

«ФОРМЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Повседневная полиграфия
 - Книжная графика
 - Журнальная графика
 - Газеты
 - Афиши
 - Плакаты
 - Визитки
 - Календари
 - Бланки
 - Конверты
 - Наклейки
 - Брошюры
 - Пластиковые карты
 2. Полиграфия для выставок и промоакций
 - Листовки
 - Буклеты
 - Фирменные папки
 3. Праздничная полиграфия
 - Открытки и приглашения
- Заключение
- Библиография

Одним из самых распространенных и популярных видов искусства в окружающей нас повседневной жизни являются искусства, связанные с полиграфической промышленностью: книжная и журнальная графика, плакаты, афиши, рекламные листовки и проспекты, промышленная графика.

Полиграфия — это отрасль промышленности, занимающаяся размножением печатной продукции, а именно книжно-журнальной, деловой, газетной, этикеточной и упаковочной продукции.

Большинство фирм нуждаются в больших объемах полиграфии. Визитка, буклет, календарь, листовка — это путь к сердцу покупателя и потенциального клиента. Грамотно созданная листовка может многое рассказать о фирме на расстоянии, вызвать положительные эмоции, интерес, желание прийти и получить ее услуги или продукт.

ПОВСЕДНЕВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

КНИЖНАЯ ГРАФИКА

Книга – синтетическое произведение, над ней работают люди различных творческих профессий: писатели, редакторы, дизайнеры, художники.

Книжная графика включает в себя конструирование книги, выбор компонентов ее оформления, изготовление макета, иллюстраций.

Специфика оформления книги зависит от типа издания: детская книга, художественная литература, учебник, книга по искусству и т. д. Так, детские и подарочные книги обычно имеют большой формат, печатаются на плотной бумаге, содержат много цветных иллюстраций, тщательно и нарядно декорированы.

В художественной литературе главное содержание, поэтому ее оформление обычно скромнее. Иллюстрации, как правило, черно-белые, но их образность направлена на выявление характеров, настроений и намерений персонажей.

Иллюстрации, зримо представляющие образы героев и происходящие события, усиливают воздействие литературного содержания на читателя. Зрительные образы помогают читателю в осознании замысла автора. Создание иллюстраций к художественному произведению – дело сложное и деликатное. Художнику-иллюстратору недостаточно владеть материалом, техникой и художественными приемами, недостаточно знать эпоху и ее материальную культуру, необходима особая интуиция, умение почувствовать подтекст произведения в духовном единении с автором. Только в этом случае возникает феномен слияния изобразительного и литературного образа. Неразрывная его целостность и остается в сознании читателя.



ЖУРНАЛЬНАЯ ГРАФИКА

Журнальная графика в последнее время приобрела особую популярность. Яркие, блестящие обложки гляцевых журналов приглашают заглянуть внутрь и познакомиться с самыми разнообразными сферами жизни и деятельности современного человека. В оформлении журнала, которое не менее важно, чем его содержание, принимают участие дизайнеры и фотографы. Современный дизайнер должен хорошо владеть компьютерными и графическими программами, потому что макет и верстка журнала выполняются на компьютере.



ГАЗЕТЫ

Газета – это вид полиграфической продукции, которая относится к средствам массовой информации, выходящим в точно определенный срок.

Печать газет осуществляется на газетной, офсетной или мелованной бумаге. Газеты, выходящие большими тиражами, требуют для печати применения особого оборудования и использования специфических материалов.

Оборудование позволяет печатать газеты форматами А2, А3 и А4. Как правило, газеты печатают на газетной бумаге отечественного производителя на ролонных ротационных машинах. Ролевая печать газет позволяет печатать любые тиражи газет и в самые сжатые сроки.



АФИШИ

Еще не так давно качественные полиграфические рекламные материалы могли позволить себе не все фирмы. Но развитие передовых технологий позволяет разрекламировать любую продукцию или мероприятие, используя лишь возможности высококачественной полиграфии.

Одним из ее видов являются афиши – отлично идеальная возможность донести необходимую информацию до потенциальных потребителей, а также анонсировать готовящееся публичное мероприятие, будь то фильм или спектакль, выставка или концерт, лекция или городской праздник, открытие магазина или спортивные состязания.

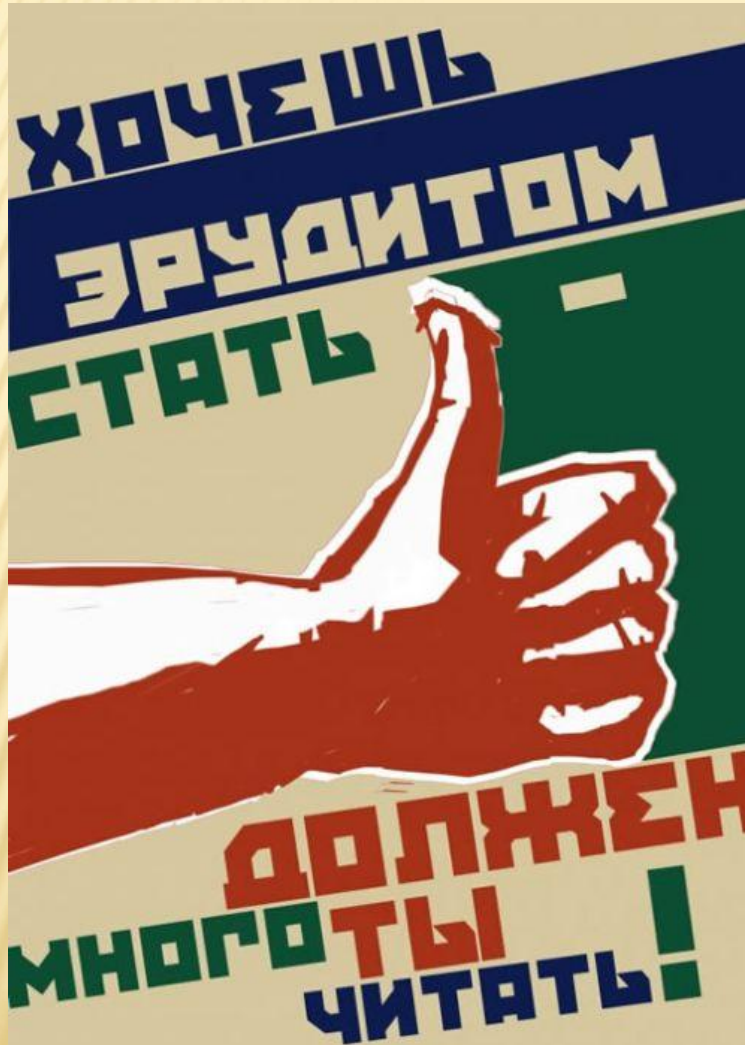


По сравнению с другими видами рекламной продукции афиши обходятся заказчикам намного дешевле, а эффективность их во многих случаях на порядок выше.

На афишах компаний размещают название фирмы, ее местонахождение, информируют о событиях и акциях, которые она проводит. Если афиша анонсирует готовящееся мероприятие, то обязательно указывают дату, место и время его проведения. Кроме этого, на афишах располагают важную для потребителей дополнительную информацию, а также указывают контактные телефоны, с помощью которых можно заказать билеты и задать интересующие вопросы.



ПЛАКАТЫ



Плакат - большеформатное изделие, как правило, с односторонней полноцветной печатью. Имеют рекламную или информационную направленность.

Плакаты очень привлекательная реклама. Плакаты - особый вид полиграфической продукции, предъявляющий повышенные требования к качеству печати потому, что как

правило, представляют собой наглядные печатные носители больших размеров. По характеру наглядной информации разделяются на рекламные плакаты, и плакаты

несущие необходимую информацию для массового ознакомления большой аудитории.

ВИЗИТКИ

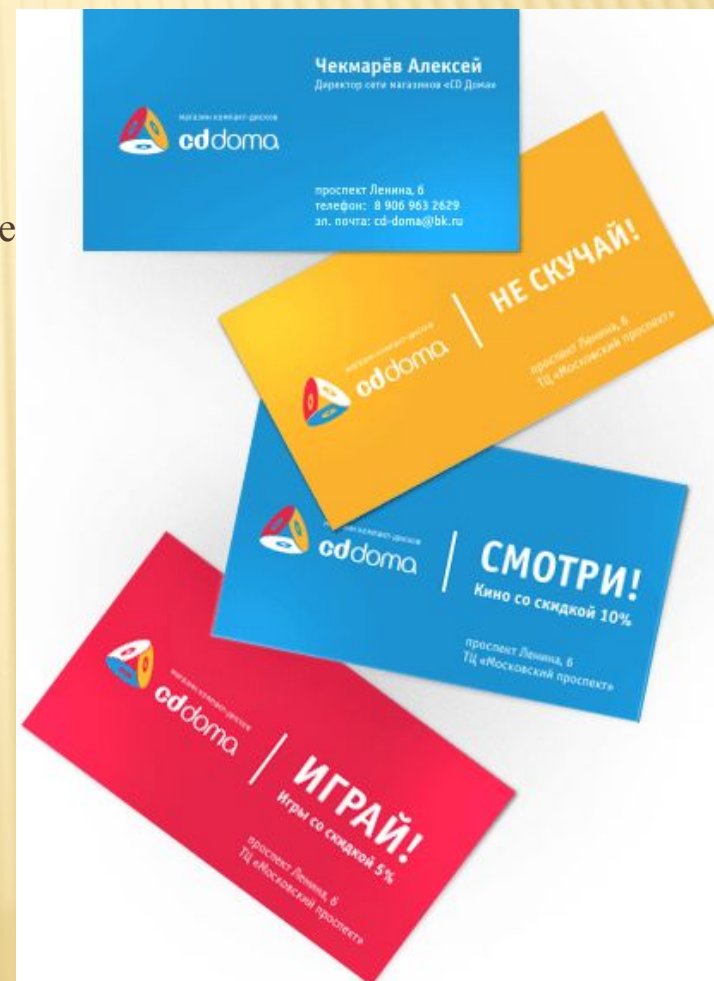
Не затеряться в огромном потоке информации становится задачей первостепенной важности.

В этом потоке визитка – самый прямой путь к ее владельцу.

Она стала неотъемлемой частью любого общения и полноценного сотрудничества,

ведь технических возможностей для контактов стало больше – кроме факса и рабочего телефона, появился мобильный телефон, электронная почта, адрес сайта, номер ICQ. А все эти сведения очень долго записывать от руки, удобнее дать собеседнику готовую карточку, на которой не только полно точно представлены все контакты, но, главное, этим сведениям придан определенный статус.

Умение пользоваться визитками - не только владение средством информации, но и свидетельство солидности и экономической устойчивости. Культура визитных карточек сложилась не за одно столетие и настолько развита, что незнание этикета может поставить под удар деловые контакты. Особое значение они имеют при общении с иностранцами не говорящими на нашем родном языке.



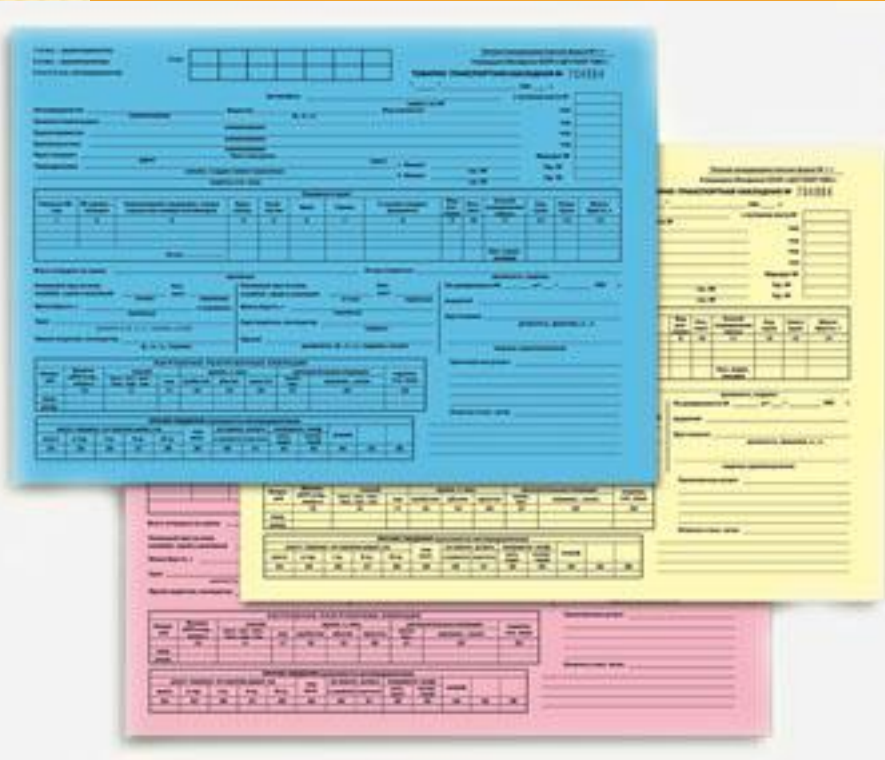
КАЛЕНДАРИ

Календарь - это не только канцелярский атрибут, но и отличный способ размещения долгосрочной рекламы. Большинство компаний стремятся выпускать его ежегодно. Это оправдано тем, что трудно придумать более практичный бизнес-подарок для своих клиентов и партнеров, чем фирменный календарь. Да и силу его корпоративного воздействия на своих сотрудников вряд ли можно переоценить. Для этих целей при огромном выборе календарей особое значение приобретает его дизайн. Если дизайн будет удачным, то календарь с вашим логотипом и реквизитами станет своеобразным "мостиком" к Вам. В деловой атмосфере офисов Ваших клиентов настольный или настенный календарь, кроме рабочих функций и приятного дизайна, будет напоминать о Вашей фирме в течение целого года.

Календарь - это реклама, сочетающая уникально низкую стоимость одного рекламного контакта и высокую эффективность на практике.



БЛАНКИ



Фирменный бланк - необходимый атрибут современного бизнеса как составляющая часть фирменного стиля, который формирует у потребителя положительный образ компании. Он, в свою очередь, складывается из системной организации и экономической устойчивости компании. Фирменный стиль олицетворяет это и доносит до клиента в концентрированном виде. Фирменный бланк придаст весомости отпечатанным на нем документам, подчеркнет солидность и надежность и привлекательность делового сотрудничества с вашей компанией. Фирменные бланки могут использоваться в любой исходящей документации, составлении прайс-листов, написании внутренних приказов и распоряжений и т.д.

В большинстве организаций фирменные бланки используются ежедневно, а иногда ежечасно и ежеминутно. Они представляют вашу компанию вашим клиентам. Солидность фирменного бланка укрепляет образ сильной компании, но может быть сильнее, чем впечатление от телефонного разговора с менеджером или даже от личной встречи. Добиться этого можно при помощи следующих составляющих: использование графических элементов фирменного стиля, фирменные цвета, фирменный шрифт, удобная подача информации, подбор специальных сортов бумаги под различные виды документов.

Единый государственный экзамен

Бланк регистрации

Код субъекта Код образовательного учреждения Класс Имя Фамиль Код центра проведения ЕГЭ Имена родителей Дата проведения ЕГЭ

Код предмета Название предмета Служебное место Разреш - 1

Заполнить голубой или калоспорной ручкой ЧЕРНЫМИ чернилами ЗАГЛАВНЫМИ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ по следующему образцу:
А В В Г А Е Е Д З И Й К И М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Щ Ъ Ы Ю Я 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 X V I L -

ВНИМАНИЕ! Все бланки и листы с контрольными измерительными материалами рассматриваются в комплекте.

Сведения об участнике единого государственного экзамена

Фамилия Имя Отчество

Документ Серия Номер

Лист К М

Разреш - 2 Разреш - 3 Разреш - 4

До начала работы с бланками ответов следует:

- убедиться в целостности индивидуального комплекта участника ЕГЭ (ИК), который состоит из бланка регистрации, бланка ответов № 1, бланка ответов № 2 и листов с контрольными измерительными материалами (КИМ);
- внимательно рассмотреть цифровые значения штрихкода на бланке регистрации и уникальный номер КИМ на листах с КИМ;
- удостовериться в том, что на конверте отражены цифровые значения штрихкода бланка регистрации и уникальный номер КИМ Вашего ИК;
- удостоверившись, что указанные цифровые значения совпали, необходимо поставить свою подпись в специально отведенном для этого поле на бланке регистрации и бланке ответов № 1;
- в случае несоответствия указанных цифровых значений следует обратиться к организатору в аудитория и получить другой ИК.

С порядком проведения единого государственного экзамена ознакомлен(-а).
Совпадение цифровых значений штрихкода на бланке регистрации и уникального номера КИМ с соответствующими значениями на конверте ИК подтверждаю.

Подпись участника ЕГЭ (его отца/матери)

Заполняется ответственным организатором в аудитории:

Удален с экзамена в связи с нарушением порядка проведения ЕГЭ Не закончил экзамен по уважительной причине

Подпись ответственного организатора

КОНВЕРТЫ

Конверт - один из видов носителя фирменного стиля. Видов конвертов множество: размеров, вырубкой клапана, бумаги и цветов, с отрывной лентой и без нее. Наиболее распространен следующий вид - белые евроконверты размером 11x22 см. Форматы конвертов могут быть разными и при их выборе чаще всего ориентируются на функцию конверта. Конверты необходимы для переписки, передачи официальной информации, рассылки рекламных материалов, а также нередко служат для вложения поздравлений и приглашений. Кроме логотипа, обычно на конверт не наносят много элементов: всё строго и лаконично.



НАКЛЕЙКИ И СТИКЕРЫ

Это тоже составляющие части фирменного стиля. Они несут информацию на сравнительно малом пространстве и можно сделать ее запоминающейся. Наклейки удобны в тех местах, где нет возможности закрепить рекламную продукцию, изготовленную из бумаги. Наклейка может быть рекламой в общественных местах, этикеткой или пломбой, которая служит гарантией того, что никто не осуществлял доступ к предмету. Самый распространенный тип наклеек - это самоклеющиеся этикетки (стикеры). Это небольшие наклейки, расположенные либо непосредственно на изделии, либо на его упаковке. Полноцветный стикер - это недорогой и очень эффективный способ рекламы вашего товарного знака, фирмы, услуг или продукции. Наклейка отличается разнообразностью размеров и потому рассчитывается индивидуально.



БРОШЮРА

Когда нужно передать большой объем информации и вам хочется представить ее так, чтобы тема приобрела определенную весомость в глазах читателя, необходимо создать брошюру. Рекламная брошюра - это своеобразная презентация товара, рекламной компании или самой фирмы. Она представляет более полную информацию, помогающую взвешенно принять решение о сотрудничестве или покупке. Она вмещает значительно большее количество информации и наглядного материала, чем листовка или буклет. В любом случае, брошюра, подробно знакомя с продавцом или товаром, делает их ближе к покупателю. Выполненная на качественной бумаге, в хорошем цвете и переплетенная должным образом, брошюра по внешнему виду вполне может соперничать с иными глянцевыми журналами, являясь при этом значительно менее дорогим, но не менее солидным проектом.

Брошюрой принято называть непериодическое текстовое книжное издание объемом свыше 4, но не более 48 страниц, соединенных между собой при помощи шитья различным креплением. Количество листов в изделии ограничивается выбранным способом брошюровки: на скрепку, на термоклей, на круглую пружину. Брошюра имеет обложку в 4 полосы и одну биговку для сгиба.

Блок должен иметь количество полос, кратное 4. Блок печатается на бумаге, такой же по плотности либо тоньше, чем обложка. Брошюра формата А4 собирается на 2 скрепки. Если толщина брошюры не позволяет собрать её на 2 скрепки, то можно посадить блок на термоклеевую прозрачную обложку или на круглую пружину. В этих случаях брошюра печатается листами А4 в подбор, потом производится брошюровка. Если брошюровка подразумевает пружину, то в листах делается перфорация (чаще всего по длинной стороне). Стоимость зависит от цветности, бумаги, количества страниц и тиража.



ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ

Пластиковые карты получают все большее распространение, и это вполне оправдано – удобство, которое они обеспечивают, на сегодняшний день стало привычным. Однако потенциал пластиковых карт не исчерпан, и Вы можете изобрести новые способы применения карт.



ПОЛИГРАФИЯ ДЛЯ ВЫСТАВОК И ПРОМОАКЦИЙ ЛИСТОВКИ

Листовки - информационное издание, содержащее представление продукта или группы продуктов, ценовые предложения, сроки различных мероприятий и т.д. Применяются листовки в крупномасштабных рекламных компаниях для привлечения внимания к конкретным событиям: открытию магазина, новым поступлениям товара, акциям, выставкам и т.п.. Это главное рекламное сообщение обычно выделяется цветом или шрифтом. Полезность существования этого сообщения прекращается после выполнения своей информационной роли. Поэтому затраты на него должны быть минимальными. Листовки печатаются на более дешевой бумаге с использованием ограниченного количества цветов с минимальным количеством изображений, никогда не фальцуются и никак не скрепляются. Это позволяет при сравнительно небольших финансовых и временных затратах напечатать количество, необходимое для широкого охвата контактов и является одним из быстрых, эффективных способов донести своевременную информацию до покупателя.



БУКЛЕТЫ

Буклеты - одна из наиболее популярных малых полиграфических форм. Несомненное преимущество буклетов - объединение в себе достоинств высокой информативности при сравнительно небольшой стоимости. Буклет можно назвать неким усредненным вариантом между листовкой и брошюрой. В отличие от листовок буклет всегда содержит визуальный ряд и выполняется полноцветной печатью на более качественной бумаге. Обычно используется мелованная, гляцевая или матовая бумага. Это издание, как правило, отпечатанное на одном листе, сложенное любым способом в два и более сгибов: гармошкой, с поперечным сгибом и т.д. Буклеты читают или рассматривают, раскрывая как ширму. Все буклеты можно разделить на две категории: массовые и имиджевые. Массовые буклеты призваны информировать о проводимых акциях, новых направлениях деятельности компании или просто рекламировать какой-либо товар или услугу. Как правило, такие буклеты очень простые в плане полиграфического исполнения, ведь при больших тиражах важна стоимость одного экземпляра.



ПРАЗДНИЧНАЯ ПОЛИГРАФИЯ ОТКРЫТКИ И ПРИГЛАШЕНИЯ

Любой праздник или знаменательное событие связаны со всем приятным и волнующим. Вызывать такие же чувства у своих клиентов хочет любая компания. Самый простой способ объединить эти эмоции в своем имидже – поздравить клиента с этим событием. И пусть таким подарком станет красивая и оригинальная открытка. Отослав её, вы не только поздравите клиента, но также напомните о себе, поднимете свой собственный имидж, подарите клиенту ощущение праздника. Согласитесь, что гораздо приятнее получить красочное приглашение на праздничное мероприятие с Вашим именем, чем просто услышать его на словах. Оно также послужит напоминанием о самом событии, конкретном времени и месте проведения праздника.



Открытка может стать не просто бланком для поздравления! Она должна стать приятным сюрпризом вашему адресату. Сделать это можно при помощи дизайнерской бумаги разной фактуры и цветов. Оригинальность открыткам также придадут декоративные элементы: вырубка, фольгирование, термоподъём, лакирование (выборочного или полного). При печати на бумаге имеющей глубокую текстуру поверхности или при применении сложной вырубки, для нанесения текста на открытку способ цифровой печати не подходит. Для таких открыток текст рекомендуется печатать на вкладыше из кальки или дизайнерской бумаги, которая может различными способами крепиться к приглашению. Текст можно нанести золотой, серебряной или цветной фольгой. Тиснение фольгой позволяет добиться качественного и немного рельефного нанесения на открытку. Для печати открыток, кроме цифровой печати, используется метод шелкографии. Этот метод позволяет претворить в жизнь самые смелые фантазии, использовать сотни видов дизайнерской бумаги различных цветов, плотности, фактуры и тиснения, необычные краски для печати.



Шелкография позволяет печатать на металлизированной или полупрозрачной бумаге, бумаге под лен, шелк, замшу. Шелкография позволяет печатать металлизированными красками и белым цветом, и тогда можно оценить по достоинству все преимущества шелкографии. Главной отличительной особенностью шелкографии является возможность получения более толстого красочного слоя, чем при других методах печати. К большим плюсам также относятся особенная яркость, насыщенность оттенков и красок, их лучшее покрытие, их долговечность и устойчивость. Метод шелкографии отличается высоким качеством печати и позволяет изготовить очень эффектную открытку даже при простом дизайне. Формат обычного приглашения - 100x200мм. Размер обычной открытки - 100x150мм, бумага - мелованная или фактурная, плотная. Приглашение и открытка могут быть выполнены с одной или двумя биговками (предварительным нанесением линий сгиба). Если приглашение должно раскрываться по короткой стороне как альбом, то в развернутом виде формат приглашения - 100x400мм; если раскрывается по длинной стороне, то в развернутом виде – 200x200.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современную жизнь без полиграфических услуг представить невозможно. Календари, листовки, бланки, визитки, блокноты, плакаты, каталоги, буклеты и многое другое. Рекламные печатные изделия сопровождают нас везде. Они присутствуют в любом доме или офисе, являются неотъемлемой частью деловой, повседневной деятельности. Порой, мы не придаем им значения, но если в нужный момент под рукой нет блокнота или перед глазами – календаря, это вызывает искреннее удивление. Мировые масштабы производства полиграфической продукции поистине велики!

XXI век-век полиграфических продуктов. Нас окружают разнообразные брошюры, листовки, визитные карточки и т.д. Города заполнены инновационными средствами распространения рекламы и полиграфической продукции.

БИБЛИОГРАФИЯ

Литература

- Сергеева Г.П. «Искусство 8-9 классы» изд. Москва «Просвещение»

Интернет-сайты

- <http://www.elite-life.ru/>
- <http://images.yandex.ru/>
- <http://printrus.ru/>
- <http://ru.wikipedia.org>
- <http://www.vizitka74.ru/>