

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ

**Проекування ілюстративно-графічного оформлення
музичного журналу "Р603"**

Виконав студент IV курсу
групи ГДфмб–1–21–4.0д
спеціальності 022 Дизайн
ОПП Графічний дизайн
ОПС фаховий молодший бакалавр
Венцеславський Кирило Сергійович
Керівник: Олена КАЗІМІРЕНКО

Рекомендовано до захисту
ЦК образотворчого мистецтва
і дизайну
Протокол від 14.05.2025р. №7

Голова ЦК

Олена КАЗІМІРЕНКО

Захищено
Оцінка

Протокол ЕК від «__»__2025р. № __

Голова ЕК

Олег КРАВЧЕНКО

кандидат архітектури, доцент кафедри
графічного дизайну КДАДПМіД імені
Михайла Бойчука

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ	
1.1. Роль індивідуального стилю обкладинки	5
1.2. Правила будови журналу та вимоги для друку.....	8
1.3. Аналіз аналогів по темі дипломного проекту.....	18
1.4. Важливість дотримання фірмового стилю в журналі	
РОЗДІЛ 2. ОПИС ПРОЕКТУ	
2.1. Технічне завдання.....	22
2.2. Ескізи та варіанти пошукових рішень для передньої та задньої обкладинок.....	23
2.3. Дизайн-рішення для середини журналу.....	25
ВИСНОВКИ.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	34

ВСТУП

Вибір теми: На сьогоднішній час в Україні більша частина музичних видавництв перейшла в онлайн-контент, лише декілька видавництв раз на рік випускають друкований музичний журнал. Після перегляду новин на онлайн-платформах, читач більше не побачить пост, навіть якщо захоче знайти потрібну інформацію, знайти її буде важко. Купуючи друкований журнал людина залишає у себе всю інформацію поки вона буде потрібна. Разом з тим минулі тренди повертаються і друкований журнал виступає в ролі своєрідного модного аксесуару, який через деякий час хочеться знову переглянути згадуючи, що було в той час, коли видавався журнал.

Актуальність теми: Українська музична сцена після повномасштабного вторгнення у рази збільшилася, проте багато медіа досі висвітлюють поп-зірок України. Є медіа, які у 2023 році почали презентувати андерграунд української музичної сцени, проте лише в онлайн форматі. На даний момент найпопулярнішим друкованим музичним журналом є «ПОТОП», у якому розповідаються всі музичні новини за рік. Проте немає журналу, який видавався б кожного місяця. Продакшн «Р603», який займається зніманням кліпами та музичних шоу вирішили розпочати розробку свого щомісячного журналу.

Мета: Дослідити фірмовий стиль у роботах від «Р603» та розробити унікальний дизайн друкованого музичного журналу, який буде приваблювати людей та відрізнятися поміж інших журналів. Розробити обкладинку так, щоб артисти, співпрачуючі з «Р603», мріяли потрапити н обкладинку й привернути на себе увагу.

Завдання проєкту:

- Дослідити кольори, дизайнерські елементи, дізнатися від директора «Р603», як він бачить майбутній журнал.
- Виконати передню та задню сторони журналу за всіма вимогами, при цьому дотримуватися правил будови.

- Журнал має містити: інформацію про артиста/групу, який на обкладинці; статті про концерти: досягнення артистів/груп; поради; рецензії.
- Зібрати інформацію та відшукати фотоматеріал по темам.
- Оформити колажі фотографій та дизайн статей в середині журналу.

РОЗДІЛ І. ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ

1.1. Роль індивідуального стилю обкладинки

Індивідуальний стиль обкладинки друкованого музичного журналу відіграє ключову роль у формуванні впізнаваності, характеру й емоційного контакту з читачем. Саме обкладинка — це перше, що бачить потенційний читач або покупець, і саме вона здатна спонукати людину взяти журнал до рук, зацікавитися його змістом або ж пройти повз. У цьому сенсі обкладинка виступає не просто як декоративна частина, а як повноцінне візуальне повідомлення, в якому закладено смисл, позицію редакції, естетику і цінності видання.

Візуальна ідентичність — один із головних інструментів сучасної культури. У світі музичних журналів вона виявляється в типографіці, кольоровій гамі, розміщенні логотипу, характері фото, іноді навіть у виборі паперу. Якщо ці елементи витримані послідовно, вони створюють впізнавану стилістику, яка не потребує слів. Яскравим прикладом є американський журнал «Rolling Stone», який протягом десятиліть зберігає класичне розміщення назви та обличчя головного героя номера крупним планом — ця композиція стала частиною візуальної культури мас-медіа.

В українському контексті роль обкладинки як «візуального бренду» стає ще більш актуальною в умовах конкуренції незалежних видань, де на перший план виходить не лише зміст, а й концептуальність. Наприклад, сучасний український журнал «ПОТОП» створив цілісну естетику своїх обкладинок: мінімалізм, точність, фото з культурним підтекстом — усе це стало елементами візуальної мови, яка відразу відрізняє журнал від інших.

За словами дизайнерки Лєри Гуєвської, яка працює над оформленням «ПОТОП», кожна обкладинка — це не просто картинка, а «коментар до теми номера, візуальна репліка у суспільному діалозі».

Окрім естетичної функції, обкладинка виконує комунікативну функцію — вона говорить з читачем навіть до того, як той відкрив журнал. Вибір фото або ілюстрації, кольору, форми заголовків — усе це підказує, чого чекати від змісту. Якщо на обкладинці — артист у динамічній позі з яскравим світлом, ми очікуємо номер, присвячений енергії, молодіжній сцені, можливо — протесту. Якщо ж це витримана графіка й мінімум кольору — натяк на глибший аналітичний чи культурологічний зміст.

В умовах розмаїття друкованих видань саме обкладинка часто стає вирішальним фактором вибору. На полицях магазинів або культурних майданчиків читач спочатку бачить дизайн, а вже потім — читає зміст. Саме тому індивідуальний стиль обкладинки — це не розкіш, а необхідність, що дозволяє журналу конкурувати на ринку.

У графічному сенсі, обкладинка також має бути продовженням загального стилю журналу. Якщо номер оформлений у чіткій сітці, з елегантною типографікою, то й обкладинка має відображати цю структурність. Якщо всередині журнал експериментує зі шрифтами, колажами або інтерактивними кодами — це варто показати вже на титульній сторінці.

1.2. Правила будови журналу та вимоги для друку

Редакційна структура журналу — це його логічне та змістове ядро. Незалежно від тематики, кожен номер складається з кількох основних елементів, які розміщуються у визначеній послідовності.

Починається журнал з обкладинки. Це своєрідна візуальна вітрина, яка виконує рекламну, ідентифікаційну та комунікативну функцію. На ній розміщуються назва журналу, номер і дата випуску, заголовки найважливіших статей та центральне зображення — зазвичай це портрет музиканта, який є героєм номера, або ілюстрація, що візуально репрезентує тему. Добре спроектована обкладинка не лише приваблює, а й передає атмосферу номеру.

Після обкладинки йде зміст. Він, як правило, розміщується на другій або третій сторінці і містить список розділів і матеріалів з номерами сторінок. Це навігаційний інструмент, що дозволяє читачеві зорієнтуватися у великому обсязі тексту.

Далі розміщується вступне слово редактора. Воно виконує роль передмови до номера, формує його настрій і часто акцентує увагу на головній темі випуску або пояснює ідею вибору того чи іншого героя обкладинки.

Основний контент складається з тематичних блоків: інтерв'ю, новин музичної індустрії, аналітичних або історичних матеріалів, рецензій на альбоми, фестивалі та концерти. У музичних журналах часто присутні авторські колонки, плейлисти, афіші майбутніх подій, фотопроекти, творчі добірки.

Останні сторінки зазвичай містять редакційні відомості: перелік авторів, дизайнерів, контактну інформацію, штрих-код або QR-код, а також Інформацію про тираж, видавця й друкарню. У цьому ж блоці може бути анонс наступного номера або розділ для читачів (наприклад, листи, відгуки, конкурси).

Поліграфічна якість друкованого видання напряму залежить від того, наскільки грамотно підготовлено макет до друку. Це стосується як параметрів сторінок, так і технічних характеристик файлів, зображень і шрифтів.

Найчастіше журнали друкуються у форматі A4 (210×297 мм) або іноді у зменшеному варіанті — B5 (176×250 мм). Перед відправкою макету до друку необхідно врахувати наявність полів під обрізку (bleeds) — зазвичай це 3–5 мм з кожного боку, які гарантують, що після обрізання не буде втрати важливих візуальних елементів.

Щодо сторінок, то їхня загальна кількість завжди має бути кратною чотирьом — це обумовлено способом друку на великих аркушах, які потім складаються і зшиваються. Для зручності читання внутрішні поля (зліва чи справа — залежно від розвороту) мають становити щонайменше 10 мм, а зовнішні — 5–7 мм.

Дуже важливо дотримуватись правильного кольорового профілю: всі елементи журналу мають бути підготовлені у кольоровій моделі CMYK. RGB, який використовується на екранах, не підходить для поліграфії, оскільки кольори можуть спотворюватися під час друку.

Зображення повинні мати роздільну здатність не менше 300 крапок на дюйм (dpi).

Нижча якість призведе до розмитості, особливо якщо фотографії розтягнуті на всю сторінку. Формати графічних файлів, придатних до друку — TIFF, PNG (без стиснення) або JPG з максимальною якістю.

Фінальний макет подається до друкарні у форматі PDF. Він має містити всі шрифти у вбудованому вигляді, бути злитим у CMYK і з урахуванням полів під обрізку. Найчастіше поліграфії просять формат PDF/X-1a або PDF/X-4.

1.3 Аналіз аналогів по темі дипломного проекту

За головний аналог та конкурента всіх музичних музичних журналів було взято «ПОТОП».

«ПОТОП» — це не просто журнал, а культурне явище у сучасному українському медіа-середовищі. Його історія почалася у 2018 році, коли однойменний Telegram-канал почав публікувати огляди нової української музики, аналітичні нотатки, плейлисти та іронічні коментарі. Згодом канал трансформувався у видавничу ініціативу, яка сьогодні охоплює не лише друкований журнал, але й книжкові проекти, подкасти та музичний лейбл.

Перший друкований номер журналу «ПОТОП» вийшов 11 березня 2021 року під назвою «Україна: нове покоління». Його зміст був присвячений зміні поколінь у музиці, фіксації нових артистів, сцен і тенденцій. Тематично номер охопив огляд музичних трендів 2010-х років, а також розмови з представниками нової української хвилі. Його унікальність полягала не тільки в глибокому контенті, а й у формі — 68 сторінок, надрукованих у яскравому візуальному

стилі з сучасною графікою та фотоматеріалами. За словами дизайнерки Лери Гуєвської, візуальний код журналу базувався на ностальгії за українськими музичними медіа 1990-х і 2000-х років, такими як «Молоко» чи «Нота», але з сучасним ритмом і динамікою. Другий номер, «Тікаємо від суспільства», розкрив тему втечі: втечі у музику, у внутрішній світ, у творчість. Третій, що вийшов у 2022 році під назвою «Країна мрій», став рефлексією на тему самоідентифікації, пошуку себе в межах постреволюційної та воєнної України. Героями обкладинок стали яскраві постаті, зокрема засновник фестивалю «Шипіт» та артистка ТУЧА. Цей номер було надруковано в трьох різних візуальних варіантах обкладинки — це свідчить про увагу редакції до дизайну як способу комунікації.

Четвертий номер, «Нова глава» (2023р), розповів про переломні моменти вжитті артистів: перезапуски, трансформації, вихід з тіні. Його героями стали музиканти Паліндром та Ницо Потворно. А п'ятий номер під назвою «Непомітні», виданий у жовтні 2024 року, присвячено тим артистам, які рідко опиняються в центрі уваги, але мають глибокий вплив на музичну спільноту. Тут з'явилися такі імена, як Женя Курган (з «Курган і Агрегат») та дует «Хамерман знищує віруси». Що вирізняє «ПОТОП» серед інших? Перш за все, це глибока журналістика, що балансує між субкультурною щирістю і професійним аналізом. По-друге — яскравий і водночас стриманий дизайн: візуальні рішення тут не просто оформлення, а частина наративу. По-третє — тісний зв'язок з аудиторією: читачі «ПОТОП» — це не випадкові перехожі, а спільнота, що слідує, підтримує, поширює контент. Журнал також активно підтримує українських музикантів і військових: частину прибутку від продажу кожного номера редакція переказує до фонду «Musicians Defend Ukraine».

Таким чином, «ПОТОП» — це не просто журнал про музику, це майданчик для роздумів про сучасну українську культуру, місце зустрічі творчих голосів і платформа, що свідомо відмовляється бути мейнстримом, залишаючись відвертою, глибокою і чесною.



Рисунок 1.3.1 Журнал «ПОТОП» (2023 рік)

1.4. Важливість дотримання фірмового стилю в журналі

Фірмовий стиль — це візуально-комунікаційна система, яка визначає, як журнал виглядає, говорить і взаємодіє зі своєю аудиторією. Для друкованого музичного журналу це не просто питання естетики. Дотримання фірмового стилю — ключ до впізнаваності, довіри та послідовності. Його наявність та дотримання суттєво підвищують якість сприйняття журналу як продукту: у контексті дизайну, структури, текстового оформлення та навіть тону мовлення.

Фірмовий стиль охоплює не тільки логотип, шрифти й кольори. Він включає і стиль обкладинок, формат рубрик, розміщення елементів на сторінці, принципи типографіки, верстки, структуру заголовків і підзаголовків, а також загальний візуальний настрій видання. Завдяки цьому кожен номер, навіть змінюючи тему або художнє наповнення, зберігає цілісність. У друкованому журналі фірмовий стиль виконує одразу кілька критично важливих функцій.

Візуальна впізнаваність: Читач, гортаючи сторінки магазину чи бібліотеки, повинен з першого погляду впізнати свій улюблений журнал. Це забезпечується стабільністю кольорової палітри, форматом логотипа,

розміщенням заголовків тощо. Коли обкладинка журналу щоразу виглядає зовсім інакше, без загальних ознак стилю, читач втрачає зоровий орієнтир.

Професійна довіра: Послідовний стиль створює враження редакційної цілісності та професіоналізму. Як зазначає український дизайнер та куратор Олександр Гусев, «стиль — це не лише краса, а доказ, що хтось думає про продукт як про систему, а не як про набір випадкових рішень».

Формування власної «медійної мови»: Фірмовий стиль — це ще й форма мовлення журналу. Наприклад, «The New Yorker» впізнається не лише за типографікою, а й за ілюстраціями на обкладинках і стилем верстки. В українських реаліях подібну цілісність демонструє журнал «ПОТОП», де візуальні рішення працюють синхронно з контентом. У кожному номері видно узгодженість між фотографією, сіткою сторінки, цитатами, колірною схемою.

Підтримка емоційного контакту з читачем: Як і музика, графіка викликає емоції. Коли журнал має послідовну стилістику — це створює відчуття знайомства, звички, передбачуваності. Людина не просто читає текст — вона входить у простір, де все знайоме, комфортне, зв'язане. Це формує лояльність.

Зручність у друці та адаптації до різних форматів: Фірмовий стиль полегшує роботу дизайнерів і редакторів. Визначена сітка, шаблони верстки, стиль заголовків — усе це прискорює створення нових номерів. Також це дає можливість легко адаптувати контент для цифрових форматів (PDF, мобільна версія тощо) без втрати візуальної цілісності.

Узагальнюючи: Фірмовий стиль — це основа будь-якого успішного друкованого видання. У випадку музичного журналу він не лише надає естетичного вигляду, а й підтримує зміст: допомагає чітко розрізнити жанри, акценти, темп статей, ідентифікувати цільову аудиторію. Послідовне дотримання фірмового стилю перетворює журнал на цілісний культурний продукт, а не просто набір текстів і фото. Це робить видання конкурентоспроможним, поважним і бажаним у руках читача.

РОЗДІЛ 2. ОПИС ПРОЕКТУ

2.1. Технічне завдання

Потрібно створити обкладинку, щоб була в одному стилі на всі подальші випуски та була можливість швидко випускати щоквартально просто замінюючи фотографії та інформацію. Також потрібно додати унікальності обкладинки, щоб не було схоже на інші музичні журнали при цьому дотримуватися правил будов.

Обкладинка мала містити у собі:

- назву журналу
- дату та номер випуску
- заголовки та підзаголовки
- штрих-код
- фотографію артиста/гурту великого розміру про якого буде йти мова на початку

Використання фотографії виконавця/групи є його їх рекламою та різні артисти та групи будуть конкурувати між собою, щоб потрапити на обкладинку.

Музичний журнал мав містити в собі:

- інформацію про артиста/гурт, що зображений на обкладинці
- інформацію про гурт, який робив гурт в цьому кварталі
- поради артистам для покращення своєї роботи
- рецензії та поради від редакції

Цільова аудиторія: поціновувачі української музики; початкові артисти, які шукають порад для розвитку своєї творчості та пошук де можна влаштувати концерт; різноманітні лейбли, які шукають артистів, щоб продюсувати їх; організатори різноманітних фестивалів та виступів у пошуку артистів або пошук музичних майданчиків для проведення.

Технічні вимогами проєкту були єдині – дотримання фірмового стилю. Компанія надала “творчу свободу” при розробці журналу. До даного проєкту мав співпрацю з компанією та спільно з ними розроблявся фірмовий стиль:

- основні кольори: #8ac0ff  #6a8ce3  #ffffff  #000000

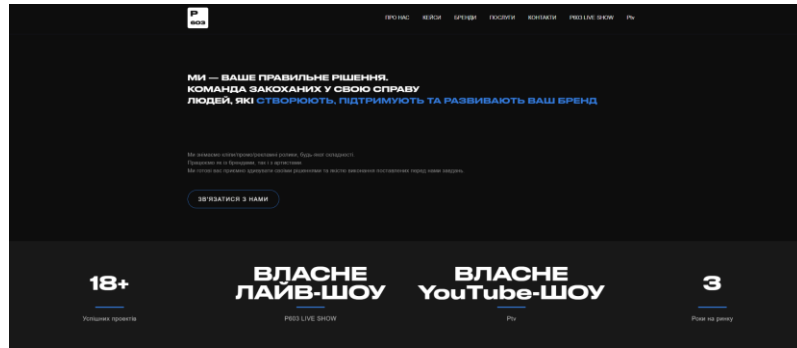


Рисунок 2.1.1 Сторінка сайту компанії «Р603»

- Мінімалізм з використанням хромових фігур

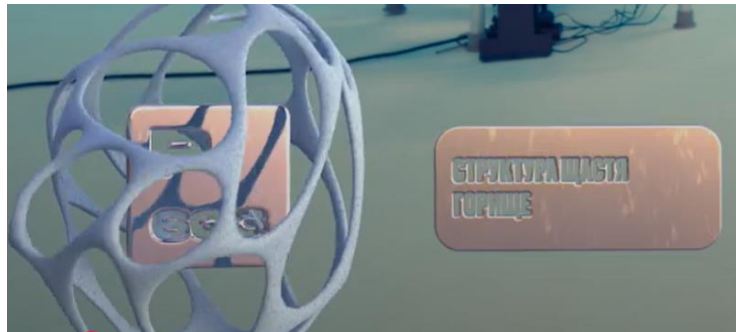


Рисунок 2.1.2 Хром елементи у відео від «Р603»

- Поєднання шрифту без зарубок та «графіті» шрифтом

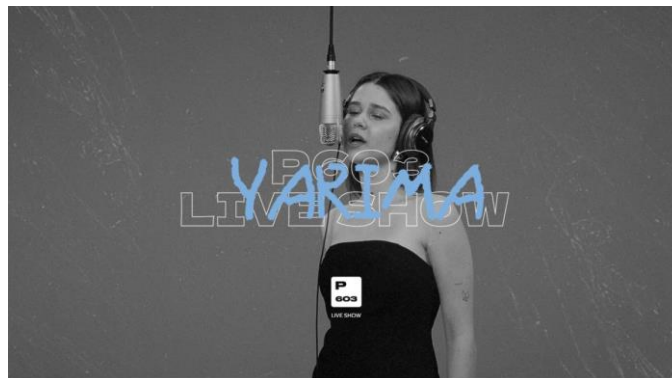


Рисунок 2.1.3 Прев'ю до відео з Yarima від «Р603»

Після збору усіх матеріалів для розробки, можна було почати розробляти ескізи до проєкту.

2.2 Ескізи та варіанти пошукових рішень

Після отримання заголовків та підзаголовків та опрацювання технічного завдання і робіт від компанії було вирішено об'єднати їх та одразу склалися перший ескіз передньої частини та два ескізи задньої.



Рисунок 2.2.1 Перший ескіз до передньої обкладинки

Перший скіз передньої частини поєднував всі елементи, що були вказані: елемент який імітує хромовані металеві хвилі, «графіті» шрифт PF Fuel та шрифт без зарубок Candara. Замовник прийняв цей ескіз та було вирішено, що подальша робота буде будуватися на цьому ескізі.

Після чого було зроблено ще два варіанти:



Рисунок 2.2.2 Додаткові ескізи до передньої обкладинки

Задля більшої уваги було вирішено збільшити фотографію артиста та заголовок про нього, щоб було одразу зрозуміло, що початок випуску буде присвячений йому.

Також було збільшено другий заголовок проте менше першого, щоб читач зрозумів, що цей заголовок йде другим за значимістю у журналі. Після чого йдуть вже менші розміри. Проте була допущена помилка та не була використана модульна сітка та було перероблено частково й додано нові правки.

Таким чином, обкладинка має текстову ієрархію від основного текстового блоку, назви журналу, наступним підзаголовком є основна тема - герой або героїня обкладинки і далі весь додатковий текст.

Назва журналу поєднує у собі назву номер журналу та дату його випуску, які розміщені над верхньою лінією назви, розміщені з лівого та правого боків.

Таким чином назва, номер, дата та графічний хромований елемент створюють єдину цілісну композицію. В нижній частині журналу додано штрихкод, оскільки журнал планується до продажу.



Рисунок 2.2.3 Фінальний результат передньої обкладинки та з модульною сіткою

Після всіх правок було зафіксовано фінальний результат передньої обкладинки та був перехід до опрацюванню ескізу задньої обкладинки.

Задня обкладинка мала мати контактні дані, QR-код, хром елементи та слоган компанії «НАС ВСІХ ОБ'ЄДНУЄ МИСТЕЦТВО».



Рисунок 2.2.4 Ескіз до задньої обкладинки

Так як слово “МИСТЕЦСТВО” було головним, то було вирішено саме його виділити, через те, що саме “МИСТЕЦСТВО” об’єднує й використати фірмовий колір #8ac0ff . Хром елементи були навколо, ніби поєднує слоган «НАС ВСІХ ОБ’ЄДНУЄ МИСТЕЦТВО»

Перший ескіз шрифтової композиції об’єднався гострими ламаними лініями, які відсилають глядача до музики андеграунду, саме цей блок мав стати основним в обкладинці. До композиції обкладинки додано QR-код, який є посиланням на сайт журналу та до більшої кількості інформації. Нижня частина обкладинки віддається інформації для доступу до команди авторів.

Розглянувши більш уважно задню сторону журналу, виявилось, що всі три блоки одного розміру, що не дає акценту на певній інформації. Прийнято було рішення переглянути композицію.

QR-код для динаміки та контрасту збільшено у розмірі, тепер він є основним елементом композиції. Гострі елементи замінено на більш плавні

хромовані лінії, такі як на передній обкладинці, що дозволяє зберегти єдність композиції всього журналу. Також додано контактні дані компанії та іконки до кожного контакту.



Рисунок 2.2.5 Фінальний результат до задньої обкладинки з модульною сіткою

Після всіх правок та перевірки за допомогою модульної сітки було затверджено фінальний варіант. Завершивши виконання передньої та задньої частини обкладинки, було розпочато виконання середини журналу.

2.3. Дизайн-рішення для середини журналу

Середину журналу було вирішено зробити на основі вигляду сайту в поєднанні з прев'ю до відео:

- сторінка з заголовком у стилі прев'ю відео: чорно-білий фон з текстурою паперу; поєднання шрифту без зарубок та «графіті» шрифтом, а саме Lyajka Regular та Dela Gothic One Regular. Цілісна шрифтова композиція знаходиться на тлі фотографії, яка відображає тему статті. Такий підхід дає можливість акцентувати увагу на якісному фото співака або музичного

гурту, а шрифтова композиція додає інформаційне наповнення. Відсилка до схожості з сайтом дає можливість людині легко зрозуміти та уявити собі сутність повідомлення.



Рисунок 2.3.1 Прев'ю до відео з OI FUSK від «P603»

- всі інші сторінки зі статтями у стилі сайту: чорний фон з шрифтом без зарубок Candara також поєднаний з шрифтом PF Fuel. Контрастний за розміром шрифт є відсилкою до Швейцарського стилю та, як і на початку XX століття якісно працює на глядача. Така ієрархія дозволяє легко сприймати заголовок, поступово переходячи до основної інформації. Навіть не читаючи текст, таку композицію приємно гортати, а виглядає вона стильно та цікаво.

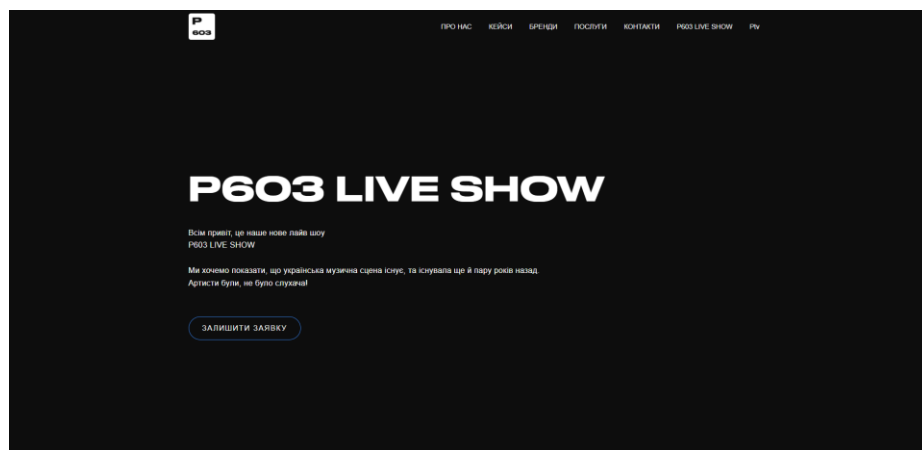


Рисунок 2.3.1 Одна зі сторінок сайту

Сторінки з заголовками повинні були відрізнятися для зручності читача, щоб читач зрозумів де починається нова тема в журналі, водночас, щоб можливо було надалі використовувати як шаблон до подальших заголовків. Варіант вибрати стиль прев'ю для відео від «Р603». Шрифти Lyajka Regular з кольором #8ac0ff ■ накладений згори на Dela Gothic One Regular у якому було тільки обведення без заливки. Одразу був виконаний ескіз, який одразу підтвердили.

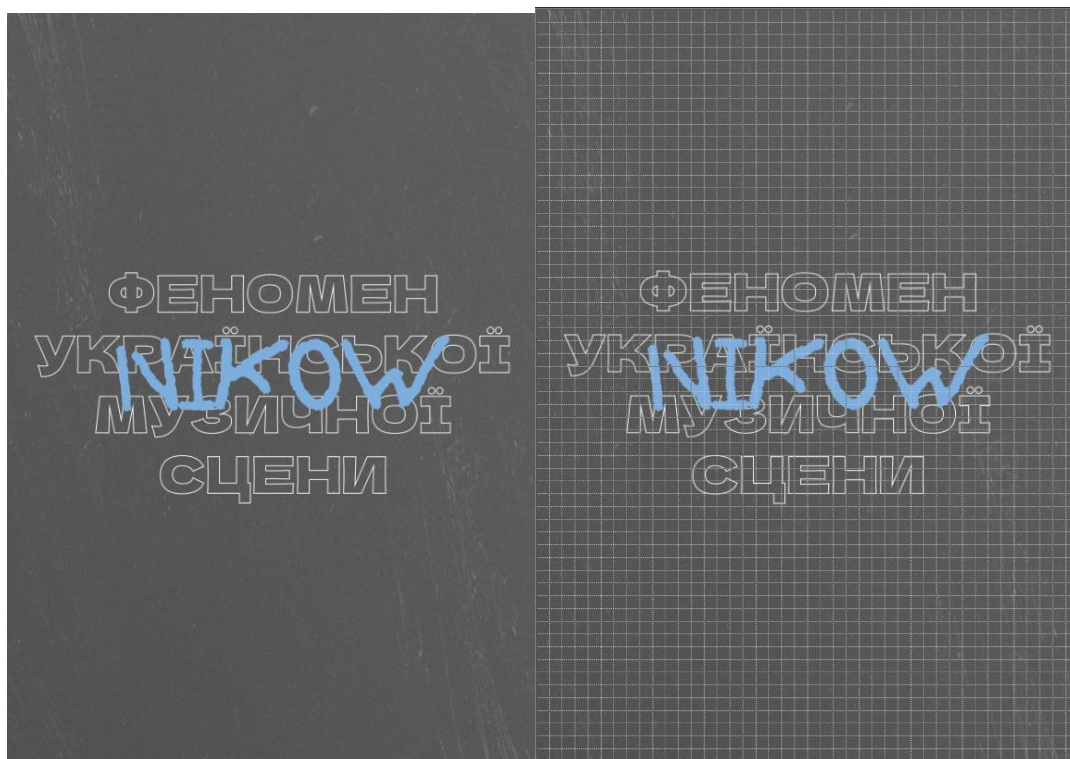


Рисунок 2.3.3. Сторінка з заголовком та модульною сіткою

Сторінки зі статтями одразу було вирішено розподілити таким чином: половина займає текст, інша половина фотографія й так у шаховому порядку.

Шрифт для підзаголовків було обрано PF Fuel з кольором #6a8ce3 ■ та сама інформація Candara з кольором #ffffff .



Рисунок 2.3.4 Сторінки зі статтями й фотографіями та модульною сіткою

Для нумерації сторінок було використаний шрифт PF Fuel та хром елемент. Нумерація утворює динамічну композицію яка доповнює сторінку створюючи цілісне враження від отриманої інформації. Такий номер привертає увагу та існує одним з елементів композиції сторінки.



Рисунок 2.3.5 фрагменти сторінок з їхнім номером

Проте для сторінок у яких містилися фотографії - нумерація не була показана, задля такого, щоб не було зайвого на фотографії. Такі сторінки покупець, особливо молода аудиторія, може використати у якості постера для

того щоб прикрасити приміщення, повісити у кімнаті або у якості красивої листівки. В такому варіанті номер сторінок буде не доречним доповненням.



Рисунок 2.3.6 29 та 30 сторінка з фотографіями з відсутністю нумерації

Всі сторінки журналу мають єдину цілісну концепцію, поступово розкриваючи тему номера. Журнал містить багато фотографій та цікавої інформації, його цікаво розглядати, якісні фото можуть зацікавити колекціонерів до купівлі та зберігання журналу для власної колекції, представники іншої цільової аудиторії, які зберігають подібні журнали, можуть вирізати фотографія та прикрасити ними кімнату.

Після виконання оформлення середини журналу було завершено та затверджено весь проєкт компанією.

ВИСНОВОК

Метою проєкту було створити музичний журнал, який буде видаватися кожного кварталу у фірмовому стилі «Р603». Розробити стиль, який буде відрізнятися поміж інших журналів та «кидатися на очі» людям.

На передній обкладинці було зроблено маркетинговий хід, щоб артисти та групи конкурували та більше співпрацювали з компанією у зйомках кліпах та створення обкладинок, а саме - фото на обкладинці журналу, що призвело б ще більшої популярності артистові або групі.

За результатами опитування - людям більше цікаве закулісся української музичної сцени, поради для початкових артистів та гуртів, релізи які вийшли за квартал, поради що варто послухати. І все це вмістити до 50 сторінок.

Під час виконання передпроектного аналізу було виконано дослідження кольорів, дизайнерських елементів, фірмовий стиль «Р603» і як замовник бачив майбутній журнал.

Аналізуючи аналогічні примірники журналів та сайтів присвячених музичним гуртам, було виявлені характерні особливості презентації нових пісень та їх авторів, досліджено уподобання та потреби цільової аудиторії.

Виконано макет обкладинки журналу за всіма вимогами, при цьому дотримуватися правил модульної побудови. Журнал має вміст інформації про артиста, який на обкладинці, статті про концерти, досягнення артистів/груп та поради для них, рецензії від редакції

Також було додано фотоматеріали по темам й оформлено колажні сторінки з фотографіями та дизайн статей в середині журналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Емброуз Г, Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова/ Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон., Київ: ArtHuss, 2019, 192 с (Серія Креативна кар'єра).
2. Михайленко В.Є. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення): навчальний посібник/ В.Є. Михайленко - Київ :Каравела, 2015.- 186 с;
3. Пасічний А. Від «макаронів» до графічного дизайну. Лекції з основ графічного дизайну: (наочно-методичний посібник) / Пасічний А., 2016. — 224 с.: іл.
4. Технологія набору та верстки. [Текст]: навч. посіб. / Д. В. Васишин, О. М. Васишин ; за ред. О. В. Мельникова. Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. — 272 с. — 300 пр. — ISBN 978-966-322-190-8.
5. Пасічний А. Від «макаронів» до графічного дизайну. Лекції з основ графічного дизайну: (наочно-методичний посібник) / Пасічний А., 2016. — 224 с.: іл.;
6. Ярема С. М. Технічне редагування. К.: Ун-т “Україна, 2003. 284 с.
7. Величко О. М. Скиба В. М., Шангін А. В. Проектування технологічних процесів видавничо-поліграфічного виробництва / О. М. Величко, В. М. Скиба, А. В. Шангін [Текст] : Навч. посіб. К.: НТУУ «КПІ», 2014. — 235 с.;
8. Куленко М. Основи графічного дизайну: Підручник. Вид.2-е, доп.і випр. — К.: Кондор, 2007. — 492 с.;
9. Легенький Ю. Г. Система моди: культурологія, естетика, дизайн / Ю. Г. Легенький, Л. П. Ткаченко. — К.: ГАЛПУ, 1998. — 224 с.;
10. ДСТУ 3017:2015 Видання. Основні види. Терміни та визначення. — Чин. від 2016-01-07. — К. : Держспоживстандарт України, 1995. — 19 с. (на заміну ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. — Чин. від 1996-01-01. — Київ : Держстандарт України, 1995. — 46 с.)

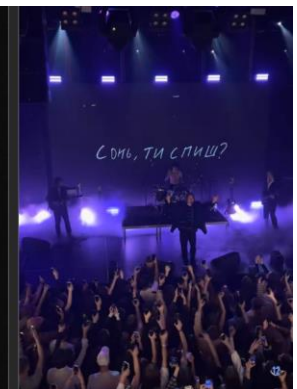
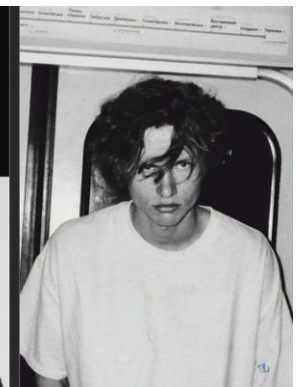
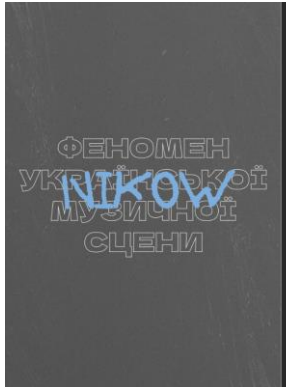
11. Парсяк В.Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології : підручник/ В.Н. Парсяк - Херсон : ОЛДІ-плюс, 2015
- 12.Новини - Telegraf – журнал дизайнерів. *Telegraf – журнал дизайнерів*. URL: <https://telegraf.design/news/> (дата звернення: 04.06.2025).
- 13.Український журнал «ПОТОП» випустив п'ятий номер. *DTF MAGAZINE | DON'T TAKE FAKE*. URL: https://donttakefake.com/ukrayinskyj-zhurnal-potop-vypustyv-p-yatyj-nomer/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.06.2025).
- 14.Запустився музичний журнал «ПОТОП». Adsider поговорив із редакцією | Adsider. *Adsider*. URL: https://adsider.com/ua/zapustyvsia-muzychnyy-zhurnal-potop-adsider-pohovoryv-iz-redaktsiiei/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.06.2025).
- 15.Музична журналістика в Україні. Шлях із нізвідки в нікуди. Колонка Ігоря Панасова – Лірум. *Лірум*. URL: <https://liroom.com.ua/music/music-journalism-in-ukraine/> (дата звернення: 04.06.2025).
- 16.«Галас», «ХЗМ», «Молоко»: якими були культові українські музичні журнали. *СЛУХ – медіа про музику та все, що навколо неї*. URL: https://slukh.media/texts/music-magazines-before-internet/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.06.2025).
- 17.Журнал «Музика» зразка 1920-х: степ, кролі, вирафінована розпуста і просвіта широких мас | Екземпляри ХХ | Chytomo - Усе про книги. *Читомо | Культура читання і мистецтво книговидання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання*. URL: https://chytomo.com/ekzempliary-xx/zhurnal-muzyka-zrazka-1920-kh-step-kroli-vyrafinovana-rozpusta-i-prosvita-shyrokykh-mas/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.06.2025).\
- 18.P603 LIVE SHOW. *P603*. URL: <https://p603production.com.ua/p603-live-show> (date of access: 04.06.2025).

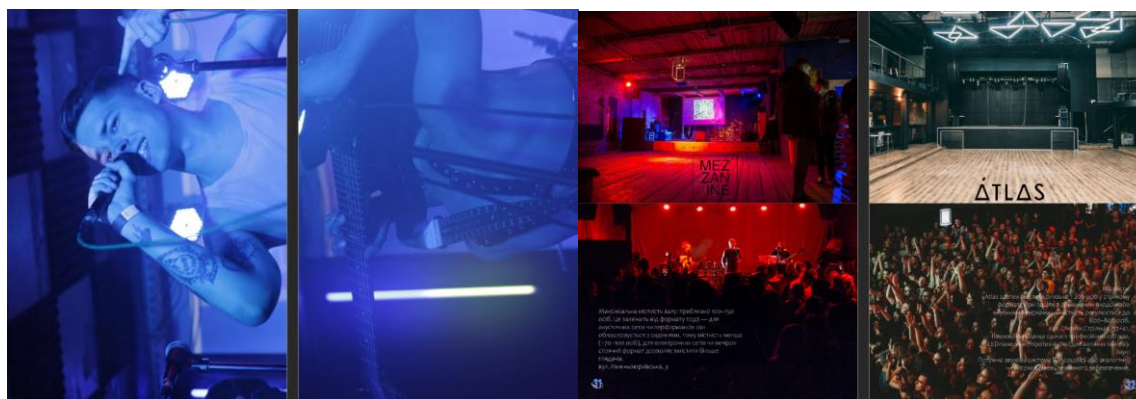
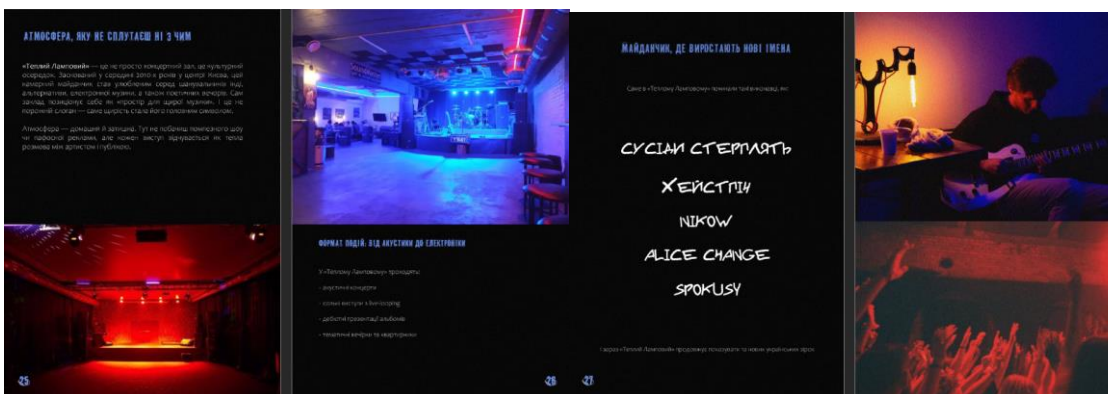
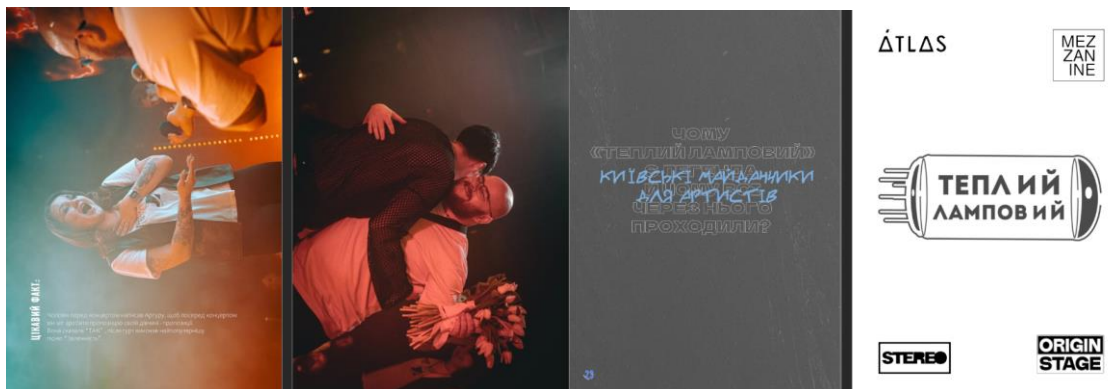
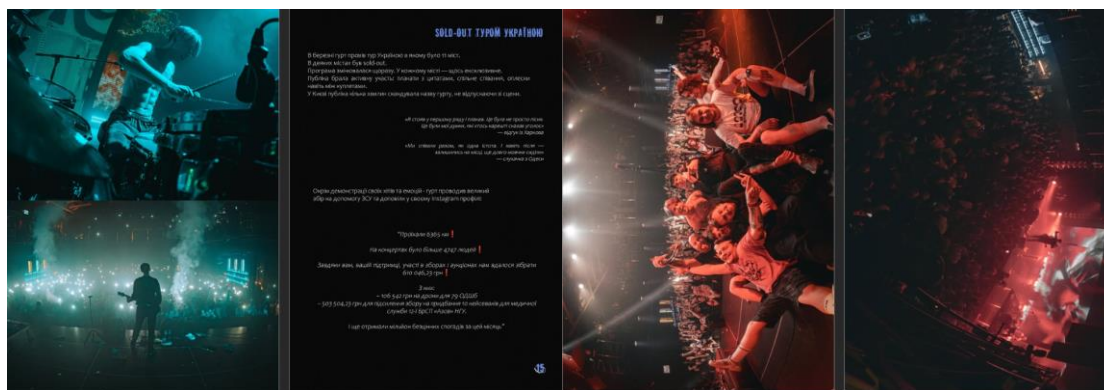
19.Eventix. *P603*. URL: <https://p603production.com.ua/> (date of access: 04.06.2025).

20.ПОТОП №5 «Непомітні» - Видавництво ПОТОП. *Видавництво ПОТОП*. URL: <https://potopvydav.com/> (дата звернення: 04.06.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А. Сторінки журналу





Додаток Б. Планшети для захисту

