

УДК 659.2:67/68

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*С.А. Оксиль, доцент, И.В. Овчинникова, студ.,
УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Рекламно-информационная поддержка предприятий полезна и необходима для экономического развития, она ускоряет сбыт произведённых товаров, позволяет снижать цены, стимулирует конкуренцию, расширяет рынки и т.д. Использование рекламных каталогов является одним из самых эффективных и зарекомендовавших себя способов рекламно-информационной деятельности. Рекламный каталог предоставляет покупателю информацию, необходимую ему для аргументированного выбора.

Рассмотрим особенности проектирования рекламно-информационной поддержки предприятия на примере РУПТП «Оршанский льнокомбинат». Тема выбрана в связи с авторским интересом к разработке визуально-графических образов для льняной продукции. Тема включала в себя создание не только дизайна каталога, но и разработку дополнительной полиграфической продукции в поддержку выставки домашнего текстиля, к которой относятся визитки, листовки, пригласительные, сувенирная продукция, фирменные пакеты.

Перед дизайнером стояла задача создать новый образ рекламируемой продукции, который заинтересует целевую аудиторию, но в то же время сохранить имидж серьёзного предприятия в целом. Поэтому, изготавливая каталог, с одной стороны, необходимо было использовать сдержанное графическое решение, которое не будет слишком вызывающим, но, с другой, стороны, – каталог рассчитан только на рекламу домашнего текстиля, а не всей продукции предприятия, поэтому акцент при решении цветовых и графических задач был поставлен в соответствии с интересами целевой аудитории. Так как основным сегментом целевой аудитории являются женщины, то в проекте было предложено использовать свежие розовый, голубой и белый цвета. Учитывая, то, что к домашнему текстилю производства Оршанского льнокомбината относится постельное и столовое бельё сдержанного колорита, то цвета в каталоге целесообразно применять также пастельных тонов. Автор постарался соединить в проекте яркость, жизнерадостность, тепло, неповторимую индивидуальность со сдержанностью и ненавязчивостью.

В процессе анализа аналогов автором были учтены положительные стороны полиграфических изданий, которые легли вместе с авторской идеей в основу ключевой идеи дизайна каталога. Это и использование фактуры ткани с живописным эффектом, разработанным автором, и применение в дизайне каталога растительных элементов, передающих образ льна, также являющихся авторскими наработками. Идея заключается в том, чтобы через эти элементы, а точнее – через их взаимодействие, передать лёгкость, воздушность, качество продукции. Лёгкость передана как бы прозрачными растительными элементами, которые удачно гармонируют с фоном, а также своей мягкой пластичностью ненавязчиво подчёркивают изысканность и натуральность продукции.

Следующим важным моментом является определение цветовой гаммы проекта. Известно, что цвет сам по себе несет эмоциональный заряд, вызывая те или иные ассоциации в нашем сознании. Грамотное применение цвета позволяет усилить эмоциональное воздействие рекламы. В данном проекте имеет место использование как насыщенных, так и сдержанных цветов. Яркие цвета, привлекающие внимание, оказывают сильное эмоциональное воздействие на выбранную категорию потребителей. Подчёркнутые белым фоном они не вызывают раздражения, а выглядят чистыми и лёгкими.

Пастельные тона – мягкие и нежные, расслабляющие и вдохновляющие. Тонкие и чистые оттенки добавляют свежести и отлично расширяют пространство. При разработке каталога использовалась ручная авторская графика, которая позволяет выделить данное полиграфическое издание из ряда других, а также придаёт ему запоминаемость и индивидуальность. В основу креатива автором была положена техника создания живописных эффектов при помощи рисования красками по льняной ткани.

Функция разрабатываемого каталога – это презентация и информирование, поэтому особое внимание уделено работе с фотографиями. Необходимо было объединить разные по стилю иллюстрации. Автору удалось это сделать с помощью введения общих элементов в композицию: горизонтальных линий, квадратных рамок, авторской графики. Сами по себе горизонтальные линии создают чувство покоя, устойчивости, опоры. Вертикали в композиции создают ощущение лёгкости и стройности. Автором был применён метод заключения изображений в тонкие рамки, чтобы смягчить их тяжеловесность и подчеркнуть некоторую утончённость продукции.

Для того, чтобы придать страницам воздушность автор вводит дополнительную графику, которая носит природный характер и представлена в виде силуэта стеблей и цветов льна. Такой подход прекрасно сочетается с фотографиями продукции на разворотах. Идея каталога также заключается в том, что каждый раздел («Постельное бельё», «Столовое бельё», «Полотенца» и т.д.) различается по стилистике, но при этом все вместе они являются единым целым.

Шрифт округлых очертаний поддерживает общую идею и заставляет окунуться читателя в уютное пространство интерьера. Он также хорошо читается, не вызывает раздражения и не напрягает глаза.

Хороший дизайн способен формировать эстетические вкусы и культуру потребителей, воспитывать в них понимание прекрасного.

После изучения видов печати, программ, ознакомления с полиграфическими материалами, для данного проекта была выбрана офсетная печать. На сегодняшний день это наилучшее качество цвета, лучшая устойчивость рисунка и, что немаловажно, лучшая цена. Для визиток и обложки буклета была выбрана бумага плотностью 250 г/ма для листовок и пригласительных будет использоваться бумага более тонкая – 180 г/м². Основным фактором, повлиявшим на выбор материалов, стал планируемый объём производства печатной продукции и технологические процессы.

В целях повышения функциональности чтения и восприятия содержания, был введен прием односгибания одной страницы.

В качестве программы, в данном проекте был выбран пакет CorelDRAW13. Это программа векторной компьютерной графики, которая заслуженно является одной из наиболее популярных графических программ, особенно в области издательских систем.

Таким образом, новизна проекта заключалась не в разработке новых задач и целей, а в создании новых образовательно-выразительных средств, которые оживят образ продукции, сделают его неповторимым, ярким и запоминающимся.

Данный проект соответствует современным тенденциям. Синтез используемых выразительных средств, а также первоочередность заботы о пользователях позволит проекту долго оставаться актуальным.

Проекты, подобные вышепредставленному, активно разрабатываются студентами, аспирантами и преподавателями кафедры дизайна УО «ВГТУ», чем вносят свой вклад в развитие промышленности.