

ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ДИЗАЙНУ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

В современном информационном мире полиграфия является одной из наиболее развивающихся отраслей. Один из основных элементов ее структуры – это допечатная подготовка, которая занимает неотъемлемую часть работы над всем печатным изданием. К допечатным процессам относят все виды полиграфических работ: подготовка текста (набор, правка, редакция), обработка изображений, верстка полос, цветоделение, производство макета, монтаж полос.

Следует отметить, что проблемой развития полиграфических технологий занимались многие ученые, такие как В. Н. Каплин, В. А. Тихонов, Г. М. Бренькова, Е. В. Черневич, отдельные аспекты, которые касающиеся допечатных процессов, рассматриваются в работе Н. О. Постникова [1]. Однако, вопросы, касающиеся влияния полиграфических технологий на художественно-образную выразительность тиражируемого издания и его соответствия графическому оригиналу в области искусствознания остались без должного внимания.

Необходимость дальнейшей разработки данных вопросов говорит об актуальности исследований в данной области.

Целью данного исследования является анализ проблем художественно-графического подхода к дизайну полиграфической продукции. В качестве объекта исследования рассматривается допечатная подготовка издания, предмета – графический дизайн.

Наиболее универсальной с психолого-педагогической и учебно-методической точки зрения формой освоения бытийного пространства с позиций эстетической и функциональной целесообразности является графический дизайн - синтетическая художественно-творческая деятельность, направленная на восприятие и отражение визуальных структур современного мира [2].

Знание процесса допечатной подготовки способствует большей оперативности, гибкости и управляемости в производственном полиграфическом процессе. Каждый программный пакет представляет собой инструмент для реализации творческих замыслов дизайнера.

От выполненной работы по допечатной подготовке зависит внешний вид, внутреннее наполнение, а также востребованность продукции и интерес к ней потребителя, поэтому знания самих программ недостаточно для полноценного овладения навыками дизайнера и разработки качественной продукции. Не смотря на стремительное развитие полиграфии и значительные наработки в области допечатной подготовки в нашей стране, остаются недоработанными некоторые вопросы в области оформления дизайн-продукции и создания объекта визуальной коммуникации. То есть остается недоработанным информационный процесс, при котором подготовленные автором данные передаются целевой аудитории через зрительный канал. Объект визуальной коммуникации служит передаточным звеном в процессе общения автора с аудиторией. Под создаваемым дизайнером объектом визуальной коммуникации понимается массив графической и текстовой информации, представленной в форме данных, пригодных для хранения на машинных носителях, для обработки с помощью программ, то есть реализации функции связи становится актуальной задачей разработки дизайн-проекта. Сложность методики обучения данным технологиям заключается в необходимости сочетания принципов и приемов, развивающих образное и креативное мышление, с методами, помогающими освоить ряд профильных компьютерных программ.

Возникновение промышленного книгопечатания тесно связано с формированием графического дизайна. Фактически, он возникает одновременно с началом развития специфических печатных технологий, совершенствование которых позволяло дизайнерам-графикам полнее реализовывать свои профессиональные навыки. Принципы дизайна, категории дизайнерского мышления и деятельности находятся в постоянном движении, изменяясь по мере развития дизайна и появления новых методов. Дизайнеру, работающему в области полиграфии, уже недостаточно быть просто художником-графиком. От него требуется владение пакетом программного обеспечения со знанием специфики машинного комплекса данной типографии, знание процессов допечатной подготовки издания, знание основ полиграфического производства. Перед дизайнером открываются новые возможности поиска выразительности художественного образа, что содействует эффективной допечатной подготовке дизайн-проекта. Передача смыслового содержания изображений во многом зависит не только от знаний и творческих способностей дизайнера. Поэтому области приложения графического дизайна требуют знания основ композиции, рисунка, колористики, полиграфии и других наук. Поэтому сегодня ряд проблем культуры и профессиональной жизни требует от человека специальной визуальной образованности, более интенсивного, массового подключения к изобразительному искусству, к продуктам полиграфической промышленности, дизайна и графики [1].

Таким образом, происходит формирование высокохудожественного вкуса у потребителя полиграфической продукции. Удовлетворение эстетических потребностей определяет необходимый

художественный уровень графического произведения, который обеспечивает дизайнер. Поэтому владение данными навыками и исследование возможностей их формирования в процессе дизайн-подготовки является одним из базовых направлений развития современного графического дизайна. Развитие образного мышления позволяет создать предметно-чувственную форму издания. Познавательные процессы, направленные на развитие образного мышления, помогают дизайнеру осознать реальный смысл и значение проектного решения, выделить главные, наиболее характерные и существенные черты, переходящие в структуру художественного образа. Эта структура является смыслом содержательной части художественно-графического объекта.

Таким образом, в ходе данного исследования, связанного с проблемами художественно-графического подхода к дизайну, как системы визуальной коммуникации, была аргументирована необходимость формирования композиционных, эстетических, художественно-образных принципов графического дизайна.

Список литературы: 1. Графический дизайн и полиграфия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://coffset.ru> 2. Графический дизайн в системе эстетического воспитания и художественного образования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net>