

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
Інститут дизайну та реклами**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього рівня бакалавр

на тему:

**«РОЗРОБКА МАКЕТА ЖУРНАЛУ «БАНДЕРА» В
КОНТЕКСТІ ФОРМОТВОРЧИХ ТЕНДЕНЦІЙ СУЧАСНИХ
ЖУРНАЛІВ»**

Виконала студентка ІV курсу

Групи БДЗ-11-9/1

Спеціальності:

«022» Дизайн

Міщенко Марія Вікторівна

(ПІБ студента)

Керівник:

кандидат педагогічних наук,

ДОЦЕНТ

(науковий ступінь керівника)

Бобренко Ростислав Всеволодович

(ПІБ керівника)

Рецензент:

(науковий ступінь рецензента)

(ПІБ рецензента)

Допустити до захисту

Протокол засідання кафедри

від «__» _____ 20__ р. № __

Завідувач кафедри Коваль Л. М.

(_____)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

Інститут дизайну та реклами
Кафедра графічного дизайну
Освітній рівень «бакалавр»
Спеціальність «022» Дизайн
Освітня програма «Графічний дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 20 _____ року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТКИ

Міщенко Марії Вікторівної

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи – «Розробка макета журналу «Бандера» в контексті формотворчих тенденцій сучасних журналів».

Керівник роботи – Бобренко Ростислав Всеволодович, кандидат педагогічних наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

2. Строк подання студентом роботи – _____ року

3. Мета й завдання кваліфікаційної роботи

Мета проєкту – створити актуальне періодичне видання, присвячене минулому та сучасності.

Завдання проєкту – проаналізувати вітчизняні аналоги популярних журналів. Розробити і обґрунтувати стилістичні та колористичні вимоги до об'єкта проєктування з врахуванням його особливостей. Визначити графічні константи об'єкта проєктування. Розробити концепцію проєкту. Проаналізувати пошукові ескізи. Розробити макет журналу відповідно сучасних тенденцій. Охарактеризувати види друку та матеріали.

4. Перелік графічного матеріалу:

Планшет 1.

Планшет 2.

Планшет 3.

5. Консультанти розділів роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
I	Бобренко Р. В., доцент	06.09.2022	07.10.2022
II	Бобренко Р. В., доцент	07.10.2022	10.03.2023
III	Бобренко Р. В., доцент	10.03.2023	01.04.2023

6. Дата видачі завдання – 09 вересня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1	Складання плану кваліфікаційної роботи	Вересень 2022 р.	виконано
2	Вибір об'єкта проєктування	Вересень 2022 р.	виконано
3	Аналіз аналогів	Вересень 2022 р.	виконано
4	Формулювання мети та завдань кваліфікаційної роботи	Вересень 2022 р.	виконано
5	Написання першого розділу кваліфікаційної роботи	Вересень 2022 р.	виконано

6	Розроблення графічного рішення	Жовтень 2022 р.	виконано
7	Розроблення технологічного рішення	Жовтень 2022 р.	виконано
8	Написання другого розділу кваліфікаційної роботи	Березень 2023 р.	виконано
9	Написання третього розділу кваліфікаційної роботи	Березень 2023 р.	виконано
10	Складання опису кваліфікаційної роботи	Березень 2023 р.	виконано
11	Формулювання висновків кваліфікаційної роботи	Квітень 2023 р.	виконано
12	Виконання оригінал-макета	Квітень 2023 р.	виконано
13	Візуалізація проєктної графіки	Квітень 2023 р.	виконано
14	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно з вимогами	Квітень 2023 р.	виконано
Студентка			Міщенко М. В.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник проєкту		Бобренко Р. В.
-------------------------	--	-----------------------

(підпис)

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота «Розробка макета журналу «Бандера» в контексті формотворчих тенденцій сучасних журналів» висвітлює етапи підготовки науково-популярного журналу «Бандера», присвяченого історіографічним і культурологічним питанням громадського життя України.

Основна увага під час підготовки журналу приділялась: історичному екскурсу тенденцій у дизайні науково-популярних журналів; аналізу окремих вітчизняних аналогів; викристалізуванню дизайн-концепції; розробці й обґрунтуванню формотворчих рішень до об'єкта проектування з врахуванням його особливостей дизайн-концепції проекту; опису поліграфічних засад для матеріалізації видавничого проекту, а також калькуляції проекту.

Практична цінність роботи полягає в розробці макета журналу як візуально-інформаційної форми, виконаної в сучасних тенденціях видавничої справи, яка слугуватиме інформаційним джерелом з історії та культури України.

Дослідження буде цікавим передусім студентам-дизайнерам для розширення професійного пізнання проектувальних і видавничо-поліграфічних технологій з підготовки журналу.

Ключові слова: журнал, дизайн, макет, історія, культура, Україна.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ І. ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІВ	9
1.1 Сучасна журнальна продукція в понятійно-нормативному контексті.....	9
1.2 Принципи макетування журналів.....	12
Висновок до першого розділу.....	22
РОЗДІЛ ІІ. МАКЕТУВАННЯ ЖУРНАЛУ «БАНДЕРА»	24
2.1. Вітчизняні популярні журнали: прототипи й аналоги об'єкта проєктування.....	24
2.2. Концепція журналу «Бандера».....	34
2.3. Формотворчі засоби макетування журналу «Бандера».....	37
Висновок до другого розділу.....	49
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	52
3.1. Види друку та матеріали.....	52
3.2. Економічні розрахунки.....	56
Висновок до третього розділу.....	57
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасність укотре нагадує нам про важливість знання власної культури й історії для розвитку нашого суспільства та країни. Рівень освіченості, вихованості, знання та розуміння світового та вітчизняного історичного досвіду суттєво впливають на світогляд людини, допомагають сформувати пріоритетні напрямки розвитку та вчасно прийняти правильні рішення. Зараз особливо важливо привернути увагу українців до наших історико-культурних надбань, оскільки це допоможе побороти явище комплексу меншовартості та дистанціюватися від російської культурної експансії, що є одним із інструментів війни в Україні.

Щоб досягти цієї мети, багато установ, таких як музеї, галереї, мистецькі та культурні центри, медіакомпанії, ІМІ і т.д., долучені до підвищення свідомості у нашій країні. Проте, окрім організації мистецьких заходів, важливо об'єктивно висвітлювати їх у засобах масової інформації, які відіграють величезну роль у сучасному світі.

Основна мета проекту – підтримка української ідентичності. Це те, заради чого ми повинні знати та розуміти минуле. Це сміливість руйнувати стереотипи та усталені міфи, що були створені не тільки окупаційними владами, а й окупованим суспільством.

Журнал «Бандера» – це баланс між академічною історією та історією, написаною доступною та цікавою мовою. Метою створення журналу було дати суспільству зрозумілий та якісний продукт, який би показував, чому історія важлива, чому вона актуальна сьогодні та як може бути використана для проєкцій на майбутнє.

Відповідно до поставленої мети визначено такі завдання:

1. Розкрити тенденції сучасних журналів;
2. Висвітлити принципи макетування журналу «Бандера»;
3. Окреслити технологічно-економічну частину об'єкта проєктування.

Об'єкт дослідження – історико-культурний журнал в контексті

формотворчих тенденцій сучасних журналів.

Предмет дослідження – макетування журналу «Бандера» в контексті формотворчих тенденцій сучасних журналів.

Методи дослідження:

- загальнонаукові (аналізу, синтезу, узагальнення, об'єктивності, індукції, дедукції, логічності та ін.) для висвітлення системних зв'язків між розглядуваними явищами, а також доцільних і обґрунтованих висновків;

- спеціальні (збір, упорядкування аналогів і прототипів об'єкта проєктування, створення мудборду, проєктування макета журналу, презентація його варіантів на планшетах) для візуалізації авторського дизайну.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у аналізі розвитку та популяризації культури журналів про самоідентичність нації в Україні та за кордоном, а також дослідження специфіки візуального вирішення подібних видань.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці макета журналу як візуально-інформаційної графічної форми: дизайн-концепція, розробка обкладинки та сторінок.

РОЗДІЛ І. ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІВ

1.1. Сучасна журнальна продукція в понятійно- нормативному контексті

Згідно з ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» термін «видання» визначається як «твір (документ), що містить інформацію, призначену для поширення, пройшов редакційно-видавниче опрацювання, відтворений друкуванням, тисненням або виготовлений електронним записом на будь-якому носіїві чи іншим способом, видавниче оформлення, поліграфічне й технічне виконання якого відповідає вимогам правових і нормативних документів [8, с. 2]». У цьому ж стандарті маємо визначення поняття «журнал»: «періодичне журнальне видання, що має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру з суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації й рекламу [8, с. 19]».

Точніше визначення журналу пропонує СОУ 22.2-02477019-06:2006: «журнал – періодичне видання встановленого формату у вигляді блока скріплених у корінці друкованих аркушів, що виходить із постійною назвою, має постійні рубрики і містить статті і/або реферати з різних громадсько-політичних, наукових, виробничих, інших питань, а також літературно-художні твори та ілюстративний матеріал [23, с. 2]».

Журнали випускаються у вигляді блоку закріплених в корінці аркушів друкованого матеріалу визначеного формату, у обкладинці або палітурці. Вони мають великі формати сторінок та двоколонний набір тексту. Внутрішня структура журнальних видань формується за допомогою рубрик та різних жанрових матеріалів з різним обсягом.

Журнали випускаються з певною регулярністю (наприклад, раз на місяць, раз на квартал тощо). До періодичних і продовжуваних видань належать: газета, журнал, бюлетень, календар, експрес-інформація.

Існують різні критерії, за якими можна класифікувати видання: аудиторія, місце видання, характер інформації, видавничий орган, мова, тематична спрямованість, цільове призначення. Однак, найбільш важливими є тематична спрямованість та цільове призначення. Залежно від конкретного завдання можна використовувати дві основні класифікації, які доповнюють одна одну: класифікацію за цільовим призначенням всередині тематичної класифікації та класифікацію за тематикою всередині класифікації за цільовим призначенням [7, с. 1].

Г. Дзюбенко зазначає, що журнали можна умовно розділити на три рівні сприйняття, призначені для трьох рівнів аудиторії:

- 1) інформація загального характеру;
- 2) для широкого кола фахівців у певній галузі або для тих, хто цікавиться конкретними сферами науки, техніки, культури;
- 3) наукова та спеціалізована інформація [7, с. 25].

За ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» є можливість виділити такі види журналу: «суспільно-політичний, науковий, науково-популярний, виробничо-практичний, популярний, літературно-художній, реферативний, релігійний, рекламний, спеціальний журнальний випуск. За згаданим стандартом науково-популярний журнал – журнал, який містить публікації про основи наукових знань, а також досягнення в галузі науки, техніки, культури, мистецтва та практичної діяльності, викладені в зрозумілій читачам-нефахівцям формі [1, с. 19]».

Також надають класифікацію журнальної продукції на основі таких критеріїв:

1. За способом виготовлення:

- друковане видання: «видання, виготовлене друкуванням чи тисненням [8, с. 5]»;

- електронне видання: «документ, інформацію в якому подано у форматі електронних даних і для використання якого потрібні засоби обчислювальної техніки [8, с. 5]».

2. За предметно-тематичним спрямуванням:

- «спеціалізовані: журнали спрямовані на конкретну тематику, наприклад, наука, мистецтво, мода, гастрономія тощо;
- загальні: журнали охоплюють широкий спектр тем, які можуть бути цікаві для різних груп читачів [7, с. 19]».

3. За місцем випуску і сферою розповсюдження:

- місцеві (у межах однієї області, міста, району, установи);
- регіональні;
- загальнодержавні;
- такі, що розповсюджуються за кордоном;
- міжнародні [7, с. 19]».

Оскільки видання несе ту чи ту інформацію, то постають вимоги до її викладу. Нормативні документи в Україні, які регулюють видавничу справу, включають законодавчі та інші нормативно-технічні документи, зокрема:

- закони України «Про інформацію», «Про видавничу справу», «Про захист суспільної моралі» та ін., що ґрунтуються на Конституції України;

- кодекс журналіста, який містить етичні стандарти журналістської професії, зокрема вимоги до правдивості, об'єктивності, етичності, ретельності та ін. у журналістських матеріалах;

- державні стандарти та технічні умови з видавничої продукції, які містять вимоги до якості друкованих видань, їх оформлення та виготовлення, наприклад, ДСТУ 2817:2019 «Видання друковані. Вимоги до складання та оформлення», ДСТУ 4489:2005 «Видання книжкові та журнальні. Вимоги до форматів», ДСТУ 7152:2010 «Інформація та документація. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках»,

ГСТУ 29.1-97 «Журнали. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги», ДСТУ 3018-95 «Видання. Поліграфічне виконання. Терміни та визначення», ДСТУ 3772-98 «Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги» та інші.

Внутрішні правила та стандарти можуть бути розроблені конкретним видавництвом або журналом і вони можуть включати вимоги щодо форматування, редакції та подання статей, правил про анонімне рецензування та ін. Важливо мати належну інформацію про вимоги для забезпечення якісної публікації статей.

Мета стандартизації видавництва полягає в забезпеченні якості, безпеки та зручності видавничої продукції з врахуванням потреб читачів. Це також включає узгодження дій між суб'єктами видавничої справи в системі від редагування до розповсюдження. Стандартизація сприяє систематизації та уніфікації видавничої продукції, її обліку та ідентифікації. Також це допомагає усунути бар'єри в торгівлі на вітчизняних та міжнародних ринках за допомогою присвоєння стандартних міжнародних номерів та штрих-кодів. Крім того, стандартизація сприяє охороні праці працівників видавничо-поліграфічного комплексу [16, с. 44].

1.2. Принципи макетування журналів

У поліграфії дизайн має велике значення, оскільки від нього залежать майбутні продажі та зацікавленість читачів, покупців. Навіть найкращі маркетологи та копірайтери не зможуть компенсувати поганий дизайн поліграфії. Тому розробці дизайну варто приділити особливу увагу.

Дизайн журнального видання передбачає такі частини та їх елементи: зовнішнє оформлення та внутрішнє оформлення. До зовнішнього оформлення належать такі основні елементи, як: формат видання, вихідні відомості, що мають бути розташовані на першій і четвертій сторінках обкладинки та/чи другій і третій її сторінках, а також ISSN і штрих-код відповідно до ДСТУ 4861:2007. Решта елементів, наприклад, тематична ілюстрація, заголовки

найцікавіших публікацій та ін. розширюють інформаційно-реklamний образ журналу.

До внутрішнього оформлення журналу належать титульна сторінка чи суміщений титул або їх варіація з вихідними даними, зумовленими стандартом ДСТУ 4861:2007. Обов'язкова рубрикація зі сталою візуалізацією. Решта елементів, наприклад, ілюстрації, віньетки, кінцівки, маргіналії та ін., варіативні.

Відповідно до стандарту ДСТУ 4861:2007 назва журналу має бути розміщена на титульній сторінці чи на суміщеній титульній сторінці, а також на першій сторінці обкладинки чи на передньому боці палітурки. При необхідності, можна використовувати скорочену форму назви журналу на корінці. Вона повинна мати однотипний стиль оформлення для всіх номерів і виділятися за допомогою різних методів вирізнення, таких як спеціальний шрифт, використання кольору тощо. Решта елементів – рекламні матеріали та ілюстрації – повинні бути розміщені таким чином, щоб не заважати читачам сприймати назву й інші вихідні дані.

Нумерація журналу позначається виключно арабськими цифрами та вказується на титульній сторінці та повторюється на першій сторінці обкладинки. Крім порядкового номера журналу, допускається вказувати місяць без скорочення та валову нумерацію у круглих дужках після поточного номеру. Переважно на кожному випуску журналу вказують лише один номер, винятком слугує той випадок, коли потрібно об'єднати два випуски в одному [5, с. 95].

Знак охорони авторського права є невід'ємним елементом вихідних даних журнальної продукції. Його розміщують у правому нижньому куті звороту титульного аркуша чи в нижній частині суміщеного титульного аркуша.

Відповідно до вже означеного стандарту випускні дані повинні містити таку інформацію:

- «серію, номер і дату видачі свідоцтва про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації;
- тираж видання;
- номер замовлення виготовлювача видавничої продукції;
- відомості про місцезнаходження редакції, включаючи контактний телефон, факс і електронну адресу;
- відомості про найменування та місцезнаходження видавця і виготовлювача видавничої продукції;
- відомості про видачу виготовлювачу видавничої продукції свідоцтва про внесення до Державного реєстру [5, с. 104]».

Зазвичай ця інформація розміщується на звороті титульного аркуша або на останній сторінці журнального видання.

У разі, якщо видання виходить паралельно кількома мовами та має різні назви, разом із повідомленням про це, також треба наводити їх назви, перекладені українською мовою.

Особливості шрифтового оформлення включають такі елементи:

1. Титульні елементи тексту обкладинок зазвичай набираються прописними літерами шрифту для більшої виразності. Розмір шрифту залежить від формату і кількості рядків тексту. Якщо для набору рядків використовується напівжирний шрифт, то розмір кегля обирається на 2 пункти менше.

2. Текст титулів оформлюється з дотриманням ієрархії шрифтів за розміром. Головний рядок набирається шрифтом найбільшого розміру, а інші рівні тексту (підзаголовки – другий рівень, прізвище автора – третій рівень, місце видання, назва видавництва, рік видання та інші – четвертий рівень) використовують шрифти меншого розміру відповідно.

3. Для оформлення тексту обкладинок і палітурних кришок рекомендується використовувати напівжирні та жирні шрифти, особливо якщо матеріал обкладинок буде кольоровим.

Зміст розташовується в кожному номері журналу на одному і тому самому місці на початку видання. Він складається із назв розділів (рубрикацій) і має відповідати послідовності та формі подання інформації. Перед переліком змісту вказують слова «Зміст», «У номері випуску:» і підкреслюють їх поліграфічними засобами [5, с. 135].

Нумерацію (пагінацію) сторінок надають тільки арабськими цифрами у верхній або нижній частині сторінки журналу та проставляють на всіх сторінках, крім останньої та титульної.

Решта елементів, таких як: ілюстрації, віньетки, кінцівки, маргіналії та ін., є варіативними і можуть включати різноманітні дизайнерські елементи залежно від конкретної видавничої акциденції.

Макет у поліграфії – це попередній зразок книги або журналу, виготовлений у видавництві для точного розміщення текстового або/та ілюстративного матеріалу.

Метою будь-якого графічного дизайнера є не лише розміщення інформації на друкованому або віртуальному аркуші, а й розуміння та компонування її таким чином, щоб користувач міг зрозуміти її якомога краще.

Для того щоб розпочати вивчення основних принципів макетування та верстки, варто спочатку звернути увагу на один з найважливіших елементів – модульну (типографічну) сітку (див. рис. 1.1), яка використовується для організації контенту та безпосередньо впливає на його сприйняття користувачем. Всі види сіток представляють собою двовимірну структуру, що складається з горизонтальних та вертикальних осей, які перетинаються і служать лініями прив'язки для організації візуальних елементів всередині композиційної схеми верстки.

Більшість типографських сіток будується на основі формату аркуша паперу, який є основою видання. Створення сітки залежить від призначення видання та ідеї дизайнера, тому сітка може бути дуже різноманітною. Щоб забезпечити єдність візуального сприйняття, сітка створюється для повноцінної розгортки видання, а не для кожної сторінки окремо. Вона може

містити 2, 3, 4 або іншу кількість колонок. Таке рішення дозволяє уникнути розривів між сторінками та зробити видання цілісним.

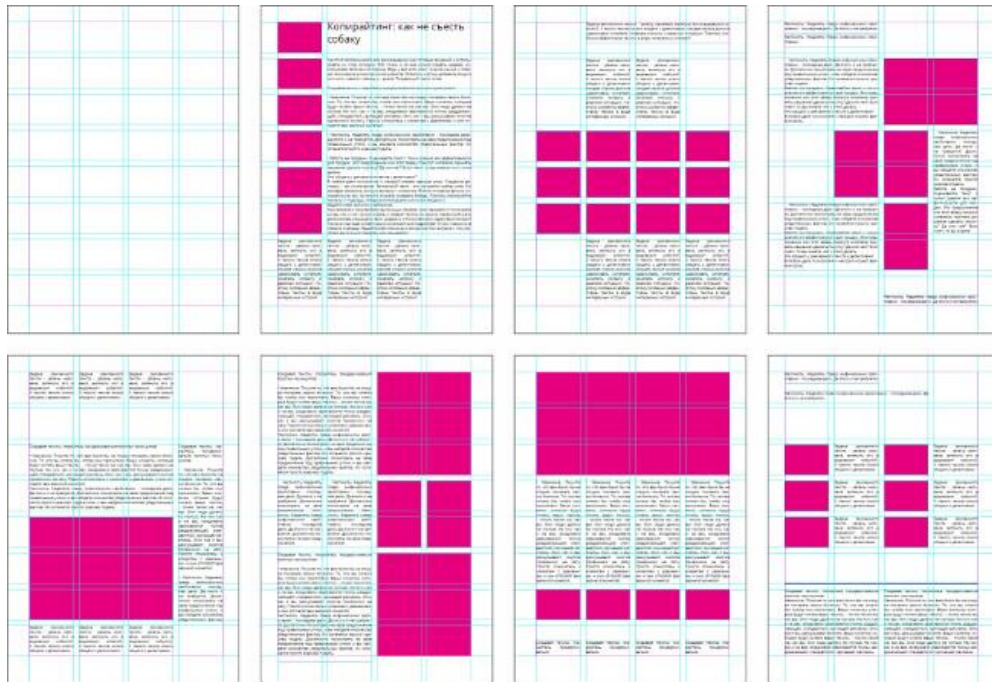


Рис. 1.1 Модульна сітка у верстці для поліграфії.

Ширина кожної колонки розраховується на основі загальної ширини сторінки та кількості колонок, але необхідно враховувати те, що між колонками повинна бути певна відстань, яка додає «повітря» та розділяє контент. Білий простір або так зване «повітря» складається з таких елементів, як: поля, відступи, міжрядкові інтервали, відстані між абзацами, відбивками тощо.

Система базових ліній виконує роль додаткової вирівнювальної структури, яка буде працювати в будь-якій сітці. Наявність цього елемента дозволяє дизайнеру спростити процес прийняття рішень, оскільки всі типографічні співвідношення вже визначені заздалегідь. Дотримуючись такого співвідношення в кожній з колонок, дизайнер може досягти єдності та відчуття послідовності в композиції.

Важливим елементом макетування є рубрикація – що належить до візуальної архітекtonіки, а також до апарату періодичного видання. Рубрикація журналу – основа організації контенту. Завдання оформлення

полягає в тому, щоб надати рубрикації найбільш чіткі та виразні форми, повністю відповідні архітектоніці видання.

«У літературно-художніх виданнях рубрикація, як правило, нескладна, складається з назв творів та можливих розділів. Такий зміст розміщують наприкінці видання, оскільки читач, обравши твір для читання, вже не має потреби шукати щось інше [29, с. 1]».

У науково-популярних виданнях структура та оформлення мають створювати умови, що забезпечують точну передачу наукової інформації, що легко сприймається та одночасно зацікавлює читача:

- чітке оформлення системи рубрикації;
- зручність читання тексту;
- наочність зображальних матеріалів;
- зорово зручне розташування тексту, ілюстрацій і докладних текстівок;
- введення зображальних рубрик, шмуцтитулів;
- включення пояснень, коментарів, приміток на сторінках основного тексту, але застосування для них особливого шрифтового оформлення [29, с. 2].

Для поліпшення сприйняття видання важливо, щоб схожі між собою елементи, такі як рубрики і колонтитули, текстівки і врізи, були візуально організовані відповідно до певних принципів. Для цього застосовують:

- «створення спеціалізованих зон для розміщення зображень, текстівок, приміток;
- концентрація зображень, приміток і текстівок на одній сторінці або розвороті);
- винесення приміток, зображень, таблиць з основного тексту в спеціальні секції, розташовані наприкінці видання або окремого розділу;
- використання лінійок, рамок або графічних знаків для візуального виділення окремих елементів, таких як примітки, врізки, додаткові тексти та колонтитули [29, с. 3]».

Ще одним важливим аспектом дизайну є концепція ієрархії, тобто послідовність елементів всередині дизайну. Щоб досягти візуальної ієрархії, потрібно вирішити, які елементи є найважливішими за значенням (заголовки, назви розділів), які йдуть після них та є менш важливими за значенням (підзаголовки), що є основним текстом, а що додатковою інформацією (текстові блоки, описи зображень та інші деталі). Дизайнери часто просто нумерують елементи в залежності від їх значимості, а потім вже приступають до організації візуальної ієрархії.

У сучасному світі все влаштовано набагато складніше, але універсальним засобом спілкування залишається шрифт. Шрифт – одна з найбільш ефективних форм комунікації та візуальної виразності. Як унікальний інструмент графічного дизайнера шрифт виконує кілька функцій одночасно. По-перше, шрифт слугує основним елементом композиції в рядку текстури тощо. По-друге, шрифт виконує завдання з передачі вербальної та візуальної інформації, оскільки призначений для читання та сприймається одразу на декількох рівнях: інтелектуальному, чуттєвому та емоційному.

Це основи, які потрібно засвоїти, щоб створювати ефективний та наповнений змістом дизайн, відповідний до змісту контенту. Саме процес упорядкування літер, слів та тексту в цілому є типографікою, яка поєднує в собі не тільки традиції та правила, а й творчість та фантазію.

Оскільки типографіка є основою для оптимального використання шрифту, можна виділити ряд принципів, яким необхідно слідувати, а також детальніше розібратися у кожному з них.

Читабельність та розбірливість – основні принципи, які взаємопов'язані, але є окремими показниками якості шрифту для читача. Читабельність визначає, наскільки читач зрозумів текст, а розбірливість визначає, наскільки легко розрізнити літери та слова. При виборі або розробці шрифту враховують такі важливі фактори, як довжина рядка, кількість знаків в рядку, величина пробілів та регістр. Занадто довгі рядки, так само як і занадто короткі, не зручні для читання та відволікають від сприйняття тексту. Оскільки довжина

рядка залежить від призначення тексту, у періодичних виданнях, наприклад, текст на сторінці ділять на кілька колонок для зручності читача. Зручність читання також залежить від інтерліньяжу, регістру та насиченості шрифту. При написанні тексту прописними буквами читачеві буде важко його сприйняти, оскільки всі букви в ньому мають схожу форму та однакову висоту. Також, при використанні занадто великого інтерліньяжу (відстань між рядками) рядки виглядають не пов'язаними між собою [8].

Для того щоб ефективно використовувати шрифт, а не просто розмістити його на папері, слід уважно ставитися до вибору гарнітури. Універсального та єдиного методу на цьому етапі немає, але можна дотримуватися певної методології, що складається з визначення контексту та збереження візуальної гармонії [10].

При виборі шрифту в першу чергу потрібно керуватись змістом тексту, оскільки шрифт повинен транслювати його ідею, а також відповідати цілям і способу публікації (див. рис. 1.2). Важливим аспектом в цьому випадку є історія шрифту. Дизайнеру не обов'язково знати та пам'ятати всі шрифти, проте корисно знати про походження та первісну мету створення конкретного шрифту, оскільки чим більше ви знаєте про шрифт, тим легше оцінити доцільність його використання. Коли мова йде про ціль і визначення контексту, не треба забувати про потреби цільової аудиторії, на яку розрахований даний контент. Все вищезазначене допоможе зробити перший крок на шляху до вибору гарнітури.

Другою важливою складовою при виборі гарнітури є візуальна гармонія, яка визначається зазвичай зовнішніми характеристиками шрифту. Кожен шрифт має свій власний стиль, наприклад, якщо йдеться про текстові шрифти, які використовуються для складання однорідного тексту, то для цієї мети підходять гарнітури, які мають чітке відокремлення між символами, а для акцентованих шрифтів, які використовуються для складання великих заголовків, підходять образні шрифти з оригінальною формою, кольором,

фактурою та іншими візуальними ефектами, наприклад, контурні шрифти з тінюванням, орнаментами та іншими характерними деталями (див. рис. 1.2).

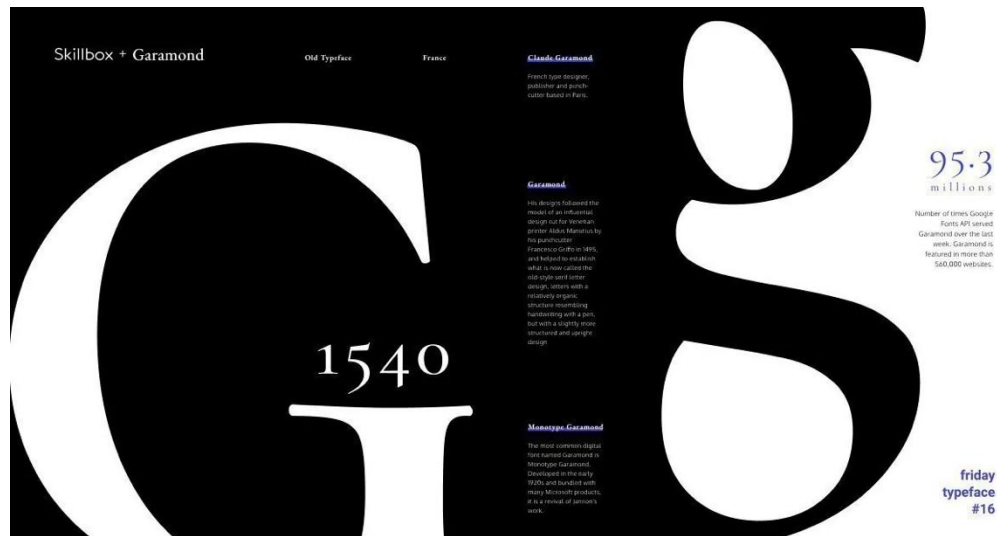


Рис. 1.2. Приклад використання шрифту у верстці.

Виходячи з описаних вище характеристик шрифту та принципів типографіки, можна побачити, що типографіка грає одну з головних, але далеко не єдину роль у створенні якісного візуального рішення та композиції.

Після того як дизайнер визначився з вибором шрифту і створив макет композиції з розташуванням всіх елементів варто звернути увагу на найважливіший інструмент у побудові комунікації з користувачем – колір (див. рис. 1.3).

Колір у дизайні може виконувати декілька завдань, виділяючи або об'єднуючи вміст у окремі групи, а також створюючи емоційний зв'язок з читачем. Ще одна важлива ідея використання певного кольорового оформлення полягає в тому, що воно дозволяє об'єднати елементи макету та викликати у читача так званий гештальт-ефект. Кольори також можуть привертати увагу до різних елементів, які будуть доповнювати один одного, за допомогою використання різних відтінків однієї й тієї ж палітри, а навпаки, виділяти принципово різні за змістом елементи за допомогою використання контрастних кольорів.



Рис. 1.3. Колірне коло Іттена.

Усі вищезазначені принципи макетування мають різний вплив на користувача кінцевого продукту, але тільки якщо їх об'єднати разом, можна отримати ефективний дизайн журналу, що відповідає певній тематиці та потребам споживача.

Після виконання комп'ютерної моделювання та промалювання всіх деталей у випадку поліграфічного дизайну також важливо підлаштувати всі зображення під технічні характеристики друку, залишати поля для обрізки тощо. Потрібно врахувати, що всі градієнти та ефекти, які гарно і гармонійно виглядають на екрані, часто погано відтворюються при друку.

Друкування журналів відбувається переважно на мелованому папері: глянцевого або матового. Кожен вид має свої переваги: гляцевий папір скорочує використання фарби, він більш гладкий, має менше пилу. Крім того, при друку незакріплені фарби рідко переходять на наступні сторінки, тобто не відбувається розмазування. Глянцеві журнали відрізняються яскравими зображеннями.

Технічні вимоги до макетів поліграфічного дизайну запитують ще до початку його розробки. Вони залежать від виду виготовлюваного виробу, його формату паперу, наявності та типу ілюстрацій, накладу та способу друку, оскільки надрукувати якісне зображення буває набагато складніше, ніж просто вивести це ж зображення на монітор. З цієї причини в кожній типографії

встановлені вимоги до роздільної здатності зображень, які потрібно враховувати вже на етапі створення макета.

У створенні дизайну друкованих видань також важливо враховувати той факт, що макет буде виглядати інакше, коли він буде надрукований і обрізаний згідно з форматом видання. Наприклад, при використанні фону (залівки або растрового зображення) або інших елементів, що прилягають до краю виробу, ці елементи повинні виходити за обрізний формат не менше ніж на 3 мм. Всі значущі елементи, такі як текст, логотип і т.д., необхідно розміщувати не менше ніж в 3 мм від обрізного формату, а якщо в макеті є рамка – не менше ніж в 5 мм. Виходячи з цього, можна зробити висновок, як важливо враховувати всі зміни, які стануться в зовнішньому вигляді виробу після його друку та обрізки, оскільки кожний зсув або переміщення одного з елементів може нести зовсім іншу ідею або порушити цілісність композиції, що відобразиться на сприйнятті читача.

Висновки до першого розділу

Видавнича продукція (незалежно від форми – друкована або електронна) є складним елементом культури, який можна розглядати як товар, або як духовний продукт. Тому стандартизація та організація видавничої продукції призводять до збереження та досягнення визначених параметрів, забезпечують високу культуру оформлення видань.

Оскільки видання є інформаційним джерелом, виникають певні вимоги до її викладу. Наприклад, ДСТУ 7342:2013 «Інформація та документація. Видавнича анотація. Правила складання та подання у виданнях» нормує зміст та порядок структурних елементів [10]. Цей документ допомагає відповісти на запитання про те, що писати, як писати та у якій послідовності. Користь від такого документу не тільки для автора і редактора, а й для читача. В. Різун зазначає, що стандартизований зміст та форма тексту сприяють більш простому розумінню інформації, тоді як нестандартне оформлення може ускладнити цей процес [21, с. 188].

Стандарти та правила макетування розробляються з метою спрощення підготовки та виготовлення видавничої продукції, що дозволяє економити час та зусилля як видавцям, так і читачам. Застосування стандартів дозволяє використовувати ефективні прийоми, які полегшують технічну підготовку до друку, підвищують місткість друкарського аркуша, забезпечують якість та операційну ефективність видавничої діяльності, а також забезпечують чіткість та ефективність управління редакційно-видавничими процесами.

Дослідження показали, що правильне макетування є важливим етапом в процесі виробництва видавничої продукції. Вигляд періодичних видань визначається якістю поліграфії та графічного оформлення. Ці елементи створюють унікальну «ідентичність» видання, що визначає його зовнішній вигляд та стиль.

У журналістиці, де точність і об'єктивність є ключовими принципами, важливість правильного використання термінів, понять та стандартів надзвичайно велика. Відсутність чіткого розуміння та використання понятійно-нормативного контексту та принципів макетування може призвести до спотворення видавничої концепції та зниження сприймання фактів і рівня довіри читачів до журналістської продукції.

Наведені положення становлять концептуальну базу для стандартизації видавничої продукції. Важливо відзначити, що стандартизація не призводить до зниження креативного потенціалу видання, а забезпечує дотримання високої якості продукції та сприяє духовному розвитку українського народу, формуванню взаємовідносин із світовою цивілізацією.

РОЗДІЛ II. МАКЕТУВАННЯ ЖУРНАЛУ «БАНДЕРА»

2.1. Вітчизняні популярні журнали: прототипи й аналоги об'єкта проєктування

З метою виділення типових і оригінальних елементів, а також переваг і недоліків оформлення популярних журнальних видань ми здійснили пошук і відбір аналогів і прототипів видань, які найбільше відповідають нашому дизайнерському задуму. Це забезпечить необхідне підґрунтя для розроблення концепції та її реалізації в проєктуванні. Для того, щоб окреме видання могло вдало конкурувати на ринку інформації. Адже концепція видання – багатозначне поняття, яке включає не лише задум редактора щодо майбутнього видання (чи його окремого випуску), а й типологічні, технічні, графічні характеристики тощо.

«Наша культура» – це місячник української культури та науки, який видавався в екзилі протягом двох періодів з перервою у 14 років: польському (Варшава, 1935-1937) та канадському (Вінніпег, 1951-1953). Однак, залишалися сталі елементи, такі як засновництво та керівництво журналом, редакційна програма та художнє оформлення. Проте у канадському періоді були зміни, такі як умови редакційної підготовки, спосіб верстання, друку видання, обсяги чисел і зміни акцентів у проблемно-тематичному аспекті. Зокрема, у канадському періоді акцент ставився на зменшення публікацій творів художньої літератури та поживавлення релігійно-богословської проблематики [18].

У квітні 1935 року було опубліковано перший номер «Нашої Культури» (див. рис. 2.1). Яким він був у порівнянні з іншими виданнями української діаспори? Можна виділити кілька типологічних характеристик, які робили «Нашу Культуру» відмінною від інших видань.

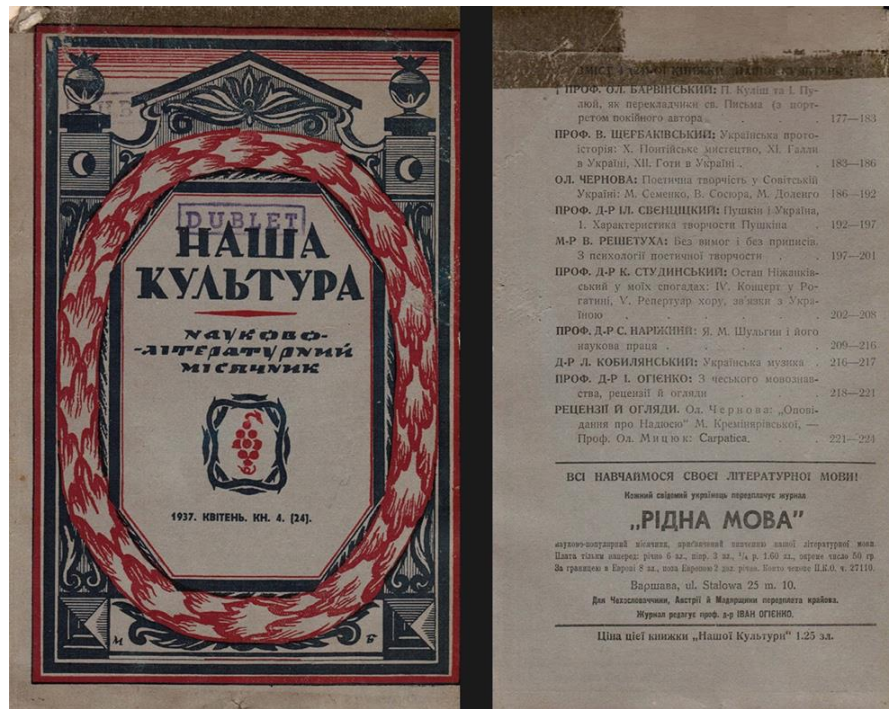


Рис. 2.1. Обкладинка журналу «Наша культура», квітень 1937 р.

Засновник «Нашої Культури» віддавав велике значення зовнішньому вигляду нового журналу. Він замовив виготовлення обкладинки у відомого графіка та гравера Миколи Бутовича. Обкладинка виявилася простою, але водночас була виразною за допомогою деталей, що відповідали національній традиції рукопису та книгодрукування.

Автор обкладинки журналу «Наша Культура» (див. рис. 2.1) використав характерний для українських стародруків мотив – кам'яний портал з лавровим вінком (т. зв. форта). Композиція симетрична з використанням двох кольорів: червоного та синього. В центрі порталу розташована назва журналу «НАША КУЛЬТУРА» виконана нарбутівським шрифтом. Нижче розташована графічна емблема журналу – стигле гроно на виноградній лозі, оточене гілками колючого терену. Ці символи мають глибокі зв'язки з українською культурою: лоза символізує культуру, а терен – її несприятливе оточення. На нижній частині обкладинки розташовано емблему видавництва «Наша культура» з аббревіатурою перших літер – «НК», виконану в такому ж художньому стилі. Внизу емблеми зображено фрагмент тернової галузки, а вгорі – традиційний запорізький хрест на півмісяці. Художник таким чином символічно відобразив розвиток української культури протягом століть.



Рис. 2.2. Розворот журналу «Наша культура».

Журнал «Наша культура» мав концепцію бути ілюстрованим виданням, якої він успішно дотримувався до останнього випуску. Хоча ілюстрацій було небагато, вони мають значну історичну цінність завдяки своїй рідкості. Серед них можна виділити: портрети авторів та героїв, ілюстрації, схеми, карти, плани та таблиці до багатьох публікацій історичного, етнографічного та археологічного характеру. Більшість ілюстрацій друкувалася поряд з текстом, але деякі рідкісні зображення вставляли в журнал у формі вклейок на папері вищого якості, зазвичай крейдяному. Це часто вимагало додаткових витрат та замовлень на відтворення таких вставок у спеціальних друкарнях. Текст набраний у дві шпальти. Нумерація обсягу журналу відбувалася не за кількістю сторінок, а за кількістю шпальт. Таким чином, у випуску з 20 сторінками було розміщено 48 шпальт тексту. Крім нумерації шпальт над колонією, зазначають назву журналу, порядковий номер випуску та валову нумерацію в дужках.

Розмір журналу був вдало обраний – він мав формат А-4 і трохи врізався з обох сторін. Зазвичай на внутрішніх сторінках обкладинки було подано зміст випуску та короткі хронікальні повідомлення.

Найдавнішим з нині в Україні функціонуючих історичних журналів є «Український історичний журнал» (див. рис. 2.3) [24].

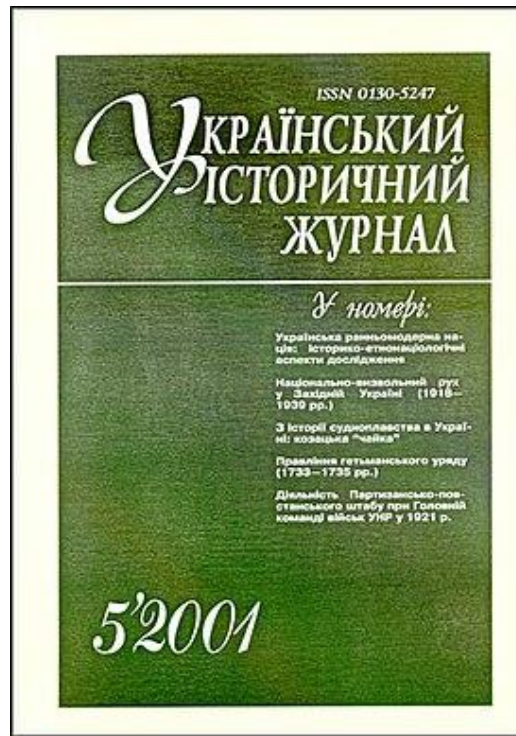


Рис. 2.3. Обкладинка часопису «Український історичний журнал», 2001 р.

Академічний журнал, створений Інститутом історії України НАН України та Інститутом політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України, що містить аналіз головних напрямів сучасної національної історіографії. Журнал охоплює широку гаму викликів, проблем, можливостей та перспектив вивчення історії України та пов'язаних дисциплін.

У дизайні журналу свідомо уникаються провокативно сміливих рішень, адже значну частину його аудиторії становлять, вірогідно, прихильники класичного мистецтва і відповідно такого ж дизайну.

Медієвальний шрифт, який складає основну частину композиції обкладинки – вирівняний по правому краю, а номер і рік випуску написані т.зв. додатковим (з імітацією рукописного) шрифтом – по лівому. Над назвою видання розміщений ISSN. Блок змісту журналу («У номері») розташований по правому краю обкладинки за принципом ієрархії, де рядки вирівняні по ширині. Композиція обкладинки об'єднана білою рамкою на зеленій підложці з імітаційною фактурою під акварель (див. рис. 2.4).



Рис. 2.4. Розвороти журналу «Український історичний журнал».

Що стосується вирішення розворотів (див. рис. 2.4), то зазвичай використовується білий тон фону, що відповідає паспорту для зображень, та невелика кількість фото та гравюр з виключкою за форматом набору. Дизайн видання виважений, під час верстки не використовують типографічних сіток, інших новаторських підходів.

«Народна творчість та етнологія» – науково-популярний ілюстрований часопис, який видається в Інституті мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України [17].

Журнал публікує розвідки з етногенезу українського народу, порушує проблеми релігії, друкує польові та архівні матеріали. У часописі висвітлюються питання народного мистецтва, критично-бібліографічні огляди нових видань, де відображено досягнення в галузі культурної антропології українського та інших народів світу. Видання містить ілюстрований матеріал.



Рис. 2.5. Обкладинки журналу «Народна творчість та етнологія», 2022 р.

Автор обкладинки вибудував усталену композицію, яку можна прослідкувати на кожному з випусків (див. рис. 2.5). Монохромна кольорова гама разом з текстурою традиційної вишиванки та а-ля нарбуртівським шрифтом, створюють відчуття зв'язку з минулим та їх традиціями. Зображення – єдиний циклічний елемент композиції. За допомогою білої рамки та текстового обрамлення створюється візуальну аналогію з фотоальбомом.

Текст верстки набраний і розміщений на двох шпальтах. Художньо-технічні засоби виразності відсутні.

«Reporters.» – перший в Україні журнал літературного репортажу (див. рис. 2.6). Друкований журнал виходить з 2021 року за підтримками Спільноти The Ukrainians раз на пів року [33].

Це яскраве видання з високоякісною поліграфією А-4 формату. Його зовнішній вигляд відповідає головним тенденціям дизайну – глянцева обкладинка, матові сторінки, продумана типографіка, чітка структура та оперетивна реакція на новітні дизайнерські виклики.



Рис. 2.6. Обкладинки журналу «Reporters.».

Кожна обкладинка журналу виконана в одній мінімалістичній композиції з вирівнюванням тексту по лівому краю, акцентуючи увагу на головному зображенні (див. рис. 2.7). Рублений малоконтрастний шрифт і помаранчева крапка в кінці гармонійно розкривають метафоричну ідею: «крапка» – це не завжди похмурий кінець, а завершення чогось старого задля початку нового.



Рис. 2.7. Розвороти журналу «Reporters.».

Дизайнери намагаються створювати кожен номер таким чином, щоб він мав колекційну цінність. Сміливо вводиться колір підложок на сторінках, використовуються колажі, шрифти із зачісками, фото обробляються в фоторедакторах, додаючи неочікуваний ефект, наприклад, так званий glitch-

ефект тощо (див. рис. 2.6). Більшу частину розворотів займають фотознімки із різними варіаціями розміщення та невелика частина текстової інформації, яка розміщена на одній шпальті. Рубрикація не надається. Інформація про інші архітектонічні елементи журналу відсутня в інтернет-просторі.

Найуспішнішим наразі глянцеvim періодичним виданням є історичний журнал «Локальна історія» (див. рис. 2.8). 2018 року його запустила команда, що з 2013 року збирала персональні історії мешканців України, пов'язані з Другою світовою війною. Журнал виходить щомісячно, на вересень 2021 він мав 34 номери. Засновник і головний редактор Віталій Ляска каже, що передивлявся аналогічні польські та німецькі часописи, але редакція вирішила робити все по-своєму.

Однією з головних цілей редактори «Локальної історії» вважають дати читачам сприйняття минулого в новому баченні. Для цього вони використовують оригінальні візуальні прийоми, адже історична наука переважно володіє чорно-білим ілюстративним матеріалом.



Рис. 2.8. Обкладинки журналу «Локальна історія» 2022 р.

Кожна обкладинка журналу має індивідуальне фотоілюстративне наповнення, незмінним залишається назва видання та нижній надпис. Зверху композиції з вирівнюванням по центру розташована названа «Локальна

історія» виконана брусковим шрифтом, що має як малоконтрастне накреслення. Нижче, частіше за все, знаходиться тема випуску та рекламний слоган «Журнал про минуле і сучасне» виконані рубленим шрифтом.

Фотодокументальні знімки займають основну частину розворотів, а там, де фото буде недоречним – долучаються ілюстратори (рис. 2.9), тут вступає у справу художник-ілюстратор Сергій Костишин показує події в стилі коміксу. Іноді артистично написаний портрет зачіпає читача значно більше, ніж стандартні впізнавані обличчя зі шкільних підручників. Саме такі портрети українських літераторів у виконанні художниці Марини Плохотнюк можна зустріти на сторінках журналу.



Рис. 2.9. Оригінальний розворот журналу «Локальна історія».

Рубрикація зі сталою візуалізацією розміщується на сторінках журналу варіативно. Оригінальними елементами слугують підложка, ілюстрації та фірмовий помаранчевий колір. Текст верстки розміщують рубленим шрифтом на двох шпальтах.

Аналізуючи аналоги та прототипи журнальних видань можна зрозуміти, які характеристики успішних журналів є важливими для залучення читачів та рекламодавців.

У ході оцінки журналу можна виділити чотири основні критерії, якими повинен послуговуватися редактор, дизайнер або будь-яка інша людина, яка проводить оцінку.

Першим і головним виступає критерій цілісності. Він зобов'язує розглядати всі частини видання чи/та публікації у єдності та взаємозв'язку. З цієї позиції структура має бути єдиною для всіх складових її компонентів, кожен із яких виступає як частина матеріалу в цілому. Якщо цей принцип порушено, виникає хаотичність у викладі матеріалу, що знижує його доступність і цінність для читача.

Другим є критерій системності. Він дозволяє виявити логічну структуру, уявити окремі її частини як елементи єдиної системи. З його допомогою можна помітити та вчасно усунути серйозний недолік, який часто зустрічається в ході виготовлення журналів – формальне об'єднання різнорідних елементів.

Третій критерій пропорційності зумовлює відповідність обсягу будь-якої задрукованої частини журналу іншій частині як на розвороті, так і відносно обсягу журналу в цілому.

І, насамкінець, четвертий критерій ідейності допомагає виявити принцип систематизації матеріалу. Він відіграє важливу роль у виготовленні журналів, тому що за його допомогою можна визначити правильність послідовності викладу матеріалу.

Сучасні журнали враховують світові тенденції та створюють унікальний стиль, який може успішно конкурувати на світовому ринку. З огляду на те, що дизайн часто базується на національній ідентичності та натхненні історією та народною творчістю, дослідження та використання цих витоків має велике значення для розвитку українського графічного дизайну.

Отже, журнали «Наша культура», «Український історичний журнал» та «Народна творчість та етнологія» задовольняють потреби своєї усталеної аудиторії. Графічне оформлення обкладинок є вдалим та відповідають концепції журналу. Однак, слід відзначити, що стилістика верстки видання не відповідає сучасним тенденціям дизайну. Відсутність оригінальних графічних

елементів робить їх неактуальними та нецікавими для сучасного молодого покоління.

Журнали «Reporters.» і «Локальна історія» є вдалими прикладами сучасних науково-популярних видань, які вміло поєднують цікавий контент з ефективною версткою. Одна з ключових переваг цих журналів полягає в їхній здатності не лише зацікавити читача, а й систематизувати інформацію на сторінках журналу.

У верстці цих журналів використовуються сучасні поліграфічні технології та дизайн-рішення, які сприяють належному сприйняттю інформації. Макети сторінок використовуються з метою створення логічної структури, чіткого подання матеріалу та навігації для читача. Розташування заголовків, підзаголовків, фотографій і графіків виконане відповідно до сучасних тенденцій, забезпечуючи естетичний вигляд сторінок і легкість сприйняття інформації.

2.2. Концепція журналу «Бандера»

Концепція видання, його оформлення та комунікативна структура може вплинути на зацікавленість читачів і їх бажання придбати цей журнал. Незважаючи на значний попит на періодичні видання в Україні наукових досліджень на цю тему є небагато. Деякі з дослідників, які займалися концепцією періодичних видань: В. Шевченко, Б. Валуєнко, В. Іванов, О. Лагутенко та В. Лисенко. Науковці з інших країн також вивчали це питання, такі як Є. Пльонкіна, А. Акопов, А. Бочаров, О. Бочковський, Г. Брилов, Г. Волчек, С. Галкін, Н. Гончарова, О. Камкін та А. Кисельов. Праці цих дослідників допомогли сформуванню цього дослідження.

«Концепція журналу – визначення типологічних (цільове призначення, читацька адреса, характер інформації) та технічних (періодичність, обсяг, формат та ін.) характеристик видання; виокремлення тематичної рубрикації видання тощо [13, с.1]».

Журнал «Бандера» – це науково-популярне періодичне видання про українську історію та сьогодення. Видання виходитиме щомісяця як в друкованому, так і в електронному форматі. У журналі публікуватимуться матеріали українською мовою. Обсяг видання становитиме 42-82 сторінки.

За цільовим призначенням журнал «Бандера» можна класифікувати як науково-популярне періодичне видання, адже видання такого типу мають на меті пояснення певних теоретичних чи експериментальних відомостей з історії, науки, культури і техніки, які можуть зацікавити широкий загал читачів.

На підставі ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення». Серед основних груп поділу журнальних видань журнал «Бандера» є:

- за аналітико-синтетичним переробленням інформації – інформаційне видання;
- за інформаційними знаками – текстове видання;
- за матеріальною конструкцією – блочне видання;

Створення журналу ґрунтувалося на зростаючому інтересі людей до історії. Різні видавництва випускають у світ різні праці з історії, присвячені питанням сьогодення та минулого України та світу. Вивчивши журнальний ринок, з урахуванням переваг і недоліків журналів конкурентів, розроблялася концепція журналу.

Читацька адреса видання – молодь (здебільшого студенти), історики, журналісти, культурологи та літератори. Відповідно до Закону України «Про інформацію» в журналі «Бандера» можна виділити такі види інформації:

- «соціологічна інформація – відомості про ставлення до окремих осіб, подій, явищ, процесів та фактів;
- інформація довідково-енциклопедичного характеру – матеріали про суспільне життя та навколишнє середовище;

- науково-технічна інформація – відомості та/або дані про вітчизняні та зарубіжні досягнення;
- статистична інформація – документована інформація, що дає кількісну характеристику масових явищ та процесів, які відбуваються в різних сферах життя [10, с. 1]».

Журнал «Бандера» належить до нетривалого терміну експлуатації видання. Відповідно до цього формат журналу настільний (210×270 мм).

Для журналу типовими елементами апарату видання є: титул, рубрикація («Воля», «Нескорені», «Патріотизм», «Експертиза», «Пам'ять», «Ексклюзив» та рубрика «Легіт», де руйнуватимуться стереотипи та усталені міфи, породжені не лише окупаційними владами, а й окупованим суспільством), основна сторінка, типова сторінка, оригінальна сторінка, кінцева сторінка. Додаткові елементи апарату: зміст та рекламна сторінка.

Архітектоніка журнального видання «Бандера» базується на скріпленні глянцевої обкладинки з блоком, що складається з окремих сторінок крейдового паперу, за допомогою клейової брошурівки.

Для досягнення найбільш збалансованої концентрації та позиціонування візуальних елементів була використана концепція Г. Кресса та Т. ван Ліувена, що відображає сприйняття читачем інформації:

- 1) повідомлення загального характеру мають бути розташовані у верхній частині смуги, а найбільш специфічні – у нижній;
- 2) актуальні та найважливіші публікації слід розміщувати в центрі смуги, а менш важливі – на її периферії;
- 3) читачі насамперед звертають увагу на графічно виділені елементи;
- 4) корисно публікувати заголовки, набрані шрифтом, що відрізняється від шрифту основного тексту;
- 5) зорієнтувати погляд читача можна за допомогою ліній і стрілок;
- 6) читачі «сканують» шпальту перш ніж приступити до глибшого читання матеріалів, що їх зацікавили.

Режисура журнального видання «Бандера» є естетично та технічно узгодженою із зовнішнім оформленням і архітектонікою видання за допомогою шрифтових, зображальних і кольорових естетичних елементів. А саме використання шрифтів.

Компонентом концепції періодичного видання, крім тематичних рубрик, є: зміст, соціальна реклама, вихідні дані (склад редакційної колегії, контакти, видавець, номер реєстрації), заверстані на звороті титульного аркуша.

Загалом, це ідея, яка відповідає потребам ринку, адже сьогодні в Україні існує лише близько 3-х впливових історичних журналів, що не дозволяє охопити всю аудиторію та не створює необхідної конкуренції для прогресу.

2.3. Формотворчі засоби макетування журналу «Бандера»

Макетуванням називається процес взаємної компоновки елементів макета з урахуванням балансу, форми, масштабу, пропорційності, кольору й інших факторів для досягнення поставленої мети видання.

Формотворчі засоби макетування журналу – це інструменти, які використовуються для створення макет журналу. Вони включають у себе різноманітні елементи дизайну, такі як: колір, шрифт, графічні елементи, відступи, вирівнювання, міжрядкові відстані та інші. У макетуванні журналу формотворчі засоби є дуже важливим елементом, оскільки вони впливають на читабельність, естетичний вигляд і загальний стиль журналу.

Журнал «Бандера» – це науково-популярне періодичне видання про українську історію та сьогодення, тому вибір формотворчих засобів повинен відповідати цій тематиці та відображати національний характер журналу.

Обкладинка є тим елементом, що першим звертає на себе увагу і, що найголовніше, має спонукати до прочитання. Адже головною метою журналу є повернути увагу молоді до вивчення власної культури й історії.

Концепція обкладинки журналу «Бандера» базується на ідеї символічного поєднання минулого та сучасності. Ця ідея була реалізована за допомогою

створених мною ілюстрацій в авангардному стилі (деструктивізму) та народних мотивів.

Авангардний стиль ілюстрацій – це один з найбільш впізнаваних і передових стилів у світі мистецтва, який характеризується свіжістю, інноваційністю та креативністю. Використання авангардної ілюстрації на обкладинці журналу «Бандера» надає йому сучасного вигляду, що приверне увагу читачів і підкреслить актуальність видання. Авангардність ілюстрації дозволяє передати історичні образи українського народу в новому контексті, що додає їм нового значення та сприяє кращому сприйняттю. Ці образи допомагають перенести читачів у атмосферу минулого, де вони зможуть зрозуміти та оцінити важливі події та діячів української історії. Крім того, використання такої ілюстрації допоможе привернути увагу молодого читача, оскільки саме молодь є основною аудиторією авангардного мистецтва.

Обкладинка першого випуску журналу «Бандера» на тему «Воля» містить символічне зображення української жінки, яка стоїть в пустому захмареному полі та дивиться у височінь, в далечінь (див. рис. 2.10). Цей образ має на меті продемонструвати, що воля – це не лише безкраї поля, але й самовідчуття, яке може дати людині можливість піднятися над сірістю буденності та досягнути своєї мети на шляху до свободи – як духовної, так і фізичної.



Рис. 2.10. Ілюстрації для першого випуску журналу «Бандера».

Зворотна сторона обкладинки журналу продовжує стилістику ілюстрації, але зосереджується на нашому сучасному житті (див. рис. 2.10). У центрі знаходиться палаючий танк, що символізує наше національне минуле, але також нагадує про боротьбу, яка відбувається в сучасній Україні за свободу та незалежність. Це створює єдину концепцію, яка передає головну ідею журналу та визначає його національний характер.

Кольорова гама обкладинки і журналу в цілому відповідає кольорам української національної символіки: синьо-жовтий і червоно-чорний (див. рис. 2.11). Ці кольори вже давно стали символами багатой історії України, її культури та національної самобутності. Чорно-червоні кольори увійшли в історію як символи революційних рухів, протестів і боротьби за свободу. Вони стали символом віри у справедливість, волю та національну гідність. Синьо-жовті кольори також мають глибоке історичне значення для українського народу. Ці кольори спочатку з'явилися в атрибутах війська Запорозького, а почав використовуватися як геральдичний символ у XIV ст. Потім цей прапор було офіційно прийнято в якості національного символу після виборення Україною незалежності в 1991 році.

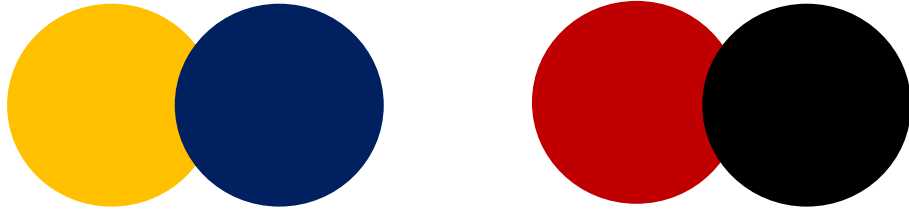


Рис. 2.11. Кольорова гама журналу «Бандера»

Крім того, використання національних кольорів на обкладинці журналу «Бандера» має і ще один практичний сенс – вони допомагають підсвідомо асоціювати цей журнал з Україною та українською культурою. Це важливо для створення ідентичності журналу та його читачів, а також для забезпечення його успішного впровадження на ринку видань.



Рис. 2.12. Ілюстрація для другого випуску журналу «Бандера».

Обкладинка другого випуску журналу «Бандера» на тему «Пропаганда» являє собою контрастну та яскраву ілюстрацію, яка непомітно переходить зі стилістики першого випуску (див. рис. 2.12). У центрі ілюстрації зображений солдат-медик, який тримає газету з пропагандистськими мотивами. Яскраві кольори та геометричні форми ілюстрації підкреслюють тему пропаганди та нагадує, що все навколо нас піддається впливу інформації. Проблема пропаганди і брехні не є новою в нашому світі, вона просто змінилася у своїх формах і доступності.

Обкладинка третього випуску журналу на тему «Театр» виконана в яскравих переважно жовто-червоних і зелених кольорах (див. рис. 2.13). У центрі ілюстрації зображена дівчинка з бантиками та порожніми очима, яка викликає сумнів і занепокоєння. Її зображення передає ідею того, що театр є не лише місцем для вистав, а й відображенням життя, де багато речей є несправжніми та вибудованими за сценарієм влади. Як СРСР за допомогою ілюзій і фальші людей підводили до певних стандартів і переконували в правильності комуністичної ідеології. Обкладинка транслює ідею про те, що мистецтво може бути засобом контролювання мас і пропаганди, яка веде до втрати волі та самовизначення.



Рис. 2.13. Ілюстрація для обкладинки третього випуску журналу «Бандера».

Обкладинка журналу має велике значення як елемент, який привертає увагу та створює перше враження про видання. Ілюстрації на обкладинці – це важливий елемент, який може передати основну тематику номера, залучити увагу та створити необхідний настрій. Проте, нарівні з ілюстраціями, важливим елементом обкладинки є логотип журналу. Він є візитівкою видання та є одним з головних елементів його брендування.

У випадку з журналом «Бандера» назва видання є не тільки його ідентифікатором, а й логотипом. Важливо, щоб шрифт логотипа був виразним і відповідав сучасним трендам. Заразом, вибір шрифту повинен бути збалансованим і читабельним, аби забезпечити комфортне сприйняття.

Використання української гарнітури для логотипа може бути частиною більш широкого підходу до збереження національної ідентичності в дизайні та комунікації. У своєму виборі ми проаналізували низку українських шрифтів і обрали гарнітуру e-Ukraine, яку затвердило Міністерство цифрової трансформації України (див. рис. 2.14).



Рис. 2.14. Гарнітура e-Ukraine.

Гарнітура e-Ukraine – це «українська гелветика» (див. рис. 2.14) [30]. Це шрифтове сімейство використовується усіма державними органами України, воно стало основою візуального стилю держави в он-лайні. Завдяки нескладній для сприймання графіці й особливій будові літер автори зробили шрифт сучасним та інклюзивним – щоби державними послугами в он-лайні було зручно користуватися людям з вадами зору.

Отже, обираючи гарнітуру для логотипу, ми керувалася комплексним підходом, який враховує не тільки естетичні вимоги, а й функціональні та культурні (див. рис. 2.15).



Рис. 2.15. Обкладинки журналу «Бандера».

Обираючи шрифт для основного тексту, необхідно бути вкрай уважним, оскільки він є основою для комфортного читання. Якщо шрифт нерозбірливий, це може знизити якість читання та інтерес до тексту.

Таким чином, вибір гарнітури для основного тексту має бути здійснений на основі таких принципів, як читабельність і розбірливість. Читабельність – це здатність шрифту зберігати свою чіткість і швидко розбірливість, коли розмір шрифту зменшується або коли текст має бути виведений на друкованому носії з низькою роздільною здатністю. Розбірливість – це здатність розрізняти окремі літери та знаки, що забезпечує комфортне читання.

У своєму виборі ми керувалася світовим і вітчизняним досвідом, а також зважали на те, що наш журнал є сучасним і має міжнародну спрямованість. Ми вирішили використати шрифт Montserrat – сучасний шрифт, що розроблений в 2011 р. в Аргентині та став популярним завдяки своїй високій читабельності (див. рис. 2.16) [32]. Montserrat добре виглядає на екрані та задрукованих поверхнях, а також має кілька варіантів насиченості, що дає можливість забезпечити баланс між кількістю тексту та його читабельністю.

Montserrat Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOR
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnop
 qrstuvwxyz
 1234567890

Рис. 2.16. Гарнітура Montserrat.

Після обрання гарнітури для заголовків і основного тексту журналу, ми перейшли до процесу верстки. Цей етап є дуже клопітким і вимагає певних знань і навичок у макетуванні. Один із ключових елементів верстки — використання типографічних сіток. Це дає можливість розміщувати елементи сторінки відповідно до визначених параметрів і напрямних тим самим створювати читабельний макет.

Крім того, при верстці журналу необхідно враховувати різні фактори, такі, як: формат і орієнтацію сторінки, кількість шпальт, відстань між текстовими блоками тощо. Для досягнення балансу між текстом і графічними елементами необхідно використовувати різні методи верстки, такі, як: вирівнювання за лівим краєм, вирівнювання за центром або за правим краєм, та враховувати особливості кожного окремого елемента.

Формат нашого журналу 210×270 мм є стандартом для багатьох журнальних видань. Цей формат є зручним для експлуатації, а також забезпечує зручне розміщення тексту, фотографій і графічних ілюстрацій.

При верстці журналу ми використовувала типографічну сітку, щоби забезпечити рівномірний розподіл елементів на сторінці (див. рис. 2.17). Ця сітка допомогла нам створити структурований і легкий для читання дизайн. Крім того, використання сітки дозволяє легко вирівняти ілюстрації та текст, аби забезпечити гармонійний дизайн.

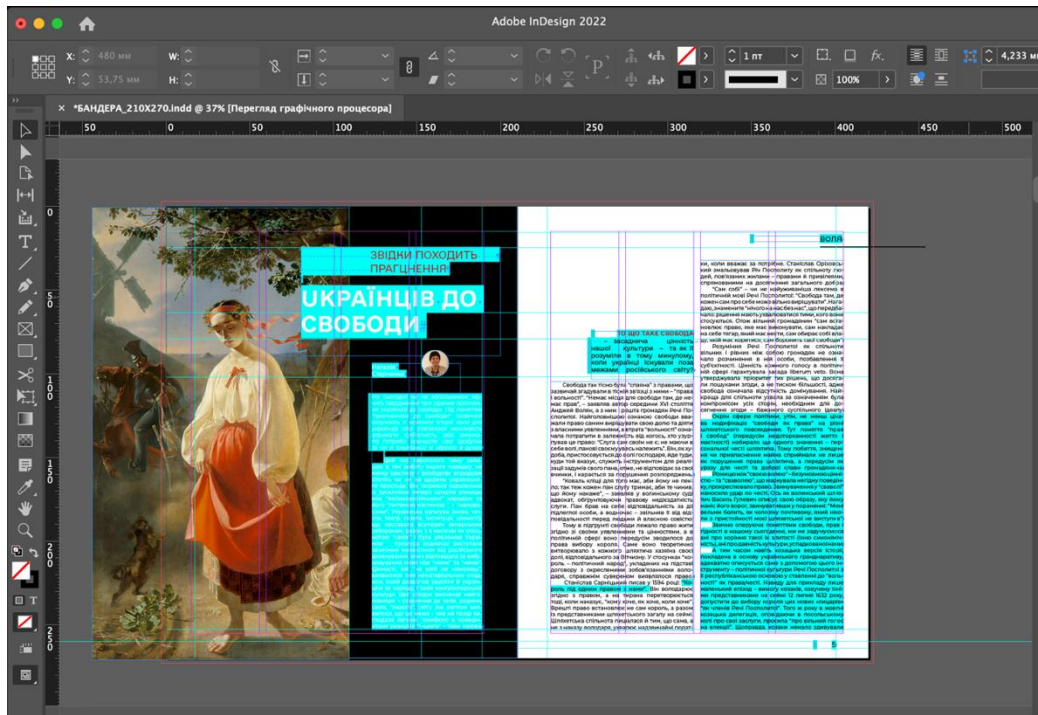


Рис. 2.17. Використання типографічної сітки при верстці журналу «Бандера».

Крім того, при верстці журналу я враховувала розташування рекламних блоків, розділів і сторінок зі статтями.

Загалом, верстка журналу є важливим етапом у створенні професійного видання, тому детальний підхід і знання стосовно типографічних сіток є необхідними для створення зручного та привабливого макета.

У своїй роботі я дотримувались стандартів оформлення оригінал-макета [29, с. 70]. На першому етапі роботи художньо-технічних опрацювання потрібно визначити значення та місце кожного матеріалу у виданні згідно зі задумом, надати їм певні графічні характеристики та встановити взаємодію між ними: ієрархічну структуру та відображення у системі рубрикації.

Текстовий матеріал видання поділяється на: титульний, заголовковий, основний, виокремлений, додатковий, зокрема, і довідково-допоміжний, – пошуковий, а також службовий тощо. Титульний текст – це текстова інформація, що розміщується на титульній сторінці журналу. Він містить назву журналу, номер випуску, дату випуску та інші релевантні деталі. До заголовкового комплексу можна віднести компоненти, які розкривають зміст матеріалів і виконують функції заголовків: рубрика, заголовок, підзаголовок,

шапка, лід, анонс, вріз, текстівка. Шрифти для основного тексту мають просте виконання, яке не відволікає від змісту, і призначені для максимально комфортного читання довгих текстів. Вони уніфіковані, легко помітні завдяки контрастності знаків. Виокремлені текстові шрифти застосовуються для виділень у тексті або на сторінці. Такі виділення можуть бути ледве помітними – тією ж гарнітурою, але іншим кеглем, накресленням; або ж різко контрастувати малюнком, кольором, розміром. Додатковий текст, як правило, друкують дрібнішим шрифтом, ніж основний, а довідково-допоміжний текст також може мати менший розмір шрифту, але зазвичай він має різні виділення, які привертають увагу читача та виконують пошукові функції.

Для текстових матеріалів основного тексту оригінал-макета використовували кегль не більше 8 пунктів, а для додаткового – 6 пунктів. Дозволене відхилення розмірів кегля та ширини знаків повинно бути не більше $\pm 0,05$ мм, а лінії шрифту – не більше 0,05 мм. Оптична густина тексту на папері має бути однаковою і не менше 1,2 Б, а для оригінал-макетів на спеціальній плівці – різниця між оптичною густиною шрифту та підкладки повинна бути не менше 2,0 Б. Шрифт повинен мати рівномірну насиченість, а інтерліньяж має відповідати вимогам специфікації. Допустиме відхилення кількості рядків на сторінці повинно бути ± 1 , а на двох суміжних сторінках – однакова кількість рядків. Відхилення розмірів верхнього та нижнього полів мають бути в межах ± 2 мм, правого краю від вертикалі та формату повних рядків – у межах ± 1 мм [29, с. 70].

Матеріал у виданні містить зображення та ілюстрації, які можна поділити на кілька категорій: обов'язкові та необов'язкові, документальні, тематичні й абстрактні. Обов'язковий зображальний матеріал має структуру та послідовність і пов'язаний з текстом, який доповнює та пояснює. Цей матеріал є необхідним, оскільки без нього текст стає незрозумілим.

Необов'язковий зображальний матеріал не пов'язаний з певними сторінками чи фрагментами тексту, тому може бути розміщений довільно.

Наприклад, його можна розташувати на будь-якій сторінці, вкладках, вклейках, як додатки в кінці видання чи на окремих розворотах.

Документальний зображальний матеріал має на меті конкретизувати реальну ситуацію, надати об'єктивну характеристику змісту та супроводжуватися коментарем про походження (див. рис. 2.18). Тематичний зображальний матеріал показує коло подій та життєвих явищ, які описані в тексті, має органічний зв'язок з проблемою, яка потребує осмислення. Тематичні зображення можуть відрізнятися від документальних тим, що вони характеризують матеріал з аспектів, які вважаються важливими для автора, творчо інтерпретують подію та демонструють тематичний зв'язок із подібними.



Рис. 2.18. Документальний зображальний матеріал

Абстрактний зображальний матеріал має на меті викликати емоційно наснажені асоціації, виділяти суттєві образи чи творів людської діяльності з численних ознак.

На другому етапі проектування видання проводиться гармонізація зображень, текстів і дизайну, що передбачає відбір, класифікацію та обробку всіх ілюстрацій і формування змісту. Це дозволяє створити єдину текстово-зображальну композицію, яка забезпечує цілісність і унікальність видання.

Подібно до зображень, текстовий контент також вимагає уваги на цьому етапі. Наш підхід полягав у класифікації та структуруванні текстів, врахуванні загального змісту та тематичної логіки журналу. Вона визначає, які матеріали та яким чином будуть представлені, створюючи логічний порядок розміщення.

Під час формування змісту журналу (див. рис. 2.19), ми вирішили використовувати стилізацію під хронологію історичних дат. Для досягнення цієї мети в макеті були використані вертикальні та горизонтальні лінії, які допомагають візуально відокремити розділи та створити логічні зв'язки.

Додатково було виділено рубрикації на сторінках журналу, щоб поділити матеріал на конкретні тематичні блоки. Рубрикація допомагає організувати інформацію та надає можливість читачам зосередитися на темах, які їх цікавлять найбільше. Використання стилізації хронології змісту та рубрикації не тільки надає журналу структурованості, а й допомагає відтворити історичну атмосферу та зануритися у події того періоду.



Рис. 2.19. Оформлення змісту журналу «Бандера».

Останній розворот журналу як інтегрувальна частина його макета доповнює інформаційний аспекти видання, використовується для розміщення соціальної реклами та створення місця для заміток. Соціальна реклама спрямована на поширення важливих повідомлень та інформації про суспільні

проблеми та акції. Це можуть бути оголошення про благодійність, екологічні кампанії, освітні програми тощо. Така реклама надає можливість підтримати позитивні зміни в суспільстві та мотивує читачів долучитися до різних ініціатив.

Крім того, останній розворот журналу також включає простір для заміток, де читачі можуть залишати свої власні записи, ідеї чи робити позначки. Це дозволяє активніше залучати аудиторію до взаємодії з журналом.

Увесь оригінальний макет був об'єднаний відповідними кольоровими графічними елементами та зображеннями, які слугували як поєднувальний елемент. Кожен елемент, будь-то заголовок, ілюстрація чи фоновий малюнок, був ретельно розроблений з урахуванням загальної концепції та стилістики журналу. Кольорові схеми, шрифти, композиція були уважно відібрані, щоби створити збалансований і естетично привабливий образ.

Остаточне оформлення текстових і зображальних матеріалів здійснюється на третьому етапі проектування з урахуванням встановлених норм і стандартів, закономірностей. На цьому етапі також створюється оригінал-макет, який пізніше передається на поліграфічне підприємство для друкування.

Висновки до другого розділу

Перед початком проектування власного журналу, важливо вивчити та проаналізувати прототипи й аналоги, які вже існують на ринку. Український ринок періодики має багату історію розвитку, і вітчизняні журнали є джерелом натхнення та підґрунтям для наступних проектів.

У процесі дослідження прототипів для журналу «Бандера» були відібрані та проаналізовані кращі зразки вітчизняних популярних журналів, зокрема, «Наша культура», «Український історичний журнал», «Народна творчість та етнологія», «Reporters.» та «Локальна історія».

У ході дослідження було визначено, що журнал «Бандера» повинен мати унікальний стиль, який зможе успішно конкурувати на світовому ринку. З

огляду на те що дизайн часто базується на національній ідентичності, натхненні історією та народною творчістю, дослідження таких аспектів має велике значення для усвідомлення типовості та оригінальності візуальних образів журналів, а також розвитку українського графічного дизайну.

Концепція журналу полягає у визначенні типологічних та технічних і художніх характеристик видання та його тематичної рубрикації. Журнал «Бандера» є науково-популярним періодичним виданням, призначеним для молоді, істориків, журналістів, культурологів і літераторів. У виданні публікуватимуться матеріали з соціології, довідково-енциклопедичні матеріали, науково-технічна та статистична інформація. Журнал матиме усталену рубрикацію під назвами: «Воля», «Нескорені», «Патріотизм», «Експертиза», «Пам'ять», «Ексклюзив» та рубрика «Легіт», де руйнуватимуться стереотипи та усталені міфи, породжені не лише окупаційними владами, а й окупованим суспільством.

Концепція в цілому втілює неординарне поєднання формотворчих засобів і виражає позицію, яка підтримує національну свідомість, історичну пам'ять і гордість українського народу. Формотворчі засоби, такі, як: колір, шрифт, графічні елементи, відступи, вирівнювання, міжрядкові відстані дуже важливі для макетування журналу, оскільки вони впливають на читабельність, естетичний вигляд і загальний стиль журналу.

Обкладинка журналу є тим елементом, що першим привертає увагу та має спонукати до прочитання, тому вибір формотворчих засобів має відповідати тематиці й ідеології видання. Концепція обкладинок журналу «Бандера» базується на ідеї символічного поєднання минулого та сучасності за допомогою створених ілюстрацій в авангардному стилі. Використання авангардної ілюстрації надає журналу сучасного вигляду, що привертає увагу та підкреслює актуальність видання.

Використання чорно-червоних і синьо-жовтих кольорів має глибокі історичні корені та символічне значення. Чорний і червоний кольори пов'язані з багатьма революційними рухами за національну свободу. Синій і жовтий

кольори, використані в прапорі України, також мають глибокий історичний зміст.

Для створення гармонійного образу журналу було об'єднано весь оригінальний макет за допомогою низки кольорових і графічних елементів. Кожен елемент ретельно розроблявся з урахуванням загальної концепції та стилістики журналу.

РОЗДІЛ III. ТЕХНОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

3.1. Види друку та матеріали

Кожна людина хоча б раз у житті тримала в руках журнал. Це поліграфічна продукція, яка відрізняється креативним дизайном, яскравим оформленням та високою якістю друку.

На сьогодні друк журналів здійснюють багато типографій, які мають спеціальне поліграфічне обладнання. Однак при виборі слід орієнтуватися не тільки на ціну послуг, що звичайно дуже важливо, але й особливу увагу потрібно приділити якості друку та умовам співпраці, які та чи інша типографія пропонує своїм клієнтам.

На сьогодні існує два основних способи друку журнальної продукції — цифровий та офсетний. При цьому перший спосіб друку використовується значно рідше — коли необхідно надрукувати журнал маленьким тиражем. Однак він має як свої недоліки, так і переваги.

«Цифровий друк — це узагальнена назва процесу передачі відбитку через змінні друкарські форми, де електронні файли керуються комп'ютером та роздруковуються за допомогою пристроїв прямого нанесення токера або фарби на папір [27, с. 40]».

До переваг цифрового друку можна віднести такі фактори як:

- оперативність — висока швидкість друку в хорошій якості, підходить для випадків, коли надрукувати продукцію потрібно терміново і в малому тиражі;
- широкий вибір матеріалів для друку: зображення наносяться практично на будь-яку поверхню (крім окремих видів паперу);
- висока якість зображення: точне співпадіння кольорів, яке не вимагає додаткового накладення кольору для приховування дефектів;
- можливість вносити зміни в тираж під час друку (виправити помилки або відкоригувати колір) [27, с.39].

Недоліки цифрового друку:

- низька роздільна здатність отримуваних відбитків друку, що

обумовлюють виготовлення малотиражних обсягів продукції.

- обмеження по асортименту тонерів;
- не всі види паперу підходять для набору роздрукованих матеріалів;
- обмеження швидкості друку при велико-тиражному обсязі продукції;
- низька кінцева стійкість фарби [27, с. 40].

«Офсетний друк (off-set — «без контакту») — один з видів друку, альтернатива цифровому. Технологія даного типу має на увазі перенесення фарби з друкованої форми на поверхню не безпосередньо, як в цифровому способі, а через проміжні циліндри — так звані офсетні вали [27, с. 16]». Використовується для друку великих тиражів — 500 і більше примірників.

«Це популярний інструмент в поліграфії, тому плюси його виділити неважко, вони очевидні:

- можна друкувати не на всіх видах паперу;
- дозволяє застосовувати будь-які методи післядрукарської обробки;
- висока якість друку, насичені кольори;
- можна отримати насичений чорний колір — що неможливо при цифровому друці;
- низька вартість — офсетний друк вважається одним з недорогих;
- друк великих тиражів без втрати якості;
- висока швидкість [27, с.16]».

Без недоліків ніяк але, варто відзначити, що їх значно менше, ніж плюсів. Йдеться про підготовку — потрібно приготувати форму, зробити тиражне відтиснення. Неможливо внести зміну в готовий макет. Але макет попередньо узгоджується, так що даної ситуації цілком можна уникнути. Також відносно дорого друкувати офсетом, якщо тираж до 500 примірників.

Матеріал з якого буде виготовлений журнал теж впливає на зовнішній вигляд журналу та результат друку. На даний час існує безліч видів паперу для друку, але виходячи із специфіки журналу, було проаналізовано крейдовий та офсетний.

Офсетний папір є одним з найбільш популярних видів паперу, який ідеально підходить для офсетного друку. На такому папері дуже добре виглядає тиснення, але ламінування на ньому рідко використовується [27, с. 16].

«Офсетний папір має шорстку поверхню, не відблискує на світлі, і на ньому зручно писати ручкою, олівцем, малювати фарбами і т.д. Щільність цього виду паперу може варіюватись від 65 г/м^2 до 280 г/м^2 [27, с. 16]».

Крейдований папір є популярним і високоякісним матеріалом, який має багато застосувань. Його основна властивість — це додатковий крейдований шар, який запобігає вбиранню фарб в папір і розтіканню. Крім того, фарба швидко сохне і зображення стає яскравішим та більш привабливим порівняно з офсетним папером [27, с. 17].

Після проходження процесу каландрування крейдований папір стає глянцеvim, щільним та трохи тоншим на дотик. Його щільність може варіюватись від 70 г/м^2 до 300 г/м^2 , що дозволяє використовувати його для друку різноманітної поліграфічної продукції.

Крейдований папір є універсальним матеріалом для друку, і його можна використовувати як з офсетною технологією, так і з методом цифрового друку. Крім того, цей тип паперу досить добре підходить для різних видів обробки, таких як тиснення, конгрев, ламінування та вибіркоче УФ-лакування. Тому, друк на крейдованому папері є відмінним варіантом для багатьох типів поліграфічної продукції.

Проаналізувавши відповідні види друку та матеріали, мій вибір був зупинений на офсетному друці і крейдованому папері. Офсетний друк дозволить отримувати великі тиражі за короткий час, при цьому якість друку залишатиметься дуже високою з урахуванням матеріалу.

Після завершення друку на поліграфії настає етап постдрукарської обробки, який відповідає за зовнішній вигляд, міцність та привабливість продукту. Цей етап можна умовно розділити на дві категорії: функціональну та декоративну.

Один із видів функціональної обробки — брошурівка, яка полягає у скріпленні сторінок поліграфії. Цей процес виконується різними способами, такими як клейова, пружинна та на скоби.

Клейова брошюровка є більш професійним методом та вимагає спеціального обладнання. Листи з'єднуються за допомогою клею та формують плоский корінець. Цей метод є найбільш оптимальним для об'єкта мого проєкту, який потребує виготовлення книг, журналів та каталогів.

Брошування на пружину є популярним способом збірки об'ємних видань. Використання пружини у товстих блокнотах та зошитах дає перевагу, оскільки листи не потрібно згинати, і блок можна згинати скільки завгодно разів, не ризикуючи затерти або заламати аркуші.

Брошування на скобу є недорогим і зручним способом скріплення, який часто використовується для виробництва середньої масової продукції. Цей метод надійний та міцний, тому його часто використовують для створення невеликих за розміром рекламних флаєрів, буклетів та шкільних зошитів.

Обкладинка — це наступний етап після брошування, коли окремі сторінки скріплюються в єдиний виріб. Обкладинки можуть бути твердими або м'якими, залежно від призначення видання. Тверда обкладинка зазвичай використовується для книг та наукових праць, оскільки є більш міцною та практичною. М'яка обкладинка підходить для журналів, каталогів тощо, оскільки вона гнучка, красива та надійна.

Більшість друкованої продукції потребує функціональної постдрукарської обробки, щоб отримати бажаний кінцевий результат. Крім того, існують декоративні види післядрукарської обробки, такі як тиснення, фольгування, ламінування та округлення кутів, які можуть покращити зовнішній вигляд і збільшити естетичність продукту.

3.2. Економічні розрахунки

Економічні розрахунки є невід'ємною частиною процесу створення та видавництва журналу. Вони включають аналіз фінансових аспектів, бюджетування та оптимізацію витрат, а також оцінку потенційного прибутку. Дозволяють визначити витрати та доходи, оцінити рентабельність проекту та забезпечити ефективне функціонування видавництва. Це дозволяє вести раціональне управління фінансовими ресурсами та приймати обґрунтовані рішення щодо його розвитку.

Розробка макета обкладинки та дизайн 80 стор. компанія «Printstore Group» оцінює в 3840 грн.

Ціни на виготовлення залежать від об'єму тиражу, термінів виготовлення, необхідних матеріалів і засобів виготовлення.

Розрахунок виготовлення журналу здійснюється за поточними цінами компанії «Printto» з обкладинкою фотоякості, СМΥК крейдований папір 300 г/м², 82 сторінки:

Тираж, шт	Колір	Папір	Ціна за 1 шт./ грн	Ціна за тираж / грн
500	Колір, струменевий друк, СМΥК	MUNKEN Pure, 100 г/м ²	131,60	65800,00

Таблиця 2.1. Розрахунок вартості друку за поточними цінами компанії «Printeo».

Розрахуємо загальну вартість дизайну та друку журналу тиражем 500 екземплярів становить:

$$3840 + 65800 = 69640 \text{ грн.}$$

Звідси вартість 1 екземпляру 139,28 грн.

Чим більше людей зможуть собі дозволити придбати журнал за доступною ціною, тим більше шансів, що вони зацікавляться його змістом і стануть постійними читачами. При зростанні аудиторії видавництво може залучати більше рекламодавців та отримувати додатковий дохід.

Висновок до третього розділу

У третьому розділі було надано інформацію щодо технології друку журналу та його економічної доцільності.

Сьогодні існує велика кількість різноманітного устаткування та матеріалів, що створюються сприятливі умови друкувати текст і зображення на широкому діапазоні матеріалів, використовуючи широку палітру кольорів та випускати поліграфічну продукцію значними тиражами.

Висока якість і вигідна цінова політика стали вирішальними показниками у виборі способу друку та матеріалу для матеріалізації об'єкта проектування. Журнали часто становлять колекційну цінність, тому довговічність друкованого видання має велике значення для його подальшого використання та збереження.

Офсетний друк — це один з найбільш популярних методів друку, який забезпечує високу якість і деталізацію зображення. Цей метод друку та використання високоякісного крейданого паперу забезпечує чіткість і чистоту зображення.

Ще однією перевагою офсетного друку є його вигідна цінова політика. Завдяки високій швидкості друку та використанню спеціальних технологій, наприклад, роботизовані системи друку, досягається висока якість друку за доступною ціною.

Відповідно, враховуючи вартість усіх витрат, собівартість першого випуску журналу «Бандера» становить – 139,28 грн/шт. Оптова ціна складатиме – 180 грн., відпускна ціна – 230 грн. Прибуток з одного номера складає – 40,72 грн.

З наступними випусками та збільшенням тиражу журналу, спостерігатиметься зниження вартості одного екземпляру. Це обумовлено тим, що витрати на розробку макета враховуються лише раз.

Збільшення доступності журналу за прийнятною ціною має значний вплив на його популярність і залучення нових постійних читачів. Ріст

аудиторії в свою чергу дає змогу видавництву залучати більше рекламодавців, що приносить додатковий дохід і сприяє фінансовій стабільності видавництва.

ВИСНОВКИ

Розкрито тенденції в дизайні сучасних журналів. На підставі нормативної бази ДСТУ 3017:2015 з'ясовано зміст терміно-поняття журнального видання, його типізацію та визначено основні принципи та характеристики сучасного дизайну журналів. Визначені стандарти та правила макетування, які дозволяють використовувати ефективні прийоми, що полегшують технічну підготовку до друку, підвищують місткість друкарського аркуша, забезпечують якість та операційну ефективність видавничої діяльності, а також забезпечують чіткість та ефективність управління редакційно-видавничими процесами.

Дослідження показали, що знання стандартів та правильне макетування є важливим етапом в процесі виробництва видавничої продукції. Вигляд періодичних видань визначається якістю поліграфії та графічного оформлення. Ці елементи створюють унікальну «ідентичність» видання, що визначає його зовнішній вигляд та стиль.

Ретроспективний аналіз українськомовних науково-популярних журналів дав можливість узагальнити тенденції в дизайні. Було визначено, що журнал «Бандера» повинен мати унікальний стиль, який зможе успішно конкурувати на світовому ринку. З огляду на те що дизайн часто базується на національній ідентичності, натхненні історією та народною творчістю, дослідження таких аспектів має велике значення для усвідомлення типовості та оригінальності візуальних образів журналів, а також розвитку українського графічного дизайну.

Візуалізація даних – це надання інформації як тексту, так і зображень, графіків, схем, таблиць, діаграм. Візуалізація поглиблює процес засвоєння інформації та пояснює складні дані швидко та наочно. Візуалізація даних, особливо наукових, нині необхідна, оскільки наука динамічна. Представляючи собою дуже складну систему різноманітних знань, наука є унікальною формою духовного та матеріального виробництва, а також специфічним соціальним інститутом, що має управлінські структури та способи існування.

Проаналізувавши науково-популярні журнали, зокрема, «Наша культура», «Український історичний журнал», «Народна творчість та етнологія», «Reporters.» та «Локальна історія», було виявлено основні особливості верстки, ілюстрування та структурування, за допомогою яких було визначено основні принципи макетування журналу «Бандера». Серед принципів дизайну науково-популярних журналів такі, як: цілісність, системність, пропорційність та систематизація.

Розроблено концепцію журналу «Бандера», засади якої полягають у визначенні типологічних (цільове призначення, читацька адреса, характер інформації) та технічних (періодичність, обсяг, формат та ін.) характеристик видання; виокремлення тематичної рубрикації видання тощо Журнал «Бандера» є науково-популярним періодичним виданням, призначеним для молоді, істориків, журналістів, культурологів і літераторів. У виданні публікуватимуться матеріали з соціології, довідково-енциклопедичні матеріали, науково-технічна та статистична інформація. Журнал матиме усталену рубрикацію під назвами: «Воля», «Нескорені», «Патріотизм», «Експертиза», «Пам'ять», «Ексклюзив», «Легіт».

Увесь оригінальний макет був об'єднаний відповідними кольоровими графічними елементами та зображеннями, які слугували як поєднувальний елемент. Кожен елемент, будь-то заголовок, ілюстрація чи фоновий малюнок, був ретельно розроблений з урахуванням загальної концепції та стилістики журналу. Кольорові схеми, шрифти, композиція були уважно відібрані, щоби створити збалансований і естетично привабливий образ.

У третьому розділі було надано інформацію щодо технології друку журналу та його економічної доцільності. Проаналізувавши відповідні види друку та матеріали, вибір був зупинений на офсетному друці і крейдованому папері. Відповідно, враховуючи вартість усіх витрат, собівартість першого випуску журналу «Бандера» становить – 139,28 грн/шт.

Отже, виходячи з поставлених завдань, можна зробити такі узагальнення.

Метою дослідження було створення макета сучасного науково-популярного журналу «Бандера», присвяченого історії та сучасності України. Головним завданням для дизайнера було надати суспільству зрозумілий і якісний продукт, який би демонстрував важливість історії, її актуальність сьогодні та потенціал для проєкцій на майбутнє.

Вивчивши історію дизайну та верстки журнальної продукції, були виділені основні види та правила верстки, а також складові дизайн-макета журналу. Верстка має свої правила, які мають бути дотримані.

У процесі роботи було пройдено весь шлях розробки журнального видання: від аналізу теоретичних складових, які допомагають у процесі розробки журналу та формування концепції видання до практичної реалізації творчого задуму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будрейко А. Є. Довідник редактора. Збірник нормативних актів. Київ: Наукова думка, 2003. 356 с.
2. Василюшин Д. В., Василюшин О. М. Технологія набору та верстки : навч. посіб. 2-ге вид. за ред. О. В. Мельникова. Львів : УАД, 2011. 272 с.
3. Графічне оформлення і випуск газети: Методичні вказівки для студентів факультетів журналістики. Київ: Вища школа, 1982. 217 с.
4. ГСТУ 29.4-2001. Обкладинки та палітурки. Типи.
5. ГСТУ 29.5-2001. Видання книжкові. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги.
6. Давиденко Л. Засоби художньої виразності у книжковій графіці: традиції та інновації. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія: Педагогіка, 1 (12). С. 115-118. URL: <http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/311/>.
7. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. Наук. зап. Ін-ту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. С. 31.
8. ДСТУ 3017-2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення. [На заміну ДСТУ 1.5:2003; чинний від 2023-03-04]. Вид. офіц. Київ : ДП "УкраїнськунДНЦ", 2016. 38 с.
9. ДСТУ 7342:2013. Інформація та документація. Видавнича анотація. Правила складання та подання у виданнях. Чинний від 2013-08-22. Вид. офіц. Київ.
10. ДСТУ 3772-98. Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги.
11. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2017>.
12. Жмурко Ю. В., Шубович С. О. Композиція. Харків: ХНАМГ, 2010. 69 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11327984.pdf>.

13. Ілюстрація, вид дизайну. Культура. URL: <https://www.jnsm.com.ua>.
14. Карпенко В. О. Тематично-змістове збалансування газети // Журналістика. Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. 2005. №13. С. 42–49.
15. Козенко М. Г. Сучасне видання періодичної преси. Київ: Наукова думка, 2005. 316 с.
16. Крайнікова Т. С. Культурне видання: основоположні поняття, типологія видань, вимоги стандартів. Київ, 2021. 156 с. URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/vsr/wp-content/uploads/2021/05/Krajnikova_Kultura-vydannya.pdf.
17. Народна творчість та етнологія. URL: <https://nte.etnolog.org.ua>
18. Наша культура: місячник української культури й науки в екзилі [Екземпляри XX] Chytomo. URL: <https://chytomo.com/ekzempliary-xx/nasha-kultura-misiachnyk-ukrainskoi-kultury-j-nauky-v-ekzyli/>.
19. Папір для друку поліграфії. Коріbum. URL: <https://kopibum.com/papir-dlia-druku-polihrafi-80/>.
20. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ : станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
21. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ: Просвіта, 2008. 256 с. URL: <https://studfile.net/preview/5768814/>.
22. Сидоренко Б. Б. Техніка газетної та журнальної справи. Львів: Паїс, 2005. 245 с.
23. СОУ 22.2-02477019-06:2006. Телебачення і радіомовлення України журнали. [На заміну ГСТУ 29.1-97; чинний від 2007-01-18]. Вид. офіц. Київ: ДП УкрНДНЦ, 2006. 7 с. URL: <https://studfile.net/preview/6329504/page:7/>.
24. Український історичний журнал. URL: <http://uhj.history.org.ua/uk/home>.

25. Хведчик В. Л., Сєдак О. І. Концептуальна ілюстрація як напрям сучасної книжкової графіки. *Технологія та дизайн*. 2020 р. № 3 (36). URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/16400>.
26. Храмова-Баранова О., Зайцева-Дячок В. Асоціативна ілюстрація як засіб графічної виразності дизайну. *Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва*.
27. Цифровий друк: переваги і особливості виду друку. VESNA. URL: <https://vesnaph.com/ua/blog/czifrovij-druk-u-poligrafii>.
28. Швецова-Водка Г. М. Документознавство. Київ: ОНАННЛ, 2007. 390 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/1_1296_45107204.pdf.
29. Шевченко В. Е. Художньо-технічне оформлення видань різних видів. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>.
30. Шрифт цифрової держави. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/fonts>.
31. Черкаський державний технологічний університет. Черкаси. 2018 р.
32. Montserrat шрифт. Шрифты Онлайн. URL: <https://fonts-online.ru/fonts/montserrat>.
33. Reporters. URL: <https://reporters.media>.

ДОДАТКИ

Додаток А

БАНДЕРА
№ 1 / 2023

Головний редактор
Бараніаска Наталія

Старший /управління
Міщенко Віктор

Заступник редактора
Дуб Олена

Візуальні редактори
Засць Анастасія
Шаріпов Володимир
Савіна Регіна
Термає Наталія

Головний дизайнер
Міщенко Марія

Дизайнер
Бараніаска Марія

Літературна редакторка
Волосаєва Анна-Марія

Журналісти
Справченко Наталія
Сімонов Дмитро
Артимиченко Павло
Пегурка Галина
Козра Христіна
Волосіани Богдан
Ляшко Вікторія

Організація подій
Бережницький Богдан

Фінансовий супровід
Пасювач Людмила
Бережний Олена

Розповсюдження
Рожич Ігор
Петраський Антон

Видавельці
ГО «УОН Асамблея»

Зв'язок з нами
www.bandera.org.ua
bandera_mag@gmail.com
fb.com/BanderaHistory

Міжнародні та інші журнали є інтелектуальною власністю видавців, які захищені законом «Про авторське та суміжне право». Редакція несе відповідальність за використання авторів статей, та не несе відповідальності за інші матеріали. Передача будь-якої частини журналу у будь-якому форматі та будь-яким способом, електронним чи іншим, без письмової згоди видавців заборонена. Відсутні джерела: ISBN 978-966-71-56. Формат: 240х320. На м.ч. 3 500 прим. Віддруковано в державній «ДП».

© Журнал «Бандера» 2023

ЗМІСТ

ВОЛЯ Звідки походить прагнення українців до свободи	4
НЕСКОРЕНІ Зміний острів, на якому немає змій	8
	
ЛЕГІТ Крим без російських міфів	13
	18
ПАТРІОТИЗМ У вишиванках із топірцями: як товариство «Січ» виховувало патріотичну молодь	
ЕКСПЕРТИЗА Домовина України, широка, глибока	24
СПРОТИВ Українська культура: постріл у потилицю	32
ПАМ'ЯТЬ Безславне століття?	34
ЕКСКЛЮЗИВ Як СРСР репресував українську мову	
	36

Рис. 1. Перша сторінка з вихідними даними та зміст журналу «Бандера».

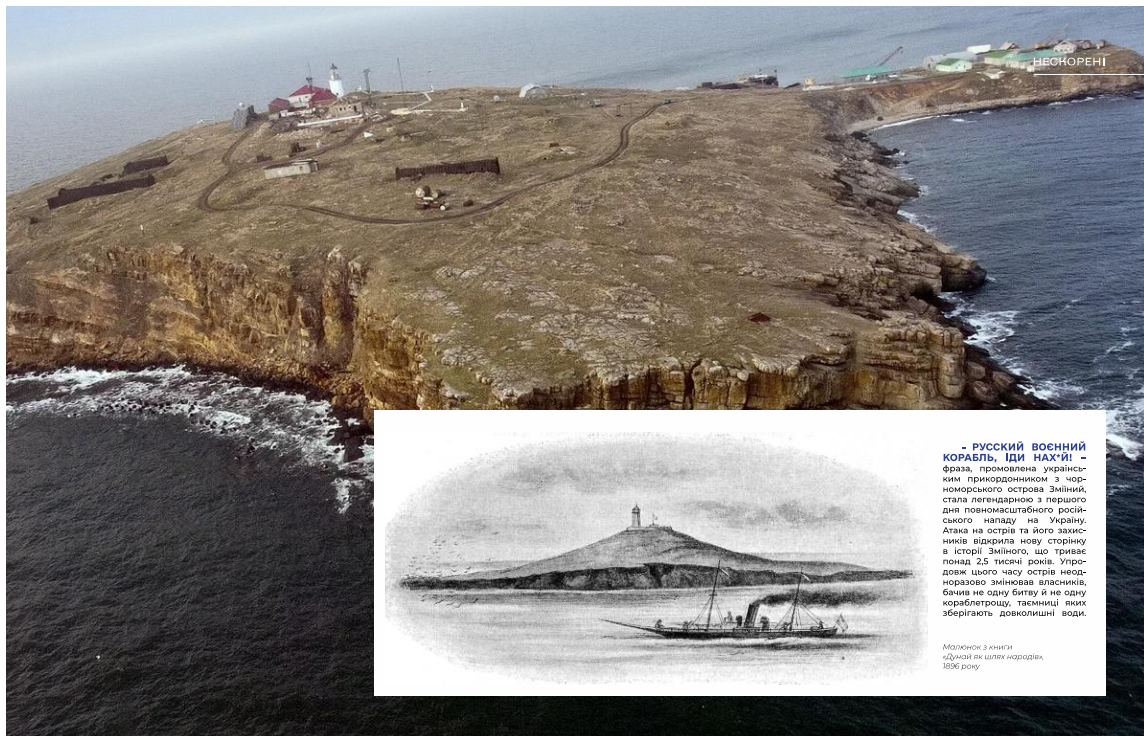


Рис. 2. Оригінальні сторінки журналу «Бандера».



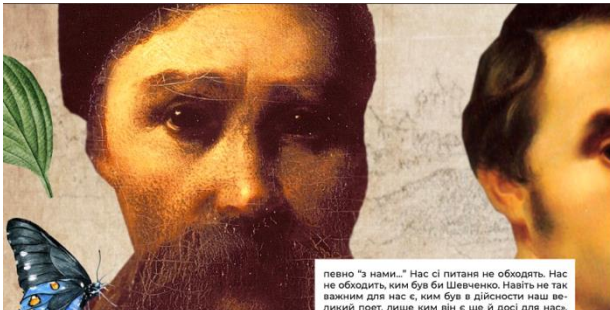
Хор товариства «Січ». Зліва направо у першому ряді сидять: Анастасія Кузьменко, директент Василь Олександрович Машинік. У другому ряді сидять: друка Катерина Горещько. У третьому ряді стоїть: другий справа Роман Іванович Самойлович. У четвертому ряді стоїть: Миколай Машинік, Андрій Григорович Чупрій, Іван Вітвіник, м. Печенишин Катомийськего плу Станіславського в-ва, 1906 р.



У ВИШИВАНКАХ ІЗ ТОПІРЦЯМИ:

ЯК ТОВАРИСТВО «СІЧ» ВИХОВУВАЛО ПАТРІОТИЧНУ МОЛОДЬ

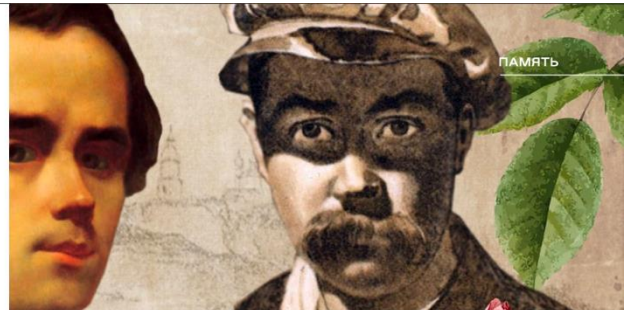
Рис. 3. Оригінальні сторінки журналу «Бандера».



БЕЗСЛАВНЕ СТОЛІТТЯ?

ПОЧАТКУ ВЕСНИ 1914-ГО УКРАЇНЦІ ЧЕКАЛИ З ОСОБЛИВОЮ ТРЕМОЮ У СЕРЦІ. НАБЛИЖАЛАСЯ СОТА РІЧНИЦЯ ВІД ДНЯ НАРОДЖЕННЯ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА. АЛЕ НІ.

Чekali закінчення зими, бо ж Україна була ще старостильною. Річниця народження Кобзаря припала на 25 лютого, а смерті – на 26-те. До цієї дати вже давно був готовий Дмитро Донцов, який за пів року до того відсвяткував 30-річчя. Справу із публікацією свого есею уже досвідчений на той час політик із Шевченківським ювілейним комітетом погодив, мабуть, ще 1913 року. Слова з нього чітко лунали не в минуло, а в тогочасне й майбутнє: «Об'єднано шевченківське свято. Знову старяться почитателі великого поета зробити його таким, яким вони б охоче його бачили і яким він ніколи не був... Кождий намагається врятувати його в свій власний кожух, кождий з апломбом заявляє, що який Шевченко був жив, то був би певно "з нами..." Нас сі питаня не обходять. Нас не обходить, ким був би Шевченко. Навіть не так важким для нас є, ким був в дійсности наш великий поет, лише ким він є ще й досі для нас. Приблизно тоді ж 21-річний Михайль Семенко, маловідомий тоді літератор, заманіфестував: «Я палю свій "Кобзар". Від нього пахне дьогтем і салом. Місце Шевченкові в записках наукових товариств – тронзував Семенко, наляканий, мабуть, на ІТШ. А потім пошадцем намагався, щоб українські книгарні взяли для продажу його «Держання» із цим маніфестом. Не взяли... Тож, мабуть, його і не почули. Та й не чулоь сьогодні, занадто буквально сприймаючи Семенкові слова. Принявши загал. Хтозна чи Донцов із Семенком були знайомі. Важко навіть уявити ті гіпотетичні точні ймовірю дотуди. Обидва не ідеалізували Шевченка як людину. Донцов уже тоді прагнув використати його як міт, спрямований на майбутню боротьбу. Семенко ж, шукаючи свободи в літературі, намагався його деконструювати. Однак навряд чи вони усвідомлювали, що живуть за Шевченка. Саме за Шевченка, бо ж «догода» XIX століття ані розпочалася, ані закінчилась у 1800-1890-х роках. Воно добіжить кінця за кілька місяців, коли вибухне Перша світова. Тут важко не погодитися з Ериком Гобсбауном, Семенка мобілюють на фронт, щоправда, Далекосхідний, де він поміж телеграфічними з'єднаннями налізе кілька нагородних віршів. Донцов же порине у свою стихію: Союз визволення України, табори для військовополонених і Україну майбутнього. І от ми сьогодні живемо в Україні майбутнього. Україн Донцова та Семенка. В Україні, де Шевченко є іконою, і де Шевченком намагаються кудись квантово застрибувати. Б'їм що ми знаємо про Шевченкове століття? Те довге? І про ту Україну? Чи вона для нас азірає лише з-під солом'яних стріх? Чи про неї промовляють лише рій знедолених українців? І чи вона лише селянська, архаїчна І. відсталя?



НІ!

Був би я Семенком, то вже б давно салив цю хрестоматійну історію України XIX століття. Ту, де є лише обидний та зневірени Шашкевич на порозі смерті, ідеалізовані «братчики» й нудні громади. Ту, яку у школі минають як якусь незрозумілу прокладку між ерамі відважних козаків і героїчних усусів. Я вваляю бачити ішу Україну того довгого століття. І Шевченкову, і не Шевченкову, у тій Україні українськими промишловцями захоплюються не лише через кількість грошей, відданих на українську справу, а й через ті технології, які вони вмонтували в досі аграрне суспільство. Там Леся Українка не живе в постійному передчутті смерті, а надихається кохавцями Щориса, Сан-Ремо та Каїра. А Софія Морачевська стала першою жінкою-лікаркою в Австро-Угорській імперії. У тій Україні зростають і творять Кибіличичі, Пулюй, Мацієвичі. І, щонайголовніше, там мислять на довгу перспективу. Мислять і Куліш, творячи «Купальшівку». Мислять і Міхновський, пишучи «Самостійну Україну». І є нездоціненні досі генії замкнутого в ескізі Драгоманова. І є Франко, якого не розуміли тоді, а може, і не розуміють тепер... Таку Україну XIX століття волює. Хіба вона не прекрасна? Чи прекрасна епоха була лише у світлі й оминула якоюсь дивом лише нас? Може, просто вони мають ліпшу оптику? Не таку рустинально-страшишкуну... Чи не краще ставити цей усталений образ України XIX століття? І шукати добрих орієнтирів і ґрунту в тій Шевченковій Україні для України сучасної. І знати, що пишеть? Що в ній буде місце і для Семенка, і для Донцова. І для нас, звісно.

Рис. 4. Оригінальні сторінки журналу «Бандера».

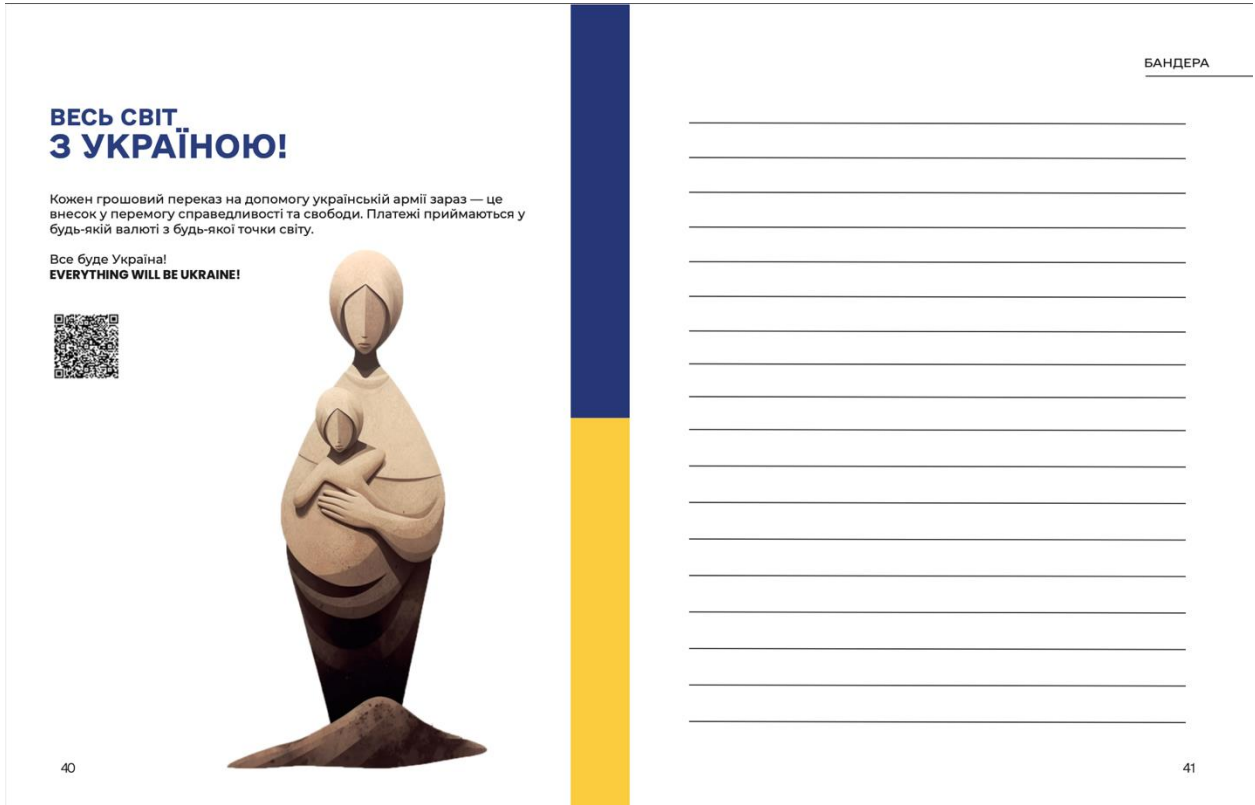


Рис. 7. Останні сторінки журналу «Бандера».



Рис. 1. Перший планшет.

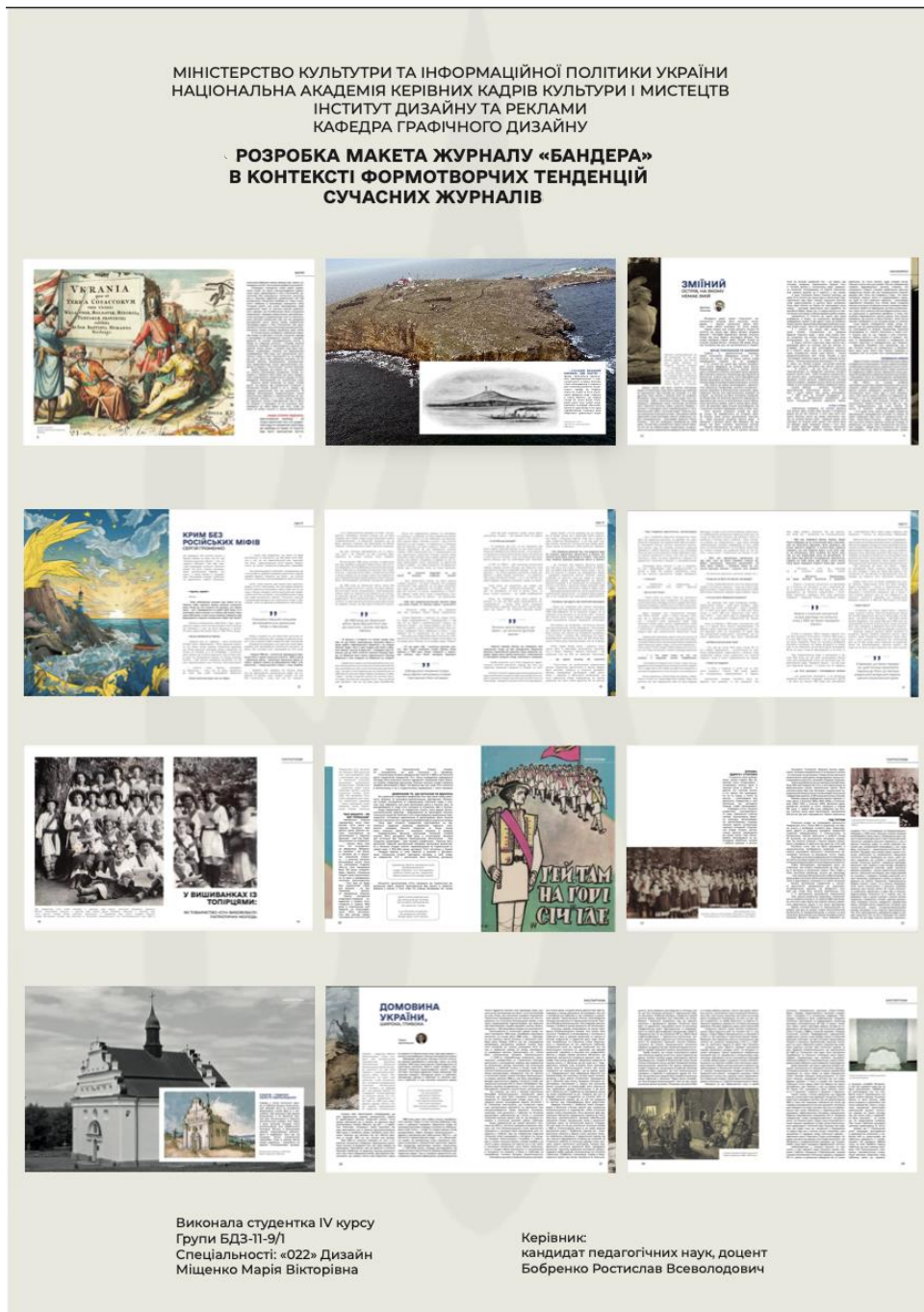


Рис. 2. Другий планшет



Рис. 3. Третій планшет