеріальної поліграфічної бази, новітніх тенденцій графічного дизайну на підставі аналізу технічного завдання.

На цьому етапі виконаний відбір ілюстрацій, об'єднаних єдиною тематикою і технікою виконання. В ході обробки ілюстрацій можливо виникне необхідність кадрування, корекції зображень, колірного тону, насиченості, режиму RGB, розмиття, прозорості.

Етап конструктивно-технологічний. Етап має на увазі розробку календарної сітки і взаємодію з текстом.

На *завершальному етапі* готовий оригінал-макет календаря готується до виводу на друк. Як авторська інновація в цій роботі передбачається

використання ефекту обробки художніх ілюстрацій, отриманий за допомогою методу «розмиття і прозорості». Цей прийом розглядається як нестандартний метод ефектної візуальної передачі зображення [41].

В ході підготовки оригінал макету перекидного календаря до друку були втілені елементи наукового підходу до розуміння і формулювання інноваційних елементів, які повинні доповнювати головну методику створення друкарського продукту. Розвиток професійного мислення сучасних дизайнерів має бути синтезом практики і розумового процесу на основі наукових знань про базисні і авторські, інноваційні методи, існуючі в практичному і науковому дизайні.

Сучасні вимоги та технологічні можливості створюють передумови структурних змін у підходах, що до подання цілісної інформації у вигляді наочного зображення, тобто візуалізації дизайн проектів, та пошуку оптимальних засобів впливу на естетичні відчуття через створення візуальних моделей предметно-просторового середовища, що проектується.

Традиційно у дизайн проектуванні застосовують два спеціальні проектні засоби, пов'язані з творчим пошуком найкращого рішення та візуалізацією проектного завдання. Це мова проектної графіки і мова об'ємного проектування – макетування і моделювання [4, с. 16].

Застосування комп'ютерних технологій та інноваційного програмного забезпечення для 3d моделювання, малювання, візуалізації і анімації дозволяє об'єднати засоби дизайн-проектування у творчому процесі, значно збільшити їх можливості та прискорити процес створення проектних моделей з високоякісним фото реалістичним зображенням, зануритися в атмосферу віртуального світу проектної концепції не існуючого об'єкту.

М. Куленко визначає сучасні алгоритми і великий набір інструментів та програмних засобів, які надають можливість:

- Володіти найбільш важливими техніками та системними засобами в дизайн-проектуванні;
- Вибирати прийнятні методи візуалізації для різних типів об'єктів згідно з асоціативно-художньо-образним проектним рішенням;

- Бути в змозі критично осмислювати стандартні підходи що до візуального відображення проектних рішень;
- Мати гарну основу для створення та розвитку нових інноваційних рішень у дизайн-проекуванні [15].

Це забезпечує безмежні можливості та високу продуктивність творчого потенціалу в становленні нових стратегій візуального мислення і візуальної культури сприйняття концептуально-проектних рішень.

У методах візуалізації враховуються властивості форми і матеріалів та вплив навколишнього середовища на об'єкт проектування.

Разом з моделюванням та розрахунком світла і тіні надається можливість більш якісно вивірити проектну ідею та взаємозв'язок моделі проектного рішення з навколишнім середовищем. А підтримка технології HDRI підвищує ступінь реалістичності зображення віртуальної моделі предметно-просторового середовища. Сьогодні 3D візуалізація давно перейшла ту межу, коли видно, де реальний світ, а де проектна фантазія.

Важливим і мабуть головним досягненням розвитку комп'ютерних технологій та інноваційного програмного забезпечення у візуалізації дизайнпроектів – це використання інтерактивних можливостей та 3d анімації, тобто комп'ютерної імітації руху, як самого об'єкту проектування, так і навколо нього.

Можливо імітувати рух окремих елементів проектної моделі, враховуючи при цьому їх взаємозв'язок, коли перетворення в русі, зміна положення у просторі одного об'єкту тягне за собою аналогічні перетворення інших, зв'язаних з ним об'єктів.

Такий підхід дає абсолютно повне уявлення про об'єкт проектування та навколишнє середовище, показавши його з усіх боків, під різним кутом зору і відтворивши усі його динамічні властивості та зміни, як форми так і матеріалу, текстури та фактури. 3d анімація дає можливість наочно уявити, як буде виглядати об'єкт при зміні природного освітлення залежно від пори року, чи штучного в продовж певного часу доби. Важливим є також відображення

власних та падаючих тіней в наслідок зміни освітлення, причому не тільки зовні, але і всередині.

Сучасне програмне забезпечення дозволяє використовувати атмосферні ефекти, враховувати стан оточуючого середовища та застосовувати різноманітні звуки, при створенні графічно-віртуальної презентації дизайн-проекту, що підсилює ефект впливу на естетичні відчуття, та психологічне сприйняття концептуально-проектної ідеї і робить візуальну презентацію яскравою та реалістичною. А це в порівнянні з традиційними засобами візуалізації, макетування та моделювання в дизайн-проектванні – значима перевага.

Можливості фото реалістичної візуалізації та анімації дозволяють створювати 3D зображення у віртуальному середовищі в натуральну величину, та залучаючи глядача в свій світ, побачити у всіх найменших деталях та дрібницях ще не здійснений дизайн проект у реальному часі.

Таке сприйняття проектно-концептуальних дизайнерських рішень не вимагає у замовників та інвесторів добре розвиненої об'ємно-просторової уяви і візуального мислення, вміння читати складну проектнотехнічну документацію для прийняття відповідних рішень що до предмету проектування.

Традиційні візуально-графічні засоби проектування у графічному дизайні оптимально поєднуються з інноваційними технологіями – комп'ютерно-графічними редакторами та системами (Adobe Photoshop, CorelDraw, Adobe Acrobat, PageMaker, Adobe Illustrator, Corel PHOTOPAINT, QuarkXPress, Colorimpact, AAA Logo, тощо).

Отже, інноваційні тенденції розвитку сучасного графічного дизайну виявляються не тільки у появі доступної для широкого кола споживачів комп'ютерної оргтехніки та сучасних потужних графічних програм, які з кожним роком удосконалюються, не тільки у застосуванні нових матеріалів та технологій на базі наукових досліджень та відкриттів, але й нових форм організації виробництва праці, обслуговування, управління, вивчення і впровадження передового досвіду розвинених країн, а також підготовки молодих кваліфікованих спеціалістів, які володіють сучасними графічними редакторами

та вмінням впевнено користуватися комп'ютером. За допомогою даних редакторів найбільш доцільно розробляти найбільш привабливі концепції та графічні рішення календарної продукції будь-яких видів та типів, втілювати найбільш рішучі задуми та розширювати межі застосування концепцій календарів в різноманітних сферах діяльності.

Інноваційні тенденції розвитку сучасного графічного дизайну можна розглядати як сформовану спрямованість креативних процесів, на основі яких можна робити висновки про те, що відбулися якісно нові революційні зміни у створенні гармонійного і ефективного візуально комунікативного середовища, соціально-економічної і культурної сфери, які сприяють формуванню нових типів сучасної календарної продукції.

Якщо ми розглядаємо інновацію не як будь-яке нововведення, а як тільки таке, яке серйозно підвищує ефективність застосування в побуті та інформаційну наповненість календарної продукції, то було б доречним створити кваліфікований централізований контроль за професійним рівнем продукції графічного дизайну календаря. Такий контроль виключив б розповсюдження низькопробної продукції та впровадив мінімальні стандарти естетики дизайнерського оформлення календарної продукції та включення найбільш досконалих концепцій до національного культурного фонду.

Висновок до 2 розділу

Отже, композиційна побудова дизайну календаря потребує дослідження умов та виявлення нюансованих відмінностей від аналогів. Багато в чому дизайн календаря залежить від ретельно продуманої концепції. Визначення концепції, загальної ідеї багатосторінкового календаря – це першочергове завдання розробки дизайну будь-якого проекту. Слід пам'ятати, що концепція проекту має багато в чому визначається смаком та потребами потенційних покупців продукції.

Макет календаря можна підготувати за допомогою будь-якої графічної програми (Adobe Photoshop і Corel Draw), головне, щоб збережений файл відповідав вимогам поліграфічного видавництва. Після того, як макет уважно перевірений на якість контенту, вчитаний на відсутність граматичних та змістових помилок, можна експортувати файл у формати PDF або TIFF. У параметрах необхідно простежити, щоб керування кольором відповідало моделі CMYK, а якість відтворення відповідала 300 DPI для кольору і відтінків сірого.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши матеріали дипломної роботи зроблено висновки:

1. Календар – друковане видання у вигляді таблиці (табель-календар) або книжки, де міститься перелік чисел, днів тижня, місяців або років, а також вказуються свята, астрономічні відомості. На перших етапах відкриття закономірностей у русі небесних світил, тобто з моменту зародження астрономії як науки, робилися спроби виявити найточніше числові співвідношення між тими періодами руху Сонця і Місяця, з яких утворилися первинні одиниці календарного числення. На графічне наповнення календарних систем Давнього Єгипту, Давньої Греції та Давнього Риму впливали географічні, астрономічні, культурологічні, релігійні, та державно-адміністративні чинники.

2. Композиційно календарні системи мають значні відмінності, що позначаються на функціонуванні, при зчитуванні та орієнтуванні в інформації. Основною функцією календаря завжди був і залишається відлік часу. Однак зараз, крім основної функції, календарі стали виконувати додаткові, на кшталт ролі специфічної реклами, сувеніра, подарунка, елемента дизайну в інтер'єрі, арт-об'єкту. На відміну від інших об'єктів дизайну календар дає можливість розмістити потрібну інформацію і зображення. Крім того, що вони містять важливу інформацію, календарі змогли розширити діапазон їх застосування, увійшовши в категорію подарунків і сувенірів, особливо популярних на новий рік. За розташуванням в середовищі календарі умовно поділяють на настінні, настільні, кишенькові. Виділяють п'ять найбільш поширених різновидів календарів: настінні, календарі-плакати, кишенькові календарі, настільні, відривні календарі. Також календарі тематично поділяють на весільні, сімейні, шкільні, релігійні та святкові. Отже, тема дизайну календарів на сьогодні не висвітлена на достатньому рівні, відсутнє комплексне дослідження календаря як рекламного об'єкта, а також відсутній аналіз використання ігрового аспекту в дизайні рекламних календарів.

3. Композиційна організація комунікативних елементів розглянутої календарної продукції потребує детального вивчення та визначення типологічних ознак організації інформації на календарі, залежно від способу її кодування. Запропоновані способи композиційної організації інформації дозволяють розглядати візуальні повідомлення в календарній продукції як чітко організовану графічну систему, в межах якої кожний з елементів виконує загальну мету.

4. Концепція календарної продукції – це задум графічного дизайну, конструктивно підготовлений до друку. У концепції відображений основний задум та бачення дизайнера щодо розробки макету календаря: структури, змісту та форми елементів, редакційно-технічні та поліграфічні засоби виконання. Передпроектна робота дизайнера щодо розробки календаря включає в себе такі етапи: аналіз та збір графічного матеріалу; визначення завдань; вивчення доступної інформації про можливі композиційні та технічні рішення; розгляд переваг і недоліків різних рішень та їх розробки чи адаптації під власний проект. При проектуванні календаря дизайнер має визначитися з видом та типом продукції, характеристики якої максимально відповідають визначеним завданням орієнтовно потреб та можливостей цільової групи майбутніх користувачів. Проектування календарної продукції – це композиційний задум, доконана форма, гармонійно структуровані елементи та відповідність змісту.

5. Розробка проекту авторського перекидного календаря включає: аналіз аналогічних розробок, вибір оптимального стилю для проекту, підготовка графічних компонент оригінал-макету, вибір програмного забезпечення для підготовки оригінал-макету друкарського продукту. Процес роботи по виготовленню календаря може бути розділений на декілька етапів: підготовчий, конструктивно-технологічний, завершальний. Макет календаря доцільно розробляти за допомогою графічної програми на кшталт Adobe Photoshop, Corel Draw чи інших доступних аналогів та зберігати у форматі PSD або TIFF, відповідно вимогам поліграфічного видавництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бетель А. Тенденции современного офсета: Индустрии необходим новаторский поход. Курсив, 2010. № 1. С. 50–53.
2. Бушанський В. В. Календар. Енциклопедія історії України. URL: <http://www.history.org.ua/?termin=Kalendar> (дата звернення: 30.03.2022).
3. Вибір паперу для поліграфічної продукції. Виробниче об'єднання «Мурав'ї». URL: <http://muravi.com.ua/ua/vibir-papery-dlya-poligrafichnoyi-produktsiyi.html>
4. Гавенко С. Тенденції конструювання та поліграфічному оформленні календарів. Палітра друку. 2006. № 2. С. 68–70.
5. Ганоцька О. В. Діалектична єдність понять «форма» та «зміст» у графічному дизайні // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв [Текст]: зб. наук. пр. / за ред. Даниленка В.Я. Харків: ХДАДМ, 2011. №6 (Мистецтвознавство. Архітектура). С. 19-22.
6. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник. Харків: ХДАДМ, 2003. 320 с.
7. Даниленко В. Основи дизайну: Навч. посібник / Інститут змісту і методів навчання; Харківський художньо-промисловий ін-т. 2016. 92 с.
8. Ден Роем: Визуальное мышление: Отдельное издание, 2012. 167 с.
9. Історична хронологія. Календарні системи світу. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/10029/6/Посібник_Історична%20хронологія.%20Календарні%20системи%20світу.pdf (дата звернення: 30.03.2022)..
10. Історія календаря в етапах, імператорах і датах. VPM Поліграф. URL: <https://kalendar.rv.ua/2018/05/01/istoriya-kalendaryu-v-etapakh-imperatorakh-i-datakh/> (дата звернення: 30.03.2022).
11. Календар і його необхідність. Розробка дизайн-проекту серії календарів в стилі мінімалізму. URL: <http://gi.edu.ua/koledzh/pidrozdily/biblioteka/repozytorii/файл/завантажити/1b944dbba2e6046914429b4fe551f3c5> (дата звернення: 30.03.2022).

12. Касина С. И. Актуальность современного дизайна календарей. Россия в XXI веке: экономические, правовые и социально-культурные перспективы развития: материалы XII Всерос. науч.-практ. конф. Москва, 2017. С. 158-160.

13. Климишин І. А. Календар і хронологія. 5-е видання, доповнене. Івано-Франківськ, Гостинець, в-во Івано-Франківської Теологічної Академії, 2002. 232 с.

14. Ковалев С. И. История Рима. АСТ; Полигон. 2006. 744 с.

15. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник. Київ: Кондор, 2007.

16. Лесняк В.И. Графический дизайн (основы профессии). Киев: Биос Дизайн Букс, 2009.

17. Манн Т Будденброки / пер. Є. Поповича. Київ: Дніпро, 1973. 590 с.

18. Мартинюк В. Т. Основи додрукарської підготовки образотворчої інформації. Книга 1. Основи опрацювання образотворчої інформації [Текст] : підруч. Київ: Варта, 2005. 240 с.

19. Мартинюк В. Т. Основи додрукарської підготовки образотворчої інформації. Книга 2. Процеси опрацювання образотворчої інформації: підруч. Київ: Університет «Україна», 2009. 291 с.

20. Михайленко В. Є., Яковлев М. І. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення): навч. посібник. Київ: Каравела, 2004. 304 с.

21. Морозов К. Адвент - час приготування до Різдва. Свята і звичаї. URL: https://risu.org.ua/ua/index/exclusive/holidays_and_customs/26203/ (дата звернення: 30.03.2022).

22. Оксанич А. П., Олада Т. В., Стрижак А. А. Програмні засоби для макетування і верстки: навчальний посібник. Кременчук: ПП Щербатих О. В. 2011. 244 с.

23. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? Санкт-Петербург: АСТ Астрель, 2005.

24. Питель І. В. Календар в інтер'єрі. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. 2012. № 14. С. 50.
25. Питель І. В. Комплексна класифікація календарів. Наука як рушійна антикризова сила : міжнар. конф., м. Київ, 29 бер. 2014 р. Київ: Центр наукових публікацій, 2014. С. 178–180.
26. Побєдін В.А. Знаки в графічному дизайні. Харків: Ранок, 2001. 91 с.
27. Прищенко С. В. Геометричний стиль у рекламному дизайні // Візуальні мистецтва: наукові записки. Серія: Мистецтвознавство. - 2011. №2. С. 202-205.
28. Радченко М. Квест-карта зимових свят для мандрівника, що вже навчився читати. Київ: Час майстрів, 2020.
29. Савін В.М. Типографіка: навчальний посібник. Київ: Вересень. 2003.
30. Селешников С. И. История календаря и хронологии. Рипол Классик, 2013. 224 с.
31. Стандарти у поліграфії (Стандартизація у видавничій поліграфічній та пакувальній справі): навчальний посібник для студентів вищ. навч. Закл. / Уклад.: С. Ярема, В. Моргунюк, П. Пашуля, Б. Мамут. Київ – Львів: [Університет «Україна»: ДП «УкрНДНЦ»: УАД: ХК «Бліц-Інформ»], 2006.
32. Технічні та програмні засоби обробки інформації. Навчальний посібник // навч. посіб. для студентів спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» // Укладач: О. І. Хмілярчук. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 40 с.
33. Типи і види календарів в поліграфії. Найпопулярніші види друкованих календарів. URL: <https://huss.com.ua/naupopulyarnishi-tipi-drukovanih-kalendariv/> (дата звернення: 30.03.2022)
34. Токар М. Художньо-естетичні особливості дитячої книжкової ілюстрації. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2018. Вип. 35. С. 220– 233.
35. Украинский рынок рекламно-сувенирной продукции: как сохранить качество в условиях спада. Принт плюс. 2016. № 8. С. 48–51.

36. Управління кольором. Мистецтво додрукарської підготовки. Перекл. з англ. / Б. Фрейзер, К. Мерфі, Ф. Бантінг. Київ: ТОВ «ТВД «ДіаСофт», 2003. 464 с.
37. Типи календарів. Астрономія та визначення часу. URL: <https://www.ourboox.com/books/типи-календарів-астрономія-та-визнач/> (дата звернення: 30.03.2022)
38. Хмельовський О.М. Графічний дизайн: навч. посіб. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2008. 160 с.
39. Художньо-композиційні закономірності оформлення календарної системи в пам'ятках культури і мистецтва давніх цивілізацій // К. М. Гамалія, Я.Є. Гальчук. Київ: Art and Design, 2020. С. 1-2.
40. Що таке поліграфія і для чого вона потрібна. URL: <https://podskazok.net/ua/polihrafiia/polihrafiia.html> (дата звернення: 30.03.2022)
41. Яковлев М.І. Основи формування професійного мислення художників графічного дизайну // Технічна естетика і дизайн: міжвідомчий науково – технічний збірник / Відп. ред. М.І. Яковлев. Київ: Віпол, 2004. Вип. 3-4. С. 181-185.
42. Ярема С. М. Видавничо-поліграфічні технології та обладнання. Київ: У-н, Україна, 2003. 367 с.
43. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. Санкт-Петербург: Издательство: БХВ-Петербург, 2004.
44. Яцюк О., Романычева Э. Компьютерные технологии в дизайне. Санкт-Петербург: Питер, 2001.
45. Экономика календаря, или «кишка» для полиграфистов. Курсив, 2017. № 4. С. 91–93.

ДОДАТКИ