ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

Дизайн, креатив в полиграфии

Преподаватель
Дручек Т.П.

Над созданием дизайна полиграфической продукции трудится группа специалистов, главный в которой, конечно же, дизайнер: он принимает участие во всех этапах, в том числе в послепечатной обработке.

Дизайн полиграфической продукции необходим для качественной проработки материалов под печатную продукцию. Его применяют для создания различных рекламных носителей, а также многостраничных и периодических изданий.

Основные задачи полиграфического дизайна:

1. Выяснить реальные потребности клиента, то есть те цели, которых он хочет достичь с помощью полиграфической продукции.
2. Определить тип шрифта, его размер, количество информации, которая будет расположена на носителе, необходимость использования иллюстраций или фотографий, их количество и расположение относительно друг друга и текста; определить стиль подачи материала, конкретную цветовую палитру, соотношение между собой всех элементов композиции, их грамотное сочетание и пропорции и т. д.
3. Придумать идею и создать ее визуальную концепцию таким образом, чтобы носитель не был перегружен контентом или иллюстрациями.

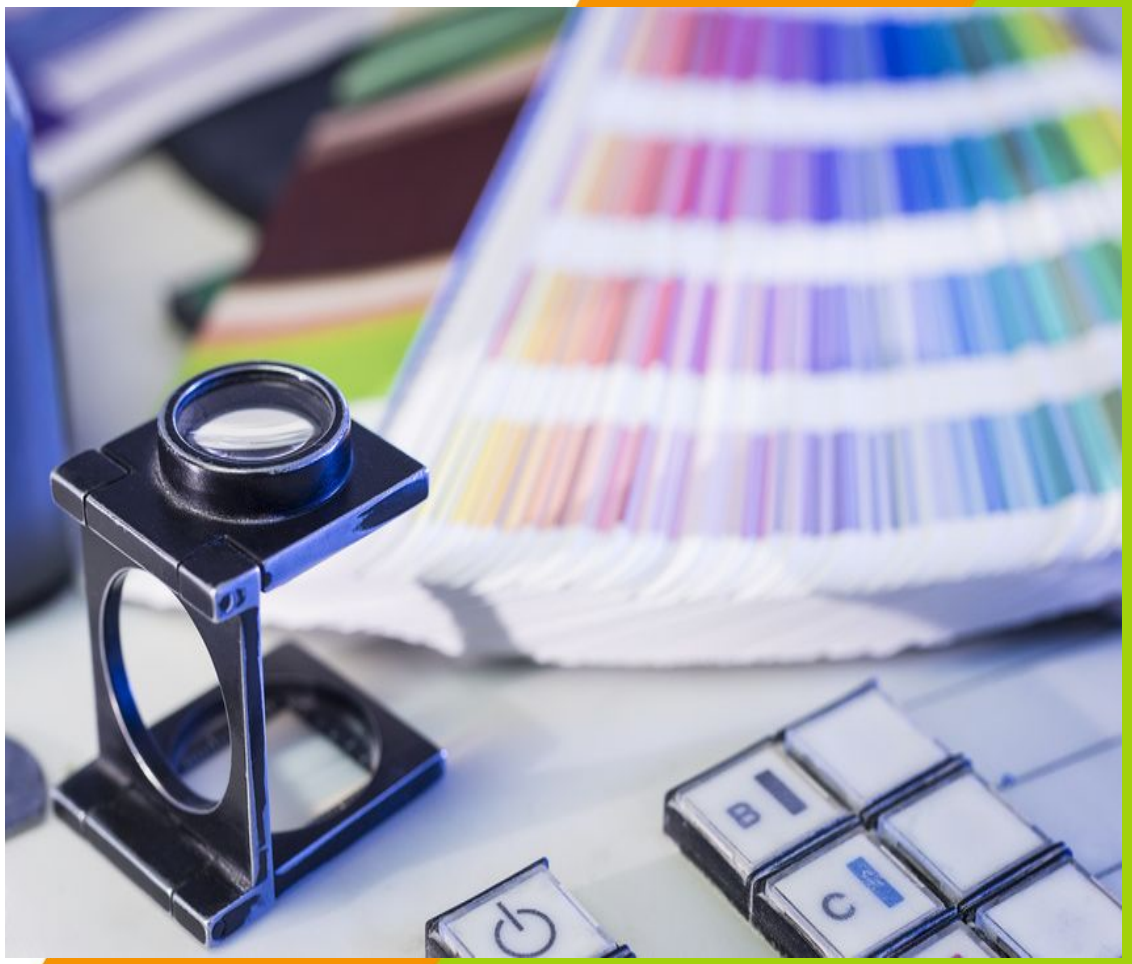
Этапы создания дизайна:

1. ***Разработка концепции макета*** – выделение основной и второстепенной информации, компоновка информационных текстовых и иллюстрационных блоков.
2. ***Выбор иллюстраций, цветовой палитры, шрифтов*** исходя из соответствия тематике и психологического воздействия на потребителя. Стили должны сочетаться между собой, а количество размеров шрифта не должно зашкаливать.

Этапы создания дизайна:

3. Подготовка макета к печати – препресс – проводится в соответствии с печатными требованиями типографии. Они зависят от способа печати, вида продукции, типа бумаги. На этом этапе дизайнер должен определиться с размером изображения, цветовой моделью, предусмотреть поля, предназначенные под обрезку.

4. Предпечатная подготовка предполагает создание штампов для высечки, фотоформ и печатных форм.



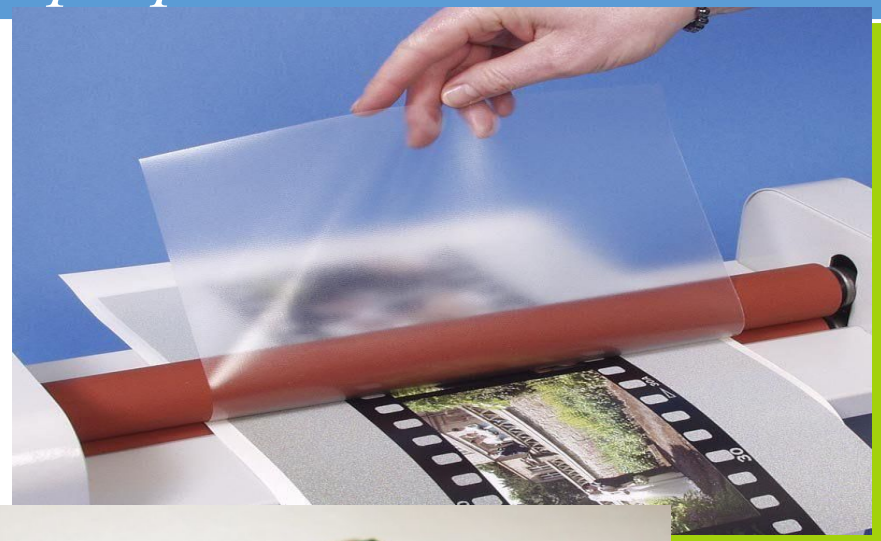
Этапы создания дизайна:

5. Печать – главный этап, от которого зависит качество полиграфической продукции.

6. Послепечатная обработка предусматривает склейку, брошюровку, переплет, а также использование одной из выбранных полиграфических технологий с целью улучшения потребительских свойств изделия и его внешнего вида.

Полиграфические технологии, применяемые при разработке дизайна ПП:

- ✔ ламинирование – покрытие пленкой с целью защиты изображения от внешних воздействий;
- ✔ лакирование – нанесение слоя лакового раствора для защиты от влаги и загрязнений, повышения контрастности и насыщенности цветов;
- ✔ высечка – создание изделия сложной (не прямоугольной) формы с целью повышения привлекательности изделия для потребителя;

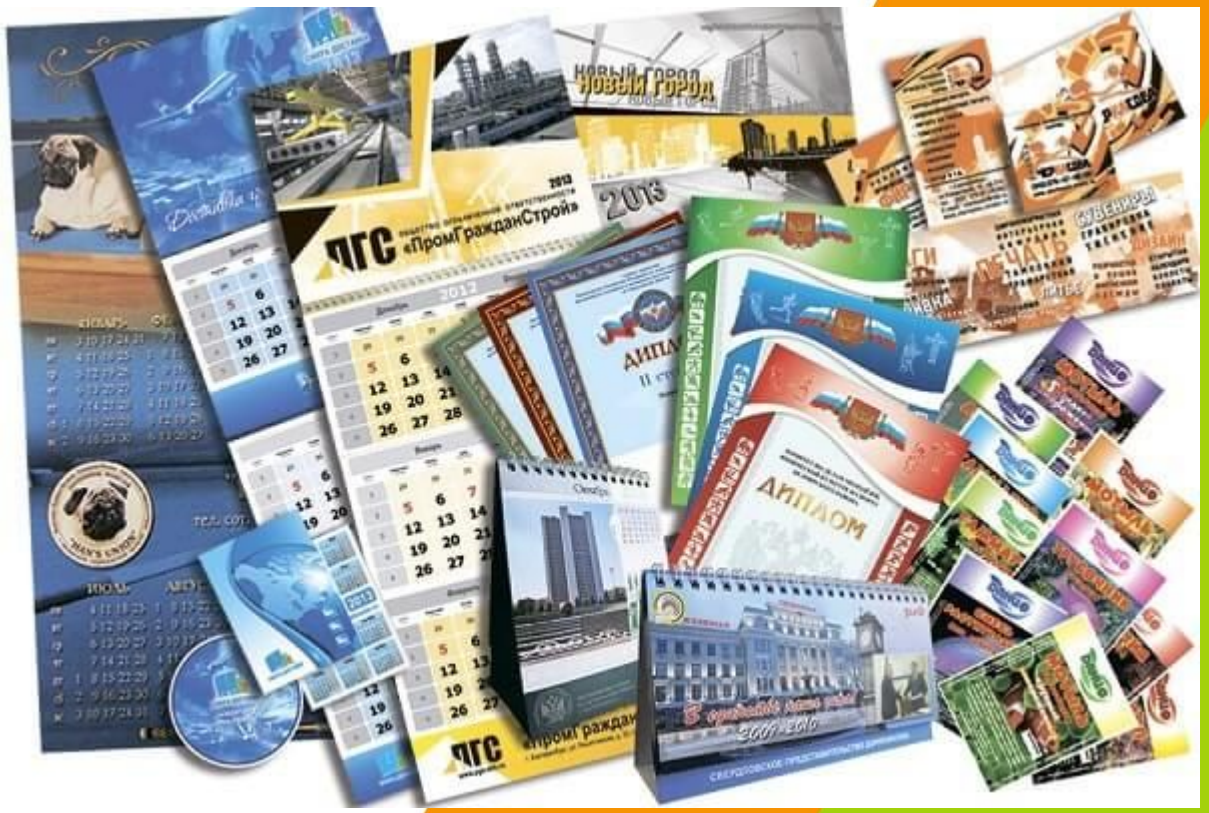


Полиграфические технологии, применяемые при разработке дизайна ПП:

- ✔ тиснение фольгой – применяют для создания более роскошного вида продукции, данная технология дает возможность реализовать смелые дизайнерские задумки и сделать носитель запоминающимся;
- ✔ конгрев – создание выпуклых элементов на изделии с помощью специальных прессов, штампов и контрштампов под воздействием высокого давления.

Формы полиграфического дизайна:

- бланки;
- брошюры;
- визитки;
- конверты;
- этикетки;
- листовки;
- буклеты;
- блокноты;
- календари;
- книги;
- журналы;
- атласы;
- газеты;
- контурные карты;
- любые POS-материалы и т. п.



Правила и приемы, которым обязан следовать любой профессиональный дизайнер:

1. Правило «золотого сечения», или композиционные основы макетирования. Желательно при размещении изображений учитывать, что люди легче воспринимают информацию, которая размещена на изделии строгой геометрической формы – квадратной или прямоугольной, причем предпочтительнее в вертикальном, а не в горизонтальном виде.
2. Выбор шрифта. Шрифт должен соответствовать стилю изложения и при этом быть не замысловатым, а читабельным, чтобы привлекать внимание потребителя, а не заставлять его прилагать усилия для считывания информации, даже если он в этом сильно заинтересован. Более того, информация на носителе должна быть четко структурирована, чтобы легко восприниматься и оставаться в памяти.

Правила и приемы, которым обязан следовать любой профессиональный дизайнер:

3. Правильная цветовая гамма. Выбор цветовой палитры во многом должен быть продиктован не только психологическим воздействием на потребителя, но и многими другими параметрами:

- цвета должны быть яркими, сочными, но при этом еще и гармонично сочетаться между собой;
- излишне яркие цвета или большое их количество могут вызывать раздражение потребителя;
- иллюстрации или фотографии, используемые на носителе, должны подтверждать реальность товара или услуги.

Правила и приемы, которым обязан следовать любой профессиональный дизайнер:

4. Оформление. В целом оформление должно быть оригинальным. Небанальные решения привлекают внимание потребителя, в то время как шаблонные могут вызвать недоумение и отторжение.

Примеры креативной полиграфической продукции