

Полиграфический дизайн

Слайд 1

Дизайн полиграфии

Дизайн полиграфии отличается от других видов дизайна, например, веб-дизайн или дизайн мебели. При создании макета полиграфии нужно изначально учитывать некоторые нюансы и особенности печати. Сегодня мы с вами поговорим о правилах и ошибках дизайна, хотя дизайн - это искусство и здесь не существует строгих правил, но я постараюсь поделиться закономерностями, которые помогут и вам при создании грамотного макета полиграфии.

Слайд 2

Порядок подачи информации

Все мы читаем текст слева на право. Поэтому при беглом взгляде на макет в первую очередь человек начинает с ним знакомиться с левого верхнего угла (поэтому там часто ставят логотип) постепенно спускаясь к правому нижнему (часто там стоит адреса и контакты). Учитывая такую особенность восприятия в дизайне полиграфии логическая цепочка строится именно в такой последовательности.

Слайд 3

Помимо этого, в первую очередь внимание привлекают большие и темные пятна и постепенно взгляд переходит на изучение более светлых и мелких элементов дизайна. Если рассматривать макет с точки зрения текстовой составляющей, то существует текст главный и второстепенный. Разграничивать их стоит размером шрифта и цветовым тоном. Часто рекламодатель считает, что у него в макете каждое слово важное поэтому размещает много текста одинакового размера, такой макет полиграфии исписанный до дыр сложно читать, и хотя там есть вся информация о компании и биография всех сотрудников... теряется сама суть, такую листовку или буклет никто не будет читать.

Слайд 4

Итак, текст должен по возможности быть отделен пустыми полями и разбавлен фотографиями для более комфортного восприятия. Необходимо учитывать что в первую очередь привлечет крупный текст на темном или ярком блоке. Согласитесь, одно предложение написанное средним шрифтом на листке А4 формата прочитать гораздо легче, чем всю страницу исписанную мелким шрифтом.

Всё хорошо в меру. Важно уловить золотую середину чтобы не перегрузить макет полиграфии большим количеством информации и в то же время использовать пустое пространство. Главное что нужно понимать при создании макета - какая информация главная, а какая второстепенная, на что обратить внимание в первую очередь.

Слайд 5

Подбор цветовой гаммы

Цвет играет немаловажную роль в создании макета. От выбора цветовой гаммы зависит восприятие информации на макете. Приятно смотреть на макет с грамотно подобранными цветами, также цвет сам по себе без слов может сказать о сфере деятельности рекламируемого предприятия.

Все цвета можно поделить на холодные, теплые и нейтральные оттенки. Холодные цвета - это синий, зеленый, голубой и т.д. Теплые - красный, желтый, коричневый и т.д.

К нейтральным относятся сиреневый и оттенки серого (от черного до белого).

Каждый отдельный цвет вызывает у человека определенные ассоциации, а сочетание нескольких цветов может нести определенную информацию.

Например. Реклама ресторанов быстрого питания выполняется чаще всего в желто-красно-коричневых цветах, такие цвета могут ассоциироваться с едой соответствующего цвета - горячая выпечка, гамбургеры, пирожные и т.д.

В рекламе банков используется чаще всего синие и серые цвета, то есть холодные и нейтральные, что говорит о точности и надежности.

В рекламе автомобилей тоже часто используются оттенки серого, т.к. серый цвет говорит о точности, профессионализме, прочности и надежности.

Слайд 6

Цветовой и тоновый контраст

Каждый цвет имеет еще и свой тон, иначе говоря насыщенность. Поэтому компоновать цвета нужно так чтобы светлые тона лежали на темных и наоборот. Если например, на фиолетовый фон разместить красный текст, то его будет очень сложно прочитать, потому как эти два цвета имеют одинаковую насыщенность.

Существует шпаргалка помогающая подобрать нужный цвет.

Слайд 7

Шпаргалка по сочетанию цветов

Схема № 1. Комплементарное сочетание

Комплементарными, или дополнительными, контрастными, являются цвета, которые расположены на противоположных сторонах цветового **круга Иттена**. Выглядит их сочетание очень живо и энергично, особенно при максимальной насыщенности цвета.

Слайд 8

Схема № 2. Триада — сочетание 3 цветов

Сочетание 3 цветов, лежащих на одинаковом расстоянии друг от друга. Обеспечивает высокую контрастность при сохранении гармонии. Такая композиция выглядит достаточно живой даже при использовании бледных и ненасыщенных цветов.

Слайд 9

Схема № 3. Аналогичное сочетание

Сочетание от 2 до 5 цветов, расположенных рядом друг с другом на цветовом круге (в идеале — 2–3 цвета). Впечатление: спокойное, располагающее. Пример сочетания аналогичных приглушенных цветов: желто-оранжевый, желтый, желто-зеленый, зеленый, сине-зеленый и т.д.

Подробнее на сайте: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-dizajn/krutaya-shpargalka-po-sochetaniyu-cvetov-1169610/>

Слайд 10

Главная цель дизайна полиграфии

Частой ошибкой начинающих дизайнеров бывает то, что они забывают о главной цели полиграфического дизайна. Увлекаясь различными дизайнерскими трюками и наводя красоту, упускают из виду, что главная цель дизайна - **прорекламировать мероприятие или выставку**. Различные спецэффекты и дизайнерские идеи могут настолько сильно отвлекать, что за ними теряется главная цель макета - донести потребителям **информацию о мероприятиях и услугах библиотеки**.

Конечно, для более приятного восприятия они нужны, но различные дизайнерские навороты должны помогать, а не отвлекать от основной сути.

Слайд 11

Часто говорят что "лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать". В этой пословице есть доля истины т.к. человек мыслит образами (картинками), а не словами и предложениями. Когда человек читает текст - в его голове рисуются образы, связанные со словами (ни у кого из нас нет бегущей строки перед глазами, как у терминатора). Поэтому, текст сам по себе воспринимается достаточно трудно, да и сейчас никто не будет тратить время на чтение огромного куска текста, каким бы хорошим он не был. Картинка воспринимается мгновенно, и может лучше рассказать о товаре, чем большой блок текста.

Сейчас, практически во всех макетах, кроме текста используют картинки. Для более интересного оформления фотографии помещают частично или замыкают в фигурные блоки. Важно, что бы не смотря на интересное оформление легко воспринималась суть фотографии и не обрезались важные элементы, несущие смысловую нагрузку.

Итак, текст без картинок плох, и картинки без текста смысла не имеют. Только грамотное их сочетание гарантирует успех вашему шедевру.

Слайд 12

Конечно, невозможно свести весь дизайн к каким либо правилам. Дизайн - это искусство, тут нет правил есть лишь советы, помогающие избежать распространенных ошибок. Нужно объективно воспринимать критику. Не позволяйте критике выбить вас из колеи. Выслушайте замечания и предложения, попробуйте посмотреть на работу другими глазами, со стороны. Ведь без объективной критики вы не будете расти, как профессионал.

Пробуйте, экспериментируйте, не бойтесь ошибиться и тогда с каждым разом ваш дизайн будет выходить все лучше и лучше.

Спасибо за внимание!