

ПРОБЛЕМИ ХУДОЖНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ ОБКЛАДИНОК ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ

В житті людини існує багато різноманітних джерел знань. Одним з цих джерел є поліграфічні видання. Вони завжди будуть в нашому житті. Книжки, газети, журнали чи рекламні видання – всі вони несуть інформацію. І щоб надати цю інформацію, потрібно зацікавити споживача, сформувати в нього бажання придбати певне видання. Для цього необхідно розробити досить яскравий дизайн цієї продукції, який запам'ятовується. Тому, актуальність цієї теми дуже доречна, адже зараз у першу чергу обкладинки видань несуть не тільки захисні та художні функції, але й комерційні. Таким чином, з цього випливають і принципи оформлення видання, за якими воно має бути оформлене, що вплине на підвищення споживацького попиту.

Варто відмітити, що сучасні дослідники та вчені займалися питаннями формоутворення й аналізу сприйняття дизайну поліграфічної продукції. Вони зачіпали окремі питання щодо впливу кольорів на різних людей, розміру та накреслення шрифтів, місцезнаходження різних композиційних елементів та багато іншого. Однак, щодо окремих питань виникають певні проблеми за відсутності конкретної методики й інструментарію для розробки обкладинки видань, тобто покрокової побудови дизайну, що говорить про необхідність подальших досліджень у даному напрямку. Це надасть можливість створити такий товар, який буде і зручним, і цікавим, і гарним, і комерційно вигідним.

Цілями даного наукового дослідження є виявлення найбільш важливих факторів та аспектів, що лежать в основі формування дизайнерських рішень щодо розробки обкладинок поліграфічних видань.

В якості об'єкту дослідження розглядаються періодичні видання, точніше обкладинки журналів. Ці видання бувають різних типів і мають різні аудиторії, тому щоб залучити конкретно-цільову аудиторію, необхідно використовувати певні засоби що ведуть до очікуваного результату. Наприклад, не є таємницею те, що діти любляють яскраві кольори, отже розроблювати дизайн обкладинки дитячого журналу необхідно з використанням яскравих гам кольорів.

Певний соціальний клас, або люди у певному віці віддають перевагу тим чи іншим речам або кольорам, що безперечно може допомогти зрозуміти як привернути увагу людей. Для досягнення цих цілей необхідно дотримуватись певних аспектів, які психологічно впливатимуть і будуть спонукати купити саме це періодичне видання.

Одним з таких аспектів є колір. З психологічної точки зору кожний колір у людини асоціюється з певними емоціями чи предметами. Але потрібно також брати до уваги й те що у різних країнах один і той же колір може по різному сприйматися. Це вже буде залежати від того, в яких країнах ми хочемо щоб продавалось видання. Також, в залежності від типу журналу і на яку аудиторію він розрахований, обкладинка теж буде розроблятися у відповідних кольорах і гаммах. У відповідності до цього за допомогою наукових досліджень [1] було виявлено які кольори подобаються дітям, підліткам, жінкам, чоловікам, які кольори потрібно використовувати для спеціальної та художньої літератури та інше.

Інший аспект, який впливає на сприйняття обкладинки журналу – це композиція. Звичайно вона повинна буди цілісною, гармонійною, не повинно бути нічого зайвого. При розробці дизайну обкладинки необхідно звертати увагу на логіку композиції, наявність змістового та образотворчого центрів. Також в основі всього повинна бути ідея, яка б спонукала споживача придбати поліграфічне видання. Чудово реалізована в композиції ідея надає вишуканості та індивідуального стилю розробленого дизайну обкладинки журналу. Існують принципи та закони композиції, якими потрібно керуватися при створенні «обличчя» поліграфічного видання. Також при розробці дизайну макета обкладинки журналу потрібно враховувати психологічне сприйняття інформації різних груп людей [2].

На сприйняття видання прямий вплив має головне зображення, яке розміщується на обкладинці. Воно також впливає на те як буде купуватись видання. Існує така гіпотеза, що люди віддають перевагу обличчям

жінок, які виглядають здоровими, щасливими та життєрадісними. Тому зараз можна побачити майже на всіх розважальних журналах жіночі обличчя.

Таким чином, можна зробити висновки, що сприйняття інформації на обкладинках журналів залежить від багатьох факторів у тому числі від психології сприйняття людиною інформації. Тож, для того щоб зробити видання гарно купованим, потрібно докласти багато зусиль на створення чіткого образу і ідеї яка б передавала зміст журналу, щоб обкладинка зацікавила споживача і спонукала його придбати поліграфічне видання. Для цього треба сформулювати чітку ціль і вже за допомогою виявлених психологічних аспектів, що впливають на людину, скорегувати зміст дизайнерських рішень щодо оформлення обкладинки журнального видання.

Питання щодо напрямків подальшого дослідження може стосуватися того, як потрібно розміщувати логотип з назвою видання: чи потрібно щоб була видна вся назва, або може не важливе її розташування, і можна щоб було видно тільки її частину і як це буде впливати на розпізнання журналу та його комерційну реалізацію.

Список літератури: 1. Использование цвета в периодических изданиях [Електронний ресурс] / И. Лаптева // КомпьюАрт – 2001. – №9. – Режим доступа до журн.: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=9112&iid=382> 2. Создание индивидуального облика издания [Електронний ресурс] / Е. Карамашева // КомпьюАрт – 2001. – №11. – Режим доступа до журн.: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=9260&iid=391>