

Современные технологии производства печатной рекламы

Потапов Павел Андреевич

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

студент

Аннотация

В статье рассматриваются современные технологии производства печатной рекламы: цифровая печать, лентикулярная печать, гибридное лакирование, ароматическая печать, MetalFX.

Ключевые слова: печатная реклама, современные технологии, цифровая печать, лентикулярная печать, гибридное лакирование, ароматическая печать, MetalFX.

Modern technologies of printed advertising production

Potapov Pavel Andreevich

Sholom-Aleichem Priamursky State University

student

Abstract

The article deals with modern technologies of printed advertising production: digital printing, lenticular printing, hybrid varnishing, aromatic printing, MetalFX.

Keywords: print advertising, modern technologies, digital printing, lenticular printing, hybrid varnishing, aromatic printing, MetalFX.

Научный руководитель

Чугунова Наталья Юрьевна.

к фиол. н., доцент, доцент кафедры сервиса, рекламы и социальной работы, ФГБОУ Во «Приамурский Государственный университет им. Шолом-Алейхема»

Главные концепции дизайна нынешнего рекламного обращения заложены ранними формами печатной рекламы. Печатная реклама – одно из ключевых средств рекламы, рассчитанное исключительно на зрительное восприятие. Визуальные образы, которые изначально были редкостны, в настоящее время также значимы, как и текст. Невзирая на массовое применение Интернета, печатная реклама не утрачивает своей значимости и по-прежнему служит основным средством рекламирования. Самой важной функцией печатной рекламы является её способность повысить продажи. Рекламодатель размещает массовые заказы на изготовление рекламной продукции только в той типографии и дизайнерской студии, которые могут предоставить ему что-то новое и необычное. Достигнуть уникальности

предоставляемой печатной продукции и как следствие значимости, помогает внедрение новых технологий.

Теоретическую основу исследования составляют труды А.В. Ванникова, Р.М. Уарова, Ю. Мацкевича, С. Стефанова, Н.Г. Иншакова и др. Авторы исследований отмечают, что потенциальные тенденции совершенствования печати – активно развивающиеся информационные технологии, которые являются основой для формирования и укрепления новых рынков печатной продукции.

В последнее время в печатную рекламу пришло много инновационных способов, наиболее широкое применение находят: цифровая печать, лентичулярная печать, бронзирование, гибридное лакирование, ароматическая печать, Metal FX. Рассмотрим каждый из перечисленных способов печати подробнее.

Цифровая печать сегодня считается одним из самых популярных и универсальных способов изготовления печатной продукции. Данная технология относится к бесконтактным способам печати. А.В. Ванников отмечает, что «в способе «компьютер-печать» применяется технология электрофотографии». Суть этой технологии состоит в использовании промежуточного носителя, в основе которого выступает цилиндр с фотополупроводниковым покрытием. На данной стадии носитель записывает «скрытое» изображение, которое собирается вследствие изменения заряда отдельных участков. После носитель покрывается красящим веществом и переносится на бумагу (Рисунок 1). Безусловно, контакт между промежуточным носителем и бумагой присутствует, однако при нанесении изображения на материал не требуется большого давления. Вследствие этого цифровая печать называется бесконтактной [1].



Рисунок 1 – Цифровая печать

Лентичулярная печать может помочь увеличить качество приготовления открыток, календарей, блокнотов, ежедневников и иной печатной продукции. Заблаговременно приготовленное изображение

отпечатывается на обратной стороне пластиковой заготовки. Ю. Мацкевич подчеркивает, что «доля рисунка попадает под линзу, придавая 3D-эффект и делая нужные составляющие большими и живыми, привлекающими внимание» (Рисунок 2). Данный метод печати считается очень многообещающим, потому что разрешает благополучно улаживать задачи рекламной полиграфии [2].



Рисунок 2 – Лентиккулярная печать

Бронзирование – метод печати, при котором на плоскость, покрытую особым клеевым слоем, наносится бронзироваальный порошок и пигменты (Рисунок 3). Применяется недавно, впрочем, значимо расширило способности способа приготовления печатной продукции. Плоскость наносимого изображения выходит сверкающей и большой. С. Стефанов пишет, что «метод разрешает значительно увеличить эффективность рекламной, упаковочной и этикеточной продукции». На запечатываемых материалах детально показываются, как плашки, так и изящные части [3].



Рисунок 3 – Бронзирование

Гибридное лакирование Twin-spot – свежая разработка, обширно используемая печатными издательствами иностранных государств и благополучно внедряемая русскими издательствами. Гибридная печать

разрешает получить изображение, оставляющее отличные тактильные ощущения и привлекательность (Рисунок 4). Сущность способа – нанесение на бумагу особых гибридных красок, сочетающих качества масляных и лака УФ, при поддержке пятисекционной офсетной машины KBA Rapida [4].



Рисунок 4 – Гибридное лакирование

Ароматическая печать – перспективное направление [5]. Особый лак, наносимый на изображение, выделяет особенные пахнущие ферменты, улучшающие восприятие рекламы и численность продаж (Рисунок 5).



Рисунок 5 – Ароматическая печать

MetalFX Technology – оригинальная британская разработка, позволяющая за единый ход печатной машины сделать картинку с эффектом

металлизации (Рисунок 6). В результате цветные изображения привлекают внимание потребителей устойчивым ярким блеском [6].



Рисунок 6 – Metal FX

На сегодняшний день все перечисленные инновационные технологии активно внедряются. Причем все они являются достаточно хорошими, различаясь лишь по некоторым параметрам. Кроме того, технология печати с использованием того или иного способа предусматривает применение специального оборудования, которое также отличается по своим характеристикам.

Развитие науки и техники позволяет ежедневно улучшать печатные технологии в согласовании с потребностями рынка, которые создают подходящие условия для глобализации печати. Следует пристально следить за возникновением новых технологий, анализировать их, и принимать эффективные решения при выборе той или иной печати.

Библиографический список

1. Ванников А.В., Уарова Р.М. Технология полиграфического производства. М-во образования и науки Российской Федерации, Московский гос. ун-т печати. № 2. С. 12-13.
2. Мацкевич Ю. Маркетологу на заметку: лентичулярная печать // Маркетинг: идеи и технологии. 2010. № 2. С. 46-49.
3. Стефанов С. Полиграфия и заказчики печатной продукции. Издательство: Книга по Требованию. 2014. С. 50-54.
4. Статья «УФ-лакирование с эффектом Drip-Off: пощупайте разницу». Журнал «Курсив №5». М.: Изд-во «Курсив», 2016 г. С. 2-5.
5. Ароматическая полиграфия. URL: <https://copytkks.ru/aromaticheskaya->

- [poligrafiya](#) (дата обращения: 15.11.2019).
6. Изготовление печати при помощи технологии MetalFX. URL: <http://www.oktoprint.ru/download/MetalFX.pdf> (дата обращения: 15.11.2019).