

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



КОНСТРУЮВАННЯ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Конспект лекцій
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньої програми «Дизайн (Графічний дизайн)»
галузі знань 02 Культура та мистецтво
спеціальності 022.01 Графічний дизайн
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2025

УДК 7.05:655.1 (07)
К 64

Голова вченої ради факультету архітектури, будівництва та дизайну
О. АНДРІЙЧУК

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій
ЛНТУ

Директор бібліотеки _____ Н. ПОЛІЩУК

Рекомендовано до видання вченою радою факультету архітектури,
будівництва та дизайну ЛНТУ,
протокол № ____ від «____» _____ 2025 року.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ,
протокол № ____ від «____» _____ 2025 року.

Завідувач кафедри АД _____ О. ПАСІЧНИК

Укладачі: _____ О. РОМАНЮК, асистент кафедри архітектури та дизайну
ЛНТУ.

Рецензент: _____ Н. СКЛЯРЕНКО, доктор мистецтвознавства,
професор кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ.

Відповідальний за випуск: _____ О. ПАСІЧНИК завідувач кафедри
архітектури та дизайну ЛНТУ.

Конструювання поліграфічної продукції: Конспект лекцій для
К 64 здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньої програми
«Дизайн (Графічний дизайн)» галузь знань 02 Культура та мистецтво
спеціальності 022.01 Графічний дизайн денної та заочної форм
навчання/ О. В. Романюк – Луцьк: Луцький НТУ, 2025. – 24 с.

Методичне видання складене відповідно до діючої програми курсу
«Конструювання поліграфічної продукції», містить основні положення тем
учбового курсу для надання методичної допомоги в процесі освоєння
дисципліни. Викладено списку рекомендованої літератури та перелік запитань
поточного контролю.

© Романюк О.В. 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Тема 1. Основи поліграфічного дизайну.	5
Тема 2. Різновиди поліграфічної продукції.....	7
Тема 3. Особливості дизайну, методи формотворення та конструктивні особливості у розробці об'єктів поліграфічної продукції.....	10
Тема 4. Принципи трансформації у дизайні поліграфії. Конструкції поліграфічної продукції.....	12
Тема 5. Методи складання, вирізання, наклеювання у дизайні поліграфічної продукції	14
Тема 6. Концептуальний та креативний дизайн у розробках об'єктів поліграфічної продукції.....	16
Тема 7. Техніки паперового мистецтва в розробці конструкції та дизайну поліграфічної продукції.....	17
Тема 8. Експериментальні конструкції в дизайні поліграфічної продукції.....	20
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	23

ВСТУП

Методичні вказівки до конспекту лекцій сформовано на основі типової навчальної програми з дисципліни «Конструювання поліграфічної продукції» та нормативної програми циклу нормативно-методичного забезпечення навчального процесу для підготовки бакалаврів напряму «Дизайн (Графічний дизайн)» галузі знань «Культура та мистецтво» за спеціальністю 022.01 «Графічний дизайн» на кафедрі архітектури та дизайну Луцького національного технічного університету.

Вивчення дисципліни «Конструювання поліграфічної продукції» є важливою дисципліною для підготовки компетентних спеціалістів у галузі проєктування та конструювання різних об'єктів поліграфічної продукції у напрямку графічного дизайну, та розвиток творчого потенціалу студентів для вирішення професійних задач. Актуальність дисципліни визначена необхідністю використання теоретичних знання і практичних вмінь у проєктному процесі, зокрема, під час розробки різноманітних об'єктів дизайну поліграфічного спрямування.

Мета і завдання

Мета вивчення дисципліни «Конструювання поліграфічної продукції»: розширення та поглиблення теоретичних і практичних знань і вмінь студентів у галузі проєктування та конструювання графічних об'єктів, зокрема поліграфічної продукції, та розвиток творчого потенціалу студентів для вирішення професійних задач.

Основні завдання вивчення дисципліни «Конструювання поліграфічної продукції»:

- ознайомлення студентів з прийомами та методами конструювання різних за складністю поліграфічного видання;
- формування навичок спостереження, збору і аналізу інформації в оточуючому середовищі та переосмислення її у власних дизайн-розробках;
- розвиток вмінь використовувати теоретичні знання і практичні вміння у проєктному процесі, зокрема, під час дизайн-розробок об'єктів поліграфічної продукції.

Тема 1.

Основи поліграфічного дизайну

Поліграфічна продукція є невід'ємною частиною сучасної візуальної культури, що виконує комунікативні, естетичні й інформаційні функції. Її можна зустріти майже скрізь — у рекламних щитах, на вітальних листівках, у книгах, візитках, упаковках тощо. Саме тому розуміння принципів створення такої продукції є важливою складовою для дизайнерів, маркетологів та фахівців у сфері друку.

Поліграфічна продукція — це всі види друкованої продукції, виготовленої поліграфічним способом, призначеної для масового або індивідуального поширення. Вона може мати як інформативне, так і естетичне або рекламне призначення. До неї належать книги, брошури, буклети, календарі, листівки, візитівки, плакати та інші друковані матеріали.

Види друкованої продукції. Уся поліграфічна продукція поділяється на кілька основних категорій за її функціональним призначенням (рис. 1):

- Рекламна продукція — це матеріали, що мають на меті просування товарів, послуг чи подій. До неї належать флаєри, постери, буклети, банери, POS-матеріали.
- Інформаційна продукція — призначена для передачі практичної інформації. Це можуть бути інструкції, довідники, графіки, навчальні матеріали, календарі.
- Представницька продукція — створюється для формування іміджу компанії або особи. Сюди належать візитівки, брендovanі бланки, каталоги, корпоративні папки та інші елементи фірмового стилю.



Рисунок 1. Види друкованої продукції: 1.1 - рекламна продукція; 1.2 – інформаційна продукція; 1.3 – представницька продукція.

Етапи створення поліграфічної продукції. Процес створення поліграфічного виробу включає низку важливих етапів:

1. Формування ідеї та концепції (визначення цільової аудиторії; розробка повідомлення, яке має бути передане; вибір формату й типу продукції);

2. Створення ескізу та макету (розробка дизайну з урахуванням кольорової гами, стилістики, композиційної побудови; використання професійних графічних редакторів Adobe Illustrator, InDesign тощо);

3. Верстка (розміщення текстів, зображень, логотипів згідно з обраною сіткою; підготовка до друку: встановлення полів, вильотів, форматування);

4. Підготовка файлів до друку (переведення кольорової моделі в СМΥΚ; перевірка роздільної здатності (не менше 300 dpi); збереження у форматах .pdf або .tiff);

5. Друк та постобробка (вибір способу друку: офсетний, цифровий, трафаретний тощо; післядрукарська обробка: ламінування, тиснення, фальцювання, брошурування).

Основи композиції в поліграфічному дизайні. Композиція — це мистецтво розміщення елементів у межах простору з метою створення гармонійного, збалансованого та ефективного дизайну.

Основні принципи композиції:

- Сітка (грид) — це інструмент організації вмісту на сторінці. Вона дозволяє рівномірно розподіляти текст і зображення, зберігаючи логіку та чистоту макету.

- Баланс — рівновага візуальних елементів. Може бути симетричним або асиметричним, але має забезпечувати стабільність композиції.

- Контраст — використання відмінностей у кольорі, формі, розмірі або шрифті для виділення ключових елементів.

- Ритм — створюється через повторення форм, кольорів або ліній, що забезпечує візуальний рух та цілісність.

Висновок. Знання основ поліграфічного дизайну відкриває широкі можливості для творчості й ефективної комунікації через друковані матеріали. Вміння поєднувати технічні аспекти з художнім баченням дозволяє створювати продукцію, яка не лише передає інформацію, а й залишає емоційний слід у свідомості споживача.

Питання для самоконтролю до теми 1:

1. *Визначення поліграфічної продукції.*

2. *Які ви знаєте види друкованої продукції?*

3. *Назвіть етапи створення поліграфічної продукції.*

4. Які основні принципи композиції використовують в поліграфічній продукції?

5. Що таке представницька поліграфічна продукція?

Тема 2.

Різновиди поліграфічної продукції

Поліграфічна продукція охоплює широкий спектр друкованих матеріалів, які використовуються в різних сферах життя — від реклами й освіти до бізнесу та мистецтва. Залежно від призначення, вмісту, способу виготовлення та цільової аудиторії, поліграфічна продукція поділяється на кілька основних різновидів.

Рекламна поліграфічна продукція. Це матеріали, створені з метою просування товарів, послуг або заходів. Їх головна мета — привернути увагу та стимулювати дію з боку споживача.

Основні види (рис. 2):

- Флаєри — односторонні чи двосторонні листівки з рекламною інформацією.
- Буклети — багатосторінкові складені аркуші з детальною інформацією.
- Плакати — великі друковані аркуші для візуального впливу на великій площі.
- Брошури — невеликі книжечки з описом продукції чи послуг.
- POS-матеріали (Point of Sale) — реклама у місцях продажу (ценники, дисплеї, мобілі).



Рисунок 2. Рекламна поліграфічна продукція. 2.1 – флаєри; 2.2 – буклет; 2.3 – плакат; 2.4 – брошура; 2.5 - POS-матеріали.

Інформаційна поліграфія. Матеріали, що несуть практичну, освітню або довідкову інформацію. Вони мають інформативну, а не рекламну функцію.

Основні види (рис. 3):

- Інструкції — покрокові матеріали щодо використання техніки, програм тощо.
- Календарі — настінні, настільні, кишенькові; можуть включати як дату, так і додаткову інформацію.
- Навчальні матеріали — підручники, посібники, методички.
- Карти, схеми, графіки — візуалізація інформації для зручного сприйняття.



Рисунок 3. Інформаційна поліграфія: 3.1 – інструкції; 3.2 – календарі; 3.3 – навчальні матеріали; 3.4 – карти, схеми, графіки.

Представницька поліграфія. Створюється для представлення компанії або особи у діловому середовищі. Вона формує візуальну ідентичність бренду.

Основні види (рис. 4):

- Візитівки — компактна інформація про особу або компанію.
- Бланки — фірмові документи з логотипом і реквізитами.
- Конверти, папки — елементи ділового листування.
- Каталоги — систематизована інформація про продукцію компанії.
- Фірмові зошити, блокноти — допоміжні матеріали з корпоративною айдениткоюю.



Рисунок 4. Представницька поліграфія: 4.1 – візитівки; 4.2 – бланки; 4.3 – конверти, папки; 4.4 – каталоги; 4.5 – фірмові зошити, блокноти.

Культурно-мистецька поліграфія. Призначена для поширення мистецької, літературної або культурної інформації.

Основні види (рис. 5):

- Книги — художні, наукові, довідкові.
- Журнали та газети — періодичні видання.
- Афіші — оголошення про події: виставки, концерти, театральні постановки.
- Запрошення, квитки — подієва поліграфія з естетичним оформленням.



Рисунок 5. Культурно-мистецька поліграфія: 5.1 – книги, 5.2 – журнали та газети; 5.3 – афіші; 5.4 – запрошення, квитки.

Спеціалізована та пакувальна поліграфія. Використовується у виробничій, харчовій та роздрібній торгівлі.

Основні види (рис. 6):

- Етикетки — на товарах, із зазначенням характеристик.
- Упаковка — коробки, пакети з друком.
- Інструкції до медичних засобів.



Рисунок 6. Спеціалізована та пакувальна поліграфія: 6.1 – етикетки; 6.2- упаковка; 6.3 – інструкції до мед. засобів.

Висновок. Різноманіття поліграфічної продукції свідчить про її важливу роль у нашому повсякденному житті. Від простого флаєра до багатосторінкового каталогу — кожен вид має свої особливості, завдання та вимоги до дизайну. Знання цих різновидів дозволяє ефективніше планувати друковану комунікацію, враховуючи цільову аудиторію та бажаний результат.

Питання для самоконтролю до теми 2:

1. Які є різновиди поліграфічної продукції?
2. Які об'єкти належать до рекламної поліграфічної продукції?
3. Назвіть основні види інформаційної поліграфії.
4. Що таке представницька поліграфія? Наведіть приклади.
5. Охарактеризуйте культурно-мистецьку та спеціалізовану та пакувальну поліграфію.

Тема 3.

Особливості дизайну, методи формотворення та конструктивні особливості у розробці об'єктів поліграфічної продукції

Розробка поліграфічної продукції — це синтез естетики, функціональності та технологічної доцільності. Кожен об'єкт друкованого дизайну має свої вимоги до оформлення, структури й технічного виконання. У цій лекції розглянемо ключові особливості дизайну, методи формотворення та конструктивні аспекти створення поліграфічних виробів.

Особливості дизайну поліграфічної продукції. Дизайн поліграфії має відповідати завданням продукту та враховувати такі принципи:

- Функціональність — зручність користування, логічна структура інформації, читабельність.
- Візуальна ідентичність — відповідність бренду, стилістична цілісність, використання фірмових елементів.
- Колористика — вибір кольорів з урахуванням психологічного впливу й технічної сумісності (СМУК).
- Типографіка — уважне ставлення до шрифтів: їх читабельність, ієрархія, міжрядкові інтервали.
- Ілюстративність — включення фотографій, графіки, інфографіки як засобу комунікації.

Методи формотворення. Формотворення — процес побудови об'ємно-просторової форми виробу, що має не лише естетичний, а й практичний сенс.

Основні методи (рис. 7):

- Геометричне формотворення — створення форми на основі простих геометричних фігур (буклети, листівки, коробки).

- Біонічне формотворення — використання природних форм, органічних ліній, елементів, що повторюють природу.

- Стилiзація — спрощення або узагальнення реальних об'єктів до лаконічних форм.

- Модульне формотворення — побудова об'єкта за допомогою повторюваних елементів (сітка, блоки).

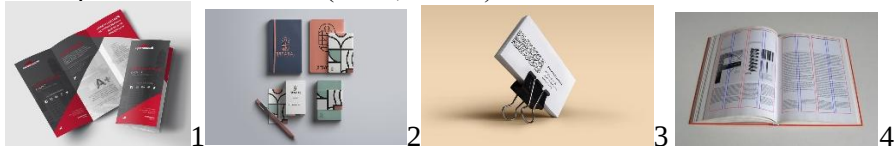


Рисунок 7. Методи формотворення: 7.1 – геометричне формотворення; 7.2 – біонічне формотворення; 7.3 – стилізація; 7.4 – модульне формотворення.

Конструктивні особливості поліграфічних виробів.
Конструкція виробу визначає його практичну реалізацію: як об'єкт буде надрукований, складений, скріплений і використаний. Ключові моменти: • Формат виробу — вибір стандартного або нестандартного формату (А6, А4, DL), з огляду на функцію; • Складання (фальцювання) — метод згинання аркушів: біфолд, трифолд, гармошка тощо; • Способи скріплення — скріплення скобами, термоклей, пружина, нитка (залежить від обсягу й типу використання); • Матеріали — вибір паперу за щільністю, фактурою, покриттям (глянцевий, матовий, крафт); • Оздоблення — лакування, тиснення, вибіркового УФ-лак, висікання, ламінування.

Взаємозв'язок форми і змісту. Усі дизайнерські рішення мають підпорядковуватись змісту. Наприклад, каталог техніки має мати строгий, структурований дизайн; запрошення на весілля — романтичне оформлення, можливо з тисненням та декоративними елементами.

Висновок. Успішна поліграфічна продукція — це результат гармонійного поєднання естетичних принципів, конструктивної логіки та грамотного застосування методів формотворення. Знання цих особливостей дозволяє створювати не просто красиві, а ще й ефективні візуальні продукти, що відповідають поставленим завданням і потребам аудиторії.

Питання для самоконтролю до теми 3:

1. Назвіть принципи дизайну поліграфічної продукції.
2. Які ви знаєте методи формотворення що застосовуються в поліграфії?

3. Охарактеризуйте конструктивні особливості поліграфічних видань.
4. Як ви розумієте взаємозв'язок форми і змісту в поліграфії?
5. Що таке успішна поліграфія?

Тема 4.

Принципи трансформації у дизайні поліграфії. Конструкції поліграфічної продукції

Принципи трансформації — це засоби творчого моделювання форми, структури й функціональності об'єктів поліграфічної продукції. Їх застосування дозволяє створювати інноваційні, привабливі та нестандартні друківані матеріали, що вирізняються оригінальністю і креативністю.

Трансформація — це процес зміни форми, структури або функції елементів дизайну з метою досягнення нових візуальних або комунікативних якостей.

Основні типи трансформацій (рис. 8):

- Геометрична трансформація — зміна розмірів, обертання, деформація форми.
- Композиційна трансформація — зміна розташування елементів, створення нових зв'язків між ними.
- Функціональна трансформація — об'єднання декількох функцій в одному виробі (наприклад, буклет-календар).
- Матеріальна трансформація — зміна структури матеріалу, застосування прозорих, текстурованих або інтерактивних елементів.



Рисунок 8. Типи трансформації: 8.1 – геометрична трансформація; 8.2 – композиційна трансформація; 8.3 – функціональна трансформація; 8.4 – матеріальна трансформація.

Приклади використання трансформації в поліграфії. Складні буклети з висіканням — трансформація класичного буклету в інтерактивну форму (розгортання, рухомі елементи). Рекламні листівки

зі згином-«гармошкою» — створюють ефект динаміки, послідовного розкриття інформації. Пакування-трансформери — поєднання пакування та рекламного носія (упаковка, що перетворюється на дисплей). Інтерактивні запрошення — листівки з висувними елементами, QR-кодами, що ведуть до онлайн-контенту.

Принципи трансформації у конструктиві:

- Модульність — розробка виробу з окремих частин, які можуть змінюватись або комбінуватись (наприклад, блокноти з змінними вкладками).

- Трансформація об'єму — створення 3D-ефектів за допомогою згинів, висікання, складання.

- Мобільність — можливість згортання/розгортання, зручного транспортування або повторного використання.

Переваги використання трансформацій у поліграфії: підвищення уваги до продукту; формування позитивного емоційного досвіду користувача; розширення функціональних можливостей поліграфії; створення конкурентної переваги на ринку.

Особливості дизайну трансформованих виробів

- Врахування ергономіки: виріб має бути зручним у використанні;

- Узгодження з технічними можливостями друку та післядрукарської обробки;

- Створення чіткої візуальної логіки при розгортанні або трансформації.

Висновок. Трансформаційні підходи в дизайні та конструкції поліграфічної продукції відкривають нові горизонти для творчості та ефективної комунікації. Вони дозволяють перетворити звичні форми на унікальні об'єкти, які не тільки доносять інформацію, а й створюють інтерактивний досвід для користувача. Впровадження принципів трансформації — це шлях до інноваційного, функціонального й емоційно насиченого дизайну.

Питання для самоконтролю до теми 4:

1. Що таке трансформація в дизайні?
2. Назвіть приклади використання трансформації в поліграфії.
3. Які ви знаєте принципи трансформації в конструктиві?
4. Назвіть переваги використання трансформації в поліграфії.
5. У чому полягають особливості дизайну трансформованих виробів?

Тема 5.

Методи складання, вирізання, наклеювання у дизайні поліграфічної продукції

У сучасному поліграфічному дизайні дедалі ширше використовуються методи, що виходять за межі звичайного плоского друку. Методи складання, вирізання, наклеювання та інші технічні прийоми дозволяють зробити поліграфічну продукцію не лише інформативною, а й інтерактивною, естетично привабливою, функціональною.

Складання (фальцювання). Фальцювання — це процес згинання аркуша паперу для створення багатосторінкових або компактних друкованих виробів (рис. 9).



Рисунок 9. Приклади складання (фальцювання).

Види фальцювання: біфолд — складання навпіл (2 сторони); трифолд — складання на три частини (наприклад, буклет); «Гармошка» — зигзагоподібне складання; книга — багатосторінкова структура зі згином по центру.

Застосування: буклети, інформаційні листівки, інструкції, меню.

Вирізання (висікання). Висікання — це створення отворів або фігурного контуру на аркуші за допомогою штампів (рис. 10).



Рисунок 10. Приклади вирізання (висікання).

Види вирізання:

- Суцільне вирізання (наприклад, фігурна листівка);
- Віконечка (отвор для перегляду елементів під ним);
- Перфорування (легке відривання частини аркуша);

Застосування: оригінальні запрошення, листівки, упаковка, POS-матеріали.

Наклеювання. Наклеювання використовується як декоративний або функціональний прийом. Форми реалізації:

- Наклеювання об'ємних елементів (3D-ефект);
- Приклеювання рухомих деталей (наприклад, стрілок, закладок);
- Комбінування різних матеріалів: папір, тканина, плівка.

Застосування: ефектні запрошення, рекламні матеріали, дитячі книги.

Комбінування методів. Багато сучасних виробів поєднують одразу кілька прийомів (рис. 11). Наприклад: - буклет із вирізаними елементами й наклеєними вставками; - календар з висіченим логотипом і наклеєними картками з датами; - упаковка, що складається особливим чином і містить відкриті віконця.



Рисунок 11. Приклади комбінування методів.

Переваги застосування об'ємно-конструктивних методів:

- Підвищення уваги до продукту;
- Створення «вау-ефекту» через несподівані елементи;
- Можливість акцентування на окремих деталях;
- Залучення користувача до взаємодії з продуктом.

Висновок. Застосування технік складання, вирізання, наклеювання робить поліграфічну продукцію більш динамічною, цікавою і незабутньою. Ці методи відкривають широкі можливості для творчого самовираження дизайнера, дозволяючи створювати не просто носії інформації, а справжні арт-об'єкти. Вони активно використовуються в рекламних кампаніях, корпоративній айдентиці, видавничих та освітніх проєктах.

Питання для самоконтролю до теми 5:

1. *Що таке фальцювання?*
2. *Назвіть види вирізання в поліграфії.*
3. *Де використовується наклеювання в поліграфії?*
4. *Що таке комбінування методів в конструюванні поліграфії?*
5. *Назвіть переваги застосування об'ємно-конструктивних методів.*

Тема 6.

Концептуальний та креативний дизайн у розробках об'єктів поліграфічної продукції

Сучасний поліграфічний дизайн все більше відходить від шаблонних рішень і тяжіє до творчості, індивідуальності та концептуальності. Концептуальний і креативний підходи дозволяють створювати поліграфічну продукцію, яка не лише доносить інформацію, а й формує емоційний контакт із аудиторією, підсилює ідею бренду чи події.

Концептуальний дизайн — це підхід, при якому основна увага приділяється ідеї, що лежить в основі проєкту. Форма, стиль, колір, матеріали — усе підпорядковане єдиній концепції.

Основні риси:

- Ідея як головна рушійна сила;
- Цілісність змісту й форми;
- Символізм, метафоричність, асоціативність;
- Часто мінімалістичні або навпаки — провокаційні рішення.

Приклади застосування: • Запрошення на культурні події, де дизайн відображає настрій виставки; • Книжкові обкладинки, що візуалізують зміст твору через символіку; • Плакат, що викликає роздуми або діалог через нестандартну композицію.

Креативний дизайн — це дизайн, що вирізняється оригінальністю, новизною, незвичними підходами. Він часто використовує гру форм, слів, образів, інтерактивних елементів.

Методи креативного дизайну:

- Візуальні метафори;
- Гумор, іронія, несподіваність;
- Інтерактивність (висувні частини, QR-коди, доповнена реальність);
- Змішування стилів (наприклад, поєднання класики й стріт-арту).

Приклади застосування: • рекламні листівки з несподіваними формами або слоганами; • буклет, що складається у форму об'єкта (наприклад, будівлі чи логотипу); • обкладинки журналів із жартівливими або провокаційними зображеннями.

Комбінація концептуального і креативного підходів. Найефективніші дизайнерські рішення виникають тоді, коли глибока ідея поєднується з нестандартною формою подачі. Така поліграфічна продукція не просто передає повідомлення — вона створює досвід, взаємодію, запам'ятовується надовго.

Приклад: каталог соціального проєкту, оформлений у вигляді мозаїки — кожна сторінка є «фрагментом» загального послання.

Висновок. Концептуальний і креативний дизайн дозволяють перетворити поліграфічний виріб на інтелектуальний, емоційний або навіть художній об'єкт. Такі проєкти залишають глибший слід у свідомості, формують унікальний стиль і вирізняють бренд або подію серед інших. Застосування цих підходів вимагає мислення «поза рамками», але саме в цьому і полягає сила справжнього дизайну.

Питання для самоконтролю до теми 6:

1. Що таке концептуальний дизайн в поліграфії?
2. Наведіть приклади застосування концептуального дизайну в поліграфії.
3. Що таке креативний дизайн?
4. Які існують методи креативного дизайну?
5. Наведіть приклади комбінації концептуального та креативного дизайну поліграфії.

Тема 7.

Техніки паперового мистецтва в розробці конструкції та дизайну поліграфічної продукції

Поєднання технік паперового мистецтва з поліграфічним дизайном відкриває нові перспективи у створенні естетично привабливої та функціональної друкованої продукції. Таке поєднання дозволяє інтегрувати художні підходи до паперу в комерційні та рекламні проєкти, створюючи емоційний зв'язок із користувачем та підвищуючи візуальну цінність продукту.

Орігамі у поліграфії (рис. 12).

Застосування:

- Створення упаковки, що складається без клею (самозамикальні конструкції);
- Рекламні матеріали, які розгортаються у вигляді оригамі-фігури;
- Дизайн листівок із вбудованими елементами оригамі.



Рисунок 12. Приклади застосування оригамі.

Переваги: унікальність форми; інтерактивність (користувач розгортає, змінює форму).

Кірігамі та висікання (рис. 13).

Застосування:

- Листівки з 3D-ефектом, які відкриваються й створюють сцену або об'єкт;
- Плакати або запрошення з прорізами, що підкреслюють ключову ідею;
- Книжки-розкладачки для дітей, які використовують кірігамі-механізми.

Переваги: візуальна глибина, елемент несподіванки та гри.



Рисунок 13. Приклади застосування кірігамі та висікання.

Аплікація та багатошаровість (рис. 14).

Застосування:

- Обкладинки книг або блокнотів із накладними елементами;
- Брендіві етикетки та вітальні листівки ручної роботи;

- Інтерактивні презентаційні матеріали з об'ємними вставками.

Переваги: текстура, тактильний ефект; можливість використання різних матеріалів.



Рисунок 14. Приклади застосування аплікація та багатошаровість.

Квілінг у деталях оформлення (рис. 15).

Застосування:

- Декоративне оформлення запрошень, сертифікатів, тематичних листівок;

- Унікальні авторські вироби або елементи в подарункових серіях.

Переваги: витонченість, ручна робота; ексклюзивність, що підвищує цінність продукту.



Рисунок 15. Приклади застосування квілінгу.

Паперові скульптури.

Застосування:

- Оформлення вітрин, стендів, виставкових площ із брендовими елементами;

- Креативні обкладинки каталогів або об'ємні коробки.

Переваги: яскравий естетичний ефект; можливість створити «арт-об'єкт» із друкованою функцією.

Технічні та дизайнерські аспекти: - проектування: необхідно враховувати товщину, пластичність і міцність паперу; - підбір інструментів (різак, трафарети, матриці для висікання, клеї); комбінування з друком (техніки мають узгоджуватись із загальною айденітикою та брендингом).

Висновок. Техніки паперового мистецтва дозволяють зробити поліграфічну продукцію більш емоційною, виразною та «живою». Їхнє застосування надає конструкціям нових можливостей — як з погляду дизайну, так і функціоналу. Інтеграція орігамі, кірігамі, аплікацій, квілінгу та інших технік у поліграфічний дизайн є чудовим способом виділити продукт серед конкурентів і створити справжню цінність у кожному аркуші паперу.

Питання для самоконтролю до теми 7:

1. Як застосовується техніка орігамі в поліграфії?
2. Наведіть приклади застосування кірігамі та висікання в поліграфії.
3. Які ви знаєте техніки паперового мистецтва котрі застосовують в поліграфічній продукції?
4. Розкажіть про техніку аплікації та багатошаровості.
5. Розкажіть про технічні та дизайнерські аспекти застосування техніки паперового мистецтва в поліграфічній продукції.

Тема 8.

Експериментальні конструкції в дизайні поліграфічної продукції

Сучасний дизайн поліграфії виходить далеко за межі класичних форматів. Одним із найцікавіших і найкреативніших напрямів є експериментальні конструкції — інноваційні підходи до форми, структури та взаємодії з друкованими об'єктами. Це не просто носій інформації, а об'єкт емоцій, відкриттів і вражень.

Поняття експериментальної конструкції. Це нестандартні або інноваційні рішення у формі, будові або функції поліграфічного виробу. Орієнтовані на створення емоційного ефекту, залучення, інтерактивності. Межують з арт-об'єктами, дизайнерськими інсталяціями, сувенірною продукцією.

Цілі та функції:

- Залучення уваги споживача;
- Виділення продукту серед аналогів;
- Підвищення цінності друкованого об'єкта;
- Створення нових форматів взаємодії з читачем чи користувачем.

Основні види експериментальних конструкцій (рис. 16).

1) Рор-уп конструкції - об'ємні елементи, які розгортаються при відкритті сторінки. Застосування: дитячі книги, вітальні листівки, сувеніри.

2) Орігамі та складані форми - конструкції, що трансформуються за принципами орігамі. Переваги: компактність, динамічність, здивування.

3) Висічки та прорізи - створення отворів, фігурних вирізів, інтерактивних елементів. Дозволяють заглядати "всередину", змінювати композицію при перегортанні.

4) Механічні елементи - коліщата, рухомі частини, елементи, які тягнуться, обертаються. Часто використовуються у рекламній або ігровій поліграфії.

5) Незвичні матеріали - комбінування паперу з пластиком, деревом, тканиною, металом. Приклади: меню з дерев'яною обкладинкою, обгортки з текстилю, лазерні витинанки.

6) Конструкції-головоломки - друковані об'єкти, які вимагають збирання або взаємодії для «розкриття» вмісту. Часто використовуються у промоціях або як сувеніри.



Рисунок 16. Експериментальні конструкції: 16.1 - рор-уп конструкції; 16.2- орігамі та складані форми; 16.3 - висічки та прорізи; 16.4 - механічні елементи; 16.5 - незвичні матеріали; 16.6 - конструкції-головоломки.

Приклади застосування:

- Дитяча книга-іграшка з поп-ап елементами та рухомими деталями;
- Рекламна листівка-трансформер, що перетворюється на 3D-модель продукту;
- Подарунковий сертифікат, виконаний у вигляді головоломки;
- Промо-упаковка, яку потрібно скласти самостійно для отримання сюрпризу.

Технології виготовлення експериментальних конструкцій: плотерне різання (CNC, лазер); цифровий друк з післядрукарськими ефектами (тиснення, лакування, фольгування); ручна збірка або фальцювання; комбінування цифрового й аналогового виробництва.

Переваги та виклики. Переваги: виділення на ринку; висока емоційна цінність; інтерактивність, запам'ятовуваність.

Виклики: вища вартість виготовлення; складність конструкції та проектування; обмеження у тиражуванні.

Експеримент як метод дизайну. Дизайнер має досліджувати матеріал, форму, функцію. Створення прототипів і тестування — важлива частина процесу. Важливе розуміння не лише графіки, а й інженерії паперу.

Висновок. Експериментальні конструкції — це не лише про ефектність, а й про сміливий дизайн, творчий підхід і бажання дивувати. Вони розширюють межі традиційної поліграфії, перетворюючи звичайний папір на захопливий досвід. Саме тут дизайнер стає інженером, художником і новатором водночас.

Питання для самоконтролю до теми 8:

1. Що таке експериментальні конструкції в поліграфії? Які цілі та функції вони виконують?
2. Назвіть основні види експериментальних конструкцій в поліграфічній продукції.
3. Назвіть приклади застосування експериментальних конструкцій в дизайні поліграфічної продукції.
4. Як є переваги та виклики у застосуванні експериментальних конструкцій в поліграфії?
5. Як ви розумієте експеримент як метод дизайну в поліграфічній продукції?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бережна О. Б. (2021). Типографіка: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 125 с.
2. Богословська Ю. В., Малік Т. В. Графічний дизайн як засіб передачі рекламної ідеї у поліграфії. Культура і сучасність. 2021. № 2. С. 136-139.
3. Вирішення завдань поліграфічного виробництва в умовах концептуальної невизначеності: монографія. А. С. Гордєєв, Є. М. Грабовський, С. О. Назарова та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. І. Пушкаря. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. 213 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/302bd425-d591-4f24-bdc9-ffa5a3be166f/content>
4. Головка, О. А. (2022). Проблематика українського книговидання у сфері дизайну. Обрії друкарства, (2(12), 83–96. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.2\(12\).270889](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.2(12).270889)
5. Графічний дизайн та основи поліграфічного виробництва. URL: <https://ukrayinska.libretexts.org/>
6. Денисенко С. М. Основи композиції і проєктної графіки: навчальний посібник К: НАУ, 2021. 52 с.
7. Крайнікова Т. Культура видання. Культура видання: основоположні поняття, типологія видань, вимоги стандартів: навчальний посібник. Київ. Інститут журналістики. 2021. 156с.
8. Куровська Д. В. Макетування поп-ап конструкцій в дизайні рекламної поліграфічної продукції. Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2023. Вип. 66, Т. 2. С. 51-55.
9. Скляренко Н. В. Динамічне проєктування поліграфічної продукції: способи трансформації художнього образу. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2022. С. 35-58.
10. Шевченко В. Е. Архітектоніка видання. Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Архітектоніка видання \(дата звернення: 3.06.2023\)](https://vue.gov.ua/Архітектоніка_видання_(дата_звернення:_3.06.2023)).

Конструювання поліграфічної продукції: Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньої програми «Дизайн (Графічний дизайн)» галузь знань 02 Культура та мистецтво спеціальності 022.01 Графічний дизайн денної та заочної форм навчання/ О. В. Романюк – Луцьк: Луцький НТУ, 2025. – 24 с.

Комп'ютерний набір
Редактор

О.В. Романюк
О.В. Романюк

Підп. до друку ____ Формат 60х84/16
Папір офс. Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. 1,75.
Обл.-вид.арк. ____
Тираж __ прим. Зам. ____.

Відділ іміджу та промоцій
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ВІтаП Луцького НТУ