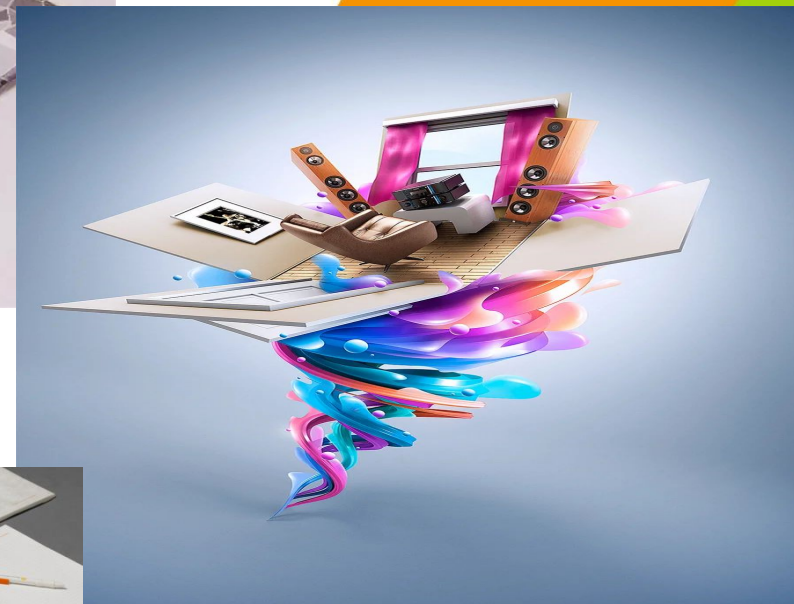


Дизайн, креатив в полиграфии



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.

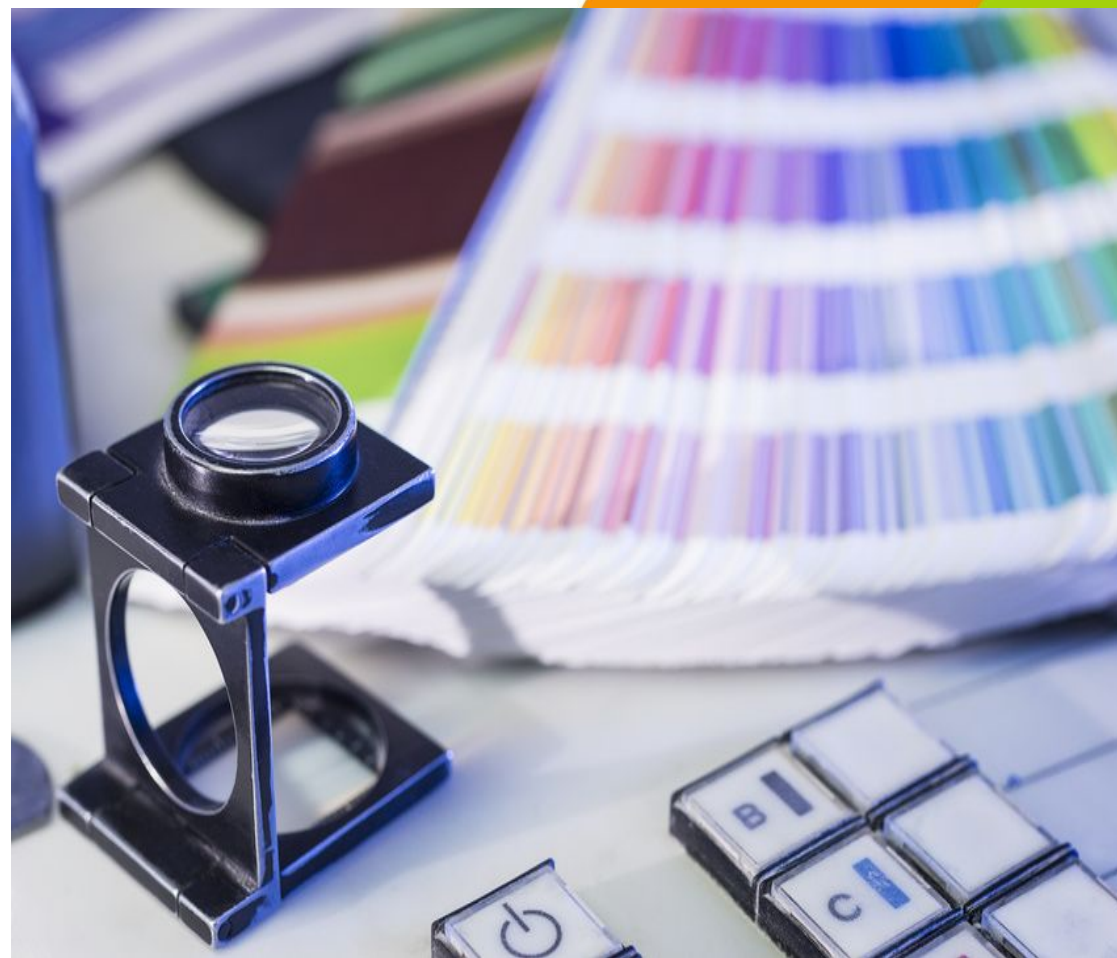


Этапы создания дизайна:

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:

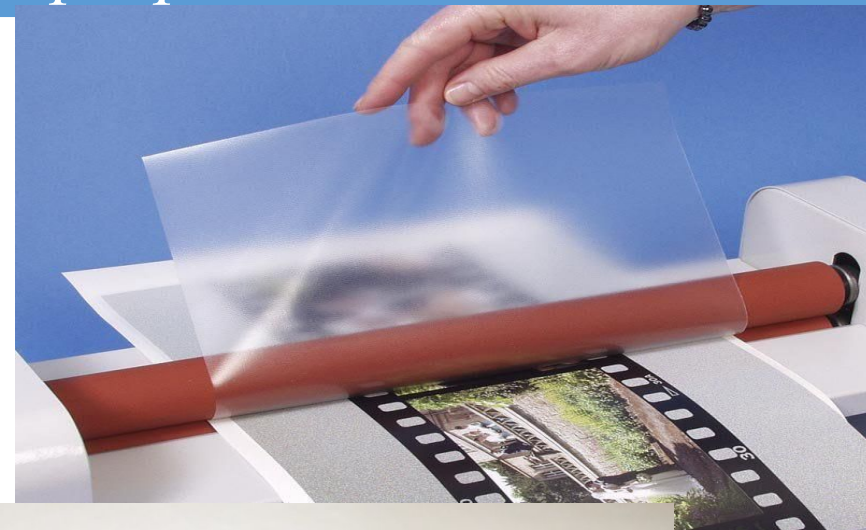
5. Печать – главный этап, от которого зависит качество полиграфической продукции.

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

