

## Содержание:

image not found or type unknown



## Введение

Актуальность этой темы обусловлена тем, что в современном мире, куда бы мы ни шли и чем бы ни занимались, нас окружают печатные СМИ. В магазинах, киосках, кафе и заправках бесконечное количество журналов и газет борются за то, чтобы привлечь внимание людей. В книжных магазинах отговаривали полки от различных предметов. Мы постоянно находим рекламные публикации в почтовых ящиках.

Печатные издания представляют собой мощный союз текстов и изображений, созданный для того, чтобы привлечь внимание читателя, сделать процесс получения информации легким, привлекательным и доступным. Наиболее «активными» примерами являются журналы, каталоги продукции, брошюры, годовые отчеты, программы. Книги, газеты, специализированные издания меняются.

Сегодня дизайнерам многостраничных изданий приходится работать вдвое больше, чтобы очаровать читателя. Камнем преткновения является сильнейшее соревнование в мире публикаций. Такое количество печатной продукции поражает потребителя, что быстро возникает чувство сытости.

Постепенно Интернет и цифровые медиа (электронные книги, планшеты и т. д.) Выходят на первое место с точки зрения удобства. Важно, чтобы дизайнер учитывал целевую аудиторию, тип публикации, особые интересы читателя, чтобы разработать привлекательный дизайн публикации.

В нашем случае внимание уделяется учебным изданиям. Для каждой публикации определяется концепция, которая определяет ее организацию.

Образовательные издания являются информативно сложным объектом, несущим большое количество фундаментальных ресурсов. Дизайнер при проектировании их должен учитывать несколько наиболее важных параметров: содержание, ясность и ясность в организации структуры, верстку, дизайн и презентацию публикации.

Целью реферата является изучение современных печатных СМИ и разработка дизайна многостраничного издания по этапам.

Задачи, которые мы ставим перед собой:

- Изучить специфику и виды многостраничных изданий;
- Рассмотреть правила вёрстки многополосных печатных изданий на примере изготовления буклетов;
- Изучить допечатный, печатный и послепечатный процессы на примере изготовления буклетов.

Предметом исследования является проектирование многостраничного издания.

Объектом исследования являются этапы многостраничного издание на примере буклетов.

## **Глава 1. Дизайн современных многостраничных изданий**

### **1.1 Специфика многостраничных изданий**

Перед тем, как создать дизайн многостраничных изданий необходимо четко понимать множество факторов:

- Для какой целевой аудитории будет создано издание;
- Срок жизни издания;
- Формат издания;
- Необходимо учитывать, где будет продаваться издание.

На сегодняшний день, чтобы создать дизайн к многостраничному изданию необходимо иметь высокий уровень мастерства.

Публикации - это не просто часть визуальной культуры. Они являются отражением времени и событий в мире.

И хотя судьба некоторых публикаций недолговечна: например, содержание газет и журналов может устареть в течение нескольких часов - визуальная органичность необходима и должна оставаться постоянной.

Также важно понимать, что дизайн публикации не должен «перевешивать» ее содержание, оба должны быть в гармонии и позитивно подчеркивать их сильные стороны.

Дизайн должен дополнять, а не конкурировать с контентом, позволяя увидеть характерный стиль каждого автора. Окончательный проект достигает этого, не оставаясь анонимным. Все эти моменты следует изучить на конкретных примерах.

Все печатные издания созданы для определенной цели - информировать, развлекать, обучать, представлять конкретные материалы в логическом и удобном для работы формате.

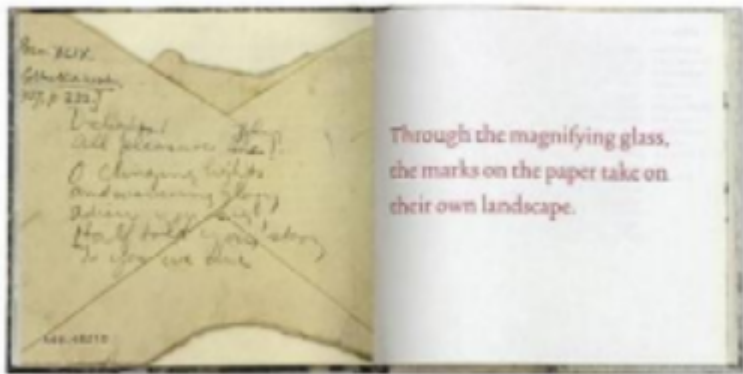
При их создании необходимо учитывать множество факторов: тип публикации, ее целевую аудиторию, метод и место чтения, конкретные характеристики. Задача не только распространять информацию на определенном количестве страниц.

Дизайнер должен обращать внимание на стиль содержания, организацию и структуру страниц, отношения между изображениями и текстом, чтобы публикация была разборчивой и понятной. Дизайн публикации оказывает радикальное влияние на восприятие.

Дизайнеры используют различные дизайнерские эффекты в зависимости от своих функций. Роман, который будет читаться сверху вниз, требует четкости и четко определенного характера; акцент сделан на названия журналов и дизайн обложки.

Так, в небольшой книге «Add.17469: A little Dust Whispered», посвященной коллекции рукописей Британской библиотеки, сгорели зернистые фотографии, рукописные чернильные включения на тонкой белой бумаге, которые выполняют роль «голоса за кадром», тексты и Заметки Рашель Лихтенштейна объединены, мысли сотрудников библиотеки, ее читателей и членов сообщества.

Этот уникальный дизайн превращает книгу в настоящую рукопись, очаровывающую деталями и отражающую ход времени (рис. 1).



**Рисунок 1. Разворот книги**

### **«Add. 17469: A Little Dust Whispered»**

Студия Eggers + Diaper, которая объединила впечатляющую клиентуру с широким спектром культурных, социальных и образовательных проектов, разработала издание «Архивные документы Еврейского музея в Берлине».

Издание имеет форму папки на кольцах и содержит коллекцию архивных документов о Холокосте, включая официальные документы из концлагерей и личные письма.

Издание было разослано по всем школам Германии. Воспроизведя большинство документов в натуральную величину, дизайнеры студии хотели как можно ость тех ужасающих



**Рисунок 2. Разворот**

### **«Архивных материалов Еврейского музея в Берлине»**

Журнальные стойки журнала специально адаптированы для того, чтобы продавец мог отображать как можно больше позиций. Таким образом, покупатель видит

только названия публикаций (рис. 3).

Если первоначальный интерес вызван, читатель возьмет журнал и изучит всю обложку, и, возможно, пролистает страницы, чтобы ознакомиться с содержанием. Но ни одно из этих действий не будет выполнено, если название не впечатлило.



**Рисунок 3. Стойка с публикациями**

С книгами у дизайнера есть еще более ограниченная сфера деятельности, чтобы привлечь внимание - ситуация с организацией пространства в книжных магазинах такова, что покупатель часто видит только корешок книги.

Именно поэтому логотип издателя и название книги всегда размещаются на корешке, четко и легко читаются.

Название бренда не только информирует покупателя, который опубликовал книгу, но и работает над повышением узнаваемости бренда. Кроме того, серия книг с интересными или равномерно сделанными корнями создает визуальный эффект,

«анством» на полке магазина (рис. 4).



**Рисунок 4. Серия книг «Тысяча и одна ночь», студия**

«Penguin»

## 1.2 Виды многостраничных изданий

К видам многостраничных изданий можно отнести:

- Журналы;
- Книги;
- Газеты;
- Брошюры;
- Каталоги;
- Буклеты.

Какие особенности имеет каждый вид многостраничного издания?

Так, для журналов свойственна периодичность. Над их созданием трудятся команда из художественного директора, дизайнера и редактора. Для того, чтобы команда работала сплочено, необходимо, чтобы каждый понимал чуть-чуть специфику работы другого напарника.

Дизайн газеты сильно разнится от других многопечатных изданий. Газета может иметь абсолютно любой дизайн каждый день. В газету могут вноситься совсем другие заголовки, иллюстрации и статьи, но внешнее содержание (блоки) остаются неизменными.

Основным качеством дизайна газеты является последовательность, которая позволяет потребителям быстро искать нужное имя даже на полках киосков.

Разберем следующий вид многостраничного издания.

Брошюры и каталоги. По своей сути они являются значимыми документами для любой компании. Их дизайн сильно похож на книжный, но по назначению они отличаются.

При создании брошюры или каталога необходимо помнить о том, что они имеют свои задачи и аудиторию.

Брошюра представляет собой тонкую книгу или буклетик, в которой содержится реклама или описание какой-либо продукции или услуги.

## **Глава 2. Правила вёрстки многополосных печатных изданий на примере изготовления**

# буклетов

## 2.1 Допечатный и печатный процесс

Перед тем, как начать печатный процесс (а то и допечатный), дизайнер и заказчик должны обговорить нюансы продукции. Заказчик должен в техническом задании изложить чего он хочет, где должен располагаться рисунок, а где текст, какой цвет текста и рисунка он хочет, какой шрифт текста и т. д. После того, как будет составлено техническое задание и дизайнер даст добро, начинается работа. Это в идеальном случае.

Бываю менее радужные перспективы развития событий.

Так, заказчик может не знать, чего он хочет, тогда между заказчиком и дизайнером начинается длительный диалог. Обычно, дизайнер показывает уже имеющиеся готовые шаблоны, а заказчик говорит нравится ему или нет. После того, как заказчик останавливает свой выбор на чем-то, то после, текст и рисунок подгоняются под размер, который выбрал заказчик. Начинается этап допечатного процесса.

В допечатный процесс входит:

- Фотовывод;
- Цветокоррекция;
- Цветопроба.

Фотовывод представляет собой процесс изготовления фотоформ, разделенных цветами, а также компоновка и установка всех элементов полосы печатного листа, используемой для изготовления печатных форм.

Именно на этом этапе можно выявляются "косяки", способные при печати превратить шедевр дизайнерского искусства в плохо раскрашенную бумажку.

Следующим этапом выделяют цветокоррекцию.

Коррекция цвета необходима всем, кому небезразлична полиграфическая продукция, внушающая доверие. На самом деле, часто хорошую статью не читают, потому что фотографии, из которых она состоит, противоречат друг другу. Этот диссонанс на подсознательном уровне вызывает у человека раздражение.

Критерием хорошей цветовой коррекции можно считать вариант, при котором ничто не мешает восприятию как самого изображения, так и полосы (или печатного листа) в целом. Другими словами, все образы гармонично сочетаются друг с другом, здесь нет разногласий.

Далее идет цветопроба. Многие фотопечати, в дополнение к цветовой градации, также обеспечивают цветопробу. Для справки: распечатка с лазерного или струйного принтера далека от идеальной цветопробы. Не то, что вы видите на картинке, может выйти из печати. Идеальная пробная печать - это впечатление от испытательной машины, но не все типографии могут похвастаться таким оборудованием.

Далее идет процесс самой печати буклетов. Печать может быть офсетная и цифровая.

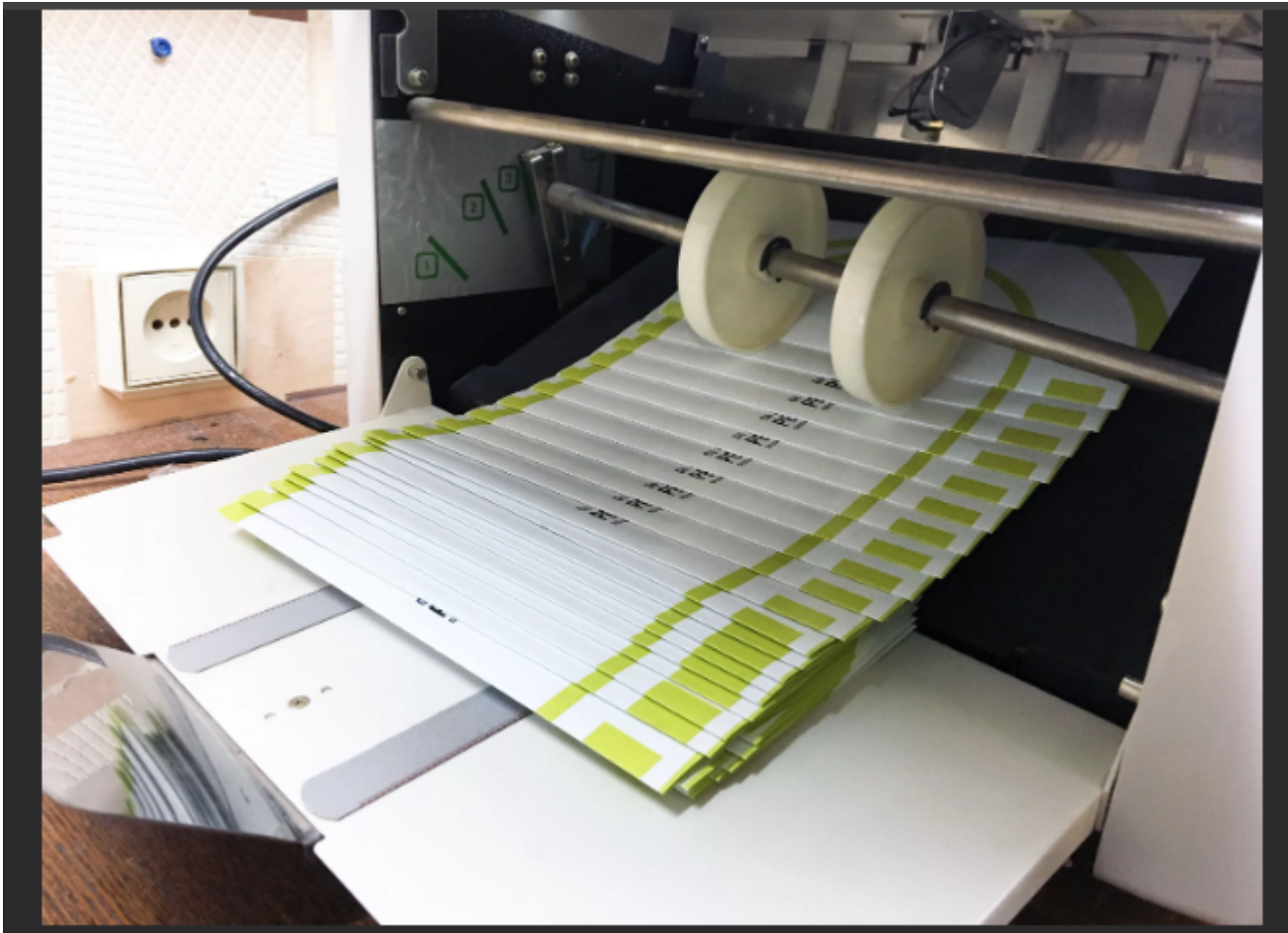
Цифровая печать используется для коротких тиражей и имеет преимущество с точки зрения скорости изготовления заказа. Большие тиражи (более 500 экземпляров) дешевле производить с использованием офсетной печати. В этом случае вы можете использовать гораздо более широкий ассортимент красок. Хорошо написанный, компетентный и динамичный буклет может выделить ваше предложение, среди прочего.

## **2.2 Послепечатный процесс**

Отделка (послепечатный) является частью процесса печати, при котором печатная продукция приобретает необходимые формы и свойства. В процессе отделки изделия приобретают законченный вид, который характеризуется дизайном (формой) и функциональностью в зависимости от объема информации.

Послепечатная обработка - фальцовка, биговка, покраска, резка, штамповка. Последний штрих, чтобы придать изделию желаемый вид и сияние.





**Рисунок 5. Беговка буклетов**

Кроме того, буклет может иметь различные размеры и формы, настоящий клондайк для дизайнеров. И множество вариантов всевозможных на тему листов бумаги разных размеров, с разным количеством сгибов.

Фальцовка (от немецкого falzen - фальцовка, фальцовка) - это технологическая операция, заключающаяся в формировании тетрадей или распечатке изделий определенного дизайна из листов, напечатанных с помощью последовательных сгибов. Брошюры, журналы, книги и другие печатные издания состоят из нескольких тетрадей.

Беговка - это предварительное нанесение линий сгиба на материал с помощью тупых круглых ножей, которые прессуют и уплотняют материал с частичным разрывом связей в волокнистых материалах. Оценка ведется на специальных машинах. Сгибание отличается от сгибания немного другой (более выраженной) линией изгиба, а также возможностью реализации этого процесса на более плотных материалах. Покраска — это придание цвета буклету согласно условиям заказчика.

Резка представляет собой процесс конечный, когда буклет обрезают согласно заданным пропорциям.

## **Заключение**

Таким образом, мы достигли поставленной цели, а именно рассмотрели современные печатные СМИ и изучили разработку дизайна многостраничного издания по этапам.

Публикации - это не просто часть визуальной культуры. Они являются отражением времени и событий в мире.

И хотя судьба некоторых публикаций недолговечна: например, содержание газет и журналов может устареть в течение нескольких часов - визуальная органичность необходима и должна оставаться постоянной.

Также важно понимать, что дизайн публикации не должен «перевешивать» ее содержание, оба должны быть в гармонии и позитивно подчеркивать их сильные стороны.

Дизайн должен дополнять, а не конкурировать с контентом, позволяя увидеть характерный стиль каждого автора.

Мы достигли поставленных задач, а именно:

- Изучили специфику и виды многостраничных изданий;
- Рассмотрели правила вёрстки многополосных печатных изданий на примере изготовления буклетов;
- Изучили допечатный, печатный и послепечатный процессы на примере изготовления буклетов.

## **Список использованных источников**

1. Глушаков С.В., Г. А. Кнабе «Компьютерная верстка. Учебный курс».
2. Ляхов В.Н. Искусство книги. Иллюстрация, книга, графика. - М., 2015

3. Леонов В. , Д. Турецкий «Энциклопедия программ» издательские системы верстки.
4. Миронов Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне: Учебник для вузов - Санкт Петербург: Питер, 2014 - 224 с.
5. Молочков В.. Издательство на компьютере. - СПб, 2014.
6. Шикин Е. В., А. В. Боресков, А. А. Зайцев «Начала компьютерной графики» Москва «Диалог - МИФИ» 2014 г.
7. Федорова А. «Самоучитель Adobe PageMaker 7.0».
8. <http://intity.org/fir-buk:php>
9. [http:// www.poligrafi.com/bu/clety/](http://www.poligrafi.com/bu/clety/)
10. [http:// www.designstudio.com/booklet](http://www.designstudio.com/booklet)
11. [http:// www.all-press.ry/services.html](http://www.all-press.ry/services.html)
12. [www.publish.reprint.ru](http://www.publish.reprint.ru)
13. [www.polymer.net.ua](http://www.polymer.net.ua)
14. [www.stunbooklet.info](http://www.stunbooklet.info)
15. [www.ukr-print.ua](http://www.ukr-print.ua)



**АНТИПЛАГИАТ**  
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

Sk  
Skolkovo

---

[ГЛАВНАЯ](#) / [КАБИНЕТ](#) /

---

Оригинальность 94,18%

Заемствования 5,82%

---