

## **Содержание:**

# **Введение**

В современном мире, куда бы мы ни шли и чем бы ни занимались, нас окружают печатные издания. В магазинах, киосках, кафе и заправках за внимание людей борется бесконечное количество журналов и газет. В книжных магазинах имеются полки с книгами на всевозможные темы. Мы постоянно находим рекламные публикации в почтовых ящиках.

В последние годы многие предсказывали, что дни печатных изданий сочтены. Многие считали, что к XXI веку публикации получат виртуальный вид. Технологии действительно не разочаровали, но устремились в другом направлении. Развитие Всемирной паутины не стало препятствием для развития полиграфии:

Интернет дал свободный доступ к информации, просто стал удобным дополнением к жизни. Публикации в Интернете зачастую дешевле, проще и доступнее. Но ни один экран нельзя сравнить с ощущением прикосновения к книге или журналу. Более того, психологически многие печатные издания заслуживают большего доверия.

Сегодня дизайнерам многостраничных изданий приходится работать вдвое больше. Камнем преткновения является сильнейшее соревнование в мире публикаций. Магазины переполнены многополосными изданиями и поэтому читателя надо первоначально привлечь к своей продукции. Постепенно Интернет и цифровые носители (электронные книги, планшеты и т. Д.) Выходят на первое место с точки зрения удобства. Важно, проанализировать интересы целевой аудитории.

## **Актуальность исследования курсовой работы:**

Внешний вид и дизайн - это то, что определяет визуальное восприятие печатных изданий. Обложка, стиль оформления - все это играет очень важную роль. Внешний вид - первое впечатление, от него зависит, откроет ли книга читатель. Так, например, стиль важен для журнала, так что покупатель может легко распознать его от одного выпуска к другому. Правильная обложка и ее дизайн - залог продаж, он должен привлечь внимание покупателя за считанные секунды.

Хорошо выполненный визуальный дизайн должен четко отражать содержание публикации, суть продаваемого бренда, а в корпоративном издании подчеркивать ценности компании. Удачно подобранные конструктивные элементы - это не просто яркие и заметные шрифты или иллюстрации - это передача точного сообщения своей аудитории.

### **Степень изученности внешнего оформления многополосного издания:**

Многополосные издания предлагают различные графические средства: шрифт, орнамент, сюжет - все они широко используются при оформлении обложек, суперобложек и имеют особенности, обусловленные их природой. Большой спектр тем различной природы, содержащихся в книгах, требует различных форм их образного отображения.

При классификации обложек, суперобложек и форзацев в соответствии с принципом преобладания определенного графического элемента мы можем выделить пять групп, в которых лидирующее положение соответственно:

- шрифт;
- орнамент или непредметно-декоративное оформление;
- предметно-тематическое изображение;
- символическое или эмблематическое изображение;

Каждая из этих групп должна иметь свой индивидуальный стиль, который должен вписываться в общий дизайн издания. И чем оригинальнее будет контент (англ. content — содержание) и оформление издания, тем быстрее это привлечет внимание покупателя. В своей работе я хочу рассмотреть проблему визуального восприятия печатных изданий.

У каждой из этих групп должен быть свой индивидуальный стиль, который должен вписываться в общий дизайн публикации. И чем оригинальнее содержание и дизайн публикации, тем быстрее она привлечет внимание покупателя. В своей работе я хочу рассмотреть проблему визуального восприятия публикаций.

**Цель этой работы** — понять основные характерные особенности внешнего оформления многополосного издания, на основе его анализа, и понять какую роль играют конструктивные элементы на внешнее оформление книжного издания.

**Объектом исследования** является внешнее оформление изданий. Внешнее оформление и дизайн (англ., design – рисунок, эскиз) - это то, что определяет визуальное восприятие печатных изданий (публикаций). Обложка, стиль оформления – все это играет очень большую роль.

**Предметом исследования** являются конструктивные элементы внешнего оформления изданий. Конструктивные элементы книги – элементы, непосредственно участвующие в строении книги.

### **Задачи курсовой работы:**

С помощью оформительских средств можно значительно усилить воздействие книги на человека, сделать ее содержание более понятным и доступным, привлечь к ней внимание еще до того, как она попадет в руки читателя, поэтому одной из задач этой работы является выявление характерных особенностей и анализ конструктивных элементов внешнего оформления. Также в работе будут поставлены задачи:

- изучить общие принципы работы с внешним оформлением многостраничного издания;
- исследовать материальную конструкцию издания,
- познакомиться с конструктивными элементами книжного издания, изучить основные оформительские элементы книги;
- проанализировать концепцию дизайна издания

и предпроектной работы;

- рассмотреть основные виды многостраничных изданий;
- исследовать разнообразие полиграфических материалов, используемых для внешнего оформления книжных изданий;
- рассмотреть стандарты, распространяющиеся на внешнее оформление издания;

## **Глава 1. ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ И СТАНДАРТЫ ВНЕШНЕГО ОФОРМЛЕНИЯ МНОГОПОЛОСНЫХ ИЗДАНИЙ**

## 1.1. Концепция дизайна издания и предпроектная работа

Во многих отношениях дизайн публикации зависит от тщательно продуманной концепции. Концепция публикации - это концепция, связанная с конструктивным принципом подготовки произведения к публикации. Концепция отражает основную точку зрения дизайнера на публикацию - ее состав, содержание и форму всех элементов, редакционно-технические и печатные средства исполнения.

Предпроектная работа дизайнера связана с анализом и сбором материала, постановкой задач, изучением информации о возможных решениях, преимуществах и недостатках различных решений и разработкой собственных принципов дизайнера.

Как сказал дизайнер Фернандо Гутьеррес: «Все начинается с идеи, вы отвечаете ей, используя все свои знания, чтобы представить ее в максимально привлекательном и соблазнительном свете, насколько это возможно».

Концепция дизайна - это главная идея, образ будущего проекта, формулировка его смыслового содержания. Оригинальность и выразительность определяют уровень качества и свидетельствуют о красоте идеи. Реализация креативной концепции является обязательным условием хорошего дизайна издания. Не случайно, что дизайн в широком смысле означает «оригинальный ход мыслей, новую идею макета, красивый дизайн». Разрабатывая концепцию публикации, дизайнер мысленно связывает произведение с предполагаемой публикацией, представляя в своем единстве гармоничное целое. На рис. 1.1. - пример того, как дизайнер образно связывает название книги «Белые медведи» с изображением на обложке лица белого медведя.



Рис.1.1. Книга «Белые мишки»

При оформлении публикации дизайнер определяется с типо-типологическими характеристиками, которые лучше всего соответствуют специфике работы (тип литературы, жанр, содержание, авторские «Я») в сосредоточении внимания на потребностях и возможностях определенной группы читателей. Чтобы убедиться в правильности выбора, необходимо обосновать типотипные характеристики будущего издания. Для такого обоснования требуется, во-первых, раскрыть специфику работы и, во-вторых, уточнить место публикации в ретроспективном, текущем и перспективном информационных потоках.

Определение концепции, общая идея многостраничного издания является основной задачей при разработке дизайна любого проекта. Следует помнить, что концепция проекта должна во многом определяться вкусом и потребностями потенциальных читателей.

Задачей дизайнера на начальном этапе оформления публикации является изучение содержания и продумывание того, как оно будет выглядеть и ощущаться по отношению к сообщению. Каждый аспект печатного документа - его размер, шрифты, объем текста, взаимное расположение элементов - выступает в качестве носителя контента. Перед началом проекта дизайнер должен ответить на следующие вопросы:

- Кому адресовано многостраничное издание?
- В чем основная идея, суть издания?

Чем яснее будет цель и целевая аудитория проекта, тем лучше будет результат. Важно решить, будет ли дизайн печати традиционным или современным,

спокойным или агрессивным, промышленным, высокотехнологичным или в стиле «ручной работы», грубым или утонченным, черно-белым или цветным. Выбор того или иного стиля, помимо его визуальной составляющей, определяет технологию печати продукции.

Важными составляющими оформления издания являются композиционное решение, целостность формы, единство и характер всех элементов, соответствие содержанию. Это позволяет выбрать наиболее оптимальный вариант дизайнерского решения. Структура публикации представлена в системе разметки, взаимосвязи и согласованности всех ее материальных элементов, а также в разделении текста на основной и дополнительный. Проводится поиск методов решения, которые позволят использовать новые идеи или методы, которые уже зарекомендовали себя, прибегая к их модернизации и совершенствованию.

Ключевые факторы в дизайне печатной продукции:

1) Целевая аудитория - это конкретная аудитория, на которую направлено издание.

2) Требования к печатной продукции:

- функциональность;
- эстетическое и цветографическое решение должно быть гармонично выдержано;
- легкость восприятия информации.

3) Свойства печатной продукции:

- информационный;
- потребитель;
- эстетический и др.

Разработанная концепция позволяет нам рассмотреть вопрос о подготовке публикации. Чтобы подтвердить решение о публикации, необходимо определить рентабельность издания, проанализировать экономическую ситуацию, возможности существующей типографии, учесть творческие и производственные возможности редакции.

Печатные издания создаются для того, чтобы: информировать и просвещать, развлекать. Дизайн печатного издания не должен мешать пониманию информации,

но должен представлять материал в логическом и удобном формате и т. Д.

Четкое и последовательное расположение материала с логическим переходом с одной страницы на другую может быть достигнуто за счет использования хорошо структурированной модульной сетки. Если дизайнер разработает четкую систему размещения различных блоков информации, таких как заголовки, эпиграфы, вставки и т. Д., Читатель сможет легко перемещаться по тексту.

Все публикации имеют разную целевую аудиторию и определенные функции, поэтому каждая из них требует индивидуального подхода и уникального дизайнерского решения. В зависимости от объема информации и запросов от аудитории, дизайнер должен создать такой формат публикации, который заинтересует аудиторию и поможет читателям воспринимать контент таким образом.

## **1.2 Виды многополосных изданий**

Существует много видов многостраничных продуктов. Многостраничная продукция - это публикация, выпущенная на нескольких сшитых кусочках бумаги. Издания периодические, непериодические и текущие. Например, брошюра или каталог может быть хорошим решением, если вам нужно разместить большое количество информации.

Основные виды многостраничных продуктов включают в себя:

- книги;
- газеты;
- журналы;
- каталоги;
- буклеты;
- брошюры;
- альбомы;
- учебные пособия и др.

Рассмотрим каждый вид более подробно.

## 1.2.1. Брошюра

Брошюра - (от франц. «Brochure» - шить) - неперiodическое издание небольшого количества страниц, обычно в мягкой обложке. Содержание брошюры может быть очень разным, как и ее объем. Брошюры в основном носят рекламный характер, хотя брошюры также могут быть образовательными.

Типы брошюр очень разные, от простого текста до полноцветных глянцевых брошюр с использованием дорогих материалов и технологий. Брошюра позволяет получить самую необходимую информацию о товарах или услугах компании. Это один из сравнительно недорогих методов массового распространения информации (см. Рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Брошюра

## 1.2.2. Маркетинг-кит

Набор маркетинговых материалов, собранных в форме красочного печатного издания, содержащего историю о компании. Он используется в качестве презентации, демонстрации клиентам, клиентам и партнерам различий между этой компанией и ее конкурентами, ее успехов и достижений.

Маркетинговый комплект (см. Рис. 1.3.) помогает увеличить продажи и прибыль, предоставляя целевой аудитории исчерпывающую информацию о компании, ее продуктах и услугах, а также налаживая партнерские отношения.



Рис 1.3. Маркетинг-кит

## 1.2.3. Каталог

Печатный, полноцветный журнал, содержащий информацию о товарах и услугах компании. Это один из приоритетных рекламных инструментов для компании или предприятия. Требования к каталогу очень высоки, как к презентабельному глянцевого изданию. Основной функцией каталога является грамотное ознакомление потребителя с необходимым перечнем продукции компании. Цель каталога - побудить клиента совершить покупку или сделать заказ. (см. рис. 1.4.)

Каталог (от греч. «Katalogos» - список, список) - рекламное или справочное непериодическое издание, содержащее систематизированный список услуг или товаров. Периодический каталог представляет собой печатную продукцию, которая выпускается через определенные промежутки времени.

Имиджевый каталог, как правило, рассказывает о деятельности компании и ее успехах. По сути, каталог изображений необходим для информационных целей - он предлагается потенциальным клиентам на первичных встречах или распространяется посредством рассылки адресов. В процессе печати каталогов изображений, как правило, задействуются самые передовые технологии печати, а также качественная постпечатная обработка.

Рекламный каталог - это презентация товаров и услуг конкретной компании с ценами и информацией о специальных предложениях. Традиционно в таких каталогах есть прайс-лист на все объекты. Рекламные каталоги распространяются бесплатно в местах продаж или отправляются по почте.



Рис 1.4. Каталог

## 1.2.4. Годовой отчет

Многополосное издание, отражающее хозяйственную деятельность компании с помощью текстового и графического дизайна (диаграммы, графики и т. Д.), Ее достижения и ключевые финансовые показатели за определенный период времени. (см. рис. 1.5.)



Рис 1.5. Годовой отчет

## 1.2.5. Книга

Книга относится к одному из видов печатной продукции, неперiodического издания, как правило, в твердом переплете и с твердой обложкой, со средним или большим объемом страниц. Книга может быть носителем различной информации от учебных, научных до художественных произведений (см. рис. 1.6.)



Рис 1.6. Книга

Многополосная полиграфия - это серьезный ответственный проект, требующий значительных временных и финансовых затрат. Помимо определения необходимого формата продукта, вам необходимо выбрать метод печати

(цифровая или офсетная). Правильная подготовка макета к печати (допечатная подготовка) также играет огромную роль, поскольку требования к макету для производства многополосных публикаций очень высоки.

Взаимосвязь внешнего оформления с различными видами многополосной продукции

Внешнее оформление детской и взрослой литературы добавить картинку

Книги для детей и взрослых объединяет то, что они несут информацию. Детские книги написаны более простым и понятным языком. Детская книга предлагает не только чтение, но и другие аспекты общения с ней: просмотр картинок, обучение, всевозможные игры, раскраски, поделки, иллюстрации, импровизация на темы содержащихся в ней произведений и т. Д. Примечательна детская книга. Из-за богатства его типологического издания палитра дизайна, особое решение печатного языка книги, преобладающее значение текста иллюстративного ряда над текстом.

Книги для взрослых более лаконичны по дизайну (дорогие издания более изысканны и более серьезны по дизайну). Направленный на зрелую аудиторию. Возможен мелкий шрифт и конкретный словарный запас. В книгах для взрослых практически отсутствуют иллюстративные серии, текст несет основную информационную нагрузку.

### **1.3. ГОСТ на внешнее оформление издания**

Оформление обложки и переплета издания определяется художественным замыслом издателя и типологическими особенностями издания.

Сведения, размещаемые на обложке, суперобложке и переплете, должны идентифицировать издание и соответствовать выходным сведениям, приводимым на титульном листе издания. Не допускается приведение на обложке, суперобложке и переплете сведений, искажающих или противоречащих выходным сведениям на титульном листе издания.

На левой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета обязательно приводят:

- имя автора (авторов);

- -заглавие издания.

Количество авторов на первой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета должно соответствовать количеству авторов, указанных на титульном листе издания и, как правило, не должно превышать трех.

На первой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета официальных и нормативных изданий обязательно приводят:

- наименование официального учреждения
- имя автора (авторов);
- заглавие издания.

На первой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета многотомных изданий обязательно приводят

- имя автора (авторов);
- заглавие издания;
- обозначение и номер тома.

На первой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета выпусков книжных серий приводят:

- название серии и/или марку серии, номер выпуска серии;
- имя автора;
- заглавие издания.

На первой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета периодических и продолжающихся изданий должны быть указаны:

- номер ISSN (в правом верхнем углу);
- порядковый номер издания;
- заглавие издания;
- год выпуска издания

Издатель может приводить на первой странице обложки, суперобложки или на передней сторонке переплета все выходные сведения, которые указаны на титульном листе издания.

При отсутствии титульного листа на первой странице обложки приводятся все необходимые выходные сведения (по ГОСТ 7.4).

При толщине книжного блока свыше 9 мм на корешке обложки, переплета указывают:

- имя автора (авторов);
- заглавие издания;
- обозначение и номер тома, выпуска, части (для многотомных изданий);
- первые и последние слова или буквы (для многотомных справочных изданий и словарей).

Сведения на корешке печатают в установленной выше последовательности сверху вниз (см. приложение А). Для изданий, толщина блока которых превышает 40 мм, возможно использование поперечного расположения приводимых сведений.

Сведения, приводимые на корешке, разделяют полиграфическими средствами.

На четвертой странице обложки, суперобложки или на задней сторонке переплета в их нижней части приводится штриховой код издания.

Дополнительно могут приводиться сведения об авторах, о серии, об издателе и иная рекламная информация.

## **Глава 2. ОСНОВНЫЕ КОНСТРУКТИВНЫЕ**

### **И ОФОРМИТЕЛЬСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ КНИЖНОГО ИЗДАНИЯ**

Книга без обложки не может считаться готовой продукцией. Чтобы книга могла кратко описать ее содержание и цель даже без раскрытия, она должна быть соответствующим образом оформлена. С помощью инструментов дизайна вы можете значительно повысить влияние книги на человека, сделать его контент более понятным и доступным, привлечь к нему внимание еще до того, как он попадет в руки читателя. Для качественного оформления внешних элементов книги, таких как пылесборник, обложка, листовки, дизайнер должен иметь представление об интересах своих потенциальных читателей, особенностях различных групп чтения, условиях, в которых человек приобретает книгу и, конечно же, он должен знать содержание книги и цель ее публикации.

## 2.1. Конструктивные элементы внешнего оформления книжного издания

В зависимости от содержания литературу можно разделить на три типа (на самом деле их гораздо больше):

- когнитивная литература, которая не использует методы художественного отражения реальности, к которым можно отнести все виды научной, политической и технической литературы, большинство учебников, справочники, энциклопедии и т. Д.;
- фантастика, отражающая реальность в художественных образах;
- научная фантастика и научно-популярная литература.

Каждый из перечисленных типов литературы специфичен как по содержанию, так и по форме. Задача любого специалиста, участвующего в создании книги, состоит в том, чтобы сделать книгу максимально доступной для читателя. «Эффективность» книги очень сильно зависит от дизайнера.

Какие инструменты может использовать дизайнер при разработке внешних элементов книги, таких как пылесборник, обложка, книжный знак?

Основными составляющими содержания книги являются ее основная тема и идея, которые всегда появляются в комплексе. Под этой темой мы понимаем ряд явлений, попавших в сферу внимания автора произведения. Тема локализована в процессе выбора материала: исчезают незначительные явления, основные акценты. Это происходит под влиянием многих обстоятельств. Самым важным из них является мировоззрение, позиция и точка зрения автора на происходящие явления, которые выражаются в идее. Развивая, формируясь в систему, эта позиция в результате стоит перед читателем, организуя всю структуру работы, всю ее внутреннюю логику. Прослеживая это, читатель осознает основную идею автора о работе и, в зависимости от своей собственной точки зрения, принимает ее или отрицает. Книга всегда является носителем идей, поэтому разработчик должен стремиться к их осознанию, а затем донести до читателя свой опыт работы с книгой.

Однако есть некоторые трудности. Главное, что существует много тем, которые не поддаются прямому образному выражению. Особенно часто эта проблема

возникает при разработке научной литературы. Возьмем, к примеру, книгу по анализу бесконечно малых величин. Эта книга, построенная на ясной и красивой логической абстракции, информативна, ее тема определенно очерчена. Однако идея и тема этой книги вряд ли могут быть выражены в художественной форме. И таких книг много. Говоря о задачах дизайнера, мы должны иметь в виду выражение не столько содержания конкретного произведения, сколько характерных черт содержания всего литературного произведения, к которому принадлежит эта книга. В художественной литературе дизайнер может дать читателю представление о содержании работы более полно.

Тем не менее, тема работы не может быть полностью выражена с помощью дизайна. На обложке или обложке вы можете дать только обобщенное описание, только чтобы толкнуть читателя, чтобы понять наиболее важные аспекты работы. Успех работы в этом случае зависит от правильности выбора основных тематических ссылок и формы их выражения.

Обложка, переплет, суперобложка и форзац — Четыре основных элемента внешнего дизайна книги, которые составляют особую группу среди других элементов дизайна. Особенность этой группы состоит в том, что они объединяют две функции: первая, утилитарная (официальная), состоит в том, чтобы защитить книгу от ущерба, продлевая ее полезную жизнь; а второй - элементы декора.

### **2.1.1. Обложка (переплет)**

Обложка или переплет книги — долговечное покрытие, которое содержит ряд выходных данных, которые выполняют две функции: защитную и информационную рекламу. Прежде всего, покрытие защищает тонкие страницы книги от повреждений. Во-вторых, обложка (переплет) должна сообщить читателю, что он держит руки за книгу.

Коммерчески обложка (переплет) (см. рис. 6,7) является наиболее значимым элементом книги, так как она является «лицом» публикации. Следовательно, чем более привлекательный и гармоничный дизайн обложки, тем выше вероятность повлиять на выбор покупателя.

Характер оформления обложки или переплета определяется главным образом содержанием произведения, жанром и типом публикации (монопродукция, сбор, серийная публикация и т. Д.), Цель для определенной группы читателей. По

характеру дизайн может быть шрифтом, декоративным, символическим, сюжетным и т. Д.

На концепцию визуального решения влияет внутренний дизайн книги (в частности, система регистрации заголовков) и иллюстрации. Дизайн интерьера должен быть отражен в общей композиционной схеме обложки или связывания: в цвете, дизайне шрифта, в построении линий и т. Д. Иллюстративный материал имеет большое влияние на выбор темы для изображения на обложке или крышкой.

Конечно, всегда желательно, чтобы метод печати, типы дополнительной отделки, а также материалы: картон, бумага, краски, ткани - могли быть выбраны в соответствии с художественной концепцией, но на практике это не всегда так. Ограничения в выборе оборудования и материалов возникают из обращения, а также соображений экономической теории публикации и возможности материальной базы предприятия.

В дополнение к многоцветной печати для дизайна крышек / креплений используются дополнительные типы отделки:

- печать с помощью металлизированных чернил (для создания эффекта «золотых» и «серебряных» надписей);
- тиснение (горячее тиснение и слепка) с использованием фольги, красочной фольги, переплетных красок;
- выборочная лакировка;
- трафаретная печать (для создания более объемного эффекта изображения);
- приложение (способ создания орнаментов или художественных изображений путем наклеивания разноцветных тканей или бумаги на ткань или бумагу);
- инкрустация (дизайн связующего покрытия книжного блока с рисунком из кусков металла, дерева, кости, перламутра, встроенных в обвязочную крышку. Используется для подарочных изданий и выполняется вручную);
- окантовка ребер (метод регистрации краев книжного блока);
- украшение краев книжного блока (окраска края книжного блока - нанесение специальной краски на основе латекса на краю книжного блока, металлизация края книжного блока - покрытие края книжного блока с металлическим слоем

(золотой лист);

- термический подъем (отделка печатных изображений специальными термальными порошками, изменение рельефа отпечатка под воздействием теплового излучения);
- прессование пленки (ламинирование).

## **2.1.2. Суперобложка**

Суперобложка — дополнительная отдельная обложка публикации, сделанная, как правило, из глянцевой или матовой бумаги. Пылесборники защищают крышку от загрязнения и повреждений, а также служат для расширения и обогащения возможностей внешнего дизайна. И, конечно же, выполнять рекламную функцию. Обычно декоративно насыщенный пылезащитный чехол сопровождается лаконичным связыванием (см. рис.2.1.). Возможны и другие варианты:

- суперобложка и переплет являются образно насыщенными, но разнообразными и, следовательно, отличаются по составу, характеру решения и т. Д.;
- суперобложка и переплет отличаются по составу, технике и т. Д.;
- суперобложка точно повторяет состав и рисунок связывания, но в другом цветовом оформлении, которое вместе с другим материалом и печатью создает уникальное и четкое впечатление от связывания.

Для обеспечения сохранения дизайна и повышения его привлекательности некоторые ценные издания (подарок, сувенир и т. Д.), Независимо от того, есть ли на них пылезащитный чехол или нет, снабжены футляром (см. рис. 2.2).



Рис. 2.1. Переплет («дюшес», тиснение блинтовое и фольгой) и суперобложка

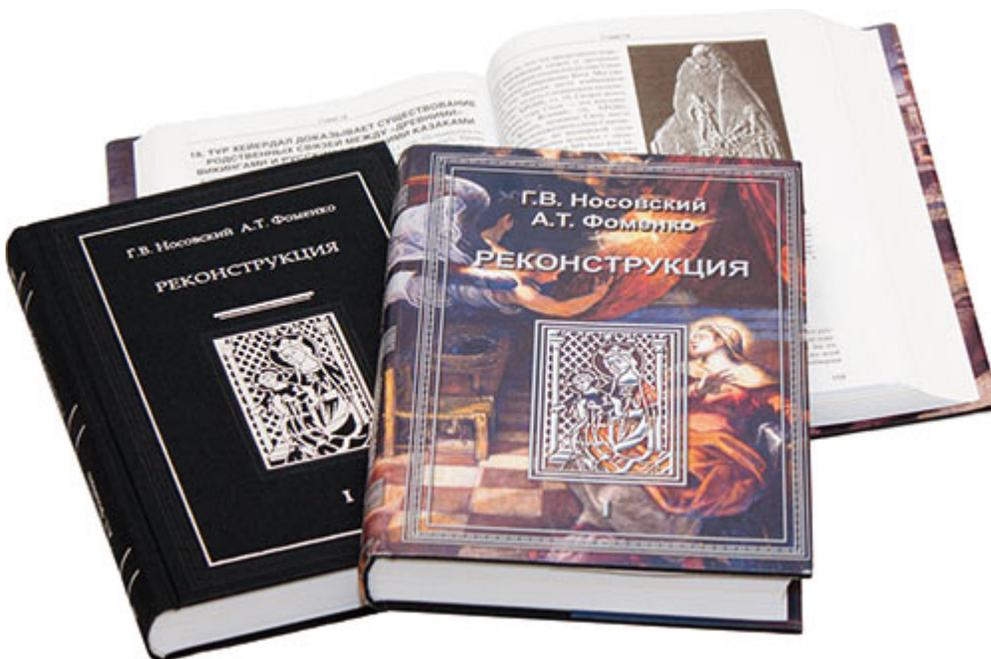


Рис. 2.2. Переплет книги и ее футляр

### 2.1.3 Форзац

Форзац — элемент внешнего оформления изданий, предназначенный для скрепления книжного блока с переплетной крышкой. Форзац является большим «плацдармом» для творчества при оформлении издания, он дает дизайнеру

возможность выразить характерные особенности произведения, настроить читателя на нужное его восприятие.

Помимо художественной информации на форзаце может содержаться справочная информация, например таблица химических элементов, географическая карта, исторические сведения и т.д. Такие форзацы, как правило, применяются для учебной и справочной литературы.

Форзацы могут быть одноцветными и цветными, а также беспредметными или тематическими (рис. 2.3. и 2.4.).



Рис. 2.3. Форзац в стиле акватипии

(мраморная бумага)

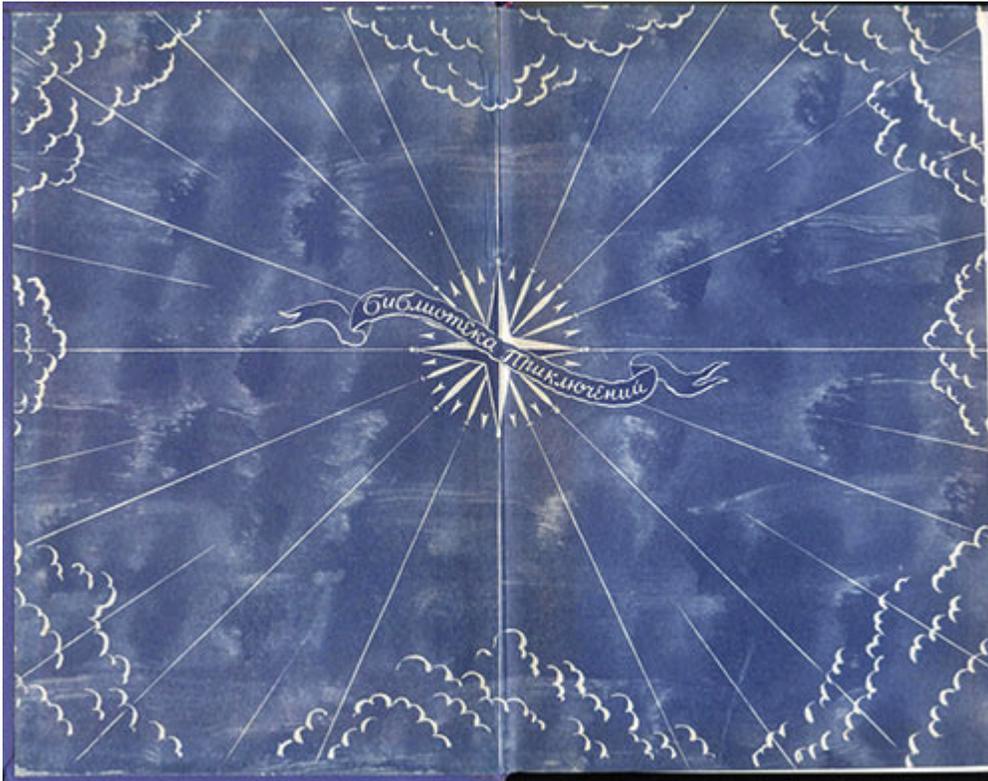


Рис. 2.4. Форзац книги из серии «Мир приключений»

Одноцветные форзацы изготавливают из белой или цветной бумаги с гладкой или фактурной поверхностью. Нельзя сказать, что простой белый форзац не имеет смыслового и эстетического значения — помещенный между ярким переплетом и нарядным титулом, он воспринимается как своеобразная пауза между двумя большими зрительными впечатлениями и по контрасту усиливает их. Однотонный цветной форзац, подобранный по цвету в сочетании с переплетом или в контрасте с ним, усиливает впечатление от него и подчеркивает гармоничность издания.

Форзацы тематически изобразительного характера делятся на орнаментальные, эмблематические, сюжетно иллюстративные, иллюстративно символические и др. Орнаментальные форзацы применимы практически во всех видах изданий. Реже применяются форзацы эмблематические. Они встречаются в изданиях научной, политической, художественной литературы. Форзацы с иллюстрацией в виде жанровой сцены применяются в основном для художественной и научно популярной литературы.

Особо иллюстрированные издания, обычно нарядно оформленные, требуют форзаца скорее простого, хотя и на плотной, высокого качества бумаге, в то время как массовые издания, особенно без иллюстраций, нуждаются в красивом, нарядном форзаце, служащем порой единственным украшением книги.

На выбор того или иного вида форзаца также влияет тираж книги. Влияние это не прямое, а косвенное — оно проявляется в зависимости от материальных и полиграфических возможностей, которыми располагает издательство (типография).

В художественном отношении оформление форзаца сложно взаимодействует с системой иллюстрирования, в частности с особенностями композиции и дизайна титульного листа, переплета (суперобложки). Как правило, в первую очередь решается вопрос об иллюстрациях и оформлении книги, затем об оформлении титула, суперобложки, переплета и только после этого устанавливается, каким будет форзац.

## **2.2. Основные оформительские элементы книжного издания**

Книжная графика располагает различными средствами: шрифтовыми (см. рис. 10, 11), орнаментальными, сюжетными — все они широко применяются при оформлении обложек, суперобложек и имеют особенности, обусловленные их природой. Широкий диапазон разных по характеру тем, заключенных в книгах, требует разнообразных форм их образного отображения. Чтобы выяснить особенности тех или иных средств оформления, полезно провести классификацию различных вариантов решений обложек, суперобложек и форзацев в зависимости от характера главного оформительского элемента.

Задача эта усложняется тем, что в большинстве случаев на сторонах обложек, переплетов или суперобложек одновременно используется несколько разнородных оформительских элементов: рядом со шрифтом может быть орнамент или изображение сюжетного характера. Шрифт часто сочетается с символом или с эмблемой и т.д. Поэтому мы будем проводить классификацию приемов оформления по принципу установления ведущего элемента в композиции. При этом критерием, определяющим преимущество одного элемента над другим, будет его роль в раскрытии связи с содержанием книги. Установить этот критерий необходимо, ибо очень часто можно встретить, например, обложку с большой орнаментальной нагрузкой, но не относящуюся к орнаментальному типу, потому что сюжетный рисунок, включенный в композицию, является главным по характеристике темы, а орнамент представляет собой лишь обрамление.

Классифицируя обложки, суперобложки, форзацы по принципу преобладания того или иного изобразительного элемента, можно выделить пять групп, в которых ведущим соответственно является:

- шрифт;
- орнамент или непредметнодекоративное оформление;
- предметнотематическое изображение;
- символическое или эмблематическое изображение;
- сюжетнотематическое изображение.

Принадлежность оформления к любой из этих групп не исключает, как уже говорилось, наличия в композиции элементов, характерных для других групп. Разница лишь в «удельном весе», в соотношении этих элементов, в степени их участия в раскрытии тематических связей с книгой. Эти связи могут быть прямыми и выражаться в конкретном образе (предметнотематическое, символическое, сюжетное изображение) и косвенными, построенными на ассоциативном выражении (шрифт, орнамент), на художественной образности.

Художественный образ и художественная образность — понятия близкие, но не равнозначные. Говоря о художественном образе, мы всегда имеем в качестве объекта художественного отражения конкретные предметы или явления реальной действительности. В произведении они приобретают жизненную убедительность в обобщенной до той или иной степени форме. Но как бы то ни было, художественный образ создается на основе предметного мира и воспроизводит его. Художественный образ, несмотря на свою специфическую природу, остается, как и любой образ, субъективной картиной объективного мира.

Художественная образность — это качество, которым может обладать и непредметное изображение, не являющееся продуктом непосредственного отражения предметного мира, например шрифт или орнамент; это способность вызывать ассоциативные представления у зрителя, позволяющие в той или иной степени косвенно соотнести непредметное изображение с явлениями предметного мира. Художественная образность порой улавливается как нечто очень тонкое, сложное, метафорическое. Книжное оформление всегда создается дизайнером и воспринимается читателем в связи с литературным текстом. Содержание и его форма помогают зрителю активно домысливать виденное на основе прочитанного.

Поэтому принципиально важно во всех случаях не только сохранять единение текста и изображения в книге, но и точно соотносить замысел дизайнера и специфику избранных им средств художественной выразительности с особенностями оформляемого произведения.

Анализ конкретных образцов книжного оформления позволит увидеть разнообразие связей с произведением и способов, которыми они могут быть выявлены при помощи художественного образа или художественной образности.

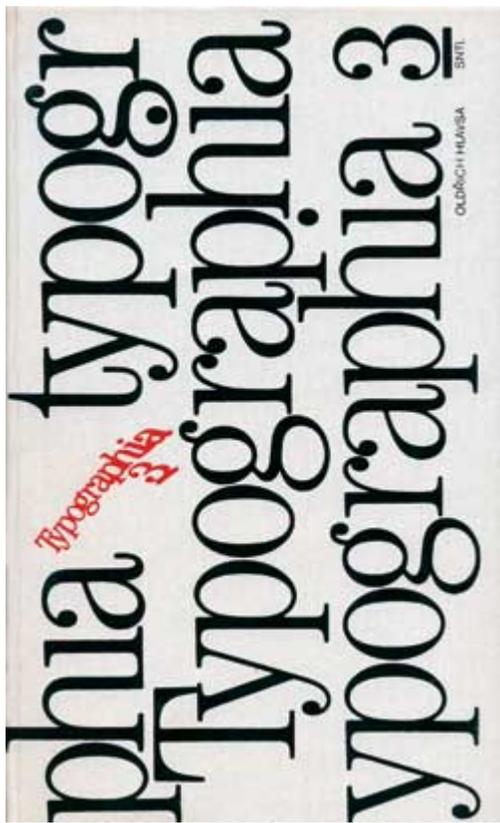


Рис 2.5. Oldrich Hlavsa (1986)

### **2.2.1. Шрифтовой вид оформления книжного издания**

Часто можно слышать, что при помощи шрифтов невозможно выразить никакую идею, что шрифт по природе своей лишен индивидуальных изобразительных качеств, которыми обладает, например, рисунок или даже орнамент, что его следует принимать лишь как знаки письменности. Встречается и другая точка зрения: шрифт обязательно должен выражать какую-либо определенную идею или конкретный сюжет. Этот взгляд, свойственный художникам книги прошлого, нашел

свое воплощение в «изобразительных» шрифтах конца XIX — начала XX века, имитирующих сосульки, поленья и другие предметы, а иногда даже людей и животных.

Оба этих противоположных мнения неверны в своей категоричности. Вопрос об образности шрифта, его возможностях в плане отражения какихто особенностей издания или произведения может быть решен только на основе анализа природы шрифта как самого по себе, так и в связи с другими элементами оформления.

Главная функция шрифта — в условной графической форме фиксировать обозначение звуков алфавита. Эта функция внехудожественная, служебная и обязательная. Любое отступление от нее ведет к ущербу шрифта. Однако шрифт всегда содержит в себе большие потенциальные возможности для выявления эстетических качеств, главным образом архитектурных.

Ритмическое построение буквы, связь ее с другими знаками, образующими слово, — сложная художественная задача, решение которой требует большого опыта и развитого эстетического чувства. В наборных шрифтах классических типов эта задача нашла свое исторически закономерное решение. В пропорциях букв, в их насыщенности, в движении составляющих их элементов всегда чувствуется отзвук стиливых норм эпохи, в которую они создавались. В этих качествах можно увидеть черты художественности, позволяющей причислить лучшие образцы текстовых и рукописных шрифтов к произведениям искусства. Но произведения шрифтового искусства очень редко существуют самостоятельно — почти всегда они являются деталью комплекса — архитектурного, книжного и т.д., что обусловлено прикладным характером шрифтового искусства.

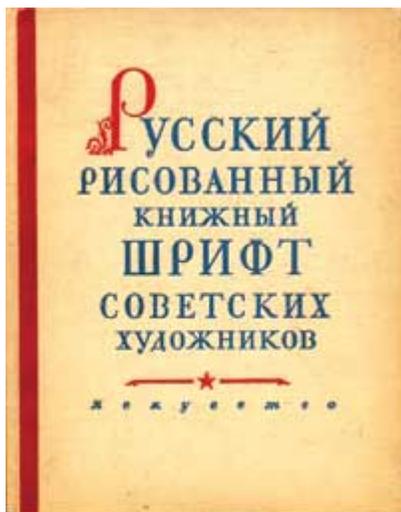


Рис 2.6. Б.Титов (1953)

Нас, естественно, больше всего интересует шрифт в книге — явлении сложном, разнохарактерном. Мы уже говорили, что внешнее оформление книги может решать разные задачи в плане воздействия на читателя: просто информировать его, давать о книге более сложное представление, определенную интерпретацию темы произведения или, способствуя книжной торговле, содержать в себе рекламные элементы. В зависимости от этого функции шрифта могут меняться, но процесс их выявления — всегда творческий.

Работая с наборными шрифтами — наиболее устойчивыми по графическим характеристикам и универсальными, дизайнер в каждом конкретном случае решает творческую задачу выбора гарнитуры шрифта, его начертания, кегля и т.д. При этом в одном случае нужно выделить главное в композиции, в другом — найти пропорциональные соотношения шрифтовых групп, в третьем — создать цельную композиционную систему, соответствующую духу книги.

В композициях с рисованными индивидуальными шрифтами выразительность композиционного решения становится еще более наглядной и убедительной, потому что дизайнер может применять значительно более широкий диапазон средств образного воздействия на читателя.

Обобщить сказанное поможет анализ тех элементов шрифтов, которые сообщают им черты образности, позволяющей передавать содержание книги либо отображать на обложке или переплете мысль, заложенную в названии книги.

## **2.2.2. Акцентирующие элементы оформления книжного издания**

Под этим термином мы подразумеваем элементы шрифта, которые позволяют дизайнеру выделять в шрифтовой композиции наиболее существенные (с точки зрения смысла) слова и фразы в тексте переплета, обложки, суперобложки или титула.

К акцентирующим средствам можно отнести: варьирование размера букв, их наклона и начертания; изменение цвета и фактуры букв, порядок разбивки слов текста по строкам и т.д. Акцентировка текста необходима не только при индивидуальном оформлении обложки и переплета, но и тогда, когда оформление производится набором.

Проблема акцентировки главного в надписи на сторонке переплета или обложки заключается не только в выявлении смысла написанного, но и в организации стройной шрифтовой композиции, в нахождении правильного пространственного и масштабного соотношения всех элементов. При этом возможны отступления от традиционной акцентировки шрифтом названия книги. Например, более правильно выделить, например, фамилию автора, если речь идет об оформлении сборника, обезличенного названием «Избранное» или «Собрание сочинений».

Формальное использование акцентирующих средств может привести к искажению смысла. Типичными примерами можно считать неоправданное выделение второстепенных элементов текста, бессмысленную акцентировку слогов, образованную ненужными переносами слов.

### **2.2.3. Ассоциативно-смысловые элементы оформления книжного издания**

К этому понятию мы относим такие качества шрифта, при помощи которых дизайнер может вызвать у зрителя представление о характерных особенностях, присущих данному произведению. Например, указание на эпоху, о которой повествует книга, на ее национальные черты, на связь с каким-то определенным явлением и т.д.

Такие особенности шрифта, сложившиеся в процессе его длительного исторического развития, обязывают дизайнеров очень тонко подходить к оценке тематики произведения и его характера. Дело в том, что ассоциативно-смысловые оттенки в шрифте (см. рис. 12) воспринимаются зрителем главным образом на основе тех или иных традиций, ассоциаций, сравнений, связей. Это можно проследить на самом различном материале — от наборного шрифта до рукописного. Заметнее всего действие традиционносмысловых элементов проявилось в гарнитуре, рисунке шрифта, в его цвете, контрастности и рельефности.

Выразительность и характерность наборного шрифта хорошо заметна при сравнении двух гарнитур — «Елизаветинской» и «Родченко». У читателя, даже не искушенного в оформлении книги, вызовет недоумение обложка к произведениям Маяковского, набранная «Елизаветинской» гарнитурой, точно так же, как сочинения Ломоносова или басни Сумарокова с обложкой, набранной «Родченко».

Ясно, что причина этой неувязки лежит в стиливых особенностях шрифтов, являющихся продуктом культуры разных эпох, так же как и творчество Маяковского, Ломоносова или Сумарокова.

Дизайнеры широко пользуются изобразительными возможностями шрифта для придания книге исторической или национальной окраски. Яркими примерами этого могут служить лучшие работы С.Телингатера, В.Лазурского, С.Пожарского, Е.Когана, Я.Егорова, Д.Бисти, Г.Дмитриева, Е.Ганнушкина и многих других, где эти дизайнеры (раньше они назывались более правильно — художники книги) достигают гармоничного сочетания в шрифте традиционносмысловых элементов, вызывающих у читателя необходимые ассоциации, с содержанием книги и с чертами, характерными для современной книжной графики. Наглядным примером тому может служить оформление художником Б.Титовым книги «Русский рисованный шрифт советских художников», в котором удачно сочетаются элементы старого и нового русского национального шрифта.

Мы отметили наиболее яркие черты шрифта, придающие ему смысловой оттенок. Но существует и множество других нюансов, например вариации пропорций букв в зависимости от их ритмических сочетаний и цветовой напряженности, которые нельзя точно рассчитать, но которые оказывают воздействие на зрителя. Мы говорим: выразительный шрифт, легкий или тяжелый, динамичный или вялый. Иногда замечаем, что для данной книги этот шрифт не подходит, часто не отдавая себе отчета в причинах этих ощущений. Поэтому можно сделать вывод, что шрифт имеет ряд качеств, которые позволяют ему характеризовать смысловую сторону книги или ее тематику. Правда, он не создает конкретного художественного образа, а ограничивается лишь ассоциативной формой выражения. Вспоминая вышесказанное о теме произведения, можно констатировать, что при помощи шрифта удастся выявить некоторые стороны содержания книги, особенно такие, которые касаются обобщенной ее характеристики.



Рис 2.7. Н. Антипова (1998)

Универсальность шрифта как средства оформления дает возможность пользоваться им значительно шире, чем любыми другими оформительскими средствами. В самом деле, без него не обходится ни одна книга! Но особенно часто шрифт применяется в качестве ведущего элемента оформления обложки в познавательной литературе. Здесь его функции, в основном информационные, могут обогащаться благодаря использованию тех ассоциативных образных качеств, которые способствуют уточнению типа литературы. По ассоциации с нашими представлениями о научной книге, о ее строгом логическом строе шрифтовая композиция обложки научного издания должна характеризоваться спокойной архитектурной целостностью, может быть даже монументальностью, которая проявляется и в начертании отдельных букв, и в масштабности шрифта, и в его ритме. Рекламная литература, напротив, может быть построена на динамичной, яркой композиции с сильной, почти лозунговой акцентировкой смысла.

В оформлении серийных изданий индивидуальность шрифтового решения должна способствовать тому, чтобы читатель легко запомнил характер шрифта и мог по нему устанавливать принадлежность книги к данной серии.

Книжное искусство богато именами мастеров шрифтового оформления. В разное время они создали много прекрасных образцов наборных и рисованных обложек и суперобложек. В настоящее время характер применения шрифта в книжном оформлении стал меняться. Декоративность, к которой стремятся наши издатели и дизайнеры, теперь часто приводит к отходу от классических форм шрифта. В тех случаях, когда эта тенденция не противоречит природе шрифта, его функциям,

декоративность служит пользе дела.

В связи с этим нужно сказать, что декоративное начало может проявляться в шрифте очень сильно. Ритмическая связь отдельных букв, характер их пропорций, начертание, цвет, фактурность и наличие на них орнаментальных украшений — все это на плоскости обложки должно образовывать единую декоративную композицию. Все элементы декоративности в шрифте должны быть мотивированы связью с содержанием книги и должны помогать его выявлению.

## **2.2.4. Орнаментальный вид оформления книжного издания**

Орнамент, так же как и шрифт, в большинстве случаев косвенно отражает содержание произведения, но по сравнению со шрифтом более ограничен в выражении смысловой связи с произведением. Поэтому область применения орнамента как самостоятельного средства оформления уже, чем у шрифта.

К сожалению, сегодня орнамент почти исключен из практики книжного оформления и мало применяется для декора переплетов и обложек. Но когда-то регулярный орнамент, богато представленный в разнообразных рисунках, широко использовался для самых разных книг. И было время, когда всевозможные линейки и знаки набора (вплоть до математических символов) с большой изобретательностью и умением включались во внешнее и внутреннее книжное оформление.

Орнамент как главный элемент композиции с успехом используется при создании обложек и переплетов для книг лишь определенной тематики. Зато как вспомогательный элемент он очень широко применяется на стороне, форзаце, корешке и на прочих элементах, когда не ставятся задачи прямого отражения содержания.

Орнамент почти всегда создается на тематической основе — мотиве, который является не чем иным, как декоративным отражением реальных форм окружающего нас мира — цветов, животных, предметов. Он также может состоять из геометрических линий, фигур и т.п. Орнаментальные мотивы, таким образом, неравноценны с точки зрения их тематической сущности.

Геометрический орнамент менее выразителен, чем животный или даже растительный, приобретающий иногда символическое значение (колосья, лавровые и дубовые ветви и т.п.). Традиции употребления различных элементов орнамента можно проследить на протяжении многих веков у разных народов, причем эволюция орнаментальных мотивов и форм продолжается и по сей день.

Накопленное многими поколениями богатство орнаментального искусства базируется на единстве двух основ — содержания и пластики орнамента. Содержание, глубоко специфичное, в сути своей часто несет тематические традиционно смысловые элементы (см. рис. 13). Дизайнер, работая с орнаментом, должен видеть эту основу и уметь ее использовать для развития тематических связей с произведением. Можно найти много примеров, говорящих об умелом использовании орнамента. Так, орнамент вполне уместен на переплете книги «Цветоводство», где он может являться главным средством раскрытия темы произведения. Широко применяется орнамент при оформлении книг, посвященных прикладному искусству, кустарным промыслам, художественным ремеслам и пр., то есть тогда, когда возникает потребность в обобщенной трактовке содержания книги на тему, связанную с орнаментом.

Национальная природа орнамента позволяет широко использовать его как средство для оформления таких изданий, как антологии национальных литератур, в которых нужно найти синтезированное решение, дающее общую характеристику книги с точки зрения ее национальной принадлежности.

Надо отметить, что чрезмерное увлечение орнаментом при оформлении книжных обложек и переплетов почти всегда приводит к однообразию. Не так давно в практике наших издательств можно было наблюдать этот недостаток в оформлении национальной литературы. Все книги независимо от их содержания нагружались национальным орнаментом, который нивелировал индивидуальность произведения, отодвигая на второй план его тематическую сущность.

Такт при использовании орнаментов в книжном оформлении должен присутствовать при разработке любого элемента оформления. Обращаясь к орнаменту, дизайнер должен отдавать себе отчет в том, какую цель он преследует, что именно хочет выразить.

Орнамент характеризуется очень большой декоративной выразительностью, которая играет значительную роль в системе изобразительных средств. Пластическое развитие орнаментального мотива происходит в декоративном

плане, путем ритмизации элементов, разработки тональных и цветовых отношений, сочетания раппортов.



Рис 2.8. Форзац. Н. Антипова (1998)

Изменение цветовой напряженности, величины орнаментальных элементов и т.п. влияет на эмоциональное восприятие орнамента зрителем. Изменяя ритм и наклон элементов, можно научить их «двигаться» с разной скоростью, заставить выступать одни элементы и отступать другие и т.д.

Часто орнамент применяется для оформления форзаца. Форзац — элемент, служащий в книге главным образом для связи блока книги с крышкой и не играющий значительной роли в комплексе элементов оформления. Утилитарные функции форзаца определяют его второстепенную роль. В большинстве своем однотонный и лишенный изображения форзац в интересах создания единого книжного организма иногда декорируется орнаментом. Этот орнамент может быть беспредметным, имитирующим мрамор, или тематическим, связанным по смыслу с книгой. В любом случае форзац становится элементом, который должен быть по теме и декоративному строю связан со всем книжным ансамблем, как бы аккомпанируя ему.

Иногда на форзацах изображается орнамент, включающий предметы и даже фигуры. В этом случае он должен увязываться с тематической основой произведения и быть очень обобщенным, чтобы не мешать остальным элементам внешнего и внутреннего оформления.

Орнаментальная суперобложка также довольно распространенное явление. Принцип ее построения примерно тот же, что и обложки, с той лишь разницей, что орнамент на ней может получать сравнительно большую свободу. Это оправдывается ее служебной или рекламной функцией в книге.

Орнамент в классическом понимании этого слова не исчерпывает всего разнообразия образцов орнаментально-декоративного типа оформления внешних элементов книги. В последние годы дизайнеры пробуют вводить в книгу неорнаментальные декоративные бессюжетные элементы, которые приобретают смысл только в связи с содержанием оформляемой книги. В таких решениях делается попытка при помощи фактуры, цвета, ритмической организации пятен, полос, линий добиться образных ассоциаций с произведением. Особенно часто этот способ используется при оформлении художественной литературы, в частности поэзии, где обобщенность образа, его поэтическая ткань заставляют отходить от конкретности реального предметного мира в сторону эмоциональных образов. Элегическое настроение стихов Есенина, бурная революционность поэзии Маяковского, своеобразная чеховская гамма переживаний, классическая строгость пушкинских произведений и романтика Лермонтова — все это в представлении дизайнера может ассоциироваться с какими-то цветовыми и фактурными аккордами и ритмическими гармониями. Они, так же как орнамент и шрифт, не представляют собой конкретного художественного образа, но их ассоциативная образность очевидна. Чаще всего при оформлении обложки, суперобложки или форзаца такое решение используется в разработке фона, который способен порой оказать на зрителя сильное эмоциональное воздействие.

Однако использование непредметных и декоративных бессюжетных приемов оформления вряд ли может претендовать на универсальность и выразительность. Разговор о качестве художественного решения в этом случае чаще всего ограничивается ссылкой на его созвучность общему тону книги. Иногда декоративность такого типа может носить в какой-то мере нейтральный характер по отношению к книге, ничего не выражать, а просто украшать ее. Это можно наблюдать, например, когда создается серийное оформление, объединяющее разнохарактерные и разнотипные произведения.

Рассмотренные выше два типа художественного оформления — шрифтовой и орнаментально-декоративный — косвенно отражают содержание. Другие типы оформления, благодаря конкретности образа, который лежит в их основе, более тесно связаны с темой книги.

## 2.3. Полиграфические материалы, используемые для внешнего оформления книжных изданий

### 2.3.1. Клей

Клеи (см. рис. 2.9) в переплетных процессах используются при обработке блоков (приклеивание позвоночника, склеивание бумаги, каптал и других частей к позвоночнику), при изготовлении сложных переплетных крышек и при вставке блоков в колпачки. Клей характеризуется вязкостью, выраженной в миллипаскалях в секунду ( $\text{мПа} \cdot \text{с}$ ), и процентным содержанием твердых веществ. Например, желатиновый клей имеет низкую вязкость - около  $900 \text{ мПа} \cdot \text{с}$ , а дисперсионный клей для рукоделия - до  $19\,000 \text{ мПа} \cdot \text{с}$ .

Эукалиновый клей является популярным клеем в типографиях, которые выпускают книги в обложках, а также «бесхвостые».



Рис. 2.9. Полиграфические материалы

В зависимости от серии клей подходит для следующих операций склеивания:

- термоклей для склеивания вкладышей (для склеивания позвоночника). Белый клей;
- дисперсионный клей для вставки книжного блока, склеивания форзацев и капталей, изделий кустарного промысла;
- желатиновый клей (в брикетах) для изготовления обложек книг.

Также предлагаются другие сорта клея EUKALIN, которые подходят для изготовления упаковки (склеивание мелованного картона, сложных материалов и т. Д.) И конвертов.

## 2.3.2. Картон

Переплетный картон по своему составу и структуре обычно близок к бумаге и изготавливается, в принципе, по той же технологии. Тем не менее, он имеет определенные различия, что приводит к формированию слегка отличных свойств, чем у бумаги для печати. Растительные волокна, составляющие основу картона, намного менее очищены от смолистых примесей, они не отбелены (за редкими исключениями) и более грубо отшлифованы, в результате чего картон имеет коричневый цвет, большую пористость и влагоемкость. , шероховатая поверхность и хрупкость при сгибании. Толщина картона довольно большая и составляет 0,5-3,0 мм при массе 1 м<sup>2</sup> 250 г и более.

Переплетный картон должен обладать такими характеристиками, как высокая прочность, устойчивость к деформации, высокая впитывающая способность и легкость резки.

В русской печати основой для переплета большинства книг является отечественный картон.

Марка Карра Eskaboard (Нидерланды) известна по зарубежным переплетным картонам - этот твердый сверхлегкий переплетный картон изготовлен из 100% макулатуры по современной технологии, что гарантирует его высокое качество, отличную жесткость, ровную и гладкую поверхность и исключает возможность деформации и расслаивания.

Luxline (Нидерланды) - прочный графический картон, наклеенный с одной стороны белой бумагой, не содержащей дерева. Идеальная для печати, гладкая поверхность позволяет наносить на нее различные материалы. Изделия сохраняют свои качества в разных климатических условиях. Картон можно штамповать, компостировать, гнуть, резать, фрезеровать и сверлить. Помимо изготовления переплетного дела этот материал подходит для изготовления жесткой упаковки для настольных игр, подарков, обуви, одежды, сигар, шоколада, косметики, спиртных напитков и многого другого. Диапазон толщины этого материала варьируется от 0,7 до 3,0 мм. Материал поставляется в листах, стандартный

формат которых 70x100 см.

Foamboard (Moormann Karton, Нидерланды) - трехслойный картон, состоящий из переплетного картона, поролона и войлочной бумаги. Он используется для изготовления обложек книг, книг, дневников, папок меню презентаций.

### 2.3.3. Переплетные материалы

Покрывающие материалы, такие как ледерин, балакрон, бязь и т. Д., Используются для изготовления переплетных крышек. Они склеивают картон при переплетном деле и используют их при изготовлении обложек, папок, тетрадей, дневников, туб, футляров и эксклюзивной упаковки.

В целях систематизации весь ассортимент связующих материалов можно разделить на пять групп.

#### 1. Бумажные переплетные материалы

Efalin (производитель - Zanders, Германия) представляет собой высокопрочный бумажный переплетный материал с тиснением, запечатывается всеми видами печати, прекрасно тиснится фольгой. Область применения - обложка, форзацы, пакеты (см. рис. 2.10).

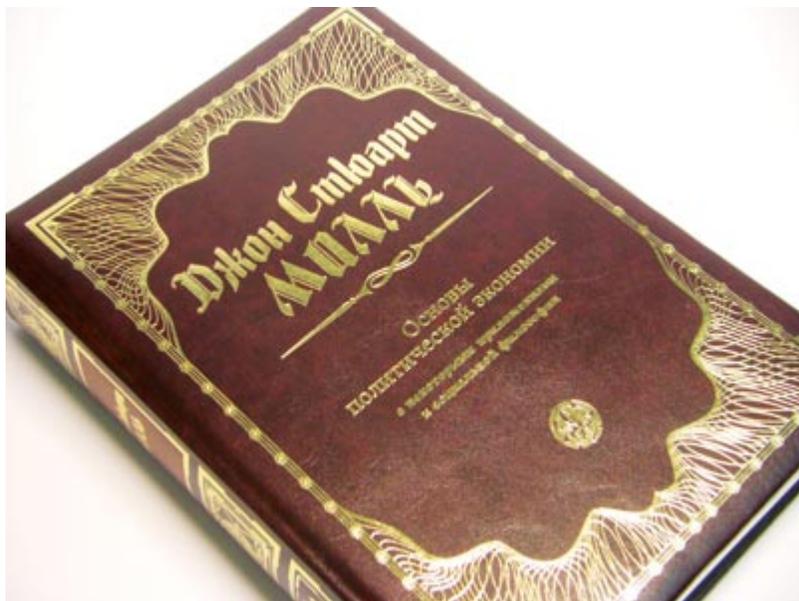
Luxrask (производитель - Favini, Италия) - тисненный бумажный переплетный материал. Он запечатывается всеми видами печати, прекрасно тиснится фольгой.



Рис.2.10. Использован листовой переплетный материал EfaIn, тиснение «новый лен», высокобелый 108, 120 г/м<sup>2</sup>

Переплетные материалы из искусственной кожи

Искусственная кожа (см. рис. 2.11), например Fiscagonima, представляет собой полиуретановое покрытие на нетканой (коагулянтной) основе. Широкая цветовая гамма доступна с различными типами тиснения. При комбинированном воздействии температуры и давления материал меняет цвет.



2.11. Для переплета использована синтетическая кожа Nebraska B 459, Бордо, 250 г/м<sup>2</sup>. Тиснение фольгой KURZ

Флокированные бумаги и картоны

Flock Velours (Нидерланды) - флокированная бумага (похожая на традиционную бархатную бумагу) состоит из бумажной основы (90 г / м<sup>2</sup>), вододисперсионного клея и вискозы. Рекомендуется для изготовления роскошной упаковки, переплетного дела, изготовления сумок. Поставщиком материала является компания «Double V».

Luxine (см. рис. 2.11)- этот материал специально разработан для приклеивания к любой поверхности и подложке. Клей лучше подбирать в зависимости от типа подложки; стабильные результаты получены с использованием полимерных клеев (винилацетат и винилэтилен). Поверхность может быть запечатана с помощью трафаретной печати (офсет возможен, но результаты не гарантированы), а также горячей штамповки и горячей штамповки.



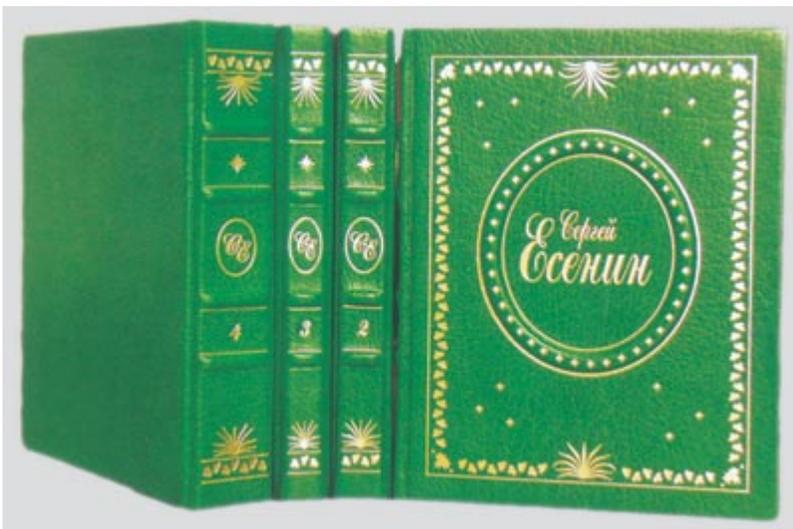
2.12. Образец запечатки флокированного переплетного материала Luxine, светло-бежевый, 375 г/м<sup>2</sup>

Lynel Fur SG - это связующий материал с флокированной поверхностью, имитирующий шкуры животных.

Синтетические и тканевые переплетные материалы на бумажной основе

Balacron (производитель BN International, Нидерланды) представляет собой связующий материал на бумажной основе, на одну сторону которого нанесено цветное модифицированное ПВХ покрытие. Хорошо тисненая фольгой.

Используется для переплетного дела книг, фотоальбомов, дневников, удостоверений личности, папок для документов, для отделки коробок подарочной упаковки (см. рис. 2.12).

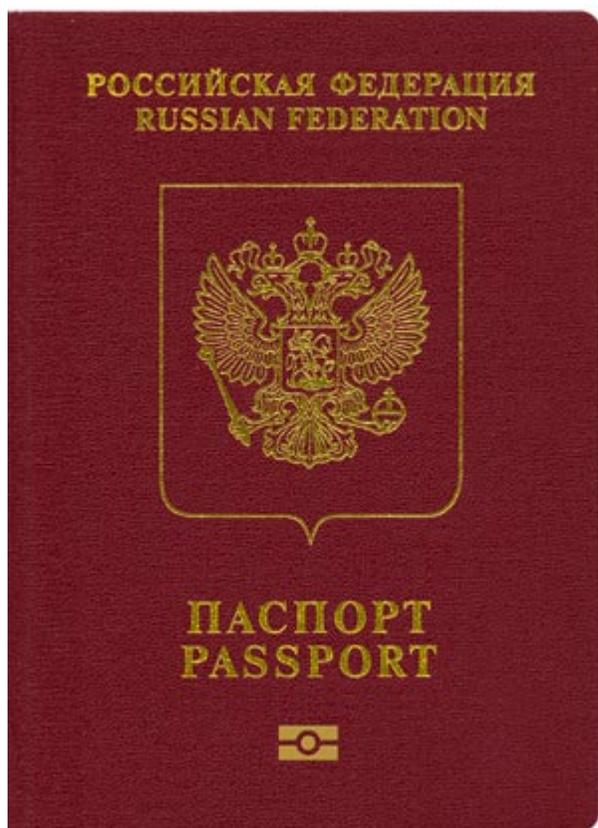


## 2.12. Обложка выполнена из натуральной кожи, тиснение золотом

Бумвинил представляет собой связующий материал на основе бумаги с ПВХ-покрытием, обладающий высокой механической прочностью и хорошей впитывающей способностью. Эти свойства основы обеспечивают хорошую адгезию покрытия и предотвращают скручивание материала при нанесении на него клея. В качестве покрытия для материала использовали нитро с поверхностным слоем полиамидного лака. При последующей отделке лица на материал наносятся различные рисунки методом тиснения, благодаря которому материал имитирует рельефную текстуру (матирование, соломка, зеркальный эффект и т. Д.).

### Материалы на тканевой основе

Ледерин - связующий материал. Существует два типа ледерина: на бумажной и тканевой основе. Ледерин водостойкий, имеет глянцевую поверхность с рисунком. Материал на тканевой основе используется для изготовления обложки российского паспорта (см. рис.2.13).



## 2.13. Обложка нового российского загранпаспорта с микросхемой выполнена из материала на тканевой основе

Бязь - связующий материал, при производстве которого в качестве основы в основном используется хлопчатобумажная ткань бязь. Также используются ткани любой текстуры (пикирование, полудуница, капля росы, «элегантность» и т. Д.). Фасадное покрытие материала представляет собой цветную пленку, состоящую из минеральных наполнителей и красителей, оставшихся в углублениях между нитями основы. На изнаночную сторону основы нанесена яркая грунтовка с минеральными наполнителями. В результате этой обработки вы можете получить широкий спектр переплетных материалов, отвечающих требованиям художественного и печатного оформления книги. Отделка переплетных крышек может быть выполнена путем тиснения фольгой или печати специальными чернилами без мелких элементов рисунка.

## **Заключение**

Рассмотренные в курсовой работе материалы содержат сведения о внутреннем оформлении многостраничных изданий, структуре издания, важности конструктивных, оформительских элементах и т.д.

В процессе исследования были рассмотрены основные виды многостраничных печатных изданий. Особое внимание было уделено конструкции и оформлению изданий. Работа над изданием начинается с определения руководящей идеи – концепции. Исходя из концепции, дизайнер поэтапно разрабатывает оформление издания. Цель внешнего оформления многостраничного издания – визуально привлечь к продукту аудиторию, заинтересовать грамотным использованием составляющих книги: обложка, переплет, форзац и т.п. Перед дизайнером стоит задача организовать информационное сообщение и оформить его в ярком, креативном решении, наиболее грамотно подающем его суть.

Поэтапное ознакомление с конструктивными элементами изданий дало возможность понять основные характерные особенности внешнего оформления многополосного издания, также узнать какую роль они играют на внешнее оформление издания. Хорошо выполненный визуальный дизайн должен четко отражать содержание публикации, суть продаваемого бренда, а в корпоративном издании подчеркивать ценности компании. Удачно подобранные конструктивные элементы - это не просто яркие и заметные шрифты или иллюстрации - это передача точного сообщения своей аудитории. Можно сделать вывод, что только тщательно продуманный дизайн печатного многостраничного издания привлекает

потребителя. Также многое зависит от полиграфических материалов, используемых для внешнего оформления книжных изданий. Для правильного выбора нужного материала, надо четко понимать цель и аудиторию, для которой выпускается многостраничное издание. Поэтому стоит отметить, что без предпроектных исследований обойтись нельзя. Определение концепции, общей идеи многостраничного издания является основной задачей при разработке дизайна любого проекта.

Задачей дизайнера на начальном этапе оформления публикации является изучение содержания и продумывание того, как оно будет выглядеть и ощущаться по отношению к сообщению. Каждый аспект печатного документа - его размер, шрифты, объем текста, взаимное расположение элементов - выступает в качестве носителя контента.

В результате проделанной работы, можно сказать, что поставленная цель достигнута, поставленные задачи решены. Курсовая работа представляет собой законченный целостный продукт.

## **Список использованной литературы**

### **Научная и учебная литература**

1. Бхаскаран Лакшими. Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы. - М.: АСТ, 2006. - 256 С.
2. Волков Николай, Курс макетирования и верстки, 2006. - 66 С.
3. Дэбнер Дэвид, Школа графического дизайна, пер. с англ. В.Е. Бельченко - М.: РИПОЛ классик, 2009. - 192 С., ил.
4. Иттен И., Искусство цвета, пер. с нем. и предисл. Л. Монаховой. - М.: Аронов Д., 2007. - 95 С.
5. Келейников Иннокентий, Дизайн книги: от слов к делу. - М.: РИП-холдинг, 2014. - 304 С.
6. Нельсон Р., статья «Секрет фирмы». Как создать фирменный стиль. Журнал «Техника рекламы» № 11 - М., 2005. - 384 С.
7. Риверс Шарлота, Максимализм. Графический дизайн эпохи упадка и пресыщенности. - ООО Издательство «Астрель», 2008. - 160 С., ил.
8. Салтыкова Г. М., Проектирование в графическом дизайне. Краткий курс. - М.: «ДПК ПРЕСС», 2014. - 180 С, илл.
9. Салтыкова Г.М., Шрифт. - М.: «ДПК ПРЕСС», 2014. - 112 С. илл.

10. Самара Т., Дизайн публикаций. Практикум. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 240 С., ил.

1. Стоун Терри Ли, Син Адамс и Норин Мориока, Дизайн цвета. Практикум. Практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне., РИП-холдинг, 2006. – 240 С., ил.
2. Филь Шарлота и Филь Петер, Графический дизайн. – ООО Издательство «Астрель», 2008. – 190 С., ил.
3. Хембри Райн, Самый полный справочник. Графический дизайн., пер. с англ. А.В. Банкрашкова. – М.: АСТ: Астрель, 2008. – 192 С., ил.
4. Шервин Дэвид, Креативная мастерская: 80 творческих задач дизайнера, пер. с англ. С. Селинский. – СПб.: Питер, 2013. – 240 С., ил.