

Т. В. Бачурина

Белорусский государственный университет культуры и искусств, Республика Беларусь, г. Минск

Особенности дизайна полиграфической рекламы

Полиграфия, как самостоятельная сфера деятельности, на протяжении своего развития, непрерывно впитывала и объединяла внутри себя все новые достижения общественного развития, используя для своих внутренних целей самые современные информационные технологии. Поэтому, полиграфическую среду можно с уверенностью отнести к одной из наиболее развивающихся в современном информационном мире отраслей.

Кроме того, полиграфия всегда была тесно связана исторически с развитием художественной культуры и вмещала в ее структуру различные прикладные виды искусства, опираясь при этом, на графический дизайн.

Графический дизайн – это не «предметное» конструирование, а художественное проектирование и последующее преобразование окружающей действительности с целью изменения визуального ландшафта современности. Реклама в этом процессе занимает далеко не последнюю роль.

В полиграфии реклама всегда занимала весомую долю. Рекламный дизайн возникает одновременно с началом развития специальных печатных технологий, совершенствуясь вместе с ними.

Если провести историческую реконструкцию развития дизайна полиграфической рекламы, сначала необходимо отметить технику ксилографии и гравюры на металлической поверхности. Прежде всего, эти техники применялись для иллюстрирования книг и создания художественно-графических работ, но среди них встречались и рекламные объекты.

Следующий этап развития дизайна полиграфической рекламы знаменуется изобретением фотографии. Гравюра практически переходит в мастерские художников и перестает служить полиграфии, выполняя, в первую очередь, творческие художественные замыслы.

Появление и развитие фототехнологий значительно упростили процесс допечатной подготовки, сделав возможным переход к растрованию графических объектов и изготовлению фотоформ. Полиграфический дизайн переходит на полноцветную печать в специально разработанной для этого цветовой модели CMYK, основанной на четырёх основных цветах [1].

Таким образом, фототехнологии не только значительно расширили выразительные средства рекламы, но и поспособствовали появлению целой индустрии, создававшей фотооборудование для полиграфической промышленности. На смену фототехнологиям приходят компьютерные технологии, полностью изменившие сам процесс оформления полиграфической рекламной продукции дизайнерами-графиками.

Таким образом, внедрение в процесс создания полиграфической компьютерных средств значительно расширило возможности допечатной подготовки, а знание специализированных графических редакторов сделало профессию дизайнера внешне одной из самых популярных. Но, тем не менее, понимание

конечных задач оформления современной полиграфической рекламы требует от художника-дизайнера глубоких знаний всех технологических элементов и процессов производства.

От профессиональных навыков дизайнера-графика напрямую зависит качество готового продукта и реализация творческого потенциала с помощью компьютера. Перед дизайнером открываются новые возможности поиска выразительности художественного образа, что содействует эффективной допечатной подготовки дизайн-проекта к полиграфическому воспроизводству [2].

Современный дизайнер-график должен не только владеть творческими методами «информационного проектирования», но и являться хорошим художником, умело использующим средства изобразительного искусства в своей работе. Нередко произведения графического дизайна становятся чем-то большим, чем визуальные креативы, и обладая несомненной эстетической ценностью, достойны самой высокой искусствоведческой оценки. Таким образом, по сути, графический дизайн становится самостоятельным направлением современного прикладного искусства.

Важным условием, с учетом которого разрабатывается графический дизайн, является следование фирменному стилю компании, что делает рекламную и иную продукцию узнаваемой для клиентов и партнеров компании. Графический дизайн позволяет привлечь внимание к товарам и услугам компании, выделить ее среди других фирм. Яркий, оригинальный и уникальный графический дизайн поможет заинтересовать потребителей, вызвать в них доверие, а также побудить их к выбору именно Ваших товаров или услуг [3].

Таким образом, для того чтобы любой компании не только сохранить свои позиции в условиях жесткой рыночной конкуренции, но и продолжать активно развиваться и креативно выделяться среди множества других фирм, ей необходим качественный полиграфический дизайн рекламных и фирменных материалов. Тем самым, графический дизайн полиграфической рекламы не только отражает условия развития современного общества, но и отвечает его изменившимся потребностям, определяя перспективы его прогрессивного развития.

Список литературы

1. *Капран, Л.* Компьютерная графика и дизайн / *Л. Капран, В. Тозик.* – М.: Академия, 2015. – 201 с.
2. *Курушин, В.* Графический дизайн и реклама / *В. Курушин.* – М.: ДМК Пресс, 2012. – 272 с.
3. Полиграфия и печать [Электронный ресурс] / Публикации и статьи. Графический дизайн и полиграфия Режим доступа: http://www.poly3.ru/info/design/design_260509_01.html. – Дата доступа: 28.10.2016.