

Использование компьютерных технологий для рекламы и создания печатной айдентики

The use of computer technology to advertise and create print identity

Богаткина Ольга Сергеевна, студентка 7 курса специальности «Дизайн» (графический дизайн) факультета дизайна и графики АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

В статье применительно к основной теме исследования - разработке фирменного стиля и упаковки для производителя шерстяной пряжи, рассмотрены вопросы использования компьютерных технологий для рекламы и создания печатной айдентики. Их актуальность связана с необходимостью правильной подачи продукта на рынок на основе использования компьютерной графики как инструмента для создания изображений и для обработки визуальной информации, полученной из реального мира. Объединение высококачественного изображения на экране компьютера со звуковым сопровождением позволяет получить необходимый эффект для рекламы производимой продукции.

The article in relation to the main topic of research - development of corporate identity and packaging for products of wool yarn, the issues of the use of computer technology for advertising and printing of identity creation. Their relevance is linked to the need to supply the correct product to the market through the use of computer graphics as a tool for creating images and for processing visual information from the real world. Combining high-quality image on a computer screen with sound lets you get the desired effect for the advertisement of their products.

Ключевые слова: фирменный стиль, концепция продвижения пряжи, упаковка для пряжи, хештег, шерстим, визуальная айдентика, графическое оформление, анализ конкурентов.

Keywords: corporate identity, promoting the concept of yarn, yarn for packing, hashtag, wool, Visual Identity, graphic design, competitor analysis.

В современном мире массовой компьютеризации очень востребован компьютерный дизайн, к которому относятся, например, интерфейсы приложений для планшетных устройств. Для их разработки необходимо использовать графические редакторы.

Компьютерная графика – область деятельности, в которой компьютеры используются как инструмент для создания изображений и для обработки визуальной информации, полученной из реального мира. Различают три вида компьютерной графики. Это растровая графика, векторная графика и фрактальная графика. Они отличаются принципами формирования изображения при отображении на экране монитора или при печати на бумаге [10].

Растровый метод – изображение представляется в виде набора окрашенных точек. Растровую графику применяют при разработке электронных (мультимедийных) и полиграфических изданий.

Векторный метод – это метод представления изображения в виде совокупности отрезков и дуг и т. д. В данном случае вектор – это набор данных, характеризующих какой-либо объект.

Программные средства для работы с векторной графикой предназначены в первую очередь для создания иллюстраций и в меньшей степени для их обработки. Оформительские работы, основанные на применении шрифтов и простейших геометрических элементов, решаются средствами векторной графики намного проще.

Программные средства для работы с фрактальной графикой предназначены для автоматической генерации изображений путем математических расчетов. Создание фрактальной художественной композиции состоит не в рисовании или оформлении, а в программировании.

Фрактальная графика, как и векторная – вычисляемая, но отличается от неё тем, что никакие объекты в памяти компьютера не хранятся. Изображение строится по уравнению (или по системе уравнений), поэтому ничего, кроме формулы, хранить не надо. Изменив коэффициенты в уравнении, можно получить совершенно другую картину.

Область применения компьютерной графики не ограничивается одними художественными эффектами. Во всех отраслях науки, техники, медицины, в коммерческой и управленческой деятельности используются построенные с помощью компьютера схемы, графики, диаграммы, предназначенные для наглядного отображения разнообразной информации. Конструкторы, разрабатывая новые модели автомобилей и самолетов, используют трехмерные графические объекты, чтобы представить

окончательный вид изделия. Архитекторы создают на экране монитора объемное изображение здания, и это позволяет им увидеть, как оно впишется в ландшафт [10].

Нас же интересует область компьютерной анимации. Компьютерная анимация – это получение движущихся изображений на экране дисплея. Художник создает на экране рисунок начального и конечного положения движущихся объектов, все промежуточные состояния рассчитывает и изображает компьютер, выполняя расчеты, опирающиеся на математическое описание данного вида движения. Полученные рисунки, выводимые последовательно на экран с определенной частотой, создают иллюзию движения. Мультимедиа – это объединение высококачественного изображения на экране компьютера со звуковым сопровождением. Наибольшее распространение системы мультимедиа получили в области обучения, рекламы, развлечений.

Рассмотрим программы, использованные при разработке данного проекта. Это программы компании Adobe [27]:

- AdobePhotoshop;
- AdobeIllustrator;
- AdobeInDesign.

Все три программы имеют отношение к разным видам графики.

Photoshop работает с растровой графикой, Illustrator – с векторной, а InDesign, используя оба вида графики позволяет верстать многостраничные издания.

AdobePhotoshop – многофункциональный графический редактор, разработанный и распространяемый фирмой AdobeSystems. В основном работает с растровыми изображениями, однако имеет некоторые векторные инструменты. Продукт является лидером рынка в области коммерческих средств редактирования растровых изображений, и наиболее известным продуктом фирмы Adobe. В настоящее время Photoshopдоступен на платформах Mac, Windows и на мобильных системах iOS и Android.

Photoshop тесно связан с другими программами для обработки медиафайлов, анимации и другого творчества. Совместно с AdobeIllustrator он может использоваться для создания иллюстраций и графики.

AdobeIllustrator – векторный графический редактор, разработанный и распространяемый фирмой AdobeSystems. AdobeIllustrator был задуман как редактор векторной графики, однако его используют в самых разных целях, в том числе и для верстки. Он очень удобен для быстрой разметки страницы с логотипом и графикой – простого одностраничного документа. Программа обладает интуитивно понятным интерфейсом, легким доступом ко многим функциям, широким набором инструментов для рисования и продвинутыми возможностями управления цветом, текстом, что

позволяет создавать векторные изображения любого уровня сложности. AdobeIllustrator использовался в проекте и для создания логотипа, стилеобразующих элементов и для верстки (см. рис. 1).

AdobeInDesign – InDesign, настольная издательская система выпущенная AdobeSystems, являлась следующей, после PageMaker, усовершенствованной программой вёрстки. AdobeInDesign позволяет создавать документы для вывода их как на типографские машины промышленного уровня, так и на настольные принтеры, а также экспортировать созданные документы в различные форматы электронных изданий, в том числе PDF.

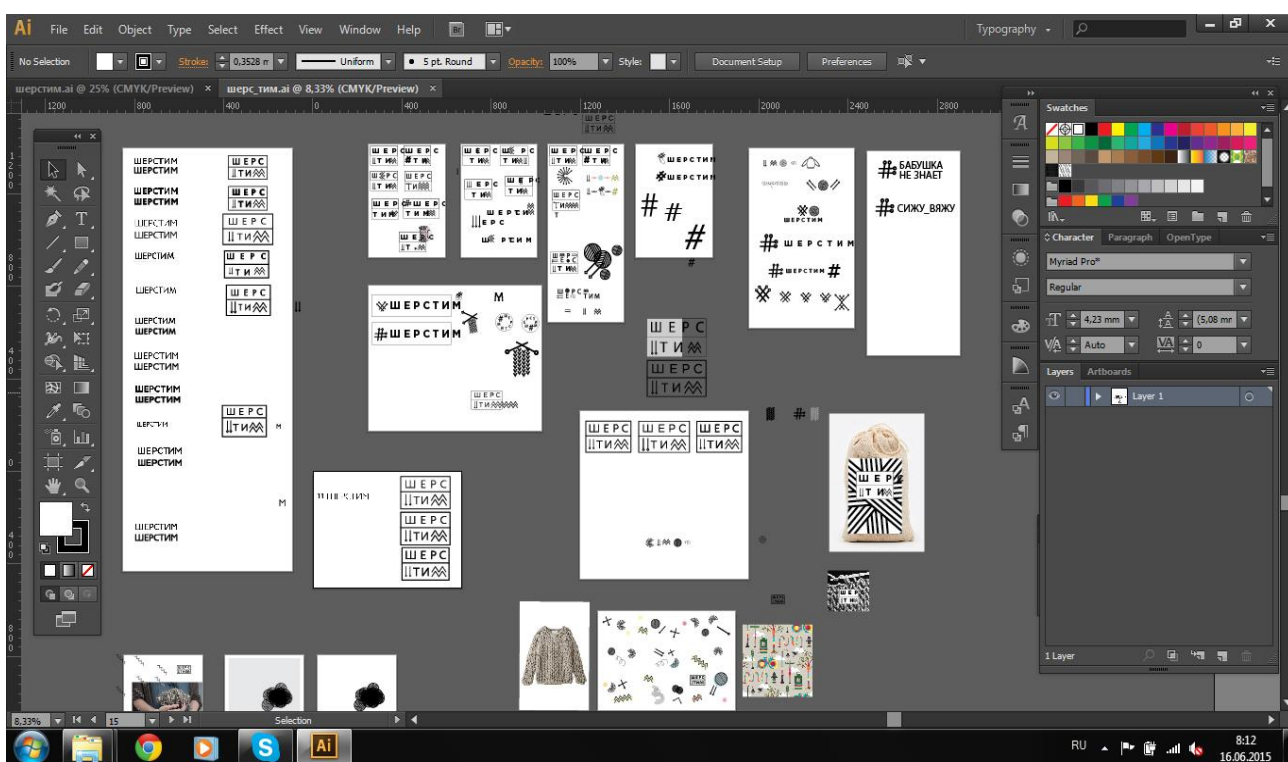


Рисунок 1 - Работа в программе AdobeIllustrator

Версии AdobeInDesign CS6 и выше имели улучшенную интеграцию с компонентами популярного пакета AdobeCreativeSuite. Инсталляция официальной версии программы не требовала особых навыков. Начиная с версии CS3 по CS6 и ССинтерфейс InDesign не подвергался кардинальным изменениям, так как основные функции программы не менялись.

Одной из задач исследования являлось создание печатной айдентики, основной упор делался на предпечатную подготовку макетов.

Следует рассмотреть ряд особенностей при подготовке макетов к цифровой печати [16, 26].

Прежде всего сама верстка осуществляется в программе InDesign, версии программ не обозначаются, так как это не влияет на конечный результат подготовки. Сверстанный материал должен размещаться на "странице" с "вылетами". Само это понятие "вылеты" (bleed) – важный элемент подготовки к печати. Наличие в макете элементов или иллюстраций, выходящих за край обрезного формата при отсутствии "вылетов" – исключает саму возможность офсетной и часто даже цифровой печати для данного макета.

Обозначив внешнее оформление необходимо также придерживаться внутренних границ размещения элементов макета.

Формулируется это следующим образом – значимые элементы макета должны быть от обрезных краев на определенном расстоянии:

- 3-5 мм для визиток и листовых материалов небольшого формата;
- 5-7мм до 10-12 мм для большинства прочих макетов, за исключением многостраничных изданий и книг, так как при их подготовке необходимо учитывать также еще и "эффект сползания" и некоторые специфические требования каждой конкретной типографии. Если же предполагается скрепление блока методом КБС, то необходимо учитывать "эффект нераскрываемости" закладывая дополнительные мм в корешковое поле при разметке макета.

Рассмотренные выше условия подготовки макета также желательны и особенно важны при подготовке макетов в программах AdobeIllustrator [27].

Список литературы

1. Армстронг Г. Введение в маркетинг. — М.: «Вильямс», 2007. — 656с.
2. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. — М.: Изд-ль «Д.Аронов», 2006. — 430 с.
3. Добробаненко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки — М.: «Инфра-М», 2009. — 316 с.
4. Иттен И. Искусство цвета. — М.: Изд-ль «Д.Аронов», 2010. — 95 с.
5. Иттен И. Искусство формы. — М.: Изд-ль «Д.Аронов», 2001. — 135с.
6. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. — М.: «Эксмо», 2005. — 346 с.
7. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория. — М.: «Омега-Л», 2007. — 224с.
8. Кричевский В. Борр: Книга о забытом дизайнерах двадцатых — М.: Изд-во «Дизайн-студия Самолёт», 2010. — 415 с.
9. Крашенинников В.Н. Товарные знаки. Теория и практика проектирования. — Луганск, 2008. — 144 с.
10. Миронов Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне. — СПб.: «БХВ», 2008. — 498 с.
11. НьюаркК. Что такое графический дизайн? — М.: «Астрель», 2005. — 256 с.
12. Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение Next. — СПб., 2004. — 320с.
13. Папанек В. Дизайн для реального мира. — М.: Изд-ль «Д.Аронов», 2010. — 415 с.
14. ТуэмлоуЭ.Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. — М.: «Астрель», 2006. — 256 с.
15. Уильямс Р. Не дизайнерская книга о дизайне. — М.: «Весь», 2000. — 498 с.
16. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. — СПб.: «Питер», 2003. — 384 с.
17. Фрилинг Г., Ксавер А. Человек – цвет – пространство. — М.: «Строиздат», 1973. — 141 с.
18. Чармэссон Г. Торговая марка. Имя, которое стоит миллионы. — СПб.: «Питер», 1998. — 736 с.

19. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. — СПб.: «Питер», 2011. — 208с.
20. ЭльбрюннБ.Логотип — СПб.: «Нева», М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест» 2003. — 510 с.
21. Статья «Как открыть бизнес по производству пряжи».
URL: <http://www.openbusiness.ru/html/dop8/proizvodstvo-pryazhi.htm>.
22. Фабрики пряжи России. URL: <http://pryalkatorg.ru/inform026.html>.
23. Сайт по подбору шрифтов. URL: <http://colorscheme.ru/#>.
24. Создание онлайн презентаций. URL: <https://prezi.com> Пинтерест. Ресурс для сбора дизайн информации.
URL: <https://www.pinterest.com>.
25. Прайс лист на услуги печати. URL: <http://ru-cafe.ru/pechat-i-kserokopiya>.
26. Статья «Как подготовить макет к офсетной и цифровой печати».
URL: <http://rus-cor.ru/teh-trebovaniya-ofset>.
27. Сайт по продаже пакета Adobe. URL: <http://www.syssoft.ru/Adobe>.