

# 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.

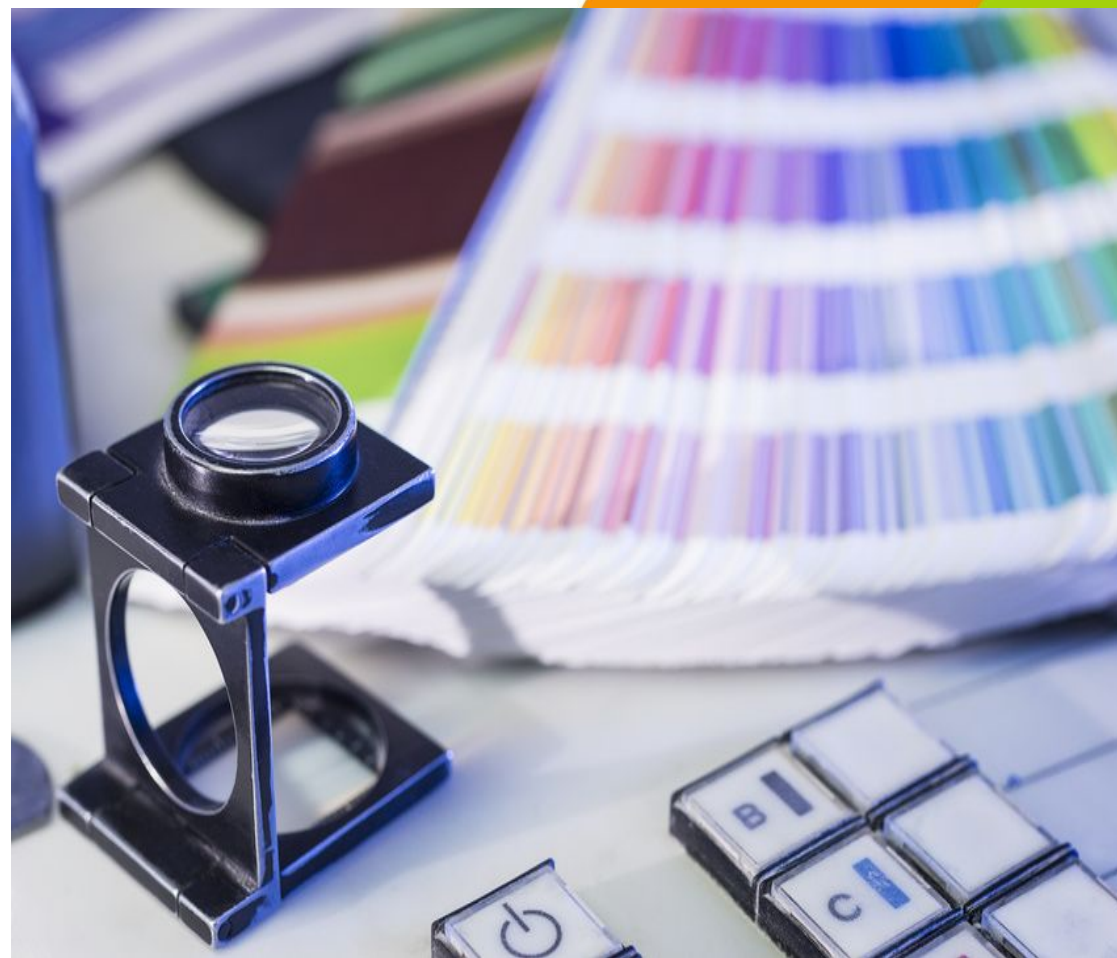


## Этапы создания дизайна:

### **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:

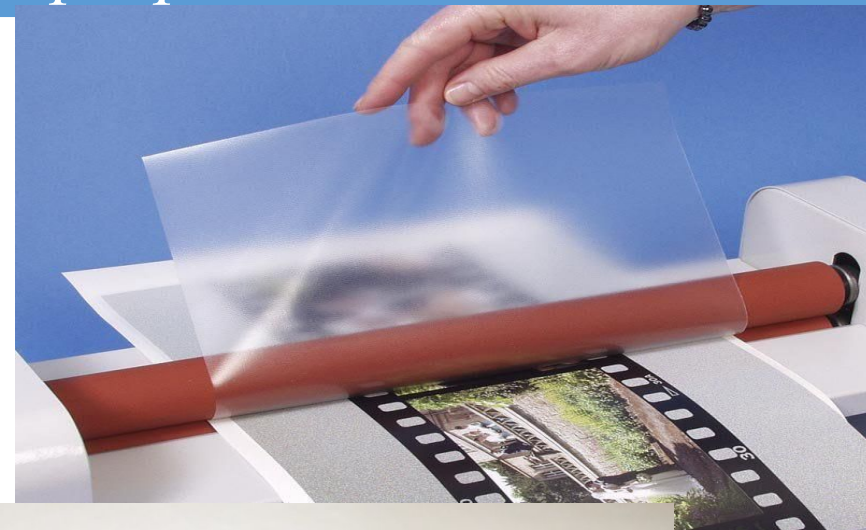
**5. Печать** – главный этап, от которого зависит качество полиграфической продукции.

**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 привлечь 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

