

УДК 7.012:676.813(045)

Ю.В. Романенкова, канд. мистецтвознав.

## ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ ДИЗАЙНУ ВІЗИТНИХ КАРТОК

Національний авіаційний університет, julia\_r@uprotel.net.ua; designNAU@ukr.net

*Розглянуто актуальну проблему створення професійного дизайну візитних карток, що є невід'ємною складовою іміджу сучасної ділової людини. Подано класифікацію візитівок за функціональним принципом. Проаналізовано функції кожного з типів. Виділено всі компоненти візитної картки, варіанти її композиційних схем, колористичного вирішення, застосування логотипів та інших елементів дизайну.*

### Вступ

Історія походження візитних карток як одного з найпоширеніших видів поліграфічної продукції досліджена недостатньо, невідомо коли точно з'явилися перші їх зразки. У Західній Європі їх поширення простежується з більш ранніх часів, ніж у нашій країні. У Росії прототип сучасної візитної картки з'явився, ймовірно, ще за часів Катерини II [1]. Візитна картка могла бути кардинально трансформованою гральною картою зі зміненими функціями. Звичайно, тоді вона використовувалася не так вільно, як зараз, існували суворі, жорсткі правила поводження з цим документом.

### Постановка проблеми

Візитівка є обличчям сучасного представника будь-якої структури, приватної особи. На сьогодні існує вкрай мало літератури, де б можна було знайти корисну інформацію про неї, а це необхідно кожній інтелігентній людині, особливо діловій [2; 3].

Велика частка таких статей є в періодиці та Інтернеті, але її, звісно, слід ретельно перевіряти [4; 5]. Немало даних можна розшукати на веб-сторінках, де знаходяться сотні шаблонів готових візитних карток, виготовлених численними дизайн-студіями та поліграфічними фірмами [6; 7].

У нашій країні культура як виготовлення візитних карток, так і користування ними ще дуже недосконала. Ми вже майже втратили ті навички, якими в цій сфері володіли колись, але ще не встигли надбати нових. Тому принципи користування цими картками та їх дизайн у нас мають певні особливості, притаманні суто нашій країні, та власні специфічні риси.

### Правила користування візитною картою

Сучасні українці дотримуються суворого етикету користування візитними картками зрідка, по-перше, мало хто знається на ньому, по-друге, додержання етикету поодиноким бізнесменом сприймається оточуючими як намагання штучно виділитися з загальної маси.

Але останніми роками спостерігається тенденція деякого підвищення культурного рівня певних верств населення в цій галузі. Це стосується вузького кола ділових людей, державних чиновників, співробітників іноземних посольств, які за своїми обов'язками тісно пов'язані з етикетом користування візитними картками. Усі ж інші категорії людей поки дозволяють собі вільне ставлення до власних візитівок і неабияку строкатість у їх дизайні.

Коли людина представляє приватну чи особливо державну організацію, вона відповідає за те, як сприймається ця структура потенційним діловим партнером. Першим кроком вираження поваги особі, у співпраці з якою людина зацікавлена, є обмін візитними картками. При цьому чоловік має подати першим візитівку жінці, молодший – особі, старшій за віком. Жінка не зобов'язана подавати свою картку у відповідь, тоді як такий жест від чоловіка буде розцінено як неповагу. Отриману картку не можна ховати в кишеню або у візитницю, бо це образить співрозмовника. Візитну картку слід брати обома руками. По можливості слід прочитати вголос ім'я та прізвище власника. Етикет вимагає покласти візитну картку перед собою, а не крутити її в руках впродовж розмови.

Існує безліч умовностей такого роду, яких бажано дотримуватися, щоб придбати репутацію культурної людини протягом першої ж зустрічі.

### Класифікація візитних карток

Візитівка – річ досить вибаглива.

У сучасному суспільстві прийнято користуватися візитними картками кількох типів, кожен з яких має власні особливості текстового наповнення й дизайну, який визначає стиль власника картки. Розрізняють візитівки особисті, ділові, родинні та комбіновані.

Класифікація за принципами дизайну значно складніша. Кожен із цих типів візитних карток по-різному використовується в різних країнах. Інколи правила користування ними кардинально відрізняються. Найекзотичнішою в ставленні та

дизайні візитних карток є Японія. Помітно виділяється в цій галузі Великобританія.

Створення двобічної або двомовної картки не схвалюється. Така візитівка є свідченням того, що замовник фінансово не в змозі зробити два комплекти карток або він не знає правил ділового спілкування.

Особисті візитівки є, напевно, найпростішими за структурою. Їх різновид залежить від того, які дані про власника є на візитній картці:

- ім'я, по батькові (повністю), прізвище;
- ім'я (повністю), перша літера по батькові, прізвище;
- ім'я (повністю), прізвище;
- тільки ім'я;
- ім'я або ініціали, прізвище, контактна інформація.

Жінкам етикет дозволяє не давати ані адреси, ані телефону – лише ім'я та прізвище.

Перші чотири варіанти цих візитних карток є малофункціональними, оскільки не несуть майже ніякої інформації про власника. Це скоріше не стільки знак шани до нового знайомця, скільки данина сучасній моді. Відсутність такої картки у людини не сприйметься як недолік. Візитна картка, яка передбачає посаду, звання та повну контактну інформацію власника не є вже власне особистою. Її скоріше можна віднести до ділового типу.

Різновидом особистої візитної картки вважається і родинна картка, в якій можуть бути вказані імена та прізвища двох осіб, найчастіше – чоловіка та дружини. У цьому випадку жіноче ім'я ставиться перед чоловічим. Контактна інформація розміщується на таких візитівках залежно від бажання їх власників.

Ділові візитівки є найпоширенішими через максимальну наповненість корисною інформацією. Саме на них найбільший попит у всіх країнах.

Ділова візитна картка має містити в собі прізвище, ім'я, по батькові чи ініціали, посаду, звання, повну контактну інформацію, розміщену за певною схемою. Такі картки доречно називати англійським терміном "business card", бо особисті та родинні візитівки змістом не зовсім відповідають цій назві. Їх можна вручати особисто, посилати з листом, залишати для тієї особи, яку не застали дома. Звичайно, таку картку не заведено класти в букет квітів або додавати до подарунку, як це можна робити з особистою картою.

Комбіновані візитні картки можуть поєднувати в собі елементи всіх зазначених типів, але основною вимогою до їх наповнення є мінімум інформації.

Дизайн візитних карток, певно, ще вибагливіший. Його характер залежить від типу візитної картки.

Особиста або родинна візитівка має бути неофіційною, правила її розробки не такі суворі, як принципи дизайну ділової картки. Це відноситься і до комбінованих карток. Ділова візитівка має відповідати всім вимогам дизайну, відхиляючись від них лише настільки, наскільки обумовлює специфіка локальних традицій, загальна культура поліграфічної продукції.

#### Вимоги до створення візитівки

Передусім, візитна картка будь-якого типу повинна мати усталені розміри, прийняті в переважній більшості країн. Звичайно вони становлять 50×90 мм (у США – 51×89 мм), у деяких країнах жіночі картки трохи менші – 45×85 мм (у Великобританії, навпаки, картки жінок за розміром більші), а картки молодих дівчат ще менші – 35×80 мм. Бувають візитні картки у вигляді своєрідних книжечок, тоді вони в складеному вигляді мають такі розміри. Від цих параметрів відступати не бажано. Кути візитних карток не слід заокруглювати, бо це сприймається як прояв несмаку або дурного тону. Картка може бути як горизонтальною, так і вертикальною, хоча перший різновид значно поширеніший. Візитівка повинна мати береги, однакові з усіх боків (5 мм), на які не можна поміщати жодної літери навіть у тих випадках, коли основного місця не вистачає. Краще використовувати менший кегль, робити меншими за розміром декоративні елементи, але не займати поля.

#### Матеріали, на яких друкують візитні картки

Одна з основних складових культури дизайну візитної картки – це матеріал, на якому вона видрукувана. Сучасні технології передбачають виготовлення карток на найрізноманітніших носіях: шкірі чи її штучних заміниках, листях рослин, пластмасі тощо. Такі візитні картки друкують дуже обмеженим накладом і надзвичайно дорого коштують.

Класична візитівка має бути виконана на якісному, досить цупкому папері. Звичайно поліграфісти користуються папером від 150 до 400 гр/м<sup>2</sup>. Занадто цупкий папір, наближений до картону, зустрічається не дуже часто. Оптимальний варіант основи для візитівки – це папір цупкістю 300–400 гр/м<sup>2</sup>. Така картка і вигляд матиме солідний, і в користуванні буде надійнішою. Серед кращих сортів німецькі та фінські папери: Keay Lustre (250–300 г/м<sup>2</sup>), Keay Pamphlet Lustre (300 г/м<sup>2</sup>), Pop'Set Virtual Pearl

(240 г/м<sup>2</sup>), Pop'Set Morphing Violet (240 г/м<sup>2</sup>), або Magnomat (300–350 г/м<sup>2</sup>), Silk (300–350 г/м<sup>2</sup>) тощо. Немало на сучасному ринку і фактурних паперів різних кольорів, у т.ч. надзвичайно білих (SuperWhite). Візитні картки, виконані на тонкому папері, дуже швидко мнуться і навіть рвуться при частому до них зверненні, набувають зіпсованого вигляду. Крім того, виготовити гарну візитну картку на такому папері технологічно майже неможливо.

На паперовому ринку України сьогодні наліковуються тисячі різновидів паперу різних країн-виробників – від дешевого звичайного до наддорогих елітних сортів, що мають різну вагу, цупкість, колір, фактуру та запахи. Але візитівки, надруковані на ароматизованому папері або на папірі з фактурою грубого полотна, льону, інею, шкіри, використовуються лише певними категоріями замовників.

#### Колористичне вирішення візитної картки

Неабияке значення має колір тла візитної картки. Раніше він мав під собою смислове підґрунтя, але зараз кольори і декоративні елементи використовують неграмотно.

Для сучасних візитних карток найпоширенішим кольором паперу є білий. Представники творчої інтелігенції (художники, музиканти, актори, режисери) часто застосовують чорний, червоний, блакитний, зелений кольори в усіх тонових варіаціях. Для інших кольорове тло візитівки є недоречним.

Останнім часом стали дуже популярними трохи тоновані папери, часто з імітацією ледь помітного золотистого, сріблястого або перлисто-го напилення. На них можна надрукувати дуже вишукану візитну картку, якщо буде професійно розроблена кожна дрібниця її дизайну. Існує і безліч неоднотонних паперів із різноманітними кольоровими розводами, плямами. Особливого поширення зараз набули різновиди так званих "мармурових" паперів із розводами на темно-сірому сріблястому тлі. Такі папери не слід використовувати для виготовлення візитівки класичного стилю.

#### Основні елементи дизайну візитної картки

Поряд із фактурою та кольором тла візитівки першорядну роль відіграють основні елементи її дизайну (шрифт, логотип, товарний знак).

Загальний стиль візитної картки залежить саме від її професійно розробленої композиції грамотно, підбраного шрифту, а головне – від органічного співіснування цих компонентів. У загальній композиційній схемі крапку над "і" має поставити вправно вписаний логотип. Кожен

елемент дизайну повинен відповідати характеру, віку, статі та роду професійної діяльності замовника.

#### Варіанти композиційних схем візитної картки

Найхарактернішими і найпоширенішими є ділові візитівки, тому і принципи компоновки зручніше роздивлятися на їх прикладі.

Основними усталеними принципами розташування текстових блоків типової горизонтальної картки є:

- вирівнювання по центру: верхній рядок – назва організації, де працює замовник; нижче – ім'я, по батькові, прізвище; нижче – трохи меншим кеглем та інколи курсивом – посада, науковий ступінь, звання замовника; лівий нижній кут – адреса організації, де він працює; правий нижній кут – контактні телефони (адреса електронної пошти, пейджер, мобільний телефон чи указуються за бажанням замовника, чи залежно від ситуації приписуються ним пізніше від руки); блоки адреси та контактної інформації завжди друкуються значно меншим кеглем;

- вирівнювання по лівому краю: порядок розташування текстових блоків той самий;

- вирівнювання по правому краю: з тим самим порядком розташування текстових блоків;

- комбінований спосіб вирівнювання (наприклад, ім'я, по батькові та прізвище;

- по лівому краю, посада, звання, науковий ступінь по правому); порядок (розташування текстових блоків той самий.

У текстових візитних картках досить часто застосовуються додаткові елементи графічного дизайну.

Лінії, що відокремлюють блоки основної інформації від контактної, можуть бути середньої товщини, подвійні, якщо текстові блоки доволі важкі за масою. Невеличкі орнаментальні елементи також слугують своєрідним роздільником між текстовими блоками або прикрасою і надають картці менш суворого характеру. Але з такими елементами потрібно поводитися обережно, бо деякі з них несуть певне смислове навантаження. Наприклад, рамка навколо тексту є знаком жалоби.

Переважна більшість карток має логотип чи товарний знак або обидва елементи. Відповідно виділяють кілька типів компоновки візитівок лише з логотипом (або товарним знаком) і з логотипом та товарним знаком. Такі візитні картки можуть бути як горизонтальними, так і вертикальними, хоча за наявності логотипа і товарного знаку використання вертикального формату ускладнюється.

### Шрифт

Обрання шрифту візитівки, який є вагомою часткою, залежить від таких параметрів:

- формату;
- кількості текстової інформації;
- статі замовника.

Це впливає як на кегль, так і на гарнітуру обраного шрифту.

У жіночих картках звичайно застосовують вишукані, ажурні гарнітури, часто курсивного накреслення, щоб текстові блоки сприймалися відповідно до образу жінки – легкими та тонкими.

Різні гарнітури використовуються залежно від типу візитівки (для особисто – одні, ділової – зовсім інші).

Найбільшим кеглем друкують прізвище, ім'я та по батькові чи ініціали. Нерідко при написанні прізвищ використовують лише великі літери, жирний або напівжирний шрифт.

На сьогодні в розпорядженні дизайнерів десятки тисяч гарнітур шрифтів.

Залежно від загального характеру візитівки, стилю замовника використовують як рублені гарнітури, так і шрифти з насічками, більш суворі, важкі та прості за накресленням або ажурні та ускладнені.

Колір шрифту може бути різний, зустрічаються візитівки з використанням багатьох кольорів.

Візитна картка з кольоровим логотипом і кольоровим тлом, збагаченим позолотним тисненням логотипа або самого тексту (кольоро-

вими або голографічними фольгами), нагадує веселку і є антирекламою для її власника.

Класична візитна картка має чорний, стриманий текст звичайної гарнітури, лаконічний логотип.

### Висновки

Візитівка є показником стилю ділової людини, її саморекламою. Кожна складова її дизайну має бути вивірена, загальний характер повинен відповідати стилю замовника і всім вимогам до сучасної візитної картки будь-якого типу. Саме негайна потреба в грамотних фахівцях у цій галузі передбачає ретельніше дослідження проблеми, створення літератури з питань різних типів поліграфічної продукції, до якої належить і візитівка.

### Список літератури

1. *Gravlit Desig*: // bcard.narod.ru/viz\_21.html.
2. *Домашняя* типография. – М.: Равновесие Медиа, 2001.
3. *Rothberger S.* Victoria Calling Cards: Creating Beautiful Business and Calling Cards. – New York: Hearst Books, 1992.
4. *По визитке* встречаются...// КомпьюАрт. – 1999. – №9.
5. *У вас* есть визитная карточка? // Одна дома. – 2001. – №12.
6. *“Парадигма Рекордс”*:  
<http://raphael.ru/FirmStil/vizitka/bloko/htm>.
7. *Дрим* Вижн Дизайн Студия:  
<http://cards.archangelsk.ru/develop.htm>;  
<http://www.dreamvision.ru/pg/visitki.html>.

Стаття надійшла до редакції 09.04.03.

Ю.В. Романенкова

Основные компоненты дизайна визитных карточек

Рассмотрена актуальная проблема создания профессионального дизайна визитных карточек, являющихся неотъемлемой составляющей имиджа современного делового человека. Дана классификация визитных карточек по функциональному принципу. Проанализированы функции каждого типа, все компоненты визитной карточки, варианты ее композиционных схем, колористического решения, использования логотипов и других элементов дизайна.

J.V. Romanenkova

Main components of business cards design

The essay is dedicated to the urgent problem of necessity of creation of professional design of business cards, that are important part of the image of modern businessman. There are classification of cards by functional principle, the functions of cards of each type were analyzed. All components of business card, variants of its composition schemes, color characteristics, principles of use of trade marks and other design elements have been allocated.



## ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ

Стаття повинна бути структурована (поділена на розділи з **заголовками**) і відповідно до вимог ВАК мати такі елементи:

1) постановку проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;

2) аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;

3) формулювання цілей статті (постановка завдання);

4) виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

5) висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Стаття подається автором у **2 примірниках**, надрукованих на білому папері формату А4. Кожний примірник повинен бути підписаний **всіма авторами**.

Автор може опублікувати в одному номері тільки **одну** статтю.

Статтю, підписану відповідальним секретарем, необхідно супроводжувати:

1) рецензією доктора наук;

2) експертним висновком про можливість відкритого публікування, завіреним печаткою;

3) індексом УДК;

4) анотаціями українською, російською та англійською мовами;

5) відомостями про авторів українською, російською та англійською мовами (прізвище, ім'я, по батькові, вчений ступінь та звання, посада, місце роботи, службова та **електронна** адреса, телефон);

6) списком умовних скорочень і позначень;

7) дискетою (3,5 дюйми).

Статтю необхідно набирати в текстовому редакторі **Word for Windows 98** або **2000** шрифтом Times New Roman у режимі автоматичної розстановки переносів у такому порядку:

1) індекс УДК (зліва);

2) ініціали, прізвища авторів (малі літери, напівжирний), позначені цифровими індексами, вчений ступінь (справа, відступ зверху – 6 пт);

3) назва статті (по центру, великі літери, напівжирний, відступ зверху – 6 пт);

4) місце роботи, електронна адреса (по центру, відступ зверху – 6 пт);

5) анотація українською мовою (курсив, відступ зверху і знизу – 6 пт, зліва і справа – 0,5 см);

6) текст статті з заголовками, списком літератури (у 2 стовпчика);

7) ініціали, прізвище, назва статті, анотація російською мовою (по ширині сторінки – 17 см);

8) ініціали, прізвище, назва статті, анотація англійською мовою (по ширині сторінки – 17 см).

**Перший примірник (font 11) набирають через 1 інтервал із текстом статті в 2 стовпчика (8,25 см кожний).** Обсяг **першого** примірника статті з рисунками, таблицями, списком літератури, анотаціями – 4 **повні** сторінки.

Відстань між стовпчиками – 0,5 см (текст – 17×24 см, ліве поле – 2 см, праве – 2 см, верхнє – 2,5 см, нижнє – 2,5 см). Абзацний відступ – 0,5 см.

Відступ заголовків, таблиць, рисунків від тексту зверху – 3 пт, знизу – 3 пт.

**Другий** примірник роздруковують великим шрифтом (font 14) через півтора інтервали.

Нумерація формул повинна бути послідовною, наскрізною, у круглих дужках. Необхідно нумерувати тільки ті формули, на які є посилання. Всі буквені позначення у формулах, повинні бути описані словами. Ширина формул – 8 см, відступ від тексту – 1 інтервал.

Для набору формул літерних позначень фізичних величин та індексів використовують вбудований у Word for Windows редактор формул Microsoft Equation:

1) змінні, латинські літери – курсив, Times New Roman;

2) функції, цифри, українські літери – прямий Times New Roman;

3) матриці, вектори – напівжирний прямий Times New Roman;

4) грецькі літери, символи – прямий Symbol.

При наборі формул встановлюють такі розміри: звичайний – 11 пт; великий індекс – 7 пт; малий індекс – 5 пт; великий символ – 14 пт; малий символ – 11 пт.

Рисунки виконують у вигляді растрових зображень у форматах TIFF, PCX, BMP і додають до статті окремими графічними файлами.

**Не припустимо** використання закладеної графіки Microsoft Word.

**Максимальний розмір** рисунка – 8×8 см. Елементи зображення повинні бути якісними (300–600 dpi) чорно-білими, **товщина ліній 2 пт.**

Деталі ілюстрації нумерують арабськими цифрами (font 11), починаючи з цифри 1, без пропусків і повторень або за годинниковою стрілкою, або по горизонталі зліва направо, або по вертикалі зверху вниз. Написи на рисунках слід замінити буквеними позначеннями (font 11).