

Визитная карточка как средство создания индивидуализации

Дуева Евгения Анатольевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

студент

Аннотация

В статье рассматривается один из наиболее популярных среди рекламодателей видов полиграфической продукции – визитная карточка, являющаяся неотъемлемым атрибутом делового сообщества. Рассмотрены этапы создания визитки, ее основные типы, а также представлены разработанные макеты личных, деловых и корпоративных визитных карточек. Представлены и проанализированы основные тенденции в области изготовления визиток.

Ключевые слова: визитная карточка, визитка, разработка, тенденции, дизайн визитки, дизайнерская бумага, пластиковые визитки, «высокая печать».

Business card as a tool of individualization

Dueva Evgenia Anatolievna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

student

Abstract

This article considers one of the most popular types of printing products - a business card, which is an integral attribute of the business community. The stages of creating a business card, its main types, as well as developed models of personal, business and corporate business cards are presented. The main trends in the production of business cards in the country are analyzed and presented.

Keywords: business card, business card, development, trends, business card design, designer paper, plastic business cards, "letterpress".

Научный руководитель: Чугунова Наталья Юрьевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

к.филол.н., доцент

Визитные карточки давно стали частью деловой культуры современного общества. Несмотря на относительно небольшой размер и общее содержание, изделия могут быть весьма разнообразными. Их широко используют в бизнесе и личной жизни; «ритуал» обмена визитками, осуществляется при знакомстве, заключении договора или устном соглашении о сотрудничестве.

Повышенное внимание к визиткам поддерживается с давних времен. Так, первые прототипы современных визиток использовались еще в Древнем Китае: тонкие дощечки для письма, изготавливаемые из древесины (бамбука), с одной стороны которых располагались иероглифы. Индивидуальные «**визитные карточки**» писались каллиграфами отдельно к каждому случаю, и не являлись универсальными.

Визитные карточки, приближенные к современным, использовались во Франции в середине XVII века, во времена правления Людовика XIV. Это был особый «утончённый» период в развитии визитки: уникальные визитки изготавливались вручную и оформлялись известными художниками. Из обычных картонок они становились настоящими шедеврами графического искусства и представляли собой прекрасное дополнение к облику и званиям своих владельцев [1].

Сегодня тенденция создания уникальных визиток не только вернулась, но и набирает новые обороты. Представители крупного и малого бизнеса стараются с помощью визитки, а точнее ее оригинального дизайна, произвести впечатление на своих клиентов и партнеров, выразить собственную индивидуальность. Визитная карточка становится инструментом формирования и поддержания благоприятного имиджа как компании, так и отдельной личности.

Среди наиболее популярных направлений в области производства визиток можно выделить следующие:

1. Печать визиток на дизайнерской бумаге. Данный тип бумаги призван придать особый шик, эксклюзивность и узнаваемость произведенных визитных карточек. Отличительной особенностью дизайнерской бумаги является ее уникальная фактура, позволяющая имитировать различные виды материалов. Например, существует бумага, имитирующая выделанную кожу, текстиль (деним, лен, холст, бархат и др.), дерево или металл. Цветовая палитра дизайнерской бумаги необычайно широка. Стоит обратить внимание на то, что у такой бумаги окрашена не только поверхность, но и срез (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Визитные карточки на дизайнерской бумаге

2. Печать визиток на пластике. Такой способ изготовления визиток является не только оригинальным, но и наиболее надежным и прочным, в отличие от визиток, изготовленных на бумаге и довольно быстро теряющих свой первоначальный облик. Пластиковые визитки стоят в несколько раз

дороже бумажных, однако, их обладатель обязательно произведет на своего собеседника впечатление успешного человека, ценящего свой комфорт и уважающего окружающих. Наиболее распространенным направлением сегодня является визитная карточка из прозрачного пластика (Рисунок 2).

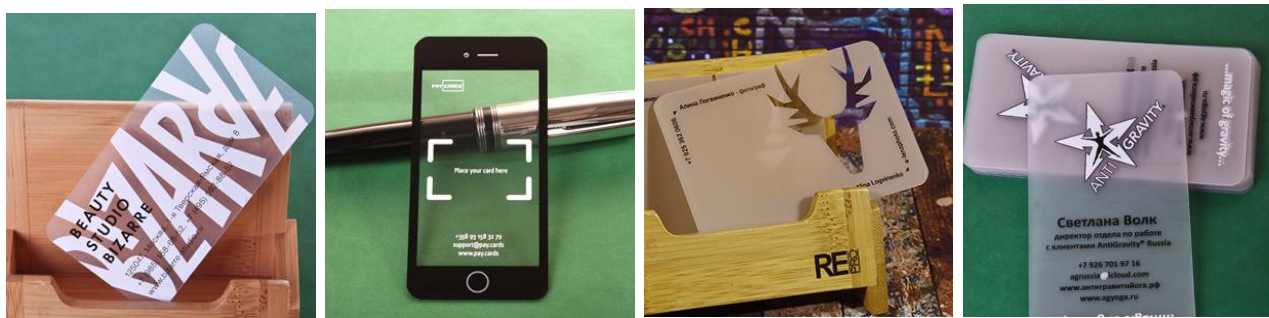


Рисунок 2 – Визитные карточки на прозрачном пластике

3. Еще одной популярной тенденцией сегодня считается «высокая печать» («letterpress»), разработанная более 1000 лет назад Иоганном Гуттенбергом. Почти полностью вытесненная цифровым офсетом, высокая печать обретает второе дыхание с помощью использования фотополимерных клише, которые позволяют превратить любое графическое изображение в цифровом виде в полимерную печатную форму. Создается эффект ручной работы. Визитные карточки выглядят дорого и оригинально. Однако, в связи с высокой стоимостью оборудования и расходных материалов, в России существует небольшое количество мастерских, специализирующихся на использовании данной технологии (Рисунок 3).

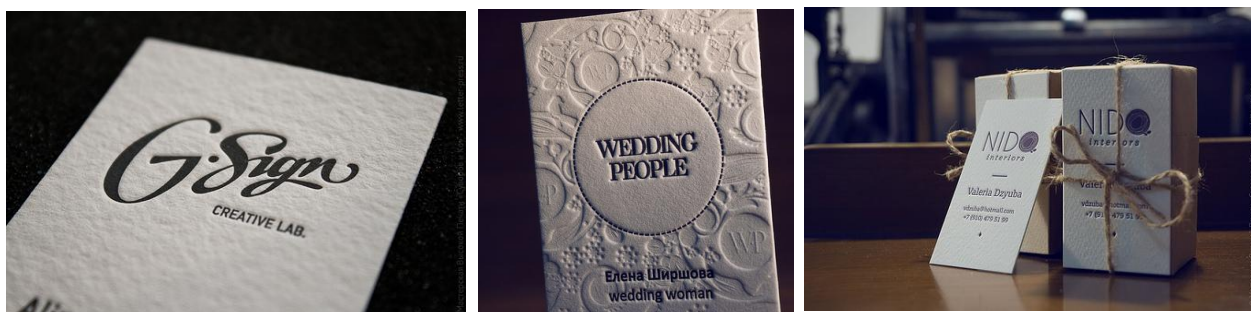


Рисунок 3 – Визитные карточки, изготовленные с помощью технологии «Letterpress»

Выбору определенной технологии изготовления визитной карточки предшествует подготовка дизайн-макета, которую условно можно разделить на следующие этапы:

1. Изучение технического задания клиента (двухсторонняя / односторонняя визитка; допустимые цвета; наличие / отсутствие логотипа; обязательная информация для размещения; личные пожелания клиента);
2. Определение типа визитной карточки;
3. Выработка идей оформления визитной карточки;

4. Создание дизайн-макета;
- 5 Предпечатная подготовка дизайн-макета и выбор соответствующей технологии изготовления;
6. Печать визитных карточек.

Рассмотрим более подробно типы визитных карточек.

1. Индивидуальные визитки. Самый древний в России тип визиток, используемый в первую очередь для представления персоны собеседнику. Помимо обязательных инициалов и контактных данных возможно добавление на личную визитку какой-либо дополнительной информации (о хобби и увлечениях, о специализации).

Нами разработаны две, абсолютно различные по стилю, технике исполнения и содержанию индивидуальные визитные карточки. Первая визитка, разработанная для мастера маникюра, является односторонней и содержит минимум информации: имя, род деятельности, номер телефона и адрес профиля в социальной сети «Инстаграм». Изображение девушки, занимающее практически половину свободного места в макете, демонстрирует род деятельности заказчика. Цвет и изображение заказчик выбирал самостоятельно, что позволило отразить индивидуальность обладателя данной визитки.

Вторая визитка, разработанная для психолога, является двухсторонней и содержит больше информации о ее владельце. Уникальность данной визитки заключается в том, что ее дизайн изменяется в зависимости от времени года, однако композиционное решение остается неизменным. Данная визитка была разработана осенью, что и определило ее цветовую гамму. Для визитки также характерно обязательное наличие изображения листьев каштана, что является обязательным условием заказчика. Все четыре типа визитки (зимняя, осенняя, весенняя, летняя) должны обязательно иметь изображение листьев и плодов каштана (Рисунок 4).

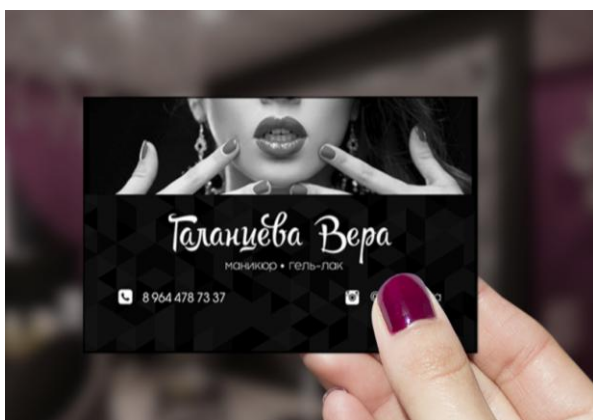


Рисунок 4 – Индивидуальные визитные карточки

2. Деловые визитные карточки. Используются в бизнесе, на официальных встречах для предоставления контактной информации потенциальным партнерам. На такой визитке указываются инициалы

сотрудника, его должность, название компании, контактная информация. Визитки имеют, как правило, строгий дизайн и выполняются в одинаковом стиле для всех сотрудников компании.

Первая деловая визитка, разработанная для директора ресторана «Купидон», выполнена в фирменном стиле ресторана и содержит следующие данные: логотип компании, фамилия и имя директора, ее должность, контактная информация. Визитки односторонние. Визитка предназначена исключительно для иностранных партнеров, поэтому вся информация представлена на английском языке. Визитная карточка была изготовлена из прочного глянцевого пластика, за счет чего выглядит более представительно.

Вторая визитка принадлежит волонтерскому отряду «Смайл». Она выполнена в фирменном стиле общественной организации. Интересно, что данная визитка содержит контактную информацию двух людей одновременно: председателя и руководителя отряда (Рисунок 5).



Рисунок 5 – Деловые визитные карточки

3. Корпоративные визитные карточки. Именно их вкладывают в пакеты с сувенирами на презентациях, отправляют с корреспонденцией, выставляют на выставочных стендах и столах. Такие визитки содержат информацию исключительно о самой компании. В отличие от остальных типов визиток, они печатаются в больших объемах, поэтому, их стоимость должна быть более чем умеренной при хорошем качестве исполнения, ведь визитка – лицо компании. Такая карточка должна содержать название компании, области её деятельности, контактные данные. Иногда на оборотной стороне, для большей информативности, размещают карту проезда к офису.

Разработанные нами визитные карточки для магазина «Мини-мода» и студии маникюра «Lime» отвечают всем требованиям корпоративных визиток: на обоих макетах содержится логотип компании и ее название, контактные данные, перечень услуг. Односторонняя визитка магазина «Мини-мода» была изготовлена на матовой бумаге. Визитка студии маникюра «Lime» является двухсторонней, изготовлена с применением глянцевого ламинирования, что значительно увеличивает ее прочность.



Рисунок 6 – Корпоративные визитные карточки

Таким образом, нами были разработаны и проанализированы визитные карточки трех типов: личные, деловые и корпоративные. Стоит отметить, что спрос на оригинальные и качественные визитные карточки среди представителей делового мира с каждым годом только повышается. Поэтому изучение и анализ новых современных способов создания и производства данного вида полиграфической продукции, а также изучение и генерирование новых подходов в создании дизайн-макетов визиток становится неотъемлемым условием успешной деятельности дизайнеров и полиграфических компаний.

Библиографический список

1. Ученова В., Старых Н. История рекламы. М.: Смысл, 2002. 336 с.