

задача в процессе проектирования. Огромное количество световых форм, разных по стилистике и материалам, предложенных производителями, позволяют воплотить самые смелые дизайнерские решения.

1. Гузов, В.А. Моделирование освещения офисного помещения / В.А. Гузов // Молодость. Интеллект. Инициатива: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. студентов и магистрантов, Витебск, 18 апреля 2019 г. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2019. – С. 336–337. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/205227>. – Дата доступа: 11.09.2022.

2. Син Цицжэнь. Использование света в архитектуре Бэя Юймина / Син Цицжэнь // Молодость. Интеллект. Инициатива: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. студентов и магистрантов, Витебск, 22 апреля 2022 года. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2022. – С. 573–575. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/32969>. – Дата доступа: 10.09.2022.

3. Освещение интерьера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://remont-ekspert.ru>. – Дата доступа: 11.09.2022.

4. Кулененок, В.В. Художественная концепция [Электронный ресурс]: курс лекций для студ. 4-го курса / В.В. Кулененок; М-во образования РБ, УО "ВГУ им. П.М. Машерова", Каф. дизайна. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/2514>. – Дата доступа: 10.09.2022.

## ДИЗАЙН В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Табанюхова А.В.,**

*магистрант 1 года обучения ВГУ имени П.М. Машерова,*

*г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Кулененок В.В., канд. пед. наук, доцент*

Ключевые слова. Полиграфическая продукция, подготовка к печати, оформление макетов печатной продукции.

Keywords. Printing products, preparation for printing, layout design of printed products.

Полиграфическая продукция встречается на каждом шаге у современного человека, потому очень важно соблюдать нормы оформления макета для лёгкого и быстрого восприятия информации. Вся жизнь печатная продукция находится рядом с нами – это вывески, буклеты, книги, журналы, календари. Но мало кто задумывался на сколько это сложный и трудоёмкий процесс, поскольку задача дизайнера состоит как в соблюдении технических требований к печати, так и графического оформления в тенденциях современного мира.

Целью исследования является проведение анализа развития дизайна современной печатной продукции.

**Материал и методы.** Материалом исследования являются данные печатной продукции размещённые на сайтах в сети интернет, электронные статьи по теме дизайна полиграфии. Методами исследования являются: системно-структурный анализ, сравнительно-сопоставительный, наблюдение, описание.

**Результаты и их обсуждение.** Дизайн полиграфической продукции необходим для качественной подготовки материалов под печать. В первую очередь при создании макета печатной продукции нужно учитывать, чтобы информация легко считывалась и воспринималась потребителем в позитивном ключе, что в дальнейшем хорошо скажется на реализации данного продукта.

Для создания печатной продукции, сохранения её чёткого рекламного и информационного посыла, необходимо выявить потребности клиента, а также его цели которые должны быть достигнуты с помощью полиграфической продукции. Дальнейшем этапом в работе дизайнера становится подбор типа шрифта, его размер и начертание. Уточнение количества информации, которая предполагает быть непосредственно на носителе, а также подбор иллюстративного материала, который должен совпадать с тематикой заданной темы. И в общем итоге дизайнер должен определить стиль подачи материала, цветовую палитру, композиционные особенности – пропорции и сочетание всех элементов в

целом. Продуманная идея и созданная визуальная концепция должны быть преподнесены так чтобы носитель не был перегружен информацией и иллюстративным материалом.

Дизайн макетов выполняется в компьютерных программах, таких как Adobe Indesign, PageMaker и др.

Есть несколько моментов при оформлении макета, на которые дизайнер обращает пристальное внимание:

– Правило «золотого сечения», или композиционные основы макетирования. Желательно при размещении изображений учитывать, что люди легче воспринимают информацию, которая размещена на изделии строгой геометрической формы – квадратной или прямоугольной, причем предпочтительнее в вертикальном, а не в горизонтальном виде.

– Выбор шрифта. Шрифт должен соответствовать стилю изложения и при этом быть не замысловатым, а читабельным, чтобы привлекать внимание потребителя, а не заставлять его прилагать усилия для считывания информации, даже если он в этом сильно заинтересован. Более того, информация на носителе должна быть четко структурирована, чтобы легко восприниматься и оставаться в памяти.

– Правильная цветовая гамма. Выбор цветовой палитры во многом должен быть продиктован не только психологическим воздействием на потребителя, но и многими другими параметрами:

- цвета должны быть яркими, сочными, но при этом еще и гармонично сочетаться между собой;

- излишне яркие цвета или большое их количество могут вызывать раздражение потребителя;

- иллюстрации или фотографии, используемые на носителе, должны подтверждать реальность товара или услуги.

– Оформление. В целом оформление должно быть оригинальным. Небанальные решения привлекают внимание потребителя, в то время как шаблонные могут вызвать недоумение и отторжение.

Для печатной продукции необходимо учитывать вид носителя, на котором будет представлен макет, чтобы не было ошибок в послепечатной обработке, поскольку в условиях больших тиражей ошибка дизайнера может обернуться значительными финансовыми убытками.

**Заключение.** В ходе исследования были изучены информационные ресурсы на тему дизайна полиграфической продукции, рассмотрены основы оформления макета и этапы работы дизайнера. Можно сделать вывод о том, что дизайн печатной продукции в современном мире трудоёмкий процесс, который при правильном использовании всех этапов помогает привлечь заинтересованную аудиторию к заказчику и тем самым увеличить доходы компании, или просто в итоге дарит людям эстетическое удовольствие при приобретении печатного продукта.

1. Полиграфический дизайн [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://uton.ru/articles/poligraficheskiy-dizayn/>. Дата доступа: 06.09.2022

2. Оформление печатной дизайнерской продукции с учетом соблюдения СИБИДОВ и технических показателей к используемым полиграфическим материалам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.evkoval.org/referaty/oformlenie-pechatnoj-dizajnerskoj-produktsii-s-uchetom-soblyudeniya-sibidov-i-tehnicheskikh-pokazatelej-k-ispolzuemyim-poligraficheskim-materialam>. – Дата доступа: 07.09.2022

3. Кулененок, В.В. Коммуникативный и визуальный дизайн: новые возможности в сфере обучения дизайну / В.В. Кулененок // Искусство и культура. – 2022. – №2(46). – С 85–90. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/33520>. – Дата доступа: 09.09.2022.