

ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТИ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ТЕТЯНА ШОСТАЧУК
НАТАЛІЯ КОЛЕСНИК

СЛОВНИК
ОСНОВНИХ ДИЗАЙН-ТЕРМІНІВ

Житомир

2022

УДК 7.03
ББК85.1
С 72

Рекомендовано до друку Вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка (протокол №_21_ від 25 листопада 2022 року)

Рецензенти:

Пасько О. М., декан факультету дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, кандидат педагогічних наук, доцент;

Танська В. В., директор навчально-наукового інституту педагогіки Житомирського державного університету імені Івана Франка, кандидат педагогічних наук, доцент;

Чемерис Г. Ю., завідувач кафедри дизайну Запорізького національного університету, доктор філософії у галузі педагогіки, доцент, член Спілки дизайнерів України.

С 72

Словник основних дизайн-термінів / уклад.: Шостачук Т. В. , Колесник Н. Є. – Житомир: Вид-во «ТОВ-505», 2022. – 48 с.

Словник основних дизайн-термінів містить понад 350 слів і словосполучень, що формують термінологію доволі складної та багатогранної сфери професійної діяльності в галузі дизайну. Словником охоплено також терміни, які вживаються фахівцями з графічного дизайну програмного забезпечення. Словник розкриває зміст мистецтвознавчих понять, особливості різних видів і жанрів мистецтва, стисло характеризує історичних епох розвитку мистецтва дизайну.

Словник основних дизайн-термінів може бути корисним для широкого кола читачів, зокрема для графічних дизайнерів, здобувачів закладів вищої освіти і коледжів, котрі навчаються за відповідними напрямками підготовки, а також для науковців, докторантів, аспірантів та тих, хто досліджує проблематику дизайну.

УДК7.03
ББК 85.1

© Т. Шостачук, Н. Колесник, 2022
© Житомирського державного університету
імені Івана Франка, 2022

ПЕРЕДМОВА

Інформаційне суспільство – суспільство знань обумовило потребу у відповідних нормативних документах, стандартах, словниках і спонукало до необхідності унормування термінології інформаційної сфери.

З огляду на стрімке зростання видань, у яких інформаційна тематика знаходить все ширше відображення та провідну роль бібліотек у формуванні інформаційних ресурсів, на нашу думку актуальною є потреба в представленому словнику основних дизайн-термінів.

У запропонованому словнику виявлено, зібрано та систематизовано термінологію поняттєвого апарату у галузі дизайну.

Новизною є те, що упорядковано та систематизовано існуючу термінологію в контексті окремого напрямку – дизайну. До словника увійшло понад 350 термінів. Терміни та поняття розміщені у словнику за алфавітним порядком, що дозволяє читачам легко орієнтуватись у виборі потрібного матеріалу.

Словник основних дизайн-термінів може бути корисним для широкого кола читачів, зокрема для графічних дизайнерів, студентів закладів вищої освіти і коледжів, котрі навчаються за відповідними напрямками підготовки, а також для науковців, докторантів, аспірантів та тих, хто досліджує проблематику дизайну.

А

АВАНГАРД (фр. *avant-garde* – передовий загін) – новаторські, експериментальні та винахідливі напрями у сферах культури, політики й мистецтва. Представників авангарду відрізняє прагнення порвати з реалістичним мистецтвом, створити щось таке, що суперечить ustalеним нормам художнього смаку та естетичним поняттям.

АВАНГАРДИЗМ – сукупне найменування художніх тенденцій, більш радикальних, ніж модернізм. Їх ранній рубіж в образотворчому мистецтві 1910-х рр. позначений фовізмом і кубізмом. Співвідношення авангардистського мистецтва з попередніми стилями, з традиціоналізмом як таким, було особливо різким і полемічним. Для авангардизму характерне потужне оновлення всієї художньої мови, що надало особливої масштабності утопічним надіям на можливість перебудови суспільства за допомогою мистецтва, тим більше, що його розквіт збігся з хвилею воєн і революцій. У другій половині ХХ ст. його основні принципи піддалися різкій критиці в постмодернізмі.

АЙДЕНТИКА (англ. *Corporate Identity*) – проєктна діяльність в графічному дизайні зі створення «фірмового» або «корпоративного стилю». До кола компетенцій дизайнера, що спеціалізується на айденциці, входить розробка таких елементів бренду, як: знак і логотип, дизайн ділових паперів, дизайн офісу, одягу співробітників, транспорту, оформлення торгових і виставкових просторів тощо. Айдентика спрямована на формування ставлення до компанії, враження від неї, її образу в очах споживачів. Вона, зазвичай, не змінюється протягом історії компанії.

АЛАН ФЛЕТЧЕР (1931-2006) – британський графічний дизайнер, найбільш шанований дизайнер свого покоління, засновник дизайн-студії Pentagram, яка до цього часу є світовим лідером в області комерційної графіки.

АЛЕГОРІЯ (гр. *Allegoria* – іносказання) – зображення абстрактній ідеї (поняття) за допомогою образу. Сенс алегорії, на відміну від багатозначного символу, однозначний і відділений від образу; зв'язок між значенням і образом встановлюється за подібністю (наприклад, лев – сила, влада або царствена). В образотворчому мистецтві алегорія виражається певними атрибутами (наприклад, правосуддя – жінка з вагами).

АНАМОРФОЗ (гр. *Ana* – на, понад і *morfe* – форма) – ефект накладення одного образотворчого мотиву на інший, їх зорове злиття (наприклад, морської хвилі й малюнка каменю, людського тіла й деревного стовбура тощо). Характерний як для природи, так і для мистецтва (особливо популярний в сучасній рекламі).

АНАТОМІЯ ЛІТЕРИ – це частина загальної системи побудови шрифтової одиниці. Літери мають містити ряд спільних рис та конструктивних особливостей. Зокрема вони можуть бути пов'язані з окремими елементами конструкції шрифту. Елементи літери: вічко, основний штрих, сполучний штрих, внутрішньолітерний проміжок, нижній виносний елемент, верхній виносний елемент, діакритичний знак, зарубки, кінцевий елемент, краплевидний елемент. Залежно від гарнітури і її накреслення останні три елементи літери можуть бути

відсутніми. А наявність діакритичного знаку, верхніх та нижніх виносних елементів залежить безпосередньо від усталеного принципу написання літери.

АРТДИЗАЙН – дизайн штучний, концептуальний, елітний.

АРТДИРЕКТОР (англ. *Art director* – «керівник по мистецтву») – художній керівник, творчий керівник, артменеджер, головний художник. Обличчя дизайнерської студії або рекламного агентства, який здійснює нагляд над створенням дизайну.

АРХІТЕКТУРА, ЗОДЧЕСТВО (лат. *architectura*, від гр. *ἀρχιτέκτων* – головний будівничий) – наука, мистецтво або професія проектування і будівництва будівель, мостів та інших великих споруд.

АТЕЛЬЄ POPULAIRE (фр. *Atelier Populaire* – популярна майстерня) – майстерня ренегатського друку, відкрита в паризькій Школі витончених мистецтв під час загальнонаціональних протестів у Франції в травні 1968 року. Майстерня щодня створювала нові зображення у відповідь на події.

АТРИБУТ БРЕНДА – зовнішня форма бренду, спрямована на сприйняття органами почуттів людини й така, що забезпечує впізнавання (колір, форма, композиція, образ тощо).

ADOBE ILLUSTRATOR – базова програма для створення і редагування векторної графіки. Саме завдяки їй створюються персонажі й місця – ілюстрації для будь-якої анімації. Програма має широкий набір інструментів, що дозволяють створювати векторну графіку з високою точністю.

AI – це графічний формат файлу від *Adobe Illustrator*.

ALIGNMENT (вирівнювання) – розташування об'єктів відносно інших об'єктів. Наприклад зліва, справа, по центру тощо.

APLA - це просто суцільний фон певного кольору, наприклад, чорний. Контрастний *apla* дозволяє виділити більш важливі елементи дизайну.

Б

БАЛАНС – розташування фігур, ілюстрацій і тексту на сторінці або в публікації.

БАНЕР – рекламний носій в Інтернет у вигляді інформаційного блоку певного розміру. Зазвичай банер є посиланням на ресурс рекламодавця.

БАУХАУС (нім. *Bauhaus*) – вища школа будівництва й художнього конструювання, навчальний заклад, що існував у Німеччині з 1919 по 1933 рр., а також мистецьке об'єднання, яке виникло в рамках цього закладу, і відповідний напрям в архітектурі, предметному та графічному дизайні 20-х років. Багато випускників Баухаус, що навчалися в його стінах прославили національні школи дизайну не тільки в Німеччині, але і за її межами, в Англії, Швейцарії та Америці.

БЕН-ДЕЙ КРАПКИ – недорогий метод механічного друку, розроблений наприкінці XIX ст. і названий на честь його винахідника, ілюстратора та друкаря Бенджаміна Генрі Дея-молодшого. Цей метод заснований на маленьких кольорових крапках (зазвичай блакитних, пурпурових, жовтих та чорних), що розташовані на різних відстанях та комбінуються для створення тіней та кольорів на зображеннях.

БЕРНХАРД ЛУЦІАН (1883-1972) – великий німецький майстер комерційного плаката. Один із перших відмовився від декоративності й орнаментальної багатослівності стилю артнуво (фр. *L'Art Nouveau*). Вважається винахідником «предметного плаката», головну роль в якому відіграв рекламований товар. Творець досі популярних шрифтових гарнітур: *Bernhard Modern i Bernhard Gothic*.

БІЛБОРДИ (англ. *Billboard*, рекламний щит) – термін використовується для опису виду зовнішньої реклами, яка встановлюється вздовж трас, вулиць. Щит являє собою раму, оббиту листами оцинкованої сталі або фанери, покриту атмосферостійкими речовинами, закріплену на опорі. Термін з'явився у США, коли ряд компаній почали вивішувати свої рекламні плакати «Білли» на дерев'яних конструкціях.

БИОМОРФНИЙ (гр. *bios* – життя та *morphe* – форма) – термін, який належить до абстрактних форм або зображень, створених на основі природних форми, наприклад, рослин, організмів або частин тіла.

БРЕНД (англ. *Brand* – клеймо) – дизайн, розроблений для певного товару в стилі, який вирізняється та виділяє його на ринку збуту, засобами пакування, графічних знаків, логотипів і мультимедіа технологій. Основне завдання бренду – розмежування нового продукту, від товарів замінників. Назва товару або бренду – це назва, за допомогою якого, споживач відрізняє даний товар або групу товарів від товарів замінників. Для назв брендів існують деякі правила, дотримання яких визначає успішність товару на ринку: 1) легкість вимови й запам'ятовування; 2) індивідуальність; 3) говорить про якість і призначення товару; 4) відповідність вимогам реєстрації юридичного захисту.

БРЕНД (за Ф. І. Шарковим, В. А. Ткачовим) – це ім'я (назва) об'єкта збуту (фірми, товару, послуги, ідеї, особистості тощо), особливостями якого є повсюдна популярність і глибока вкоріненість у масовій свідомості.

БРЕНД (за Т. Геду) – «всього лише павутина відносин між компанією, її партнерами й клієнтами. Відносини будуються на основі набору цінностей і уявлень про світ».

БРЕНД (за Ф. Котлером) – назва, термін, знак, символ або дизайн, а також їх комбінації, які призначені для ідентифікації товарів і послуг одного продавця або групи продавців та для відмінності їх від товарів і послуг конкурентів.

БРЕНД (за Й. Кунді) – «це синонім повного опису компанії. Це компанія виступає як бренд – або корпоративний бренд. Бренд – це точка фокусування економіки цінностей і помітний голос в безперервному діалозі зі споживачами».

БРЕНДІНГ – це діяльність по створенню довгострокової переваги товару, заснована на спільній посиленій дії на споживача всіх елементів бренду й брендингової політики компанії.

БРЕНДБУК (Бренд-бук) – це документ, що містить ряд інструкцій і рекомендацій з позиціонування компанії та її самоідентифікації. Брендбук постулює окремі складові іміджу компанії з метою формування її стійкою позитивної репутації серед цільових клієнтів. Фактично, брендбук – це документ, що описує основні алгоритми формування клієнтської лояльності в рамках процесу створення бренду.

Як правило, брендбук містить три обов'язкових розділи.

Перший розділ – «Бренд». У цьому розділі мова йде про основні цілі, цінності, вироблені товари й цільову аудиторію компанії.

Другий – «Фірмовий стиль», де подається докладний опис елементів фірмового стилю, логотипу, фірмових шрифтів, кольорів, слоганів та інших об'єктів стилю компанії.

Третій – «Правила взаємодії», в якому наводяться правила, за якими відбувається спілкування компанії з навколишнім світом і споживачем виробленого товару. Це опису мови й манер спілкування, стилі оформлення листів, документації, блогів і соціальних платформ.

Іншими словами, брендбук – це книга, в якій наведено докладний опис айдентики. Проте створення брендбуку дуже трудомістка й витратна справа. Нові підприємства не завжди можуть собі дозволити розробку брендбуку. Для просування фірмового стилю, для розвитку компанії рекомендується розробити гайдлайн.

БРОУДІ НЕВІЛ (*Neville Brody*, 1957) – англійський дизайнер-графік, Один із лідерів постмодерністської «нової хвилі» 80-х, абсолютний законодавець мод у графічній мові 90-х. Культовий артдиректор й ілюстратор журналу «*The Face*».

БРОШУРА – інформаційний або рекламний матеріал, що складається з більш ніж одного аркуша (тобто більше ніж чотири сторінок). Ця особливість відрізняє його від папки, хоча ці два терміни часто плутають і використовують як взаємозамінні.

BACK END (*Бекенд*) – в інтернеті, це частина сайту, яка захована від очей звичайного користувача й виконується на стороні сервера. Застосовується до CMS (дивіться нижче), бекенд – це адміністративна частина системи.

BASELINE (*Бейзлайн*) – термін вживається щодо типографіки – це уявна лінія, на якій стоять усі літери в рядку.

BELOW THE FOLD («поза екраном») – термін прийшов з газетної справи й позначає частину контенту сайту, яка не вмістилася в межах видимої частини екрана сайту або програми. Тобто, щоб переглянути цей контент, користувачеві доведеться проскролити (прокрутити) сторінку вниз.

BEZIER CURVE (*Криві Безьє*) – параметричні криві, які представляють векторний шлях в комп'ютерній графіці. Найчастіше вони створюються за допомогою *Pen Tool*, шляхом з'єднання точок, які дозволяють змінювати форму і напрямок кривих.

BUTTON – це кнопка, наприклад, «Кликніть» на банері.

B

ВЕБСАЙТ – робота, створена у вигляді вебсайту й призначена для представлення та доступу через Інтернет.

ВЕКТОРНІ ЗОБРАЖЕННЯ (*Vector*) – спосіб представлення зображення в комп'ютерній графіці, заснований на математичному описі основних геометричних форм (точки, лінії, кола, багатокутники, криві Безьє). Основною відмінністю від растрових зображень є те, що при зміні розміру якість зображення не змінюється.

ВЕКТОРНІ ФОРМАТИ SVG, AI – популярний векторний формат, який використовується для створення маленьких форм, наприклад фавіконів, логотипів, технічних креслень. Але для великих малюнків і фотографій векторна графіка дуже складна.

Векторні зображення можна змінювати в масштабі без втрат. Вони займають малий обсяг пам'яті для зберігання. Це хороший інструмент для створення фавікона. Але створення і редагування векторного зображення вимагає певних знань і складних обчислювальних процесів.

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ – створює систему візуальної ідентифікації бренду. Це графічне відображення сформованого ДНК бренду, це форма, а не зміст. Візуальна ідентифікація складається, зокрема, з логотипа, кольору, типографіки, супровідних матеріалів. Послідовними повинні бути не тільки візуальні елементи, але й графічні макети та пропорції.

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ – у контексті графічного дизайну та брендингу – це презентація проєкту на конкретних прикладах, що моделюють реальні ситуації. Візуалізації показують, як проєкт буде працювати в реальності, для якої він призначений. Варто вибрати кілька можливих варіантів, щоб перевірити, чи будуть ідеї працювати як цілісна система і, перш за все, чи пройдуть вони тест на читабельність.

ВИСОКИЙ ДРУК (*Letterpress*) – техніка рельєфного друку для друку тексту та інших зображень, які обкреслені та механічно вирізані з металу або дерева. Підняту поверхню фарбують і пресують на папір друкарським верстатом.

ВОРТИЦИЗМ – нетривалий британський авангардний рух, що сформувався в Лондоні в 1914 з метою створення мистецтва, що відбиває динамізм сучасного світу. Візуально його можна вважати британським еквівалентом італійського футуризму. Мистецтво вортицизму містить фрагменти кубізму в поєднанні з жорсткими образами, натхненними машинами та міським середовищем.

ВХУТЕМАС – Вищі Державні художньо-технічні майстерні – найменування московського художнього вишу в період з 1920/21 по 1926/27 навчальні роки. ВХУТЕМАС утворився шляхом злиття Перших державних вільних художніх майстерень з Другими, тобто колишнього Строгановського училища з колишнім Училищем живопису, скульптури та архітектури. ВХУТЕМАС включав факультети: живописний, поліграфічний, скульптурний, архітектурний, текстильний, керамічний, деревообробної та металообробний. У 1926/27 навчальнім році ВХУТЕМАС був перейменований у ВХУТЕІН (Вищий державний художньо-технічний інститут). ВХУТЕМАС заклав методичні основи викладання як предметного, так і графічного дизайну в СРСР, став «кузнею кадрів» для низки радянських дизайнерів, що склали славу вітчизняному дизайну.

WIREFRAMES (*Вайрфрейми*) – це схематичне відображення основних блоків майбутнього сайту (додатку). Зазвичай створюються для того, щоб зрозуміти, як краще розмістити об'єкти для досягнення користувачем поставленої мети. Найчастіше робляться чорно-білими, щоб не відвертати увагу від функціонала.

Г

ГАЙДЛАЙН - це інструкція, яка визначає правила використання фірмового стилю, його елементів, логотипу, фірмових шрифтів, кольорів.

Він використовується при розробці друкованої, рекламної продукції, ділової документації, сайтів.

ГАММА КОЛІРНА – у графічному дизайні найменування зовнішніх колірних особливостей колориту, яке об'єднує основні колірні відтінки дизайн об'єкта. Зазвичай, цей термін супроводжується характерними для кольору визначеннями.

ГАРНІТУРА – це набір шрифтів об'єднаних однаковими стилістичними особливостями. У фірмовому стилі можуть бути рекомендовані до використання кілька шрифтів з однієї гарнітури.

ГЕОМЕТРИЧНА АБСТРАКЦІЯ – один із видів абстрактного мистецтва, що віддає перевагу композиції, в основі якої суворі ритміка геометричних або (у скульптурі) стереометричних фігур. Її ранні варіанти (частково орфізм Р. Делоне і Ф. Купки, а також супрематизм К. Малевича й неопластицизм П. Мондріана) поєднують раціоналізм з романтикою, тяжіючи до побудови «абсолютних» барвисто-графічних монументальних символів, що виражають містичні закони космосу. Разом з тим геометрична абстракція ввібрала в себе і технократичний пафос конструктивізму.

ГЕРБ – геральдичне зображення, що містить, як правило, такі атрибути, як шолом і хрест. Походження словосполучення «*coat of arms*» (герб) в англійській мові пов'язане з історичними подіями: середньовічні лицарі носили вбрання, яке, захищаючи від палючих променів сонця, одночасно містило емблему й кольору, які належали роду їх власника. Вбрання покривало й зброю («*coat of arms*» – вбрання зброї). Звідси ж походить англійське слово «*turncoat*» (дослівно, «повернути вбрання»), що означає зраду своєї партії, принципів або відмову від вірності. Спочатку слово відносилось до тих, хто навмисно прикривав зображення своєї емблеми.

ГРАВЮРА (фр. *Gravure*, від *graver* – вирізати) – в образотворчому мистецтві розділ графіки, що включає твори, виконані за допомогою друкування з гравійованої дошки. Окремий твір відповідного розділу графіки також називається гравюра. Гравюра називається оригінальною, якщо вона цілком, включаючи всю обробку дошки, виконана самим художником. Гравер – це майстер, який займається будь-яким різновидом гравіювання по металу, скла, каменю, дерева, лінолеуму тощо.

ГРАДІЄНТ – плавний тональний перехід між кольорами.

ГРАМАЖ, ГРАМАТУРА ПАПЕРУ – це щільність паперу, тобто маса целюлози на даній площі. Виражається в одиницях грама на квадратний метр. На практиці це вказує, серед іншого, на товщину та жорсткість аркуша паперу. Наприклад, аркуш 100 г/м² має товщину приблизно 0,1 мм, аркуш офісного паперу 80 г/м² – приблизно 0,08 мм. Звісно, це приблизні дані, два аркуші паперу з однаковим грамажем можуть мати різну товщину та жорсткість, адже на кінцеву товщину роздруківки впливає техніка виготовлення видання.

ГРАФЕМА (гр. *γράφω* (вимовляється «графо») – пишу, малюю чи описую) – це одиниця писемності (літера, ієрогліф чи склад) у відриві від остаточної форми чи стилю.

ГРАФІКА (фр. *Graphique* – лінійний, від гр. *Grapho* – пишу, малюю) – один із видів образотворчого мистецтва, який близький до живопису з боку змісту й форми, але має свої власні конкретні завдання і художні можливості. На відміну від живопису, основним образотворчим засобом графіки є однотонний малюнок (тобто лінія, світлотінь): роль кольору в ній залишається порівняно обмеженою. З боку технічних засобів графіка містить малюнок у власному розумінні слова – у всіх його різновидах. Як правило, твори графіки виконують на папері, зрідка застосовуються інші матеріали (наприклад, шовк або пергамент). Залежно від призначення і змісту, графіка поділяється на станкову (охоплює твори самостійного значення, які не потребують для розкриття свого змісту зв'язку з літературним текстом), книжкову та журнально-газетну. Малюнки, зроблені олівцем, тушшю або вугіллям – все це графіка.

ГРАФІКА РАСТРОВА – тип графіки, заснований на сітці кольорових пікселів (так званий растровий малюнок), відомий, наприклад, з цифрової фотографії. Найпоширенішими форматами файлів, які використовуються в растровій графіці, є *psd, jpg, png*.

ГРАФІКА ВЕКТОРНА – тип комп'ютерної графіки, що дозволяє масштабувати зображення без втрати якості. Найпоширенішими форматами векторної графіки є *ai, svg, cdr*. Ці графіки також можна редагувати.

ГРАФІТ – м'яка жирна мінеральна форма вуглецю з металічним блиском від сіро-стального до чорного, що використовується як матеріал для малювання. До XVIII ст. природний кусковий графіт поміщали в кістяні або дерев'яні тримачі для нанесення. З XVIII ст. порошкоподібний графіт змішували з глиною та обпалювали для створення твердих паличок, що використовуються в олівцях. Графіт також можна використовувати у вигляді порошку й наносити на поверхню за допомогою таких предметів, як ганчірки, пальці або кукси зі скрученого паперу. Порошкоподібний графіт можна змішувати з водою для нанесення пензлем.

ГРАФІТИ (іт. «*Graffiti*» – дряпати) – художня творчість, заснована на розміщенні, наприклад, зображень, підписів, малюнків у публічному або приватному просторі з використанням різних технік, найчастіше розпиленням або пензлем та розпиленням через трафарет. Уперше слово стало вживатися стосовно написів, знайдених при розкопках міста Помпеї в 1755 році, коли місто було розчищено від вулканічного попелу, під яким було поховане після виверження Везувію в 79 р. н. е.

ГРАФЕМА – письмовий символ, який використовується для того, щоб висловити одиницю мовлення – фонему. Прикладом можуть служити 26 букв англійського або 33 літери українського алфавіту.

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН (*Graphic Design*) – проектування символів-знаків, логотипів, послуги дизайнерів, що проектують поліграфічну продукцію а також навчання графічному дизайну і типографіці. Також процес створення продуманих композицій, що складаються з літер та ілюстрацій (фотографії, малюнки), які за допомогою обраного інформаційного носія створюють певне візуальне повідомлення. За даними асоціації ICOGRADA, це «інтелектуальна,

технічна та творча діяльність, зосереджена не лише на створенні зображень, а також на аналізі, організації та методах візуальної презентації на користь розв'язання проблем спілкування».

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙНЕР (*Graphic Designer*) – це професіонал, який придумує дизайн, планує, як його виробляти та може координувати виробництво друкарського або графічного продукту.

ГРІКІНГ (*Greeking*) – це блок тексту, який зроблений нерозбірливим при перегляді у розмірі 12 пунктів або менше з метою прискорення перемалювання екрана або створення чорнового макета. Також безглузді поєднання знаків і пропусків, використовувані для того, щоб імітувати текст в текстових блоках на чернетках.

ГРОТЕСК (фр. *Grotesque*, буквально – вигадливий; комічний) – шрифт без зарубок. Перший набірний шрифт цього класу був створений в 1816 році. Він застосовувався для залучення уваги в заголовках реклами. Прабатьком сучасних друкарських гротесків вважається шрифт Акциденція. Гротеск був розроблений в 1896 році невідомим художником для фірми Berthold.

GRID (сітка) – набір вертикальних і горизонтальних ліній, які формують систему для розташування об'єктів.

Д

ДАГЕРОТИП – один із перших практичних фотографічних процесів, публічно оголошений у 1839 році та названий на честь французького художника та винахідника Луї Жака Манде Дагера. Полягає в тому, що посріблену мідну пластинку старанно полірують, потім безпосередньо перед зніманням обробляють парою йоду, внаслідок чого утворюється тонкий шар світлочутливого йодистого срібла. Під дією світла в цьому шарі виникає приховане зображення, яке проявляється випарами ртуті. Отримане зображення фіксують розчином тіосульфату натрію. Оскільки дагеротипи є авторськими, кожен із них унікальний.

ДАДАІЗМ – модерністська течія в літературі, образотворчому мистецтві, дизайні, театрі та кіно. Зародилася під час Першої світової війни в нейтральній Швейцарії, в Цюріху. Дадаїзм існував з 1916 по 1922 роки.

ДИЗАЙН (англ. *Design* – проект, план, малюнок). Визначення дизайну було прийняте в 1964 році міжнародним семінаром з дизайнерської освіти у м. Брюгге: «Дизайн – це творча діяльність, метою якої є визначення формальних якостей промислових виробів. Ці якості включають і зовнішні риси виробу, але головним чином ті структурні й функціональні взаємозв'язки, які перетворюють виріб у єдине ціле як з точки зору споживача, так і з точки зору виробника».

ДИЗАЙН ТОВАРУ (англ. *Product Design*) – дизайну предметів (меблів та тканин, побутової електроніки та побутової техніки, транспортних засобів тощо). Нині це розробка шаблонів для масового виробництва, а також окремих та унікальних предметів. Деякі джерела визначають термін «Дизайн товару» як певну додану вартість для виробу, виготовленого за певною технологією, що має всі необхідні функціональні характеристики.

ДИЗАЙН ОСВІТА – включає широкий спектр понять. Сучасна дизайн-освіта переважно охоплює такі сфери діяльності, як графічний дизайн, дизайн інтер'єру, фешн дизайн і Web design.

ДЕКАДЕНТСТВО (фр. *Decadence*; від середньовічного лат. *Decadentia* – занепад) – позначення течії в літературі та мистецтві кінця XIX – поч. XX ст., яка характеризується опозицією до загальноприйнятої «міщанської» моралі, культом краси як самодостатньої цінності, що супроводжується нерідко естетизацією гріха і пороку, амбівалентним переживанням огиди до життя і витонченої насолоди ним (французькі поети Ш. Бодлер, П. Верлен, А. Рембо та ін.; журнал «Декадент», 1886-89 рр.). Поняття декадансу – одне з центральних у критиці культури Ф. Ніцше, що зв'язував декаданс зі зростанням ролі інтелекту та ослабленням початкових життєвих інстинктів, «волі до влади».

ДЕВІД КАРСОН (народився 1950 р.) – одна з найяскравіших постатей у світі сучасного графічного дизайну. «*Newsweek*» стверджував, що Карсону вдалося «повністю змінити уявлення суспільства про графічний дизайн». Невіл Броді, побачивши його роботи в 1994 р., сказав, що вони сигналізують про кончину типографіки. Після цього, Девід Карсон отримав титул «могильник типографіки», ставши одним із родоначальників стилю Гранж (англ. *Grunge*, букв. бруд) у графічному дизайні. Веде активну викладацьку діяльність, виступає з лекціями по всьому світу, видає журнал.

ДОМІНАНТА (лат. *Dominans, Dominantis*) – панівний. Домінувати – панувати, переважати; підійматися (над навколишньою місцевістю). У графічному дизайні – найактивніший, контрастний елемент у композиції.

ДРУК (анг. *Seal* – друк, від лат. *Sigillum* – друк, а це, своєю чергою, служить зменшувальним від *signum* – знак) – зазвичай вигравіювана на металі емблема або знак, що використовується для відбитка на папері або сургучу як символ ідентифікації власника або отриманих повноважень. Історія використання печаток сходить приблизно до III тис. до н. е., до мистецтва древніх шумерів, чий друк становив собою вирізані на камені піктограми, що ідентифікували власника; відбиток наносили на сиру глину, повертаючи межі друку по колу.

ДРУК НА СОЛОНОМУ ПАПЕРІ – найдавніший фотоматеріал на паперовій основі. Названий так тому, що він був виготовлений шляхом нанесення води, що містила розчинну сіль, на аркуш паперу, який потім був покритий нітратом срібла для отримання рівномірного покриття світлочутливої сполуки срібла.

ДРУК ІЗ ПЕРЕНЕСЕННЯМ БАРВНИКА – процес повноколірного фотодруку, який був популярним у період з 1920-х по 1950-ті роки. У цих відбитках три шари барвника – блакитний, пурпуровий та жовтий – послідовно наносяться вручну на один шар емульсії. Процес включає багато етапів і копітку вирівнювання кожного шару барвника. Відбитки дуже стабільні й при правильному виконанні дозволяють фотографу повністю контролювати кінцевий колірний баланс.

DPI, PPI – кількість точок (пікселів для PPI), які поміщаються на один дюйм екрана.

ДТП (аббревіатура від англ. *desktop publishing*) – настільна видавнича справа, тобто процес підготовки файлу до друку, комп'ютерний набір видань.

Е

ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИЗАЙН (*Ecological Design*) – це створення екологічно доречного середовища для життя людини. За визначенням Сім Ван дер Ріна та Стюарта Коуена це «будь-яка форма дизайну, що зводить до мінімуму екологічно руйнівні впливи шляхом інтеграції себе з процесами живої природи». Екологічний дизайн охоплює всю передбачувану проектну діяльність, яка реалізується у відкритому чи закритому публічному чи напівпублічному просторі. Найважливіша мета – взаємодія з навколишнім середовищем та його користувачами. Такі дії можуть мати форму оригінальних хепенінгів або бути ретельно запрограмованою концепцією просування певного бренду – події, товару чи послуги; приклад «Екологічний дизайн» художньої кампанії Павла Альтхамера, а також кампанію Банку Охорони Середовища (Польща), які у 2010 році розмістили в міському просторі гігантське яйце, для того, щоб заохотити людей взяти в участь у новій формулі банківського рахунку під назвою «рахунок без меж».

ЕКСПОЗИЦІЙНИЙ ДИЗАЙН (*Trade Shows Design*) (дизайн виставок) – вид дизайну, присвячений позиціюванню певної компанії на виставках, конференціях, презентаціях тощо. Фактично, це діяльність на стику між архітектурним дизайном та графічним дизайном із використанням елементів дизайну інтер'єру.

ЕМАЛЬ – тип фарби, виготовлений з дуже дрібних пігментів та смоли, що утворюють глясову поверхню. Також це нанесення цієї фарби на матеріал з метою створення гладкої та глясової поверхні.

Ж

ЖАНР (фр. *Genre* – рід, вид) – в образотворчому мистецтві поняття, що характеризує сферу мистецтва, обмежену певним колом тем. Розрізняють, в основному, жанр історичний, побутової, батальний; жанр портрета, пейзажу, натюрморту. Поняття жанру склалося в XV-XVI ст., поділ мистецтва на окремі жанри сприяв глибшому вивченню і відображенню в мистецтві дійсності. Сучасне поняття жанру виявляється особливо розвиненим на ґрунті станкового живопису. У скульптурі підрозділи на жанр майже не існує, тому що тут в основу класифікації кладеться швидше цільове призначення скульптурного твору, ніж тематичний принцип. Проте зберігається стійкий тематичний жанр портрета.

З

ЗАГМАЙСТЕР СТЕФАН (народився 1960 р. в Австрії) – найяскравіша зірка в світовому графічному дизайні 2000-х років. Дизайнер був відзначений нагородами практично всіх міжнародних фестивалів дизайну, включаючи 2 Grammy (у 2005 і у 2010 рр.). Клієнтами його студії є мегабренди, як *HBO*,

Guggenheim Museum, Rolling Stones, Aerosmith та інші легендарні музичні колективи.

ЗНАК (фр. *Signe*, лат. *Signum* – відмітка) – створене людиною зображення, сенс якого відомий. З XV ст. слово «*sign*» стало зустрічатися як дієслово «підписувати», причому підписом був хрест. Сьогодні словом «*sign*» позначається як будь-яке графічне зображення, що передає якесь спеціальне повідомлення (наприклад, математичний знак), так і жест, що виражає будь-яку інформацію або команду. Цим словом можуть позначатися також плакати, транспаранти та інші засоби, які є носіями інформації.

ЗНАК ВОДЯНИЙ – напівпрозорий текст, розміщений на зображенні для захисту авторських прав. Це забезпечується, серед іншого, шляхом фіксації всіх стокових фотографій, на які потрібно придбати ліцензію.

ЗОЛОТИЙ ПЕРЕРІЗ (золота пропорція, розподіл у крайньому й середньому відношенні, гармонійний розподіл) – поділ відрізка AC на дві частини таким чином, що більша його частина AB відноситься до меншої BC так, як весь відрізок AC відноситься до AB (т.б. $AB : BC = AC : AB$). Приблизно це відношення дорівнює $5/3$, точніше $8/5$, $13/8$ і т. д. Принципи золотого перетину використовуються в архітектурі й в образотворчих мистецтвах. Термін «золотий перетин» започаткував Леонардо да Вінчі.



ІЕРОГЛІФ (гр. *Хіерос* – святий, *гліфів* – вирізати, *грама* – буква) – вживалося греками для позначення «святих знаків» – символів, вирізаних на каменях стародавніми єгиптянами. З кінця XIX ст. це слово також використовується для позначення знаків у вигляді малюнків, таких, як у майя або ацтеків. Також цим словом позначаються букви або символи з таємним значенням і які-небудь написи, які важко розуміються.

ІЛЮСТРАЦІЯ (*Illustration*) – візуалізація тексту в книзі, журналі, газеті. Ілюстрація використовується для передачі емоційної атмосфери художнього твору, візуалізації образів героїв оповідання, демонстрації описуваних об'єктів, а також відображення покрокових інструкцій в технічній документації.

ІЛЮСТРОВАНА КНИГА – термін, що стосується до будь-якої книги, для якої художник надав зображення, але часто позначає розкішні томи, видані обмеженим тиражем, створені в співпраці зі спеціалізованими видавництвами, які надають різні рівні інформації.

ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ (лат. *individuum* – неподільне) – 1) неповторна своєрідність, яскраве вираження фізичних і психічних властивостей, особистісних якостей, здібностей в окремій людині (індивіда), що відрізняють її від інших людей; 2) протилежність загальному, типовому, груповому. У сучасному дизайні індивідуальність – це ключова тенденція.

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ДИЗАЙН - процес проектування, що виник після промислової революції й застосовується до продуктів масового та машинного виробництва.

ІНЖЕНЕРНА ПСИХОЛОГІЯ – галузь науки, що вивчає психологічні особливості праці людини при взаємодії її з технічними засобами в процесі

виробничої та управлінської діяльності; результати досліджень використовуються для оптимізації діяльності людей в системах «людина-машина», а також в ергономіці при проектуванні нових технічних засобів і технологій.

ІНСТАЛЯЦІЯ (Installation) – форма мистецтва, яка включає візуальні елементи в будь-якому середовищі та просторі, в якому вони знаходяться.

Також, багатоелементна художня реалізація у конкретному наявному просторі чи конструювання такого простору. Інсталяція – це витвір мистецтва з просторовою цінністю, створений художником та адаптований до конкретного простору.

ІНТЕРЛІНЬЯЖ (фр. *Interligne* – написане між рядків) – міжрядковий пробіл, відстань між базовими лініями сусідніх рядків. Відстань необхідно враховувати, щоб досягти оптимального балансу в тексті.

ІНТЕРАКТИВНИЙ ДИЗАЙН – процес комунікацій, який безпосередньо впливає на потреби користувачів, за допомогою інтелектуальних емоцій, що вимагають широких можливостей *flash*-технології. За допомогою інтерактивного дизайну створюються сайти, які можуть «спілкуватися» з користувачами. Інтерактивний дизайн належить до дизайну, призначеного для розповсюдження на інтерактивних носіях. Іноді також з'являється термін «Вебдизайн» або загальніше «Мультимедійний дизайн». У деяких джерелах також можна знайти термін «Дизайн нових медіа».

ІНФОРМАЦІЙНІ ГРАФІКИ (Information Graphics) – відображають інформацію в деякій візуальній манері, іншій, ніж текст. Інформаційні графіки зазвичай використовуються для того, щоб візуально представити складні комплексні статичні дані, числові або наукові дані або деякі інші об'єкти, для яких доцільніше графічний опис. Термін часто скорочується до слова «інфографіки» (*infographics*).

Й

ЙОГАННЕС ІТТЕН (1888-1967, Цюрих, Швейцарія) – швейцарський художник, теоретик нового мистецтва й блискучий педагог дизайну. Здобув всесвітню популярність завдяки сформованому ним навчального курсу Баухауза, так званому форкурсу, який ліг в основу викладання багатьох сучасних дизайнерських навчальних закладів. Автор книг «Мистецтво кольору» і «Мистецтво форми».

JPG (аббревіатура від англ. *Joint Photographic Group*) – формат графічного файлу, який використовує т. зв. стиснення з втратами, що зменшує розмір файлу внаслідок погіршення якості зображення. Це добре працює, серед іншого під час збереження фотографій в Інтернеті.

К

КАДРУВАННЯ ОБ'ЄКТА (Framing the Subject) – це використання певних елементів аби з їх допомогою привести погляд глядача в картину. Ця техніка

також швидко створює в зображенні глибину, що є одним із потужних атрибутів відмінної фотографічної композиції.

КАЛІГРАФІЯ (гр. *Καλλας* – краса) – мистецтво красивого, правильного письма. Протилежність – «какографії» – поганому, нерозбірливому зображенню букв.

КАЛІГРАФІТИ (*Calligraphiti*) – це мистецтво, що поєднує в собі каліграфію, типографіку й графіті. Його можна розділити на абстрактний експресіонізм або абстрактний вандалізм. Каліграфіті визначається як візуальне мистецтво, що об'єднує букви в композицію, що намагаються передати ширше повідомлення за допомогою листа, яке було естетично змінено, щоб вийти за межі буквального значення. Простіше кажучи, це свідоме зусилля по перетворенню слова або групи слів у візуальну композицію. Таким чином, каліграфіті покликане бути одночасно естетичним досвідом і провокаційним мистецтвом, що поєднує традиції і точність з сучасним самовираженням.

КАКОГРАФІЯ – (гр. *Κακος* – погано) – «неправильна» каліграфія, лист із порушенням класичних правил написання букв, недбале писання, таке, що має поганий вигляд, брудне. Часто використовується в постмодерністській типографіці для додання буквам особливої, девіантної емоційності.

КАРТ-ДЕ-ВІЗИТ – невеликі фотографії, прикріплені до карток. Вперше запатентовані 1854 року. Ці «візитні» картки найчастіше з портретами окремих осіб чи знаменитостей, що широко продавалися та збиралися в альбоми.

КАТАЛОГ (лат. *Catalogus* – перелік, список). Показчик художників або творів мистецтва в алфавітному порядку. Рекламний каталог – брошуроване видання, що містить фотозображення товару і короткий опис до нього. Каталоги зазвичай друкуються на глянцевому папері аби підсилити дію зовнішнього вигляду рекламованих продуктів. Обкладинки можуть бути надруковані на щільнішому папері аби запобігти розривам.

КЕГЕЛЬ, КЕГЛЬ (нім. *Kegel* – кегля або об'єкт конусоподібної форми) – розмір шрифту, основна розмірна характеристика шрифту, позначають числом, одиниця вимірювання – типографський пункт, квадрат. Кегель – висота площини, на яку накладають літери разом із пропуском, які забезпечують при наборі прямий рядок та нормальний інтерліньяж, тому кегель не є висотою знаку (літери) в чистому вигляді.

КЕЙВИЖУАЛ (*Key Visual*) – графічне оформлення рекламної кампанії, що є основою для розробки всіх матеріалів, щоб вони були послідовними. Це графічний, візуальний ключ, що забезпечує бренду візуальну узгодженість та можливість запам'ятовувати бренд у свідомості одержувачів. KV – це графічний лейтмотив бренду, який показує його емоції та цінності, з якими він себе ідентифікує. *Key Visual* зазвичай є певним графічним мотивом, який з'являється на всіх матеріалах. При перенесенні на інші корисні та рекламні елементи він допомагає підтримувати комунікативну спроможність бренду та полегшує його впізнавання та запам'ятовування одержувачем.

КЕРНІНГ (англ. *Kerning*) при наборі тексту – зміна інтервалу між літерами, з метою досягнення рівномірності й візуальної гармонії в наборному рядку, коли враховується індивідуальна форма букв. У більшості шрифтів використовується автоматичний кернінг, але в певних ситуаціях дизайнер налаштовує його вручну.

КІНЕТИЧНЕ МИСТЕЦТВО – мистецтво, що рухається чи має елемент руху. Художники, що створюють кінетичне мистецтво, можуть використовувати двигуни для створення руху або можуть структурувати виріб так, щоб він реагував на рух повітряних потоків.

КІТЧ – примітивний, тупий (кухонний) «дизайн», у цей час визначення носить відтінок зневаги й презирства. Цей стиль широко використовується в сучасній рекламі, орієнтованої на широкого (народного) споживача. Слово з'явилося в 1860-1870-ті роки в Німеччині (Мюнхені) і означало перероблення старих меблів, відновлення з відтінком обману, коли старе продавали як нове.

КЛИНОПИС (англ. *Cuneiform* – клинопис, від лат. *Cuneus* – вістря). Поняття ввів Томас Хайд, професор Оксфордського університету (1636-1703) для позначення писемності, в якій знаки наносилися на глину загостреними паличками.

КЛЮЧ ВІЗУАЛЬНИЙ – це графічний макет рекламної кампанії, адаптований до всіх візуальних матеріалів, наприклад, POS. Художник-графік, який отримує ключ візуальний для перекладу в інші формати, не повинен видаляти або додавати елементи, крім тих, що містяться у візуальному ключі.

КОВОРКІНГ (англ. *Co-working* – спільно працюють) – це актуальна модель організації робочого простору фрилансера, в якій учасники, залишаючись незалежними, використовують загальне приміщення для своєї діяльності. Послугами коворкінгу зазвичай користуються перекладачі, програмісти, дизайнери та інші підприємці.

КОЛАЖ – (франц. *Coller* – «склеювати») – відноситься як до техніки, так і до отриманого твору мистецтва, в якому фрагменти паперу чи інших матеріалів розташовуються та приклеюються або іншим чином прикріплюються до опорної поверхні.

КОЛІР (*Color*) – це ознака об'єкта, що виникає через світло, яке випромінюється або відбивається цим об'єктом. У словнику Вебстера колір визначається як світлове явище (наприклад, червоне, коричневе, рожеве або сіре) або явище візуального сприйняття, що дозволяє людині розрізняти об'єкти, які в іншому випадку здавалися б однаковими. Колір можна візуально «перевірити», оцінивши його властивості (тон, насиченість, хроматична і яскравість).

КОЛІРНЕ КОЛО (англ. *Color wheel*) – абстрактний ілюстративний спосіб відображення безперервності переходів між кольорами. Колірне коло було придумане Ісааком Ньютоном в 1666 році й спочатку виглядало як схема. Сьогодні є основним інструментом для роботи зі сполученням кольорів – допомагає зрозуміти, як кольори взаємопов'язані між собою і як краще їх поєднувати. Колірний круг складається з первинних, вторинних і третинних кольорів, які також відомі як тони.

Первинні кольори (*primary*) – являють собою три пігментних кольори, які не можуть бути створені за допомогою змішування інших кольорів. Є основою всієї колірної системи. Первинні кольори варіюються в залежності від типу колірної системи. В основі субтрактивної колірної моделі СМΥК лежать блакитний, фіолетовий і жовтий кольори; адитивну колірну модель RGB утворюють червоний, зелений і синій. А в історичну колірну модель художників RYB входять червоний, жовтий і синій.

Вторинні кольори (*secondary*) – кольори, які з'являються за допомогою змішування двох первинних. Через те, що в кожній системі свої основні кольори, вторинні кольори також варіюються.

Третинні кольори (*tertiary*) – отримують у результаті змішування первинних і вторинних кольорів. Зазвичай мають складові назви, наприклад, червоно-фіолетовий або жовто-оранжевий.

КОЛЬОРИ ХОЛОДНІ, ТЕПЛІ Й НЕЙТРАЛЬНІ. Холодні кольори знаходяться на синьо-зеленій частині колірної кола. Їх називають холодними, бо вони створюють відчуття прохолоди. Теплі кольори є їх протилежністю через асоціації з теплом. Жовтий, оранжевий і червоний – це тони, що належать до теплих кольорів. Нейтральні кольори не є частиною колірної кола. Серед них – сірий, коричневий і бежевий.

КОЛІРНІ МОДЕЛІ. Існує кілька колірних моделей: *RGB*, *RYB*, *CMY*, *CMYK*.

RGB. Первинними кольорами моделі *RGB* є червоний, синій і зелений. Дана модель є основою для всіх кольорів, що використовуються на екрані. Поєднання первинних кольорів цієї моделі в рівних пропорціях в результаті дає вторинні кольори – блакитний, фіолетовий і жовтий, однак необхідно пам'ятати: чим більше ви додаєте світла, тим яскравіше й світліше стає колір.

RYB (*R* – червоний, *Y* – жовтий, *B* – синій) – колірна модель, яка часто використовується в мистецькій освіті, особливо в живопису. Вона послужила основою для сучасної наукової теорії кольору, в якій було встановлено, що блакитний, фіолетовий і жовтий є найбільш вдалим трибарвним поєднанням для змішування. Таким чином з'явилася колірна модель *CMY*.

CMYK. Модель *CMY* була видозмінена з появою фотомеханічного друку. Її ключовим компонентом стали чорне чорнило і модель була перейменована в *CMYK* (*C* – блакитний, *M* – фіолетовий, *Y* – жовтий, *K* – чорний). Без цього додаткового пігменту найближчий до чорного відтінок був би брудно-коричневого кольору. На цей час дана колірна модель найчастіше використовується у пресі.

КОЛІРНА ПАЛІТРА. Дизайнери визначили основні й найбільш ефективні колірні палітри, або колірні гармонії.

Монохромна – заснована на одному кольорі та його різних тонах і відтінках.

Аналогова – використовуються кольори, розташовані поруч один з одним на колірному колі. Цей вид кольорової палітри використовується там, де не потрібен контраст, в тому числі на тлі вебсторінок або банерів.

Комплементарна – змішання кольорів, які знаходяться один навпроти одного на колірному колі. Ця схема протилежна аналогічній і монохромній, тому, що її метою є створення контрасту. Наприклад, в будь-якому інтерфейсі складно буде не побачити помаранчеву кнопку на синьому тлі.

Роздільно-комплементарна – працює за аналогією з попередньою, але використовує більше кольорів. Наприклад, при виборі синього кольору необхідно ще додати два суміжних відтінків його протилежного кольору, тобто, жовтий і оранжевий. Тут контраст буде не таким різким у порівнянні з комплементарної схемою, але зате можна використовувати більше кольорів.

Триадична – заснована на трьох окремих рівновіддалених один від одного кольорах. Для збереження балансу в схемі рекомендується використовувати один колір в якості панівного, а два інших як акцентні.

Четвертинна / здвоєно-комплементарна – колірна схема призначена для використання досвідченими дизайнерами, оскільки в ній найскладніше досягти балансу. Вона залучає чотири кольори з кола, які становлять комплементарні пари. Якщо з'єднати точки на обраних кольорах, вони утворюють прямокутник. У цій схемі досить складно досягти гармонії, але якщо все робити правильно, результати будуть винятковими.

КОЛОТИП – техніка репродуктивного друку, заснована на фотографії. Попри те, що колотип зустрічається все рідше, на початку ХХ ст. її використовували через ефективність у відтворенні тонкої делікатності малюнків та фотографій. Фотонегатив проєктується на друкарську форму, покриту світлочутливим желатином, який твердне і стає сприйнятливим до нанесення чорнила. Зверху кладеться папір і зображення друкується під пресом.

КОМЕРЦІЙНА РЕКЛАМА. Під визначення комерційної реклами підпадають такі типи реклам, як реклама торгової марки, торгово-роздрібна реклама й реклама зі зворотним зв'язком. Кількість носіїв у всіх цих видах реклами нескінченно велика.

КОМПЛЯЦІЯ – з'єднання результатів чужих досліджень, ідей без самостійного опрацювання джерел, а також сама робота, складена таким методом. Творчий метод у сучасному дизайні.

КОМПОЗИТ (kompozyt) – картки з фотографією моделі, повними розмірами та контактними даними для її агентства.

КОМПОЗИЦІЯ (лат. *Compositio*) – твір, складання; з'єднання, зв'язок. У літературі й мистецтві – це побудова (структура) художнього твору, розташування і взаємозв'язок його частин, обумовлені ідейним задумом і призначенням твору. В архітектурі – пов'язані між собою в єдину композиційну побудову кілька будівель. Композиції твору образотворчого мистецтва – це розміщення на полотні людей і предметів. У графічному дизайні – розташування і взаємозв'язок окремих графічних елементів на аркуші.

КОНСТРУКТИВІЗМ – напрямок в образотворчому мистецтві, архітектурі й дизайні ХХ ст., який поставив собі за мету художнє освоєння можливостей сучасного науково-технічного прогресу. В архітектурі тісно примикає до раціоналізму і функціоналізму. Склався в 1910-ті рр., насамперед на базі кубізму й футуризму, розділившись незабаром на два відокремлених (хоча і співзалежних) потоки: «конструктивізм соціальний», тісно пов'язаний із завданнями «соціальної інженерії», створення нової людини шляхом радикального перетворення навколишнього предметно-матеріального середовища. Яскравими представниками конструктивізму в графічному дизайні були (в СРСР) В. Маяковський і В. Родченко.

КОНТАКТНИЙ ДРУК – є результатом процесу, коли світлочутливий папір поміщають у безпосередній контакт з негативом, а потім експонують. Для щільного з'єднання матеріалів під час експонування часто використовується друкарська рамка, що забезпечує ідеальну реєстрацію та чітку роздільну здатність. Отримане зображення має той самий розмір, як і негатив, на відміну

від відбитка, створеного за допомогою збільшувача, для якого потрібно, щоб зображення переходило з негативу на папір через систему лінз.

КОН'ЮНКТУРА (пізньолат. *Conjunctura*, від *Conjungere* – пов'язувати, з'єднувати) – сукупність певних умов, збіг обставин, стан речей, здатний впливати на вирішення, розв'язання якої-небудь справи, питання у деякій області суспільного життя. У дизайні, розуміння кон'юнктури – це здатність дизайнера вловлювати очікування цільової аудиторії й, через прийоми художньої виразності, втілювати їх в об'єкті дизайну.

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО – течія в авангардистському мистецтві 1960-90-х рр., яка поставила за мету перехід від створення художніх творів до відтворення «художніх ідей» (т. зв. концептів), які інспіруються у свідомості глядача за допомогою написів, безособових графіків, діаграм, схем тощо.

КОПІЯ (лат. *Copia* – множинність, запас) – художній твір, що повторює інший твір з метою відтворити його якомога точніше. Повноцінна копія повинна відповідати оригіналу як розміром і технічними засобами, так і якістю виконання. На практиці цей термін застосовується до різних творів. Копія, виконана автором оригіналу, часто має спеціальну назву дублета, репліки, повторення.

КОРЕКТОР (*Proofreader*) – це особа, яка ретельно вираховує і переглядає екземпляр набору для перевірки помилок, правопису, встановлення проміжків, позиціонування.

КРИТИЧНИЙ ДИЗАЙН. Термін, який вперше використав Ентоні Данн у своїй книзі *Hertzian Tales* (1999), посилаючись на ставлення до дизайну, а не до руху чи методу. Він наслідує інші практики (такі як радикальний дизайн в Італії та авангардна британська архітектура кінця 1960-х і початку 1970-х років), які розглядали дизайн як спосіб ставити гострі питання, кидати виклик статус-кво і глибоко замислюватися про можливі майбутні наслідки теперішнього вибору. Критичний дизайн умоглядний, концептуальний, провокаційний і може бути похмуро-сатиричним. Це не завжди призводить до створення придатних для використання продуктів, але впливає на довгострокове мислення, створює тонкий погляд на споживачів як на складних, суперечливих особистостей та виробляє альтернативні рішення, які припускають, що зміни завжди можливі, навіть неминучі.

КУБІЗМ (фр. *Cubisme*, від *Cube* – куб) – авангардистська течія в образотворчому мистецтві 1-й чверті ХХ ст. Розвивалась у Франції (П. Пікассо, Ж. Брак, Х. Гріс) та в інших країнах. Кубізм висунув на перший план формальні експерименти – конструювання об'ємної форми на площині, виявлення простих стійких геометричних форм (куб, конус, циліндр), розкладання складних форм на прості.

КУРСИВ – друкарський шрифт із нахилом основних штрихів приблизно на 15° і округленими формами штрихів і їх з'єднань, що трохи нагадує рукописний. Використовується здебільшого в шрифтовому наборі тексту, як накреслення, що потрібно виділити.

Л

ЛЕТТЕРІНГ (англ. *Lettering* – напис) – намальований вручну, а не на основі сконструйованого шрифту напис. Шрифтова композиція.

ЛІГАТУРИ (лат. *Ligature* – пов'язувати) – друкований знак, що є комбінацією двох або більше знаків. Як художній прийом, лігатура набула поширення в створенні оригінальних накреслень логотипів газет на початку ХІХ ст. в Європі.

ЛІТЕРА (лат. *littera* – буква) – термін типографіки, означає друкований символ, який є графічним або письмовим вираженням певного усного звуку чи звукосполучення.

ЛІТОГРАФІЯ – широко розповсюджений різновид графічної техніки, пов'язаний з роботою на камені (щільний вапняк) або металевій пластині (цинк, алюміній). Літографія виконується художником на поверхні каменя жирним літографським олівцем і спеціальною тушшю. Після травлення каменю кислотою малюнок змивають, натомість наноситься друкарська фарба. Її накочують валиком по зволоженому каменю. Друкування виробляють на спеціальному верстаті.

ЛОГОГРАМИ (гр. *Логос* – слово) – будь-який символ, знак тощо, який замінює слово, наприклад, & замість «і», # замість «номер» (в США). Використання знаків замість слів називається логографією.

ЛОГОТИП (гр. – відбиток слова) – термін, що позначав в ХІХ ст. невеликі друковані форми, які містили дві або кілька букв (наприклад, замість «and» - &), створені з метою прискорення набору; пізніше так стали називатися адреси, назви або торгові марки, відлиті у вигляді друкованої форми єдиним шматком. У наші дні це слово часто скорочують до слова «лого» і їм називають торгову марку, що вносить певну плутанину. Можна прийняти одне з поширених визначень, де логотипом у торговій марці є її буквене позначення, а знаком – образотворче. У сучасних дизайнерських практиках «логотип компанії» являє собою назву, ініціали, монограму або інше знакове зображення, виконане з використанням тих чи інших прийомів стилізації графічного дизайну.

ЛУКБУК – це каталог, колекція фотографій, що представляють одяг колекції певного бренду.

ЛЮБАЛІН ГЕРБЕРТ ФРЕДЕРИК (1918-1981) – американський дизайнер і типограф. Навчався, жив і працював у Нью-Йорку. Артдиректор культових журналів *Avantgarde* і *Fact*, автор безлічі шрифтових гарнітур, в тому числі *ITC Avant Garde*.

ЛЮДВІГ ХОЛЬВАЙН (1874-1948), Німеччина. Хольвайна відносять до найвидатніших європейських плакатистів першої половини ХХ століття. Його прийоми роботи з кольором і композицією в плакаті, надихнули багатьох дизайнерів на наслідування, його художній метод залишався актуальним в Європі аж до 60-х років. Вважається, що Хольвайн, на ряду з іншими майстрами, такими як режисер Лене Рефенштайн і фотограф Генріх Гофман створили візуальний імідж третього рейху.

LANDING PAGE (*Лендінг*) – це вебсторінка, зібрана певним чином, головним завданням якої є збір контактних даних аудиторії або продаж товару.

LAYERS (шари) – використовуються в *Photoshop* для компоювання зображення. Шари нагадують стопку прозорих листів, через прозорі області верхніх шарів можна бачити вміст нижніх шарів.

LOREM IPSUM – текст, який складається з латинських (або псевдолатинських) виразів, що використовуються в дизайні макета.

M

МАКЕТ (*Layout*) – це графічний макет сторінки. Він визначає розташування заголовка, тексту, ілюстрацій, їх розмір і кольори. Макети зазвичай будуються на сітках, які становлять основу композиції.

МАРКА РОДИНИ ТОВАРІВ (*House Mark*) – сукупність груп товарів, які позначаються одним конкретним брендом.

МАСОВЕ ВИРОБНИЦТВО – виробництво великої кількості стандартизованої продукції шляхом використання машинно-збірних методів виробництва та обладнання.

МЕБЛІ ТА ІНТЕР'ЄР – об'єкти або середовище, призначені для пристосування до діяльності людини (наприклад, сидіння, сон або їжа). Включають ліжка, стільці, столи, кухні тощо.

МЕЙЛ-АРТ – практика, що виникла у 1960-х роках, заснована на відправленні та обміні витворами мистецтва через поштову службу. У наступні десятиліття мережі мейл-арту розширилися по всьому світу внаслідок розповсюдження списків розсилки, інформаційних бюлетенів та журналів.

МЕТПЕЙТІНГ (*Matte Painting*) – термін, що позначає великомасштабні мальовані зображення, які використовують в кінематографі, на телебаченні й у виробництві комп'ютерних ігор для створення в кадрі ілюзії навколишнього середовища, яке з яких-небудь причин неможливо зняти на натурі, або відтворити за допомогою декорацій. Мистецтво *Matte Painting* – це створення фотореалістичного зображення, що створює ілюзію живої природи, проте, несе на собі сліди штучності (рукотворності).

МЕЦЦО-ТИНТО (від іт. *mezzo* – середній, *tinto* – пофарбований, тонований; буквально «напівтон»), також «чорна манера» (від фр. *manière noire*), «англійська манера» (*manière anglaise*) або шабкунст (нім. *Schabkunst* – «мистецтво скребком») - різновид тонової гравюри на металі глибокого друку, в якій зображення створюється не лініями й штрихами, як в офорті, а плавними тональними переходами. У цьому процесі вся поверхня металевої друкарської форми рівномірно набуває шорсткості за допомогою зубчастих інструментів, які називаються рокерами, щоб створити крихітні поглиблення, які утримують чорнило. Інструмент під назвою полірувальник використовується для згладжування ділянок поверхні, не призначених для утримання чорнила, створення зображення або композиції. Коли вологий папір кладуть поверх нанесеної чорнилом пластини й пропускають її через прес, більш гладкі, поліровані ділянки призводять до світлих ділянок на зображенні, а на неполірованих ділянках утворюються темні ділянки.

МИСТЕЦТВО ДЛЯ МИСТЕЦТВА (чисте мистецтво) – назва ряду естетичних концепцій, які стверджують самоцінність художньої творчості,

незалежність мистецтва від політики й суспільних вимог. Ідеї мистецтва для мистецтва оформилися в теорію до середини XIX ст. (Т. Готьє, група Парнас у Франції).

МІНІАТЮРА (фр. *Miniature*, іт. *Miniatura*, від лат. *Minium* – червова фарба, кіновар, сурик). В образотворчому мистецтві: кольоровий або одноколірний малюнок, виконаний на сторінках рукописної книги з метою ілюстрування тексту й прикрашання. В історії мистецтва мініатюра грала часом значну роль (західноєвропейське середньовіччя, Візантія, Індія, Іран, Середня Азія, Азербайджан). До кінця XIV ст. її виконували на пергаменті, переважно, яєчними фарбами.

МІНІМАЛІЗМ (лат. *Minimus* – найменший) – стиль в дизайні, що характеризується лаконічністю виразних засобів, простотою та ясністю композиції. Джерела мінімалізму лежать в конструктивізмі й функціоналізмі. Термін «мінімалізм» вперше був введений стосовно творчості американського постживописного абстракціоніста Френка Стелли в 50-ті роки.

Мінімалізм насамперед американський художній напрям 1960-х років, що характеризується простими геометричними формами, позбавленими репрезентативного змісту. Спираючись на промислові технології та раціональні процеси, художники-мінімалісти кидали виклик традиційним уявленням про майстерність, використовуючи комерційні матеріали, такі як скловолокно та алюміній і часто застосовуючи математичні системи для визначення композиції своїх робіт.

МОДЕРН (фр. *Moderne* – новітній, сучасний) («ар нуво», «югендстиль») – стильовий напрям в європейському та американському мистецтві кінця XIX – початку XX ст. Представники «модерну» використовували нові техніко-конструктивні засоби, вільне планування, своєрідний архітектурний декор для створення незвичайних, підкреслено індивідуалізованих будівель, всі елементи яких підкорялися єдиному орнаментальному ритму й образно-символічному задуму (Х. ван де Велде в Бельгії, Й. Ольбрих в Австрії, А. Гауді в Іспанії, Ч. Р. Макінтош в Шотландії, Ф. О. Шехтель в Росії). Образотворче та декоративне мистецтво «модерну» відрізняють поетика символізму, декоративний ритм гнучких текучих ліній, стилізований рослинний візерунок.

МОКАП (*Mockups*) (англ. *Mock-up* – макет) – це спеціалізоване поняття, що використовується дизайнерами. Свого роду макет, за допомогою якого дизайнер може презентувати свої розробки замовнику в тривимірному зображенні. Це можуть бути обкладинка, пакування, візитка або інша продукція, на яку накладається майбутній логотип.

Сьогодні мокап – це спеціально розроблені програми, які дозволяють створювати в тривимірному зображенні практично будь-які шаблони.

Використання мокапу спрощує взаємодію дизайнера й замовника та вже на стадії розробки дозволяє побачити й внести необхідні доопрацювання і зміни.

МОНОГРАМА (гр. «одна буква») – спочатку означало зображення намальоване однією лінією, пізніше – знак, складений з двох або більше пов'язаних букв, зазвичай ініціали; у наші дні так називаються літери або зображення, які ставлять на предметах побуту для вказівки на їх власника.

МОНОХРОМНИЙ – твір мистецтва, представлений лише одним кольором.

МОНТАЖ – сукупність зображень, які певним чином пов’язані один з одним для створення окремого твору або частини твору мистецтва. Монтаж більш формальний, ніж колаж, і зазвичай відповідає певній темі.

MARGIN (зовнішній відступ) – зовнішній відступ від елемента.

MULTIPLE – термін, що відноситься до невеликих, тривимірних творів мистецтва, задуманих і виготовлених відносно великими тиражами й часто випущених тими ж особами або організаціями, які публікують друковані видання.

MVP – продукт, який містить мінімальний набір функцій, необхідних для функціонування. Створення MVP дозволяє оцінити, наскільки продукт цікавий людям, і чи варто його розвивати надалі.

Н

НАГРУДНИЙ ЗНАК – з’явився як нашивка на одязі, що слугував знаком слуг або тих, хто слідував за королем або особою королівського роду. Тепер використовується як знак приналежності до певного суспільного прошарку, до школи, університету, організації тощо або для того, щоб позначити ранг. У США випускалися нагрудні знаки, відлиті в металі, з пластику тощо, їх називали «*buttons*» – гудзики, оскільки перші такі знаки випускалися гудзиковими фабриками й походили на гудзики. Зі зворотного боку ці «гудзики» мали шпильки (це з’єднання було запатентовано в 1893 році компанією «*Уайтхед енд Хог Компані*» з міста Ньюарка, штат Нью-Джерсі).

НАЗВА ТОВАРУ (*Trade Name*) – це назва, за допомогою якої споживач відрізняє даний товар або групу товарів від товарів замінників.

НАСИЧЕНІСТЬ (*Saturation*) – властивість кольору. Насиченість не припускає змішання тонів з іншими кольорами. Насиченість – це те, як виглядає колір у різних світлових умовах, наскільки яскравим або блідим здається колір при денному або слабкому освітленні. Цю властивість ще називають інтенсивністю кольору.

НЕОНОВИЙ – форма освітлення, що використовується особливо на рекламних вивісках та складається зі скляних трубок, наповнених неоном або іншими газами, які випромінюють кольорове світло під впливом електричного струму; надзвичайно яскраве світло або яскравий відтінок кольору.

НЕОПЛАСТИЦИЗМ (гол. *Neoplasticism*) – течія в голландському мистецтві, пов’язана з архітектурно-художнім журналом «Стиль» (1917-1928). Висував ідею «універсальної гармонії», втіленої в «чисту», геометризовану узагальнену форму. Дав плідні результати в архітектурі та художній промисловості (П. Ауд, Г. Рітвелд); у станковому мистецтві неопластицизм (П. Мондріан) висловився в створенні одного з варіантів абстрактного живопису – комбінаціях великих прямокутних площин, забарвлених в основні кольори спектра.

НОВА ХВИЛЯ (англ. *New Wave*) – термін, що зазвичай використовується для позначення деяких напрямків в мистецтві й дизайні другої половини ХХ ст. Термін «Нова хвиля», походить від французького терміна *Nouvelle Vague*, так називали напрямок у кінематографі Франції кінця 1960-х років.

НОВЕ МИСТЕЦТВО (The New Art) – міжнародний художній рух середнього класу кінця XIX – початку XX ст., який підкреслював єдність мистецтв і прагнув показати інтенсивні психічні та чуттєві стимули сучасного міста. Хоча це вплинуло на живопис і скульптуру, основні прояви руху були в дизайні, перформансі та архітектурі. Варіанти стилю по всій Європі та США набули таких назв, як *Arte Nova*, *Glasgow Style*, *Stile Liberty* та *Arte Modernista*. Версія, яку зазвичай називають ар-нуво, процвітала у Франції та Бельгії та характеризувалася звивистими асиметричними лініями, заснованими на органічних формах. Його більш прямолінійний аналог, який називається *Jugendstil* або стиль сецесії, процвітав одночасно в Німеччині та Центральній Європі.

HSB – триканальна схема формування кольору. Назва походить від перших букв англійських слів: *Hue* (колірний тон), *Saturation* (насиченість), *Brightness* (яскравість).

NAVIGATION (навігація, меню) – це система посилань, яка дозволяє користувачеві переміщатися по сайту або додатку.

NEGATIVE SPACE (білий простір, порожній простір, молоко) – частина сторінки, яка не містить текст або зображення.



ОП-АРТ – абстрактний стиль, також відомий як оптичне мистецтво, розроблений у 1960-х роках. Використовує геометричні форми та лінії у чорно-білих чи яскравих кольорах. Ґрунтуючись на теоріях кольору та сприйняття, композиції у стилі оп-арт часто створюють оптичні ілюзії вібрації чи глибини.

ОРИГІНАЛ (лат. *Originalis* – початковий). У галузі образотворчого мистецтва справжній художній твір на відміну від підробки, копії або репродукції. Термін «оригінал» вживається і як позначення художнього твору, зразка для копії. У цьому сенсі слова оригіналом може бути будь-який, в тому числі й не справжній витвір.

ОРНАМЕНТ (лат. *Ornamentum* – прикраса) – візерунок, у якому елементи повторюються в певному порядку.



ПАЛІТРА – це тонка дерев'яна дощечка прямокутної або овальної форми з отвором. Палітра потрібна художникам для роботи олійними фарбами. Художник тримає палітру в лівій руці, вставивши в отвір великий палець. По краю палітри він видавлює з тюбиків фарби, а в середині палітри змішує фарби, домагаючись потрібного кольору. У кожного художника є свої улюблені кольори. Одним подобаються писати картини, не використовуючи багато різних фарб, а інші вважають за краще різноманітність і яскравість кольорів у своїх роботах. У першому випадку про художника говорять, що у нього «стримана палітра», а в другому – «багата, яскрава палітра». Тобто палітрою ще називають і фарби, які художник і дизайнер використовує у своїй роботі.

ПАПІР – це підкладка для друку, яка зроблений з целюлозних волокон, отриманих зі стволів дерев і інших рослин, іноді комбінується з синтетичними волокнами.

ПАП'Є-МАШЕ (фр. *papier-mâché*, букв. «жований папір») – техніка створення тривимірних об'єктів, таких як скульптура, з паперу або склеєного паперу та сполучних матеріалів, таких як клей або гіпс.

ПАПКА (Folder) – інформаційний або рекламний матеріал, що складається з аркуша паперу, складеного один раз, тобто з чотирьох сторінок.

ПАТЕРН – це візерунок із повторюваних елементів, який часто використовують дизайнери. Є одним із часто використовуваних елементів фірмового стилю.

Патерн або фірмовий візерунок ще одна можливість зробити компанію більш впізнаваною. Він використовується як фоновий малюнок і доповнює основний дизайн. Для різноманітності в оформленні фірмового стилю патерн може бути використаний в декількох колірних гамах.

ПЕРІОДИЧНИЙ – журнал або газета, що виходять через регулярні проміжки часу.

ПЕРСПЕКТИВА – техніка, яка використовується для зображення об'ємів і просторових відносин на пласкій поверхні, як у намальованій сцені, яка ніби простягається вдалину.

ПЕРФОРМАНС (від англ. *performance* – вистава, спектакль, від *perform*) – одна з форм акціоністського мистецтва, де твором вважають дії автора, за якими глядачі спостерігають у режимі реального часу. Подія, яка може включати різноманітні дії, рухи, жести та хореографію. Мета перформансу викликати реакцію, іноді з підтримкою імпровізації та почуття естетики. Теми зазвичай пов'язані з життєвим досвідом самого митця, або потребою викриття чи соціальної критики та з духом трансформації.

Термін став широко використовуватися в 1970-х роках, хоча історія перформансу у візуальному мистецтві сягає футуристичних постановок і кабаре 1910-х років. Основними піонерами мистецтва перформансу є Каролі Шнеманн, Марина Абрамович, Ана Мендьєта, Кріс Берден, Герман Ніч, Джозеф Бойс, Нам Джун Пайк, Ів Кляйн та Віто Аккончі.

ПЕТРОГЛІФИ (лат. *Petra* – камінь) – висічені на скелях зображення, що належать до доісторичного періоду.

ПЕТРОГРАММА – малюнок або напис на скелі.

ПІКТОГРАМИ (лат. *Pictus* – намальований) – стилізоване й легко впізнаване графічне зображення, спрощене з метою полегшення візуального сприйняття. Її мета полягає в посиленні характерних рис зображуваного предмета. Схема проста: побачив – дізнався – зрозумів. Побачив тому, що вона привернула увагу; дізнався те, що зображено на ній; зрозумів, що ж саме вона хоче тобі повідомити. Піктограма використовувалась як символ у ранніх системах писемності.

ПІКСЕЛЬ – цифровий блок зображення, квадрат розміром 0,28 мм × 0,28 мм, заповнений кольором.

ПІКСЕЛЬОЗ – деформація зображення в результаті його збільшення (коли стають видимими окремі пікселі).

ПІКТУРАЛІЗМ – міжнародний рух, що складається з фотоклубів і товариств, які прагнули висвітлити художні можливості фотографії та стверджували, що це образотворче мистецтво, рівне живопису, скульптурі та іншим традиційним засобам. Діючи з кінця ХІХ ст. приблизно до 1914 року, пікторіалісти віддавали перевагу романтичним або ідеалізованим образам, використовували м'який фокус та обрамляли або інсценували сцени відповідно до композиційних принципів живопису. Щоб підкреслити почерк художника й спростувати аргумент, що фотографія є повністю механічним засобом, вони часто використовували трудомісткі процеси фотолабораторії для створення унікальних відбитків. За межами фотолабораторії пікторіалісти влаштовували міжнародні салони та виставки, публікували портфоліо та журнали, за допомогою яких вони впливали на те, як обговорюють та сприймають фотографію.

ПЛАВНИКОВИЙ СТИЛЬ – умовна назва течій в автомобільному дизайні, що існували на рубежі п'ятдесятих і шістдесятих років ХХ ст. Спочатку плавниковий стиль був характерний для продукції північноамериканських виробників автомобілів, але згодом він поширився повсюдно і в інших частинах світу проіснував набагато довше, ніж в самій Америці.

ПЛАГІАТ – видача чужого твору за свій або незаконне опублікування чужого твору під своїм ім'ям, привласнення авторства.

ПЛАКАТ – (див. Постер).

ПЛАСТИК – термін, що застосовується до багатьох природних і синтетичних матеріалів з різними формами, властивостями й зовнішнім виглядом, які є пластичними та можуть бути сформовані в різні форми або предмети.

ПОСТЕР – або більш звичний для нас – плакат – великоформатне, зображення, зроблене в рекламних, агітаційних, інформаційних або просвітницьких цілях. В теорії графічного дизайну – постер це зведене в чітку візуальну формулу рекламне повідомлення, призначене для спонукання одержувача повідомлення до конкретних дій. З точки зору особливостей плаката, як рекламоносія, він може виступати у вигляді рекламної смуги в друкованому виданні, вуличного лайтбоксу, придорожнього щита (білборда) або просто афіші. Зі змістовної точки зору, плакат повинен поєднувати в цільну композицію ряд елементів графічного дизайну, які перебувають в певному взаємозв'язку один з одним, а саме: велике, мальоване або фотографічне зображення, слоган, розшифровують рекламне повідомлення й елементи фірмового стилю рекламодавця (знак і логотип).

ПОЛ РЕНД (1914-1996) – американський дизайнер єврейського походження. Вписав себе в історію айдентики, насамперед завдяки дизайну логотипів таких компаній, як: *IBM, UPS, Morningstar, Inc, Westinghouse, ABC, i NeXT* (Стіва Джобса). Автор книги «Дизайн: форма і хаос», яка стала культовою в 70-ті.

ПОПАРТ (англ. *pop-art*, скорочення від англ. *popular art*, етимологію також пов'язують з англ. *pop* – уривчастий удар, плескіт) – напрям в образотворчому мистецтві 1950–1960-х років, що виник як реакція на абстрактний експресіонізм та використовує образи продуктів вжитку. Рух, що включав спочатку британських, а потім американських художників у 1950-х і 1960-х роках.

Попхудожники запозичили образи з популярної культури – з таких джерел, як телебачення, комікси та друкована реклама – часто для того, щоб кинути виклик загальноприйнятим цінностям, що пропагуються засобами масової інформації, від уявлень про жіночність і домашнє життя до споживання та патріотизму. Їхні часто підривні та нешанобливі стратегії привласнення поширювалися на їхні матеріали та методи виробництва, які були взяті з комерційного світу.

ПОПКУЛЬТУРА (масова культура) – форми розваги, які знаходять своє застосування на ринку товарів масового виробництва. Попкультура може охоплювати такі явища, як побут, розваги, засоби масової інформації тощо. Зміст масової попкультури обумовлений щоденними прагненнями й потребами, складовими життя більшості населення (т. зв. мейнстриму).

ПОРТФОЛІО – низка творів (фотографій), часто присвячених загальній темі, виконана одним художником або групою художників, зазвичай розміщених в захисній коробці або папці та містить титульний аркуш і колофон.

ПОТЕНЦІАЛ ОСОБИСТОСТІ – 1) сукупність наявних засобів, запасів, сил у певній сфері; 2) навички, вміння, здібності особистості, що можуть мати чи не мати попит у суспільстві, спільноті.

ПРИМІТИВІЗМ (лат. *Primitivus* – перший, найбільш ранній) – напрямок в образотворчому мистецтві, що сформувався в останнє десятиліття ХІХ ст. (Основні представники: А. Руссо, Н. Піросмані, М. Утрілло). Свій початок примітивізм бере від народної картини й полягає у навмисному, усвідомленому спрощенні картини.

ПРИНТЕР – спеціалізований технік або установа, яка надає послуги у поліграфії та часто співпрацює з художниками для створення відбитків. Принтер також виконує відбитки тиражем за зразком, авторизованим художником.

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ – набір закодованих інструкцій для керування діями комп'ютера. Використовується художниками та дизайнерами для створення всього – від корисного програмного забезпечення, як шрифти та відеоігри, до складних інтерактивних ілюстрацій.

ПРОЄКТ (від лат. *Projectus*, букв. – кинутий вперед) – 1) сукупність документів (розрахунків, креслень тощо) для створення якоїсь споруди або виробу; 2) попередній текст будь-якого документа; 3) задум, план.

ПРОЄКТУВАННЯ – процес створення проекту – прототипу, прообразу передбачуваного або можливого об'єкта, в тому числі й дизайн об'єкта.

ПРОПАГАНДА – будь-яке систематичне, широке розповсюдження або просування окремих ідей, доктрин, практик тощо для підтримки власної справи або для завдання шкоди супротивникові; ідеї, доктрини чи звинувачення, поширені таким чином, часто використовуються для позначення обману чи спотворення. Пропаганда може мати багато різних форм, включаючи публічні або записані промови, тексти, фільми та візуальні чи художні матеріали, такі як плакати, картини, скульптури чи громадські пам'ятники.

ПРОТОТИП – попередня модель або версія продукту, створена для перевірки його життєздатності, з якою копіюються або розробляються інші версії.

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ – це високий рівень професійної підготовки, її якість. Також єдність професійних знань, умінь, що реалізуються в активній творчій діяльності; пов'язана зі світоглядними

настановами, моральними орієнтирами, політичними поглядами, естетичним смаком, культурою мислення тощо.

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ДИЗАЙНЕРА – це системне утворення, що являє собою сукупність професійних знань, теоретичних і практичних умінь і соціально значущих якостей особистості, що формуються в процесі проектно-виробничої, соціокультурної і навчально-освітньої діяльності.

ПСИХО-ДИЗАЙН – це наука адаптації інтер'єрів, архітектурних і ландшафтних, а також графічних стилів опорних форм під конкретну людину, його психологічні особливості та потреби. Інтер'єр здатний стимулювати й руйнувати, налаштовувати на успіх, спокій або активність, знімати або збільшувати внутрішні проблеми людини, родини, колективу; активізувати творчий процес, впливати на продажі. Створити індивідуальну дизайн-модель «під людину» можна тільки на основі об'єктивної, науково обґрунтованої інформації й методики, що об'єднує принципи дизайну і психології.

ПУАНТИЛІЗМ (фр. *point* – крапка) – живопис, побудований за тим же принципом, що і дивізіонізм, але з опрацюванням полотна мазками у формі крапки.

ПУБЛІШ-АРТ – так званий народний (міський) дизайн. Процвітає на заході.

PACKSHOT – це фотографія товару, правдиво сфотографований продукт. Найчастіше позбавлені фону й додаткового аранжування. Packshot бувають у вигляді статичних і рухомих зображень, зазвичай це інтерактивні фотографії, що обертаються.

PADDING (Педінг, відступ) – внутрішній відступ елемента.

PANTONE – стандартизована система підбору кольору розроблена американською фірмою *Pantone Inc* у 1963 році. Описує 1761 колір, змішаний з 18 пігментами. Дозволяє точно визначити колір, щоб, наприклад, логотип виглядав однаково в усіх друкованих матеріалах. Існує безліч каталогів зразків кольорів Pantone, кожен із яких розрахований на певні умови друку. Наприклад, для друку на крейдованому, некрейдованому папері, каталог для металізованих фарб (бронза, срібло) тощо. Виробник наполягає на тому, що «віяла» необхідно щорічно замінювати, через те, що за цей час процес вицвітання та стирання зображення робить кольори неточними.

PANTONE LLC - американська компанія, що базується в Карлштадті, штат Нью-Джерсі, відома виробництвом систем, що використовуються в поліграфічній промисловості. Заснована у 1963 році Лоуренсом Гербертом.

RENDER, RENDERING – створення реалістичного зображення з тривимірної моделі, що використовується, наприклад, у візуалізації інтер'єру.

PEN TOOL (Пен тул) – інструмент, який використовується для створення кривих Без'є у векторній графіці.

PNG (аббревіатура від англ. *portable network graphics*) – растровий формат зберігання графічної інформації, який використовує стиск без втрат за алгоритмом Deflate. PNG був створений як вільний формат для заміни GIF, тому в Інтернеті з'явився рекурсивний акронім *PNG is Not GIF* (PNG – не GIF). Оскільки він підтримує прозорість, то добре підходить для збереження логотипів, значків, зображень або кнопок, наприклад.

POCHOIR – французьке слово означає «трафарет». Метод нанесення кольорової фарби, зазвичай на папір, через вирізані ділянки тонкого матеріалу, такого як папір, мідь або пластик, за допомогою таких інструментів, як пензлик або розпилювач.

POS-матеріали (аббревіатура від англ. *point of sale materials* – місце продажу) – це матеріали, що сприяють просуванню бренду або товару в місцях продажів (ручки, блокноти, буклети, візитки, листівки, презентації тощо). Для торгових точок – стакани, серветки, коробки, пакети, наклейки.

PPM (аббревіатура від англ. «*pre production meeting*»). Це зустріч клієнта, агентства та продюсерського дому, що передує виготовленню реклами. PPM організовано для детального обговорення та остаточного узгодження всіх елементів запланованої реалізації, від детального сценарію до локацій, стилізації та акторів.

PROOF – інакше тест на колір. Для перевірки колірної відповідності видання використовується пробний роздрук підготовленого дизайну до друку. Відбиток, який не є частиною звичайного нумерованого видання, включаючи приклади, надруковані перед виданням, наприклад «пробні відтиски», які використовуються для оцінки ходу роботи над зображенням; «робочі проби», які митець модифікував за допомогою ручних доповнень; а також «художні проби» та «друкарські проби», які не відрізняються від видання та зарезервовані для художника та друкаря.

PSD (аббревіатура від англ. *Photoshop Document*) - формат файлу, в якому *Adobe Photoshop* зберігає двовимірну графіку (у новіших версіях можна вставляти 3D-об'єкти та відеофайли).

Р

РАКУРС (фр. *Raccourcir* – вкорочувати, скорочувати) – спосіб відображення предметів під гострим кутом, характерний підкресленою перспективою з різким укороченням віддалених від переднього плану частин. Перспективне скорочення форми предмета, що приводить до зміни його звичних обрисів. Ракурсом називають зазвичай різко виражені скорочення, що виникають при спостереженні предмета зверху чи знизу, особливо поблизу.

РЕАЛІЗМ (лат. *realis* – дійсний) – один із художніх напрямків у мистецтві XIX ст., представники якого прагнуть до найбільш повного й адекватного відображення дійсності в її різноманітті й типових рисах. У реалізмі мистецтво є способом пізнання людиною себе і довкілля.

РЕДАКЦІЙНИЙ ДИЗАЙН (*Editorial Design*) – галузь графічного дизайну. Основна мета створення макета і композиції будь-якого виду публікацій: журналів, книг, газет тощо. Крім того, основною роботою професійного дизайнера є розробка привабливого і практичного для читача дизайну, якому також вдається досягти ідеальної гармонії між формою та змістом, таким чином, щоб забезпечити виданню стилістичну якість і естетичну досконалість. Проводять конкурси на кращу обкладинку періодичного видання, наприклад, конкурс дизайну преси «Химера».

РЕДІ-МЕЙД (Ready-made) (англ. *ready* – готовий, *made* – зроблений) – техніка в різних видах мистецтва (насамперед в образотворчому мистецтві й літературі), при якому автор представляє як свій твір деякий об'єкт або текст, створений не ним самими (на створенні від плагиату) не з художніми цілями. Термін, введений Марселем Дюшаном у 1916 році для опису попередньо створених, часто масово виготовлених об'єктів, ізольованих від їх цільового використання та піднесених художником до статусу мистецтва. Термін «*assisted Readymade*» вживається і стосовно робіт цього типу, компоненти яких були об'єднані або модифіковані художником.

РЕКЛАМНА КОМУНІКАЦІЯ (нім. *Reklame* – оповіщення для створення широкої популярності, лат. *Communicatio* – роблю загальним, пов'язую) – це процес взаємодії й способи спілкування, що дозволяють створювати, передавати та приймати різноманітну інформацію. Зазвичай це серія макетів для зовнішньої реклами.

РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН – швидше комерційне ремесло, засноване більше на досягненні прибутку, ніж на мистецтві.

РЕЛЬЄФНИЙ ПРИНТ – загальний термін для тих методів гравюри, за яких поверхню друку вирізають так, що лише зображення здається піднятим на поверхні. Рельєфні відбитки включають гравюру на дереві, лінолеум, високу печатку та тиснення гумою або металом. Підняті ділянки друкованої поверхні фарбуються та друкуються, тоді як ділянки, які були вирізані, не вбирають чорнило.

РЕПЛІКА (фр. *Replique* – знову, від лат. *Replico* – повертаюсь, відбиваю) – у галузі образотворчого мистецтва авторська копія художнього твору, що відрізняється від оригіналу розмірами. Як і повторення, репліка може видозмінювати другорядні деталі оригіналу.

РЕСТАЙЛІНГ (англ. *Restyling* – модернізація; зміна стилю) – в дизайні й видавничій діяльності приведення фірмового стилю у відповідність до сучасних естетичних вимог з обов'язковим збереженням родових стильових ознак впізнаваності.

РОЗДІЛЬНІСТЬ - визначає, скільки пікселів поміщається у вказану одиницю вимірювання. Чим вище роздільна здатність, тим вище якість зображення. Стандартна роздільна здатність зображення включає 800x600, 1024x768. Правильна відповідь на питання «Наскільки великий малюнок?» читається «X на Y пікселів».

РОКОКО (фр. *rococo*), також рокайль (*rocaille* – оздоба будівель дрібним каменем і черепашками; першоджерело найменування: гос – скеля). Це слово позначало мотив ліпленого, різьбленого, кованого або графічного орнаменту у формі стилізованої мушлі, звичайно в обрамленні зі сплетіння завитків, вигадливо вигнутих ліній тощо. Художній стиль першої половини XVIII ст. широко застосовувався в оздобленні приміщень і предметного середовища інтер'єрів.

РОМАНТИЗМ (фр. *romantisme*) – художній напрямок у культурі Європи й Америки. Виник наприкінці XVIII ст. у Німеччині, Англії й Франції, а на початку XIX ст. поширився в Польщі, Росії, Австрії, Україні, а також у країнах Європи, Південної й Північної Америки. Мистецтву романтизму властиві такі риси: заперечення раціоналізму епохи Просвітництва, ідеалізм у філософії, історизм,

апологія особистості, несприйняття буденності й піднесення «життя духу» (найвищим його проявом було мистецтво, релігія, філософія), культ почуттів, захоплення фольклором, інтерес до фантастики, екзотичних картин природи та ін. У естетиці Р. протиставив класицистичному «наслідуванню природи» творчу активність художника з його правом на самобутність і оригінальність. Мистецтво підноситься в ранг найвищої цінності й сприймається як прояв смислу і життєдіяльності. Романтизм відкидає нормативність, раціоналістичну регламентацію, найбільше цінується творча особистість, фантазія.

РОМАШИН ОЛЕКСІЙ (народився в 1963 році) - дизайнер, видавець і педагог. Був представлений в числі 300 найбільш відомих дизайнерів Європи в довіднику-альбомі «*Who's Who in Graphic Design*», який видавався академією графічного дизайну Бельгії. Автор онлайн школи графічного дизайну і типографіки *Romashin Design School*.

РУДЕР ЕМІЛЬ (1914-1970) – великий вчитель типографіки, швейцарський дизайнер, філософ і педагог графічного дизайну. Рудер зміг перевести модерністські експерименти в галузі графіки, в строгу, логічну систему прийомів сучасної типографіки. Ведучий викладач дизайну в Базельській школі ремесел. Автор культової книги «Типографія» (1967).

RASTER, BITMAP (растрові зображення) – зображення, які являють собою сітку пікселів на екрані пристрою, які містять інформацію про колір. Редагується дана графіка за допомогою растрових графічних редакторів. При зміні розміру даних зображень, істотно втрачається якість зображення.

Найбільш знайомі растрових форматів – це JPEG, PNG. Використання реєстрового формату дозволяє створити зображення будь-якої складності з безліччю деталей і великою палітрою кольорів.

Зображення в растровому форматі найбільш часто зустрічаються, бо сьогодні є досить багато програм, що дозволяють створювати й редагувати їх. Однак, зображення створені в растровому форматі неможливо змінити в масштабі без втрат. Крім того, растрові зображення вимагають великих обсягів зберігання і передачі зображення.

RESOLUTION (дозвіл, резолюшн) – позначає кількість пікселів, що відображаються на екрані (наприклад 1280x1024).

RESPONSIVE (адаптивний) дизайн – це вид дизайну сайту (додатку), який дозволяє показувати сайт (додаток) однаково коректно на пристроях з будь-яким розміром екрана.

PIXEL (піксель) – найменший елемент зображення (як атом в молекулі). Має квадратну форму.

PLUG-INS (плагіни) – це додатки, написані сторонніми розробниками для розширення базового функціонала програми.

RGB – адитивна схема формування кольору. Потрібний колір виходить шляхом змішування світлових випромінювань трьох первинних кольорів – червоного (R – червоний), зеленого (G – зелений) та синього (B – синього). Змішання 100% первинних кольорів дає білий колір. Використовується в проєктах, які відображаються на всіх типах екранів.

С

САЙНС-ДИЗАЙН – науковий дизайн.

СЕНТИМЕНТАЛІЗМ (фр. *sentimentalisme*, від *sentiment* – почуття, чутливість, лат. *sentio* – почуваю) – художній напрям, що склався в другій половині XVIII ст. і виступив одночасно проти жорстких норм класицизму і проти раціоналістичних тенденцій Просвітництва. Поряд із терміном «сентименталізм» в історії мистецтва іноді використовується термін «переромантизм» – переромантичне мистецтво.

СЕРТИФІКАТ МАРКИ (*Certification Mark*) – знак, що гарантує походження і якість товару, а також його юридичний захист.

СИМВОЛ (гр. – знак, сигнал, ознака, прикмета, заставу, пароль, емблема) – знак, що пов’язаний з предметністю, яку він позначає так, що сенс знака та його предмет представлені тільки самим знаком і розкриваються лише через його інтерпретацію.

СИГНАТУРА – це структура, яка виникає із взаємозв’язку між логотипом, знаком марки (*sygnetem*) та слоганом. Деякі концепції допускають розділені, часткові сигнатури, у яких знак і логотип можна розглядати окремо. В інших варіантах є вертикальні або горизонтальні сигнатури, що дозволяє вибирати відповідно до поточних потреб.

СИМВОЛІЗМ (фр. *Symbolisme* – розпізнавальна прикмета, знак) – мистецька течія, принципом якої є художнє відтворення сутності ідей та предметів, які перебувають за межею чуттєвого розуміння, з використанням символів. Сприймається символ як індивідуальне уявлення творця про світ. Основні представники символізму в образотворчому мистецтві: Е. Мунк, Г. Моро, М.К. Чюрльоніс, М.А. Врубель, В.Е. Борисов-Мусатов; близька до символізму творчість П. Гогена й майстрів групи «Набі», графіка О. Бердслі, роботи багатьох майстрів стилю модерн.

СКЕТЧ, СКЕТЧІНГ (англ. *Sketching* – замальовка) швидкий рисунок від руки, який не виступає в якості готової роботи, але має на меті швидку фіксацію дизайнером якоїсь ідеї для подальшого її обговорення і використання в дизайн проєкті.

СКУЛЬПТУРА – тривимірний витвір мистецтва, створений різними способами, включаючи різьблення по дереву, довбання по каменю, лиття або зварювання металу, ліплення з глини або воску або збирання матеріалів.

СПАДИ (*spady*) - це додаткова область друку, яка обрізається під час остаточного процесу публікації. Виступи гарантують, що друкований матеріал заповнить весь формат аркуша після його обрізання, без ризику появи дрібних блискучих фрагментів на краях сторінки.

СПУСКИ ПОЛІГРАФІЧНІ (спуск смуг) – процес розміщення смуг видання на монтажі та друкованій формі, що забезпечує після фальцювання відбитків необхідне чергування сторінок у зошитах.

СТАЙЛІНГ ДИЗАЙН (англ. *Style* – стиль, мода) – художня адаптація вже готової форми (інтер’єр-екстер’єр) або поліпшення технічної частини об’єкта. Дизайн середовища – дизайн архітектурного середовища (інтер’єр-екстер’єр), послуги дизайнерів, що проєктують художні свята, виставки тощо.

СТИЛЬ – спільність образної системи, засобів художньої виразності, творчих прийомів, обумовлена єдністю ідейно-художнього змісту. Можна говорити про стиль окремих творів або жанру, про індивідуальний стиль (творчу манеру) окремого автора, а також про стиль цілих епох або великих художніх напрямків, оскільки єдність суспільно історичного змісту визначає в них спільність художньо-образних принципів, засобів, прийомів (наприклад, в образотворчому мистецтві романський стиль, готика, Відродження, бароко, рококо, класицизм тощо).

СТИМΠΑНК-СТИЛЬ (*Steampunk*) (англ. слів *steam* – пар і *punk* – нехороший) – це тюнінг аксесуарів, прикрас і предметів побуту в стилі стімпанк. Для цього стилю характерні багато важелів, вентилів і шестерній, в обробці – застосування таких матеріалів, як мідь, поліроване дерево і шкіра. Стімпанк у дизайні одягу являє собою, головним чином, стилізацію на тему вікторіанської епохи, де характерним аксесуаром є захисні окуляри – «гоггли». У графічному дизайні Стімпанк – парадоксальний колаж на основі зразків англійської журнальної і газетної графіки середини-кінця ХІХ ст.

СТОК (*Stock*) – база даних фотографій за ліцензіями, що дозволяє, серед іншого, використовувати їх в рекламних або журналістських цілях.

СТРІТ-АРТ (англ. *Street art* – вуличне мистецтво) – головним видом стріт-арту є графіті, інакше спреї-арт, однак не можна вважати, що стріт-арт це і є графіті. До стріт-арту також відносяться постери (некомерційні), трафарети, різні скульптурні інсталяції та інші зразки урбаністичного вуличного мистецтва.

СТРУМЕНЕВИЙ ДРУК – відбиток, створений безконтактним принтером, який розподіляє краплі чорнила на поверхні для створення зображення. Найчастіше друкарська головка з соплами переміщається по паперу, наносячи рідке чорнило блакитного, пурпурного, жовтого та чорного кольорів, хоча деякі професійні принтери використовують до 12 кольорів. Існує безліч різних типів принтерів, які можуть використовуватися з широким спектром підкладок, включаючи папір, текстиль і метали. З'явився у 1980-х роках, став найбільш поширений у 1990-х роках. Процес, який дозволяє отримати відбитки, дуже схожі на фотографії, зроблені в темній кімнаті, продовжує вдосконалюватися і широко використовується сьогодні.

СУПРЕМАТИЗМ (лат. *Supremus* – вищий, останній) – стиль покладений К. Малевичем в основу своїх художніх експериментів 1910-х рр. К. Малевич вважав його найвищою точкою розвитку мистецтва, якому властиві геометричні абстракції з найпростіших фігур (квадрат, прямокутник, коло, трикутник). Зробив великий вплив на конструктивізм, виробниче мистецтво. Сам К. Малевич і його учні (Н. Суєтин, І. Чашник та ін.) неодноразово переводили супрематичну стилістику в архітектурні проекти, дизайн предметів побуту (особливо художнього фарфору), оформлення виставок. Підґрунтям мистецтва супрематизму були серйозні дослідження формальної мови пластичних мистецтв, які дали можливість ідеї супрематистів застосувати в архітектурі й дизайні ХХ ст.

СЮРРЕАЛІЗМ (фр. *Surrealisme*, букв. – надреалізм) – напрям у мистецтві ХХ ст., представники якого проголосили джерелом мистецтва сферу підсвідомості (інстинкти, сновидіння, галюцинації), а його методом – розрив логічних зв'язків, заміненіх вільними асоціаціями. Сюрреалізм склався в

1920-х рр. З 1930-х рр. (художники С. Далі, П. Блум, І. Тангі) головною рисою сюрреалізму стала парадоксальна алогічність поєднання предметів і явищ, яким віртуозно надається видима предметно-пластична правдивість. Після Другої світової війни сюрреалізм, що продемонстрував на тлі військової катастрофи свою культурну й суспільну невиразність, практично не зміг відродитися в мистецтві Європи як суцільна художня течія, хоча прийоми, вироблені його представниками, залишили слід і ввійшли до арсеналу засобів образотворчого мистецтва та дизайну.

SCREENPRINT (трафаретний відбиток) – техніка друку на основі трафаретів, у якій першим кроком є розтягування та прикріплення тканини (спочатку з шовку, зараз частіше з синтетичного матеріалу) щільно до дерев'яної рами, щоб створити екран. Ділянки екрана, які не є частиною зображення, блокуються різними методами на основі трафаретів. Потім за допомогою ракеля чорнила видавлюються через незаблоковані ділянки екрана безпосередньо на папір. Трафаретні відбитки, як правило, мають жирні, жорсткі області плаского немодульованого кольору. Також відомий як шовкографія.

SKETCH (додаток) – додаток компанії *Bohemian Coding* для створення векторної графіки. Було створено як альтернатива *Photoshop* для дизайнерів інтерфейсів. Доступно тільки на *Mac OS X*. Підтримує безліч сторонніх плагінів, які значно спрощують життя дизайнера. Дуже тепло прийнятий в колі дизайнерів, оскільки не містить в собі нічого зайвого й націлений саме на створення дизайну інтерфейсу (на відміну від *Photoshop*).

SKETCHPAD (альбом) – альбом для замальовок скетчів. Можуть мати схематично нанесені зображення різних пристроїв, для створення більш наочних замальовок.

CMS (цмс, кмс, система управління контентом) – інструмент, який дозволяє керувати сайтом. Зазвичай, в CMS контент відділений від дизайну і функціональної складової сайту, що дозволяє легко змінювати дизайн і функціонал, не зачіпаючи при цьому контент. Дозволяє легко створювати сайти людям, які не пов'язані з дизайном і розробкою.

СМУК (смук, смюк, цмік, цмук, смик) – субтрактивна схема формування кольору, яка використовується в основному в поліграфії. У СМУК використовуються чотири кольори – *Cyan* (блакитний), *Magenta* (пурпурний), *Yellow* (жовтий) і *Black* (чорний) для формування кольору. Кожне з чисел, що використовують для позначення кольору в СМУК, являє собою відсоток фарби даного кольору, яка становить колірну комбінацію.

SPECIFICATION (технічне завдання) – детальний або не дуже опис цілей, функціоналу, структури й зовнішнього вигляду розроблюваного сайту (додатку). Даний документ дуже спрощує життя дизайнерам.

CSS (каскадні таблиці стилів) – формальна мова, що використовується для опису зовнішнього вигляду вебсторінок, написаних за допомогою мов розмітки *HTML* і *XHTML*. CSS використовується для завдання кольорів, шрифтів і розташування окремих блоків на вебсторінках.

SHADOW BOX – неглибокий корпус, зазвичай зі скляним фасадом, в якому щось встановлено для захисту й демонстрації.

Т

ТАДАНОРІ ЙОКО (народився 1936 р.) – до цього дня є одним із найуспішніших і визнаних на міжнародному рівні графічних дизайнерів і художників Японії. У його плакатних роботах проглядається вплив нью-йоркських художніх експериментів 60-х років, зокрема Енді Уорхола.

ТАЛАНТ (гр. *Tälanton* – ваги, вага, зважене) – видатні здібності, незвичайна обдарованість в будь-якій сфері, притаманна індивіду від народження, що реалізувалися в певній сфері (художній, науковій, політичній тощо).

ТАШИЗМ, або «безформне мистецтво» (фр. *Tachisme*, від *Tache* – пляма) – течія в образотворчому мистецтві, різновид абстрактного експресіонізму. Виникла на межі 1940-1950-х рр., проголосив своїм методом позасвідомість й автоматизм творчості, внаслідок чого виникають різні непередбачені ефекти. У живопису й графіці стала культивуватися витонченість несподіваних кольорових поєднань, несподіваність фактури, у скульптурі – парадоксальна вигадливість об'ємів й опрацювання матеріалу.

ТВОРЧИСТЬ – продуктивна людська діяльність, внаслідок якої створюються якісно нові матеріальні й духовні цінності або відомі, але створені новим способом. Це здатність людини, що виникла в праці, створювати нову реальність з матеріалів, які надає дійсність для задоволення різноманітних суспільних потреб. Види творчості визначаються характером діяльності (наукова, художня, технічна тощо).

ТЕО ВАН ДУСБУРГ (1883-1931) – один із засновників модерністського руху «*De Stijl*» (Нідерланди). Вчинив серйозний вплив на формування сучасної візуальної культури й графічного дизайну. Прагнув створити універсальну художню мову порядку, що складається з абстрактних геометричних форм, прямих ліній і найпростіших квітів. Належав до руху дадаїстів, в якому під псевдонімом Бонсет, редагував й ілюстрував дадаїстичний журнал «*Mécano – DADA*».

ТЕХНІЧНА ЕСТЕТИКА – галузь науки, що вивчає соціально-культурні, технічні й естетичні проблеми формування гармонійного предметного середовища, створюваного засобами промислового виробництва для забезпечення найкращих умов праці, побуту й відпочинку людей. Технічна естетика вивчає громадську природу дизайну й закономірності розвитку, принципи та методи художнього конструювання, проблеми професійної творчості художника конструктора (дизайнера).

ТИЛТ-ШИФТ (*Tilt Shift* – нахил-зміщення) – жанр фотографії, в якому предмети, пейзажі або люди, зняті в натуральну величину, на фотовідбитку виглядають мініатюрними. На фотографіях, виконаних в цій техніці й зі застосуванням спеціальних об'єктивів, звичайні речі й предмети виглядають, як іграшкові.

ТИПОГРАФІКА (давньогр. *τύπος* – відтиск, *γράφω* – пишу, малюю) – набір прийомів оформлення друкованого тексту за допомогою верстки, з використанням норм і правил, специфічних для даного стильового напрямку й школи.

ТИНТАЙП (Tintype) – автопостивний фотографічний відбиток на шматку почорнілого заліза, по суті, менш дорога версія амбротипу.

ТОВАРНИЙ ЗНАК – позначає, що випуск товарів або надання послуг здійснюється фірмою, якій належить цей знак. На відміну від фірмового знака фабричне клеймо або фабрична марка ставляться тільки на один окремий вид продукції, що випускається. Зазвичай фірмовий знак, який в наші дні часто називають «логотип компанії» (від слова «логограми»), являє собою назву компанії, ініціали, монограму або графічне зображення. При створенні товарного знака, враховується безліч факторів, таких як соціокультурні характеристики споживача, традиції позиціонування в галузі тощо.

ТОН (Hue) – одна з трьох основних характеристик кольору. Це базовий матеріал, який можна змінити трьома різними способами: затушувати, затінити й тонувати. Залежно від застосовуваної техніки тон перетворюється у відтінок, тінь або тональність. Відтінок створюється змішуванням будь-якого тону з білим, у той час, як тінь – це змішання будь-якого тону з чорним. Тон вимагає більш тонкого процесу, через те, що потрібно додавання як чорного, так і білого кольору, тому результат буде виглядати більш природним в порівнянні з півтонами й відтінками.

ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА (торгова марка, trademark, brand) – текстові або графічні символи, що позначають товар або групу товарів одного товаровиробника. У вузькому сенсі – будь-який знак, позначка, символ, ім'я, слово, які використовуються виробниками для позначення своєї продукції.

ТРАНСЛІТЕРАЦІЯ – зміна написання букв при перекладі слів з однієї мови на іншу. Наприклад, кириличне написання букви «п» відповідає латинському варіантові «р». Часто вимушена транслітерація призводить до візуальної невпізнання слів. Наприклад, слово BOSCH (нім.) і його відповідність БОШ відрізняються кількістю букв і їх зображенням.

ТРЕКІНГ (Tracking) – рівномірна зміна відстані між буквами в слові. Як правило, трекінг необхідний при замовленні друкованих матеріалів у друкарні. Дизайнеру доводиться його враховувати для створення більш привабливих фірмових шрифтів.



ФАВІКОН (Favicon) – це значок сайту, який відбивається у вкладці браузерів і допомагає швидше розпізнати сайт серед інших. Зазвичай, це маленькі (16x16 пікселів, рідше 32x32 пікселя) іконки, які відбиваються на вкладці сайту в браузері біля назви сайту.

Фавікон сьогодні теж один із важливих елементів фірмового стилю. Розробка фавікона підпорядковується специфічним вимогам – мінімум розміру й мінімум деталей.

ФАЙЛ ВІДКРИТИЙ – графіка, збережена у форматі, що дозволяє подальше редагування. Найпопулярнішими відкритими форматами файлів є .ai, .psd та .indd (останній – це файл *InDesign*, програма для проектування та набору друкованих матеріалів).

ФАКТУРА (лат *factura* – розподіл) – у живописі, скульптурі й дизайні – це матеріальні, відчутні властивості поверхні художнього твору, використані як

засіб правдивого зображення дійсності. Фактурні відмінності визначаються, перш за все, особливостями самої натури, у живописі, наприклад, прозорі, глибокі тіні зазвичай передаються тонким і рівним шаром фарби на противагу густому, рельєфному написанню яскраво освітлених місць і відблисків. У скульптурі обличчя людини, у порівнянні з його одягом чи волоссям, виповнюється більш гладко тощо. Властивості фактури залежать також від технічних можливостей матеріалу, від характеру завдання (малюнок, наприклад, ніколи не пишуть як картину); від масштабів зображення, від індивідуальних особливостей художника.

ФЕТИШ (порт. *Feitico* – амулет) – цим словом перші голландські дослідники Гвінеї називали амулети місцевих жителів. Вважалося, що їх амулети мають магічну силу. «Кожна людина має свій маленький фетиш. Його ще називали талісманом. У деяких випадках це була монета, гральна карта або медальйон, потім навіть медаль, хоча більшість з них носили з собою маленькі дерев'яні ляльки». Е. М. Робертс, «Летючий винищувач» (1918).

ФІГУРАТИВІЗМ АБО ФІГУРАТИВНЕ МИСТЕЦТВО – напрям у мистецтві, що представляє об'єкти (наприклад, у картинах, скульптурах) що зберігають подібність до реальних об'єктів, від яких створені, і, таким чином, за визначенням, репрезентативні.

Також, фігуративне – мистецтво, що зберігає реалістичність зображення реального світу, й особливо людської постаті.

ФІЛІПО ТОМАЗО МАРІНЕТТІ (1876-1944) – засновник італійського футуризму. Один із предків сучасного дизайну. Першим, у рамках експериментів з футуристичною поезією, об'єднав слово з текстом, чим кинув виклик класичній типографіці, заклав основу нової модерністської традиції в розвитку як образотворчого мистецтва, так і графічного дизайну. В останні роки життя захопився політикою, приєднавшись до італійських фашистів.

ФІРМОВИЙ ЗНАК – зареєстрована символіка товарів певної фірми, підприємства, що відрізняє їх від продукції інших підприємств, фірм. Власник товарного знака має виключне право на його використання. Це право охороняється законом.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ – це набір візуальних, вербальних та інших елементів, сукупність яких створює унікальний образ бренду в комунікаціях. Розробка фірмового стилю містить два етапи: перший – створення констант фірмового стилю, другий – адаптацію концептуального дизайну до різних груп носіїв. Перелік позицій фірмового стилю визначається з урахуванням ключових точок контакту бренду зі споживачем.

ФІРМОВІ КОЛЬОРИ. При розробці айдентики й фірмового стилю дизайнер повинен підібрати палітру кольорів, використовуваних для оформлення елементів. Дизайнери вибирають кольору виходячи зі специфіки роботи компанії та товарів, що випускаються за погодженням із замовником. Колірна палітра повинна вибиратися з умовою застосування її в комп'ютерній техніці, а також з урахуванням можливості друку елементів стилю в друкарні. У зв'язку з цим розглядаються колірні моделі RGB, CMYK, Pantone.

Модель RGB – ця абревіатура розшифровується як *Red, Green, Blue* (червоний, зелений, синій). З цієї трійки складаються всі відтінки кольорів на екранах комп'ютера. Колірна модель CMYK використовується в друкарні. У цій

моделі формування палітри кольорів здійснюється змішуванням чотирьох фарб: блакитного (*Cyan*), пурпурного (*Magenta*), жовтого (*Yellow*) і чорного (ключового кольору, *Key color*).

Багато кольорів моделі RGB не можуть сформуватися в моделі CMYK – при друку вони змінюються, і колір може відрізнятись від виведеного на екран комп'ютера. Для виключення цих змін при друку розроблена колірна модель *Pantone*. Паперові каталоги *Pantone* є в кожній друкарні. Ці каталоги служать для візуалізації одержуваного при друку кольору. Для кожного відтінку кольору в каталозі *Pantone* вказується точний зміст кольору з моделі CMYK. Залишається тільки вибрати потрібний колір в каталозі *Pantone* для отримання необхідних кольорів при друці.

ФІРМОВИЙ ШРИФТ – це набір букв, цифр, розділових знаків та інших символів, що визначають накреслення, ширину, інтервали, розміри та інші параметри.

ФЛЮКСУС (*Fluxus*) – вільна міжнародна група художників, поетів і музикантів, об'єднаних прагненням інтегрувати мистецтво й життя, заснована Джорджем Мачюнасом. Активно діяла з початку 1960-х до кінця 1970-х років. Мачюнас вигадав назву *Fluxus* для позначення «потоків» і «відтоків», а також для опису широкого спектра діяльності, яка включала партитури або інструкції; а також концерти, вистави та «хепенінги», які часто перебували в постійному русі. Роботи *Fluxus*, як фізичні, так і перформативні, часто характеризувалися як такі, що мають критичне ставлення до самого мистецтва.

ФОВІЗМ (фр. *fauvisme*, від *fauve* – дикий, хижий) – це один із перших стилів модернізму (на думку багатьох мистецтвознавців – навіть найперший) початку ХХ ст. Представники фовізму сміливо експериментували з кольором, не боялися незвичайних і зухвалих колористичних рішень, вливали в палітру фонтануючу енергію, передавали фарбами особисті емоції. Художники-фовісти відмовилися від лінійної перспективи й світлотіні. Вони не бачили сенсу в класичному, академічному малюнку: як говорив Анрі Матісс (*Henri Émile Benoît Matisse*), немає користі в копіях предметів. Наріжним каменем фовістів ставили самовираження. Інший відомий фовіст, Андре Дерен (*André Derain*) стверджував, що використовує фарби не для копіювання природи, а для вираження своїх емоцій.

Тяжіння до лапідарних образних формул, інтенсивних контрастів колориту, гострих композиційних ритмів, до спрощеного малюнка, що нагадує східні арабески, згуртували на короткий період (1905-1907) різних за манерою і творчими прагненнями майстрів. Але значення фовізму полягає саме в тому, що художники вперше відкрили нові образні можливості, які не були пов'язані ані з художньою традицією ХІХ ст., ані зі смаками публіки, ані з контекстом стилю модерн, проте які цілком зосередилися на індивідуальних творчих інтуїціях.

ФОН (фр. *Fond* – дно, глибинна частина) – будь-яка частина образотворчої або орнаментальної композиції стосовно включеної в неї деталі, що «виступає» (особливо першопланової). Необразотворчий фон називається нейтральним.

ФОРМАЛІЗМ (лат. *formalis* – складений за формою) – загальна назва низки художніх напрямків, в основу яких покладений формальний художній метод у мистецтві Європи й Америки ХХ ст.

ФОРМАТ ВИДАВНИЧИЙ – типорозмірний ряд паперу для друку книжково-журнальної продукції. Формат видання в міліметрах визначають для видання в обкладинці – його розмірами після обрізки з трьох сторін; для видань у палітурці – розмірами обрізаного з трьох сторін блоку, при цьому перша цифра позначає ширину, а друга – висоту видання.

ФОРМАТ ЗОБРАЖЕНЬ – при розробці айдентики або фірмового стилю дизайнер неодмінно зіткнеться з вибором формату зображення або з тим, як і в якому стилі, має бути подане зображення логотипу, фірмового візерунка, фавікона та інших необхідних малюнків.

Сьогодні використовуються наступні формати зображення, це Растрова і Векторна графіки.

ФОРМАТИ ФАЙЛІВ. Щоб не заблукати в лабіринті файлів GIF, png, jpg і eps, найпростіше розділити формати файлів на дві групи. Растрові та векторні файли. Перші включають такі розширення, як: GIF, BMP, PNG, JPG, TIFF, а другі включають такі розширення, як AI, EPS, CDR або PDF.

Растрові файли мають певну ширину та висоту, виражену в пікселях, вони не піддаються зміні розміру. Наслідком зміни масштабу таких файлів буде втрата якості. З іншого боку, векторні файли можна вільно масштабувати, оскільки вони засновані на математичній нотації. Наприклад, найкраще надсилати логотипи у векторних форматах в універсальному розширенні .eps, яке можуть читати як Adobe (.ai), так і Corel (.cdr).

ФОТОГРАФІЯ – протягом більшої частини історії фотографія визначалася як хімічне зображення, яке стає видимим під дією світла на світлочутливі сполуки. Фотографічні зображення можуть бути зроблені на різних носіях, таких як папір, метал, скло та пластик. Зовсім недавно ця практика стала включати візуальні дані, створені на основі сканування аналогових негативів, цифрових робіт та зображень, які поширюються тільки в цифровому вигляді.

ФОТОМОНТАЖ – колаж, що включає вирізані чи вирвані та наклеєні фотографії чи фоторепродукції.

ФОТОШОП (Photoshop) – графічний редактор компанії *Adobe* доступний на *Windows* і *Mac OS X*. Містить в собі широкий функціонал для роботи з растровою графікою і базовий функціонал для роботи з векторною графікою. Через брак конкуренції, раніше широко використовувався дизайнерами для створення дизайну інтерфейсів.

ФРОТАЖ (франц. *Frotter* – терти) – техніка, що полягає в терті олівцем, графітом, крейдою, кольоровою крейдою або іншим засобом по аркушу паперу, розміщеного поверх текстурованого предмета або поверхні. Цей процес призводить до того, що підняті частини нижньої поверхні переходять на лист.

ФУТУРИЗМ (лат. *futurum* – майбутнє) – напрямок у художній культурі Європи поч. ХХ ст., який склався в 1910-20-х рр. переважно в Італії. Визначальні риси футуризму: заперечення традиційної культури (особливо її моральних і художніх цінностей); прагнення до новацій, бунтівливості порушення традицій; культивування урбанізму (естетика машинної індустрії й великого міста); переплетіння документального матеріалу з фантастикою.

ФУТУРО-ДИЗАЙН (англ. *Future design* – дизайн майбутнього) – історичний дизайн і прогностичний дизайн майбутнього.

FOUND OBJECT – об’єкт, зазвичай утилітарний, виготовлений або природний, який спочатку не створювався для художніх цілей, але був перероблений у художньому контексті.

FONT WEIGHT – визначає насиченість (товщину) символів в тексті.

FRONT END (Фронтенд) – частина сайту, що виконується на стороні користувача. В інтернеті в якості фронтенду виступають HTML-верстка, стилі CSS і JavaScript. Застосовується до CMS, фронтенд є лицьовою частиною сайту, яку бачить користувач.

X

ХЕРІТЕЙДЖ СТИЛЬ (англ. *Heritage* – спадщина) – напрямок у чоловічій моді 2010-х рр., в основі якого лежать традиції минулого: сорочки лісорубів, робочі черевики, зшиті за довоєнною технологією. У графічному дизайні Херітейдж-ознаками є використання в айдентиці якорів, вусів, шрифтів сімейства *Helvetica* та інших вантажних елементів.

XIPGНОCIC (*Hipgnosis*) – великий колектив британських дизайнерів на чолі зі Стормом Торгерсоном, які придумали безліч обкладинок для вінілу в 70-ті роки для таких груп, як *Led Zeppelin*, *Black Sabbath*, *Scorpions* та ін. Більшість створених ними образів стали культовими. *Hipgnosis* припинила існування в середині 80-х, одночасно з відходом з ринку вінілу.

ХРОМАТИЧНІСТЬ (*Chromacity*) – хром, чи хроматичність показує чистоту тону. Ця ознака оцінюється на основі наявності білого, сірого або чорного в кольорі. Дванадцять основних тонів мають найвищий ступінь хроматична, оскільки не містять ніяких додаткових елементів. Кольори з високим хромом яскраві й живі.

ХРОМОГЕННИЙ КОЛЬОРОВИЙ ДРУК. Домінуючий кольоровий процес у фотографії ХХ-го ст. – складається з трьох шарів желатину, що містять ціанові, пурпурні та жовті органічні барвники. Разом ці барвники створюють повноколірне зображення. З 1935 року до наших днів хромогенний процес використовувався для створення ряду матеріалів для друку та плівок. Поширені фірмові продукти, такі як принти *Kodacolor*, представлені *Kodak* у 1942 році, використовують хромогенний процес, як і матеріали, вироблені іншими компаніями, такими як *Fuji* та *Agfa*. Хромогенні відбитки, які використовуються як професіоналами, так і любителями, також відомі як «С відбитки» (C prints), можуть бути нестабільними та схильними до зміщення або вицвітання кольору.

Ц

ЦЕЛУЛОЇД (від целюлози і гр. *eidōs* – вид) – перший синтетичний пластик, розроблений у 1860-х та 1870-х роках з комбінації камфори та нітроцелюлози. Міцний і гнучкий, він використовувався для виготовлення багатьох предметів масового виробництва, включаючи фотоплівку як для фотоапаратів, так і кінокамер. Всупереч горючість та схильність до знебарвлення й розтріскування

з віком, целулоїд використовувався у кіновиробництві до 1930-х років, коли його почали замінювати захисною плівкою з ацетату целюлози.

ЦИФРОВИЙ ДРУК – загальний термін для будь-якого друку, в якому використовуються цифрові технології створення зображення або його друку. До середини 1990-х років більшість цифрових зображень, створених художниками на комп'ютері, фотомеханічно переносилися на традиційні друковані форми. З того часу деякі художники почали використовувати процеси цифрового друку з високою роздільною здатністю на принтерах, керованих комп'ютером.

Ч

ЧЕРМАН ІВАН СЕРГІЙОВИЧ (народився в 1932 р.) – американський дизайнер з російським корінням, легенда у світі комерційної графіки. Створив сотні хрестоматійних логотипів для безлічі компаній, включаючи *PanAm*, *MoMA*, *Showtime*, *Harper Collins*, *Shinsegae*, *U.S. Bicentennial*. Артдиректор найстарішої дизайн студії Америки *Chermayeff & Geismar*.

ЧОРНИЛО. Традиційні чорні чорнила для малювання, що виникли в Азії й тому часто звані індійським чорнилом або китайським чорнилом, складаються з дуже дрібних частинок вуглецевого пігменту, зазвичай лампової сажі (сажі), диспергованих у водному розчині з клеєм або смоляним сполучним. Сучасне рідке індійське чорнило має смолисту сполучну речовину шеллак і можуть також включати барвники на основі барвників. Продається у флаконах, його можна наносити пером чи пензлем. Після висихання туш стає непрозорою і незмивною. Коричневе чорнило, таке як бістер і сепія, були зроблені з деревної смоли та чорнила каракатиці відповідно.

Ш

ШРИФТ (нім. *Schrift*, від *schreiben* – писати) – графічний малюнок накреслень літер і знаків, які складають єдину стилістичну та композиційну систему, набір символів визначеного розміру й малюнка. Суто український термін – черенки.

У вузькому друкарському сенсі шрифтом називається комплект друкарських літер, призначених для складання тексту. Це металевий блок з рельєфним зображенням літери (символу), що використовується в традиційній версії для визначення гарнітури, масштабу та типу шрифту.

Група шрифтів різних видів і кеглів, що мають однакове накреслення, єдиний стиль і оформлення, називається гарнітурою.

ШРИФТ ГОТИЧНИЙ (від іт. *gotico* – готський) – рукописні шрифти, що виникли у Франції та Німеччині в середині XI століття. Сімейство шрифтів латинського письма епохи середньовіччя. Вирізняються особливим способом написання латинських літер. Існує багато варіантів, проте основні характерні особливості – це незграбна й подовжена форма, широкі штамби, сильна контрастність.

Е

ЕКСЛІБРИС (лат. *Ex libris* – з книжок) – книжковий знак, що наклеюється власниками бібліотек на книгу, переважно на внутрішню сторону палітурки. Найпростіший екслібрис є паперовий ярлик з ім'ям власника книги, іноді в поєднанні з девізом або емблемою. Художні екслібриси являють собою складні твори друкованої графіки.

ЕЛЬ ЛИСИЦЬКИЙ (Лазар Маркович Лисицький, 1890-1941) – великий радянський художник і дизайнер, один із видатних представників російського та єврейського авангарду. Сприяв входу супрематизму в графічний дизайн і плакат. Один із родоначальників стилю «Радянський конструктивізм».

ЕМБЛЕМА (лат. *Emblema* – мозаїчна робота; походить від гр. *Emballein* – кидати всередину) – під емблемою розуміють символічне зображення якогось небудь поняття або ідеї (наприклад, якір є символом надії, Семисвічник – юдаїзму; голуб – символом миру). У геральдиці емблема певним чином характеризує її власника; у релігійному мистецтві предмети-символи оточують зображення святих; у спортивній символіці – це «великий герб» клубу або команди (наприклад, збірної країни).

ЕПІГОНСТВО – наслідувальна, позбавлена творчої оригінальності діяльність в будь-якій інтелектуальній сфері, в т.ч. у дизайні.

ЕПІГРАФ – напис, що поміщається зазвичай на монументі, будові, статуї, надгробку, а також спеціальний прийом, що використовується в друкованих ЗМІ.

ЕРГОНОМІКА (*Human Factors*) (гр. *Ergon* – робота і *nomos* – закон) – науково-прикладна дисципліна, що займається вивченням і створенням ефективних систем, керованих людиною.

ЕСКІЗ (фр. *Esquisse* – начерк) – в образотворчому мистецтві й дизайні художній твір допоміжного характеру, що є підготовчим начерком більшої роботи й втілює її задум основними композиційними засобами. Виконанню картини або дизайн проекту зазвичай передують ціла серія ескізів, в яких художник (дизайнер) шукає або розробляє структуру цілого, яка його задовольняє.

ЕСТАМП – відбиток з гравірувальної дошки. Це те саме, що і гравюра на дереві, металі, лінолеумі або камені. Естампи бувають чорно-білими й кольоровими. Дошку з вигравіюваним малюнком робить художник. Потім він робить з неї малюнки-гравюри. Естампи у вигляді гравюр на дереві з'явилися дуже давно ще в XV ст. На відміну від картин, вони коштували дуже недорого й тому їх могли купувати для себе люди небагаті. Естампи прикрашали будинки.

Ю

ЮЗАБІЛІТИ (*Usability Engineering*) – сукупність властивостей інструмента, які впливають на ефективність його використання в конкретній предметній діяльності та виражаються в застосовності даного інструменту, легкості його освоєння і використання, відтворюваності отриманих навичок, в низькій частоті помилок, в суб'єктивному задоволенні. (Об'єктом додатка для *software usability* є програмний продукт. Об'єктом додатка для *web-usability* є

вебсайт). Це науково-прикладна дисципліна, що служить підвищенню ефективності, продуктивності й зручності використання інструментів діяльності.

UI ДИЗАЙН (призначений для користувача інтерфейс) – поняття, яке охоплює певний набір графічно оформлених елементів. По суті UI відповідає за те, як виглядає сайт (додаток).

USER PERSONAS (персони) – це вигадані персонажі, які володіють набором якостей характерним для цільової аудиторії вашого сайту (додатку). Персони використовуються для ідентифікації користувача цілей, мотивації користувачів, їх больових точок. Персони повинні завжди базуватися на результатах досліджень аудиторії.

UX ДИЗАЙН (досвід користувача) – поняття охоплює те, як продукт функціонує і які емоції викликає і користувачів.

Я

ЯН ЛЕНІЦА (пол. Jan Lenica, народився 2 січня 1928 року в Познані, помер 5 жовтня 2001 в Берліні) – графічний дизайнер, ілюстратор і режисер, творець театральних декорацій і костюмів, ілюстратор дитячих книг, дизайнер власної марки. Один із засновників польської школи плаката.

ЯН ЧИХОЛЬД (1902-1974) - великий педагог дизайну, автор книги «Нова типографіка. Керівництво для сучасного дизайнера», першого видання – довідника зі шрифтового дизайну та оформлення багатосторінкових видань. Завдяки його роботам, стандарти дизайну книги в ХХ ст. були підняті на новий рівень. Зробив серйозний вплив на рівень розвитку графічного дизайну в Німеччині, Швейцарії та Англії, де довгі роки жив, працював і викладав.

ЯСКРАВІСТЬ (*Value*) – певна характеристика кольору. Яскравість – це властивість, що вказує, наскільки світлим / темним є колір. Ця ознака визначається ступенем білизни. Чим більше білого було додано в тон, тим вище його яскравість.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища: навч. посіб. / С. П. Мигаль, І. А. Дида, Т. Є. Казанцева; Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. — 225 с.
2. Бренд-айдентика. 5 компонентів, які визначають фірмовий стиль. ... — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://euprostitir.org.ua/practices/132954>
3. Вебдизайн: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Пасічник, В. В. Пасічник; за заг. ред. В. В. Пасічника; М-во освіти і науки України. — Л.: Магнолія 2006, 2010. — 519 с. : іл.
4. Веселовська Г. В. Комп'ютерна графіка: Навчальний посібник для вузів. — Херсон: ОЛДІ-плюс, 2004. — 582 с.
5. Гарнітура — це не шрифт. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://prodesign.in.ua/2019/02/lettering-tse-ne-shryft-abo-yak-rozibratysya-v-terminologiyi-typografiky/>
6. Глосарій дизайнерських термінів. URL: <http://fishka-plus.com.ua/blog/glosarij-dyzajnerskyh-terminiv.html>
7. Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну: Чехія, Польща, Україна. Харків, 2007.
8. Дизайн та образотворче мистецтво: Словник. Луцьк: ЛДТУ, 1999. 15 с.
9. Ковальчук М.О., Колесник Н.Є. Графічний дизайн та комп'ютерна графіка: монографія. Житомир, ТОВ «505» 2020. 440 с.
10. Ковальчук М.О., Колесник Н.Є. Психолого-педагогічні особливості кольору в дизайні: монографія. Житомир: ТОВ «505», 2020. 284 с.
11. Колір. Теорія кольору. Колористика. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sites.google.com/view/distance-informatics-10/модуль-графічний-дизайн/композиція-та-дизайн/урок-17?authuser=0>
12. Колесник Н.Є. Web-дизайн мультимедійної книги: теорія і практика: монографія. — Житомир: ТОВ "505", 2020. — 180 с.
13. Колесник Н. Є. Підготовка майбутніх учителів початкової школи до використання сучасних новітніх цифрових технологій у творчій діяльності учнів / Н. Є. Колесник // Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти. — Рівне, 2017. — Вип. 15 (58). - С. 152-155.
14. Колесник Н. Професійна підготовка здобувачів вищої освіти засобами дизайну / Н. Колесник, О. Поліщук, Н. Краснова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота. - 2020. - Вип. 1 (46). - С. 49-53.
15. Колесник Н. Є., Танська В. В. Екологічний дизайн у проектній діяльності здобувачів вищої / Н. Є. Колесник, В. В. Танська // Актуальні питання гуманітарних наук. — 2021. — Вип. 45, т. 1. — С. 76-80.
16. Мітченко В.С. Каліграфія Київ: Грамота, 2012. 48 с.
17. Морфологія культури: тезаурус / За ред. проф. В. О. Лозового. Х.: Право, 2007. 384 с.
18. Сотська Галина, Шмельова Тетяна. Словник мистецьких термінів. Херсон: Видавництво «Стар», 2016. 52 с.

19. Шевнюк О.Л. Словник термінів образотворчого мистецтва: Навч. посіб: Вид.2-ге, виправлене і доповнене. К.: НПУ імені М.П.Драгоманова, 2015. 100 с.
20. Фіголь О. Історія зародження і розвитку дизайну / Пластичне мистецтво. 2002. №1. С.4-46.
21. Art terms. MoMA Design Store. URL: <https://www.moma.org/collection/terms/>
22. Baditsa M. Bilingual model of future specialists' training by means of artistic design / M. Baditsa, N. Kolesnyk, & M. Polkhovska // Educational Dimension. – 2020. – Vol. 55. – P. 117-138. URL: <https://journal.kdpu.edu.ua/ped/article/view/3945>
23. Charlotte, Peter Fiell. Design of the 20th Century. TASCHEN, 1999.
24. Dobrzańska Kaja. Prosty słowniczek pojęć graficznych. URL: <http://fashionprtalks.pl/teksty/prosty-slowniczek-pojec-graficznych>
25. Jak rozmawiać z grafikiem? Słowniczek przydatnych pojęć. URL: <https://porady.pracuj.pl/zycie-zawodowe/jak-rozmawiac-z-grafikiem-slowniczek-podstawowych-pojec/>
26. Lawrentjew A., Nasarow J. Russisches Design. Tradition und Experiment 1920-1990. Berlin: Ernst und Sohn, 1995. 176S., ill.
27. Heller S. Graphic Style from Victorian to digital / Steven Heller, Seymour Chwast. New York : Harry N. Abrams, inc. Publishers, 2000. 263 p.
28. Kolesnyk N. Information and Media Literacy and "Cloud" Technologies in Training of Higher Education Applicants: the Sustainable Development Paradigm / Nataliia Kolesnyk, Snizhana Kubrak, Tetiana Yavorska, Svitlana Vitvytska // Universal Journal of Educational Research. – 2020. – Vol. 8. – No. 6. – P. 2668-2677. URL: <https://www.hrpub.org/download/20200530/UJER51-19515696.pdf>
29. Proctor R. 1000 new eco designs and where to find them / R. Proctor. London, Laurence King Publishing. 2009. 352p.
30. Słownik Designu, czyli porozmawiajmy tym samym językiem. URL: http://sar.org.pl/public/content/Słownik_Designu.pdf
31. Słownik pojęć i terminów. archon.pl. URL: <https://www.archon.pl/slownik-pojec-i-terminow-art-10004>
32. Teaching the engineering graphics of the applicants for higher education by means of computer modeling as a scientific and pedagogical problem. International Journal of Engineering & Technology. Boyko V., Goliad I., Hrytsenko L., Korchemna M. 7 (4.8). 2018. – pages 554-558.
33. The E-Learning Framework, 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cetis.ac.uk:8080/frameworks/learning-domain-services/eportfolio/petal/whatisportfolio/view>
34. Thomson B., Wong A. Students Be Heard: A Look at ePortfolios, January, 2005. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.estrategy.ubc.ca>

НОТАТКИ

НАВЧАЛЬНО-ДОВІДКОВЕ ВИДАННЯ

ШОСТАЧУК ТЕТЯНА, КОЛЕСНИК НАТАЛІЯ

СЛОВНИК ОСНОВНИХ ДИЗАЙН-ТЕРМІНІВ

Підп. до друку 01.12.2022. Формат 60×90 1/16 .
Ум. друк. арк. 4,2. Обл.-вид. арк. 6,0. Наклад 300 прим.
Видавець ТОВ «505» м. Житомир, вул. М. Бердичівська, 17А
тел.: 063 101 22 33 Свідоцтво серія ДК №5609 від 21.09.2017 р.

Друк та палітурні роботи ТОВ «505»

м. Житомир, вул. М. Бердичівська, 17А тел.: 063 101 22 33,

e-mail: printinzt@gmail.com