FDCA 아카데미

인쇄홍보물 제작

김선미 (midorism@gmail.com)

김선미

SK Telecom TTL 매거진 에디터

홍디자인 매체 기획자

아모레퍼시픽 정기간행물 월간 'Estherapy' 기획 및 제작

월간 디스커스 매거진 편집장

한겨레 신문 '디자인 큐레이팅' 칼럼 연재

계원예술대학교 외래교수 및 디자인학교(www.designerschool.net) 강의

재중국 현대자동차 매거진 〈PREMIUM R〉, 기아자동차 매거진 〈STYLE KIA〉 편집장

사회적기업매거진 36.5 기획 및 제작

예술경영지원센터 〈탁 번지다〉 총서 기획 및 제작

서울시 인권현장 스토리텔링 기획 및 제작

단행본 〈친절한 뉴욕〉, 〈친절한 북유럽 .헬싱키, 스톡홀름, 코펜하겐에서 만난 디자인, 디자이너〉, 〈취향 .디자이너의 흥미로운 물건들〉 등 집필

밈앤포니테일 대표

밈앤포니테일은 기획자, 에디터, 그래픽 디자이너 등
전문 분야의 정예 멤버들이 모여
목적을 분명히 하는 새로운 감각의 기획과 디자인을 실현합니다.

스토리텔링에 개념적 기반을, 타이포그래피에 표현적 기반을 두고
다양한 매체로의 확장을 모색하고 있습니다.

Part I
인쇄홍보물 제작 개론

Part II
실제 제작 노하우 1 기획

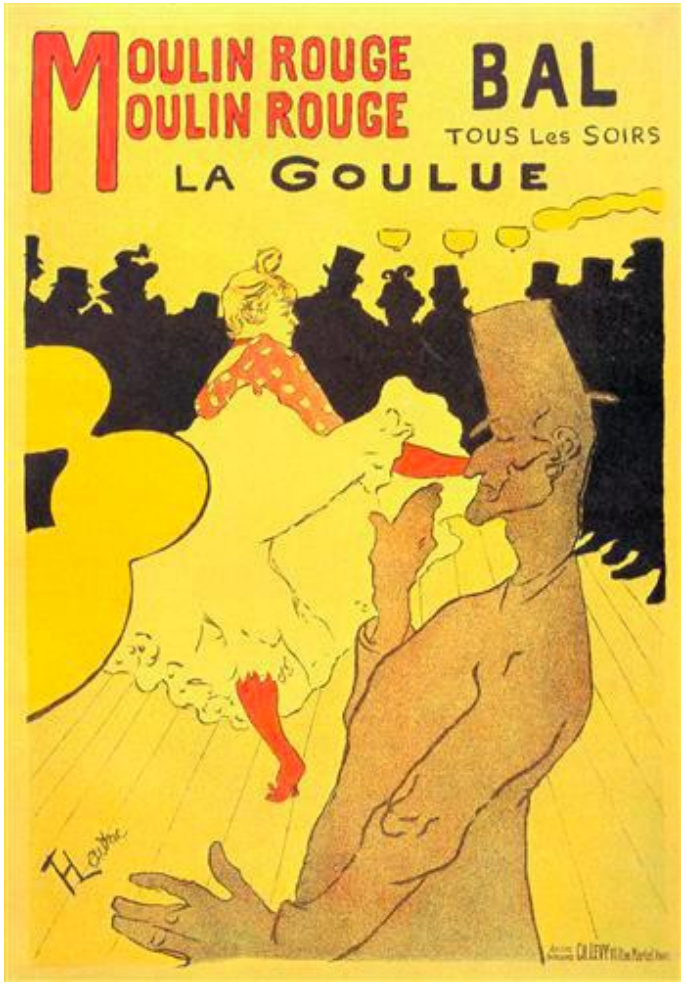
Part III
실제 제작 노하우 2 커뮤니케이션
(디자이너와 소통하는 다섯가지 법칙)

Part IV
케이스 스터디
(국내외 우수사례)

Part I

인쇄홍보물 제작 개론

1. 인쇄홍보물의 역사
초창기 공연 포스터
툴루즈 로트렉 / Moulin Rouge-La Goulue 1891



01
문자의 발명
BC 3,100

02
채식필사본
BC 1,580 ~ AD 1,450

03
종이의 발명
AD 105

04
인쇄술의 발명
AD 1,450

01
문자의 발명
수메르의 상형문자판



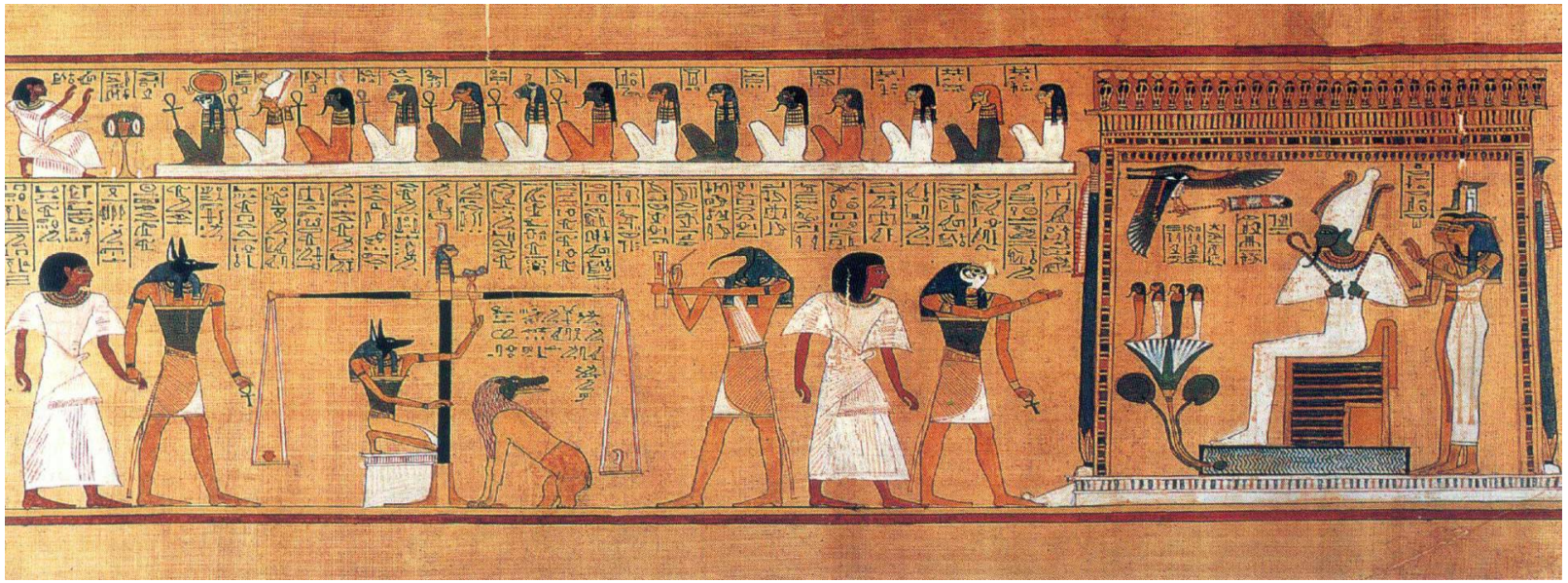
01
문자의 발명 영향

문자의 발명은 인류가 만들어낸 가장 위대한 유산 중의 하나.

기억력이나 시간, 장소 등의 제약에 굴복하지 않고
공동체 전체를 강하게 하나로 묶어주는 역할.

많은 정보에 보다 쉽게 접근할 수 있게 됨으로써 공공의 관심사에
더욱 많은 사람들이 광범위하게 참여할 수 있는 기회 마련.

02
채식필사본
사자의 서



02
채식필사본 영향

고작 200페이지 하는 책 한 권을 만들기 위해 필경사 한 사람이 꼬박 네다섯 달 동안 노동을 해야 했으며 그에 필요한 양피지를 만들기 위해 드는 25마리분의 양가죽은 필경사의 노동보다 더욱 값비싼 것이었다.

당시 부유한 귀족이 가장 귀중하게 생각하고 항상 구하려 하는 재산 목록 1호가 책이었지만 가장 많은 책을 가진 사람의 장서수는 고작 20여 권에 그쳤다.

03
종이의 발명



03
종이 발명의 영향

유럽이 천 년의 중세를 거치는 동안 중국이 발명한 종이와 인쇄술은
서서히 서방 국가로 전파되어 나갔고 르네상스가 막 시작될 무렵
유럽에 도달하였다. 유럽사에서 르네상스라는 이행기는 14세기 이탈리아에서
시작되었으며 고전 지식에 대한 재발견, 예술의 만개, 근대 과학의 시작 등으로
특정지을 수 있다. 그리고 이 모든 것에는 종이와 인쇄술의 도움이 있었다.

04

인쇄술의 발명

직지심체요절, 구텐베르크





04
인쇄술의 영향

활판인쇄술은 문자의 발명과 20세기 전자 매스 커뮤니케이션의 발명 사이에 일어난 커뮤니케이션의 중대한 진보로서 15, 16세기에 일어난 사회, 경제, 종교적 격변에서 중추적인 역할을 하였다.

국내 최초 공연장 부민관
1935





부민관 초창기 공연 팸플릿
도구고별 최승희 신작 무용발표회 팸플릿
1937. 2



극단 작은신화 8·우리 연극

황구도

재창

노래하는 개를 보신적이 있나요!

이 시대의 사랑은 '개' 같아지지만
그래도 소박함이
우리마음에 남아있다면 불신이라도
사라질텐데…
개같은 사람들과 사람같은 개들이
꾸며가는 詩처럼,
바닷가의 모래처럼,
황구도는
곱고 슬프기도 한
그런 연극입니다.
우리가 우리의 연인을 믿지 못할 때
혹시 달밤에 소근거리는 노래가 있다면
그건 바로 자기의 불신때문에
사람을 이루지 못한 뭉개 아담이 부르는
노래일 것이라고 생각해 주십시요.
그리고 부디 연인을
우리의 사랑을,
그리고 세월의 힘을
믿으시기 바랍니다.

조광화 작 최용훈 연출 이형주 작곡 하성옥 무대 오정학 기획

소극장 울타리



* 지하철 4호선 혜화역에서 나번출구로 나오셔서 문예회관과 마로니에공원 사이의 길로 올라오시면 울타리소극장이 있습니다.

■ 예매처

94. 5. 4 ▶ 5. 31

월 휴관/4시 30분, 7시 30분

대한도 새극장

울타리소극장

문의 766-4253, 764-3380

협찬 :

WORLD GOLD COUNCIL

인쇄홍보물 정의

인쇄(Printing)

잉크를 사용하여 판면에 그려져 있는 글이나 그림 따위를 종이, 천 등에 박아 냄

홍보(Public Relations)

기업·단체 또는 관공서 등의 조직체가 커뮤니케이션 활동을 통하여
스스로의 생각이나 계획·활동·업적 등을 널리 알리는 활동

“조직체가 커뮤니케이션 활동을 통하여
스스로의 생각이나 계획, 활동, 업적 등을 담은 내용을 인쇄한 제작물”

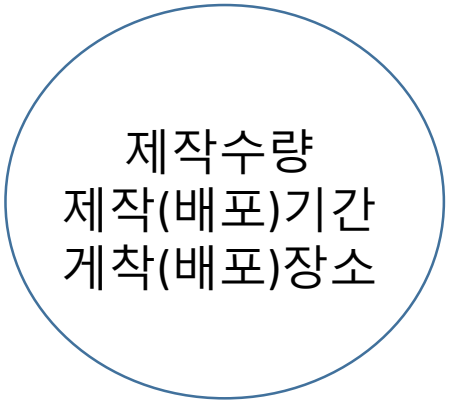
인쇄홍보물 기본 구조



<내용적인 측면>



<외형적인 측면>



<관리적인 측면>

왜 인쇄 홍보물이 중요한가

1. 정보성

관객에게 공연에 관한 첫 번째
정보를 제공하는 채널

왜 인쇄 홍보물이 중요한가

2. 지속성

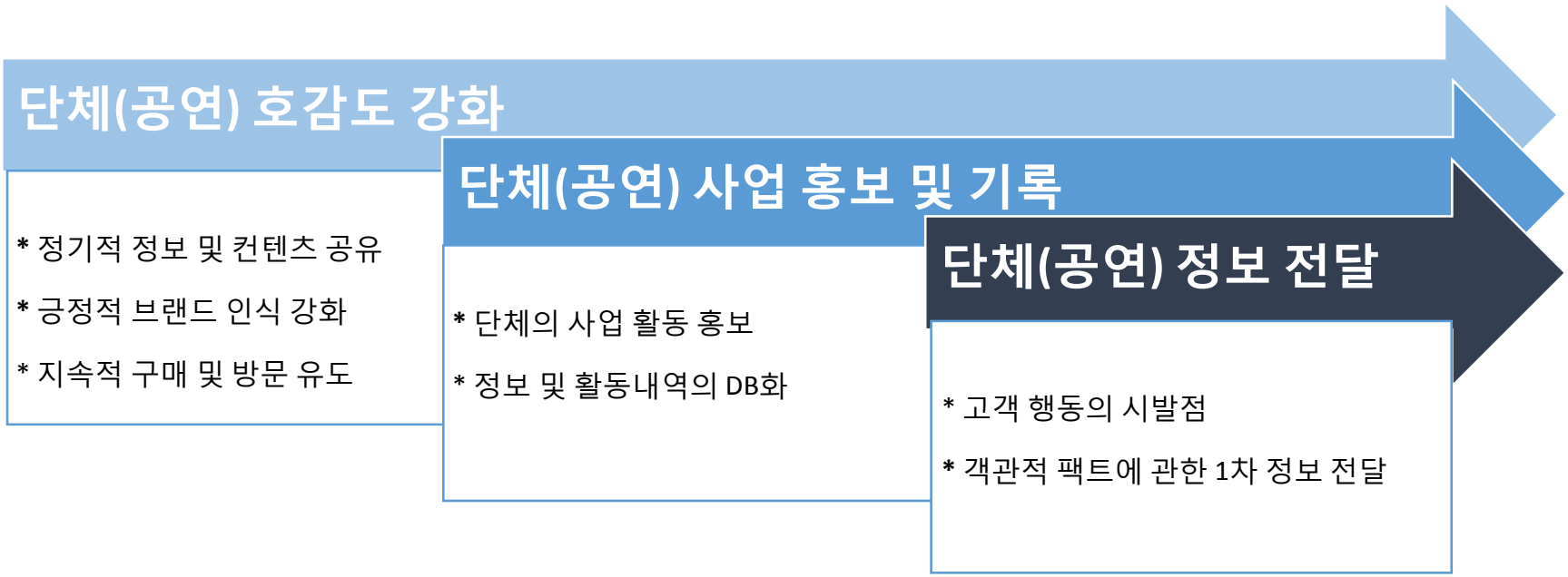
물성을 지니고 있기 때문에
지속적으로 인식 가능

왜 인쇄 홍보물이 중요한가

3. 주목성

시각적 정체성을 만들고
브랜드 가치까지 키우는 창구

WHAT? 무엇을 기대하는가



인쇄홍보물 종류

포스터 | Poster

광고나 선전을 위한 매개체의 하나. 상징적인 그래픽과 간단한 카피로 구성하며 길거리나 유동인구가 많은 곳에 붙여 홍보 효과를 높인다.

리플릿 | Leaflet

전단(傳單)이라고도 하며 한 장짜리 인쇄물 또는 광고를 말한다. 인쇄내용의 양에 있어서는 팜플렛이나 부클렛보다 적은 편이나 대량생산으로 인한 원가 절감으로 인해 많은 사람들에게 배포할 수 있다는 강점이 있다. 핸드빌(Handbill)이라고도 한다.

팜플렛 | Pamphlet

가제본한 소책자로서 부클렛이라고도 한다. 일반적으로 PR을 위한 회사소개, 제품의 사용법, 제품이나 기업에 관한 정보 등의 내용을 수록한 인쇄물에 주로 사용되는 형식이다. 제작에 있어서는 기재사항의 검토는 물론, 페이지수, 판형, 색깔 수 등 비용에 직접 영향을 미치는 인쇄상의 문제와, 내용의 순서, 전체의 균형, 레이아웃 등 편집디자인 상의 문제 등 양면에서 충분한 검토가 필요하다.

카탈로그 | Catalog

목록, 요람, 편람이라는 뜻으로서, 상품이나 영업내용에 대한 안내서를 총칭하는 말. 카탈로그는 제품목록 또는 해설서라고 할 수 있다.

예상고객에게 제품의 기능, 특징, 가격, 디자인 등을 설명하여 판매촉진에 도움을 줄 목적으로 만든다. 카탈로그는 DM의 활성화와 때맞춰

점차 고급화되어 가는 경향을 보이며, 컬러 인쇄 기술의 향상이나 새로운 인쇄자재의 개발과 함께 점차 다양한 형태로 발전하고 있다.

브로슈어 | Brochure

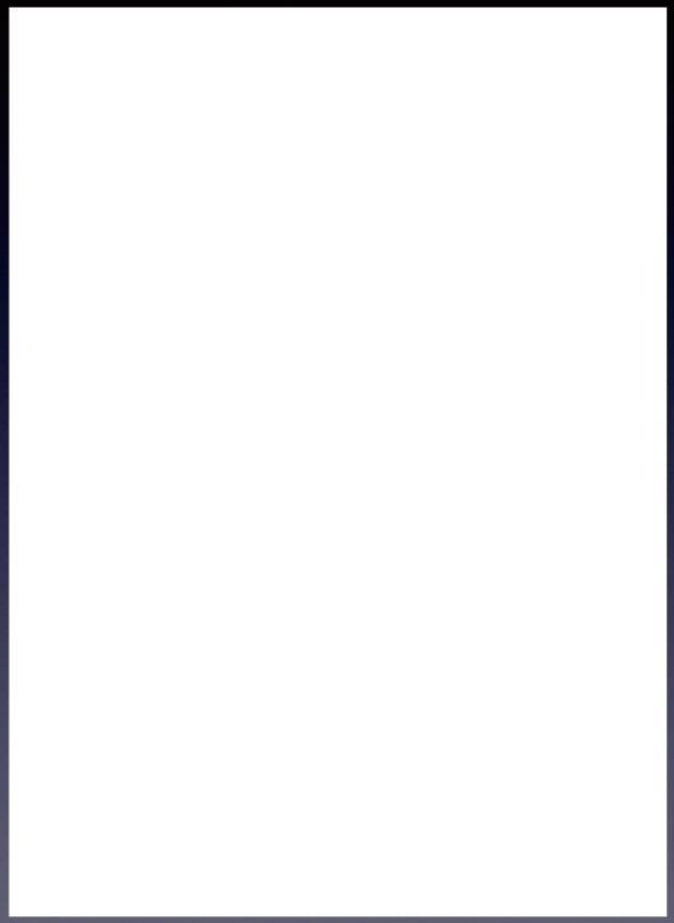
안내서, 설명서 등으로 사용되는, 가제본(假製本)된 소책자의 일종이다. 형식은 팜플렛, 부클렛과 마찬가지지만, 일반적으로 지질(紙質),

인쇄, 제본 등이 고급스러운 것을 지칭할 때 사용되는 말이다.

종이의 판형과 절수

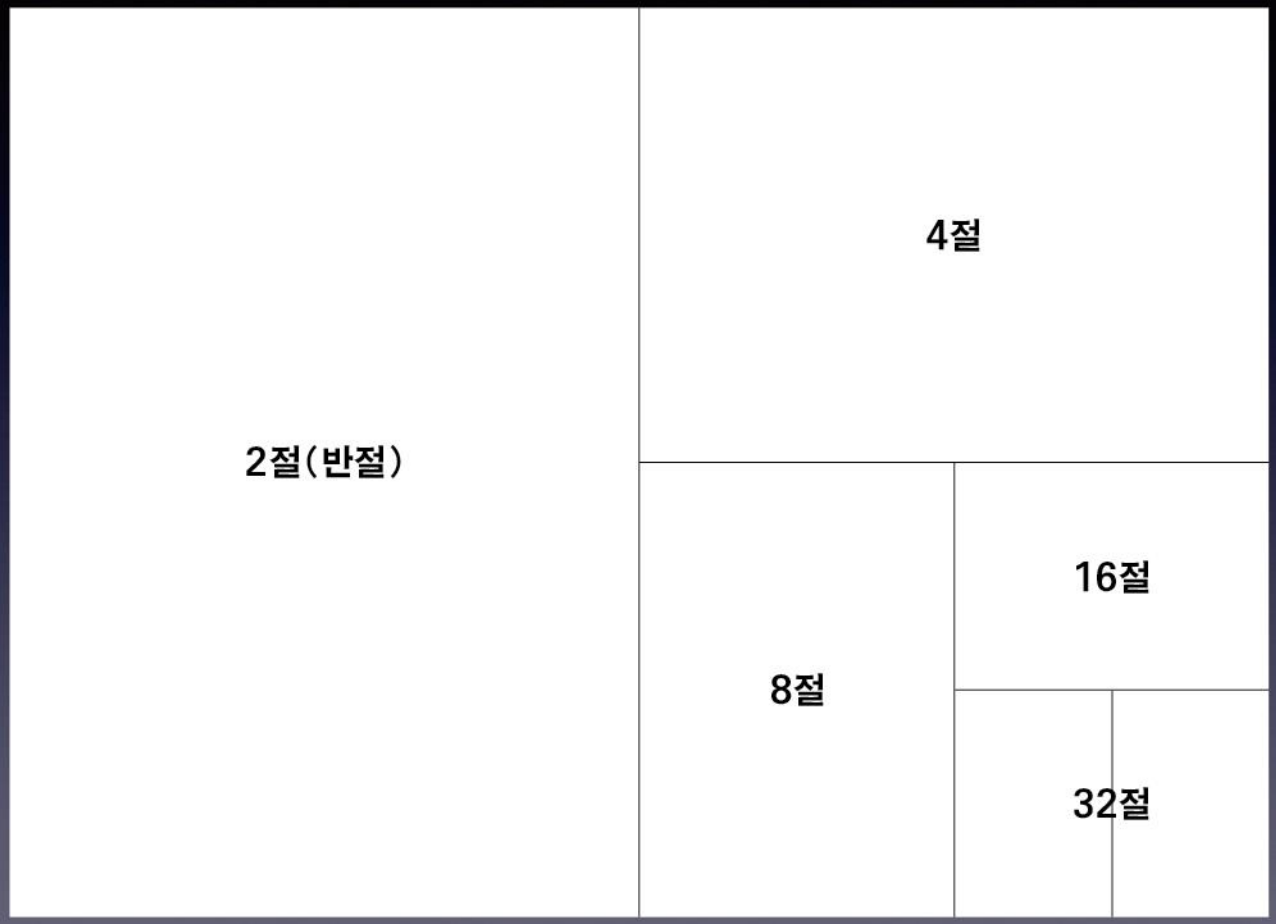


A타입 용지(국판형)
939×636mm



B타입 용지(4×6판형)
1090×788mm

종이의 판형과 절수



전지

인쇄홍보물 판형

[우리나라에서 사용되는 판형과 규격]

국판계열 (A계열)

A4 국배판 297 x 210㎜ 8절 잡지

A5 국판 210 x 148㎜ 16절 교과서

신국판 225 x 152㎜ 16절 소설

A6 국반판 148 x 105㎜ 32절 문고본, 엽서

4 x 6판계열 (B계열)

B4 타블로이드판 364 X 257㎜ 8절 주간신문

B5 사륙배판* 257 X 182㎜ 16절 대학교재, 노트

B6 사륙판 182 X 128㎜ 32절 문고본

크라운판 248 X 176㎜ 18절 사진집

30절판 205 X 125㎜ 30절 단행본

36판 182 X 103㎜ 40절 문고판

HOW? 어떻게 만들 것인가

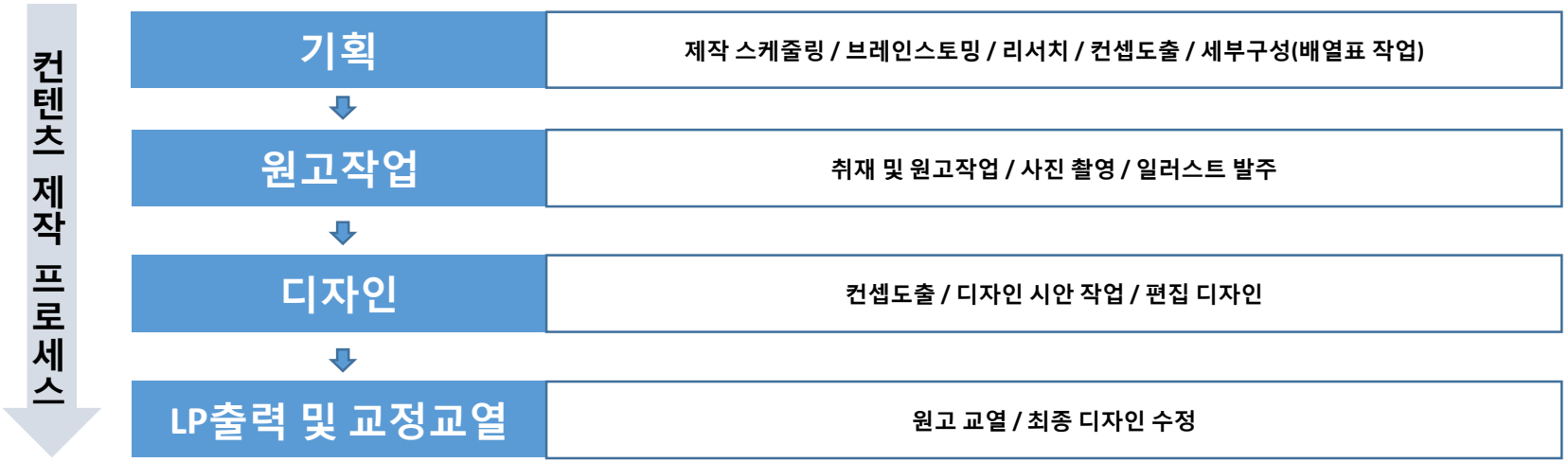
[제작 진행]

❍ 자료수집 및 취재, 인터뷰
❍ 전문작가 원고 집필 및 감수, 교정 및 교열
❍ 편집 디자인(레이아웃, 인포그래픽, 일러스트 작업 등)
❍ 사진 촬영 및 편집
❍ 시안 및 가제본 제작
❍ 분해 및 제판, 인쇄 감리 등 인쇄 작업 전반
❍ 기타 백서 발간에 필요한 사항(발송 봉투 제작 등)

인쇄홍보물 제작 프로세스



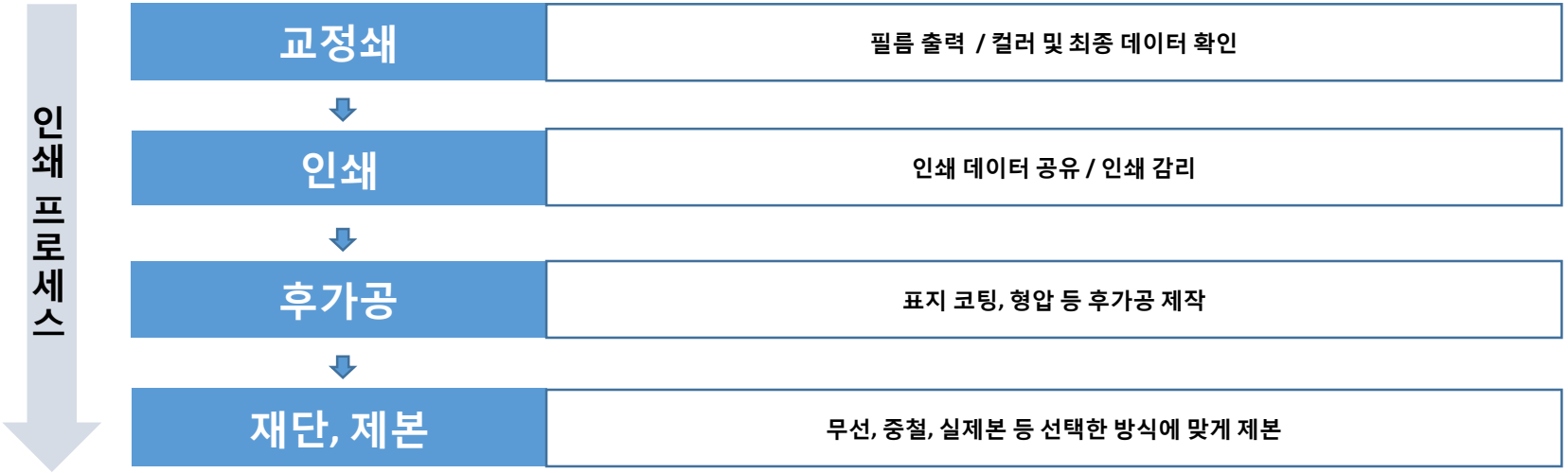
인쇄홍보물 제작 프로세스



<Check list>

√ 홍보물 납품 일정이 사용시기에 부합하는가?
√ 다루고자 하는 컨텐츠의 속성이 잘 드러났는가?
√ 정보전달 컨텐츠(일정, 장소 등)에 오류가 없는가?
√ 홍보대상(공연 등)의 톤앤매너와 제작물의 톤앤매너가 유사한가?
√ 시각적 주목도가 있는가?
√ 오탈자는 없는가?
√ 크레딧 표기가 잘 되어 있는가?

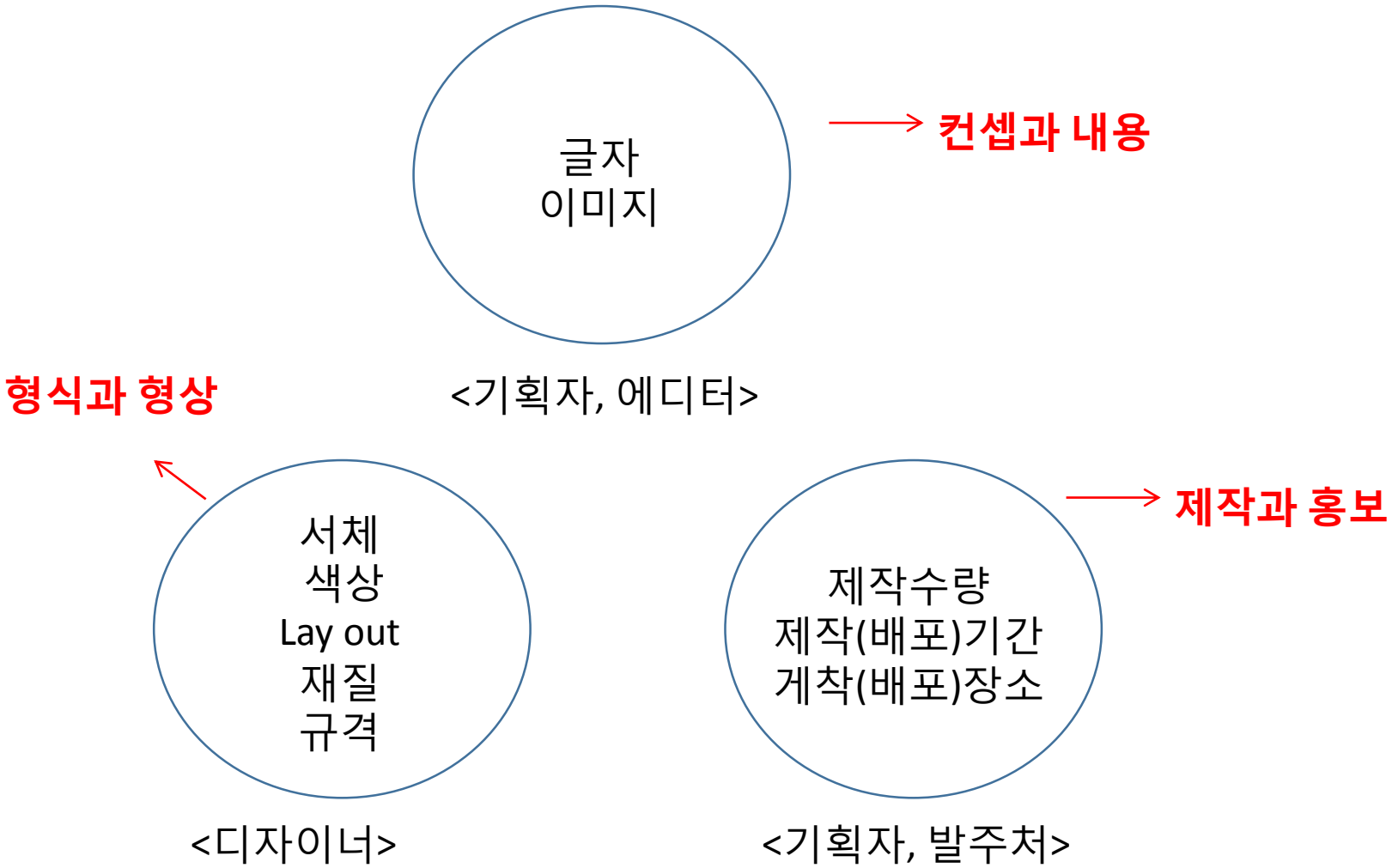
인쇄홍보물 제작 프로세스



<Check list>

√ 교정지에서 컬러가 잘 반영되었는가?(잉크 교정)
√ 뒤비침, 뒷묻음이 발생하지는 않는가?
√ 판형, 종이 등 선택한 사양에 맞게 인쇄했는가?
√ 재단, 제본 시 절단면이나 접지 부분에 컨텐츠 훼손이 없는가?
√ 코팅이나 후가공에 지속성이 있는가?
√ 납품 시 파본은 없는가?

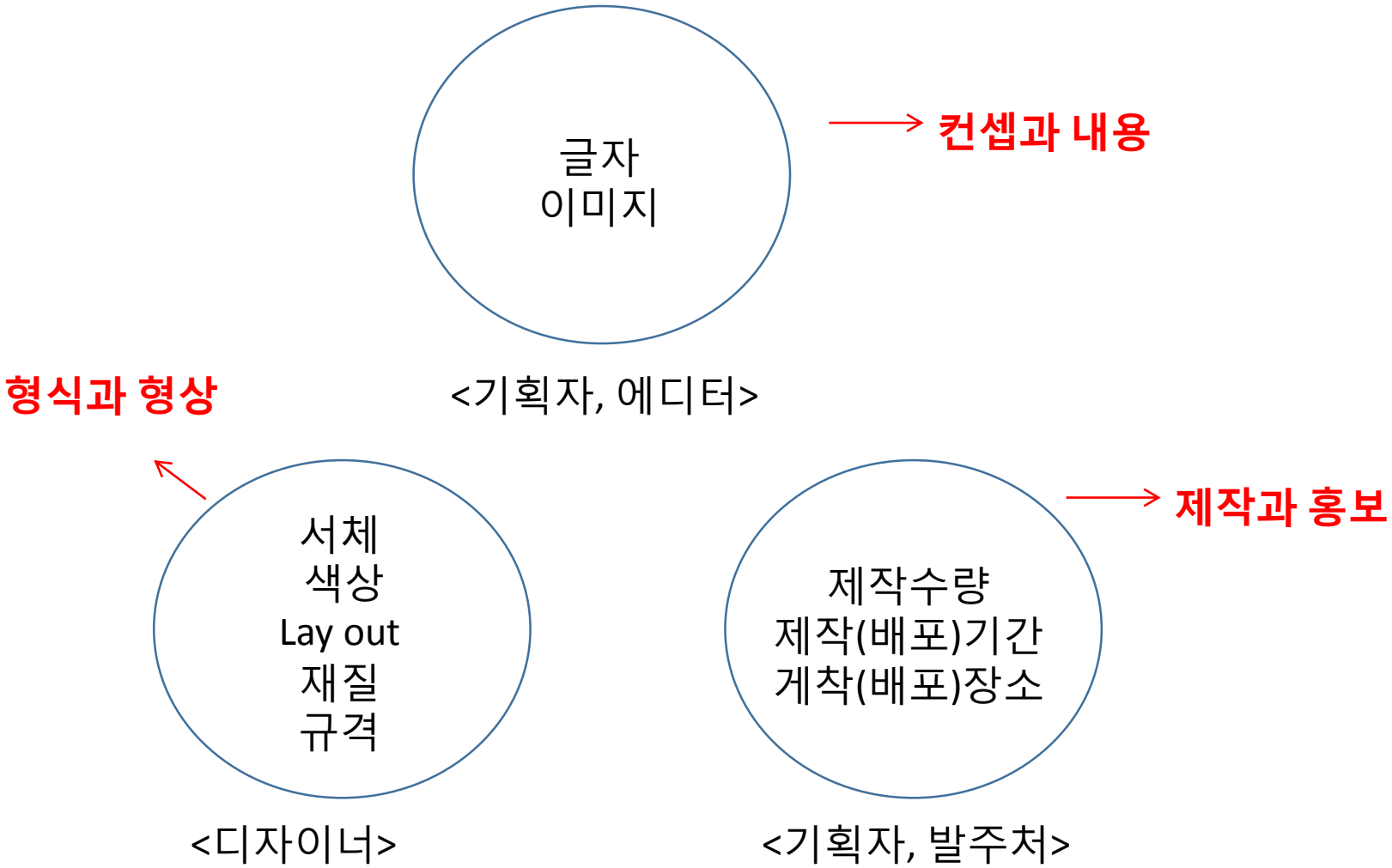
WHO? 누가 만드는가


글자
이미지
컨셉과 내용
<기획자, 에디터>
형식과 형상
서체
색상
Lay out
재질
규격
<디자이너>
제작과 홍보
제작수량
제작(배포)기간
게착(배포)장소
<기획자, 발주처>

Part II

실제 제작 노하우 1 기획

WHO? 누가 만드는가


글자
이미지
컨셉과 내용
<기획자, 에디터>
형식과 형상
서체
색상
Lay out
재질
규격
<디자이너>
제작과 홍보
제작수량
제작(배포)기간
게착(배포)장소
<기획자, 발주처>

기획의 정의

사전적 정의>
계획을 도모하는 것
즉, ‘왜 할 것인가?’ ‘무엇을 할 것인가?’를 정하는 일

조작적 정의>
개별 목적을 달성하기 위해 관련 환경 요소를 분석, 고려하여 실행자의 핵심역량을 발휘할 수 있도록 입안된 기획자의 의도가 투영된 계획을 도모하는 것

기획 프로세스

Step 1. 프로젝트 목표 설정

Step 2. 프로젝트 환경 분석

Step 3. 팀 구성과 라인업

Step 4. 기획의 콘셉트 도출

Step 5. 세부 전략, 실행방법 수립

Step 6. 프로젝트 본격 실행

Step 7. 프로젝트 완료, 리뷰하기

Concept

개념, 주된 생각

기획이란 콘셉트를 끌어내고, 그 콘셉트를 처음부터 끝까지 일관되게 구현해내는 과정.

Concept

기획자에게 콘셉트란 개발 상품 또는 서비스를 타깃 니즈에 맞게 최적화하여 구현할 때
타깃에게 전달, 허용되는 일관되고 강력한 메시지, 즉 차별적 강점이라 말할 수 있다.

콘셉트를 찾아내고 그 콘셉트가 팀워크에 의해 최고의 결과물로 완성되기까지
모든 과정을 조율하는 이가 바로 기획자

Attention
주의하거나 주목한다.

Interest
흥미나 관심을 갖는다.

Understanding
이해와 납득을 한다.

Desire
사용하고픈 욕구가 생긴다.

Memory
구체적인 정보를 흡수하여 기억한다.

Action
내적인 비교 판단과 행동(구매)이 일어난다.

클라이언트 블록
‘팩트 블록’ 기획의 배경과 현상에 대한 팩트를 분석해서
이번 기획의 과제가 무엇인지를 명확화한 부분

컨셉 블록
클라이언트 블록에서 명확화 한 과제를 어떻게 풀어나갈 것인지를
한 마디로 정리한 부분.

플래너 블록
‘의견 블록’ 클라이언트 블록에서 정리한 과제를 컨셉 하에서
‘어떻게 해결할 것인가?’ 를 구체적으로 생각하는 부분.
세부 구성, 실제 구현의 과정을 정리한 부분.

Part III

실제 제작 노하우 2 커뮤니케이션
(디자이너와 소통하는 다섯가지 법칙)

WHO? 누가 만드는가

1단계> 지인 활용형
주변에 포토샵 할 줄 아는 사람 없어?

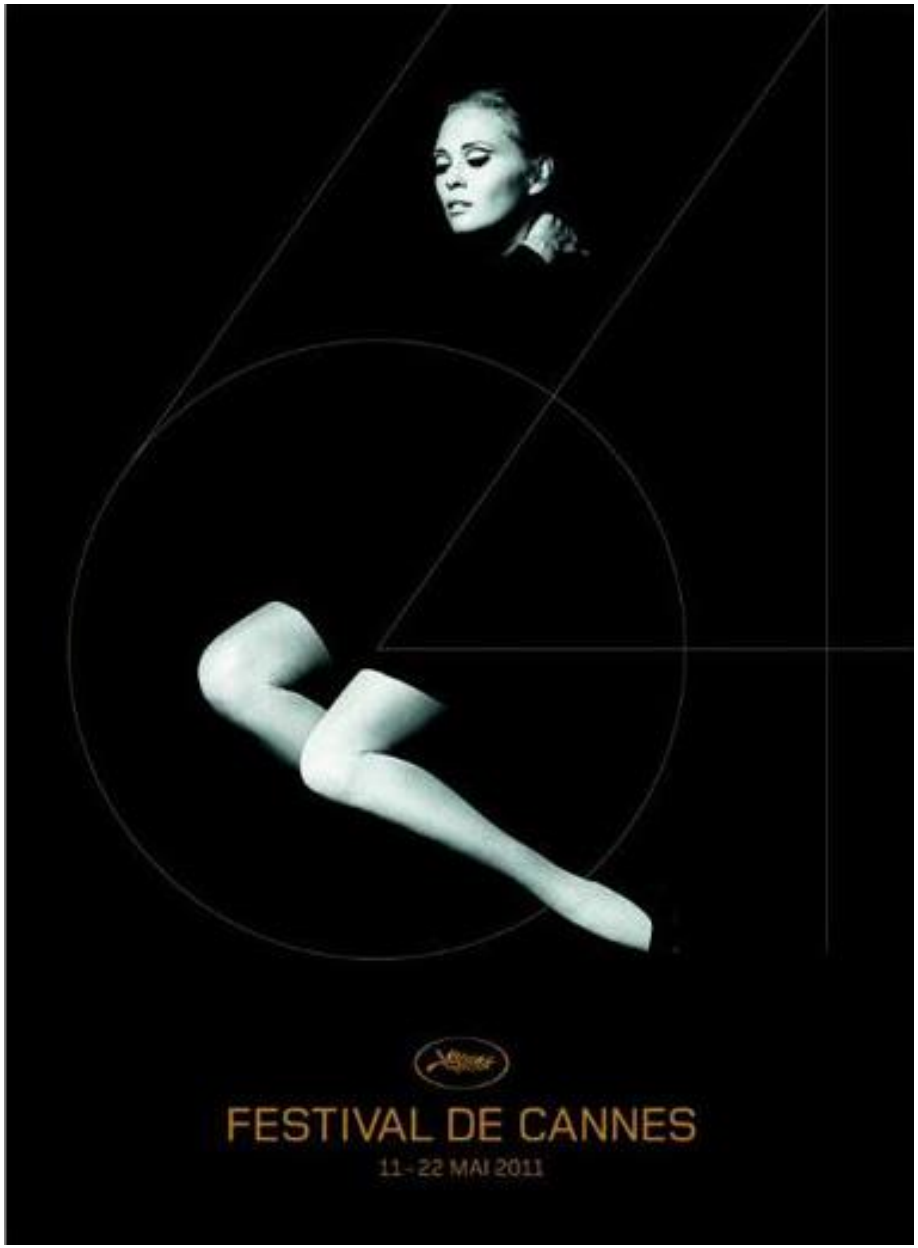
2단계> 자기주도형
예산도 없는데 일단 내가 한 번 해볼까?

3단계> 비지떡 형
어디 싸게 디자인해줄 수 있는 업체 없을까?

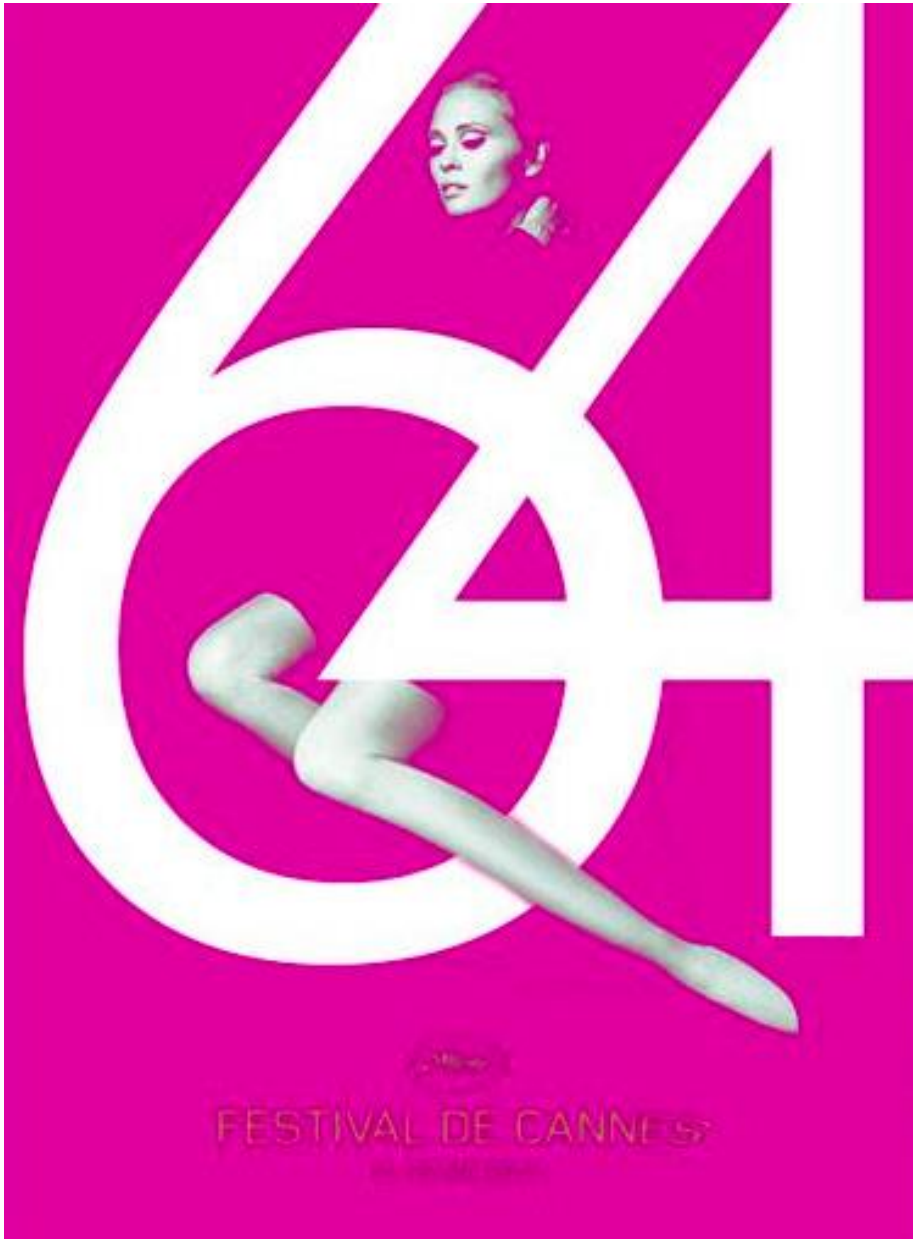
4단계> 주변 검증형
예술경영센터 브로슈어 작업한 업체가 어디야?

5단계> 전속 계약형
지속적으로 우리의 홍보물 아이덴티티를 만들어줄 곳 없을까?

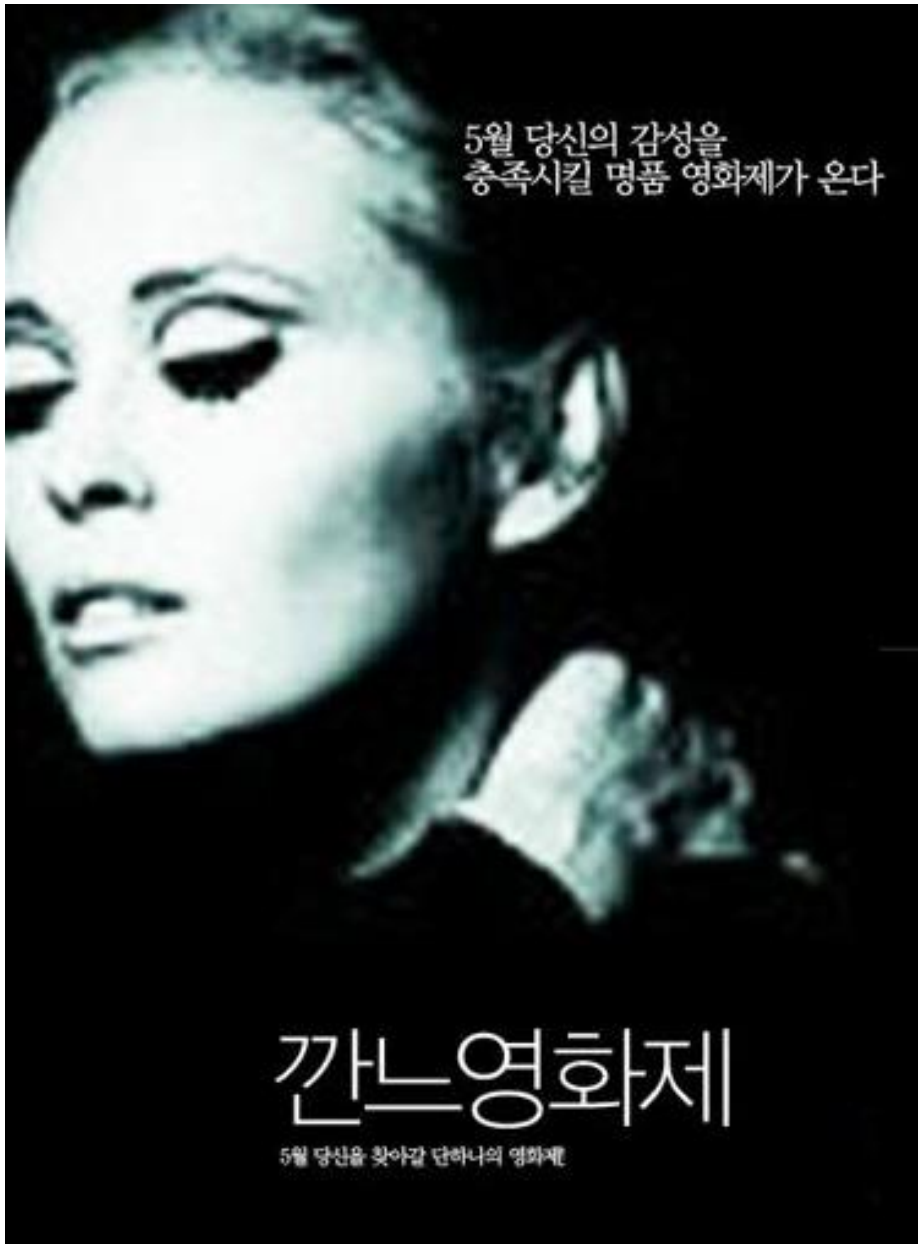
소통의 법칙 1
“전문가를 두고 스스로 디자인하지 마라”



실장님, 고생하셨구요
좋은데요 검정색이 칙칙하고
그리고 64글자도 잘 안보여요.
디자인 욕심은 알겠는데요..
너무 마이너해요.



수정사항 봤는데요
내부 논의결과 반응이 안좋네요.
그냥 배우 얼굴 크게 해주시고요
영화제 이름 잘 보이게 해주시고요



실장님 제목 너무 작습니다.
그리고 카피도 안보이구요
흑백사진인거 겨우 설득해서
통과 시켰는데 로고도 카피도
흰색이 너무 단조로와요.



실장님,
인쇄 넘겨주세요~^^

소통의 법칙 2
“개인의 취향이 아닌,
고객에게 전달할 메시지를 최우선으로 삼아라”

소통의 법칙 3.
“소통할 수 있는 어휘를 늘려라”
(포니테일 딕셔너리)

‘모던하면서도 화려하면서도 아방가르드하게 해주셨으면 좋겠어요.
눈에 확 들어올 수 있게요.’

클라이언트가 이렇게 말하면 정말 어떻게 디자인을 해야 할 지 막막합니다.
사실, 기본적인 개념이 없다는 생각이 들어요.

디자이너 K 씨

소통의 법칙 4.
“과정을 내부적으로 공유하라”

담당자랑은 잘 협업을 해서 서로 마음에 드는 디자인 결과물이
나왔어요. 그런데 그 회사 대표님이 타이포그래피가 전면에
대두되는 디자인이 마음에 안 든다며 다시 작업해달라는 요청이 왔어요.
심지어 인쇄 3시간 전에 말이에요.

디자이너 Y 씨

소통의 법칙 5.
“프로젝트에 관한 득과 실에 관해
분명히 짚어라”

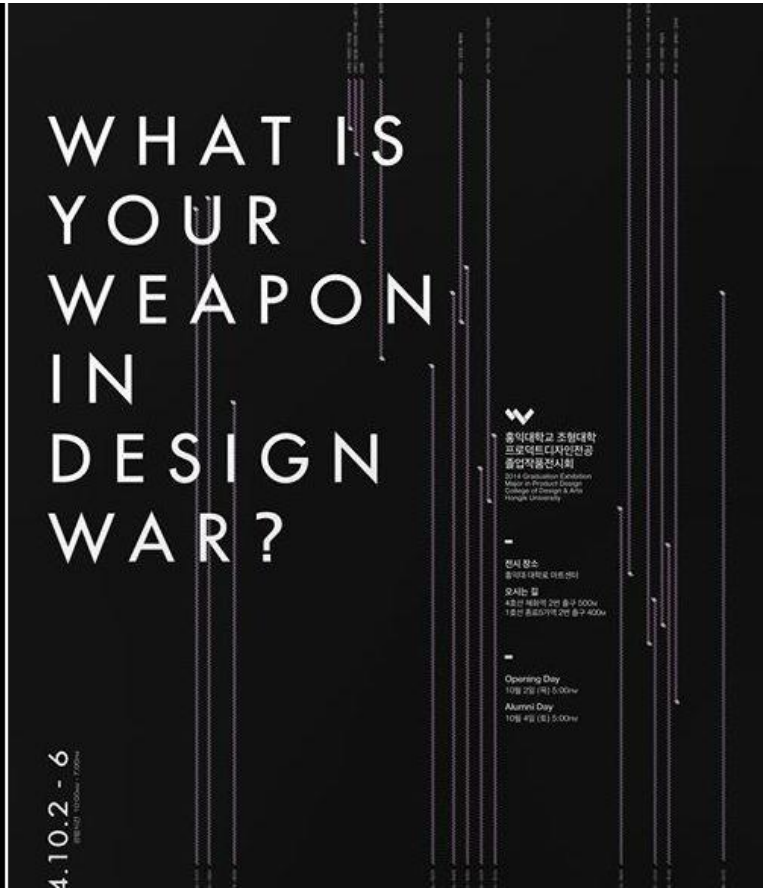
전시 도록 뿐 아니라 배너, POP 등 전시 전반에 관한
아이덴티티 작업이었죠. 도록의 경우 전체 볼륨을
100p로 확정해 진행했었는데 중간에 참여 작가들이
늘더라고요. 그렇게 해서 20페이지 가량 볼륨이 늘었는데
추가 견적에 관해 아무런 말이 없었어요. 다른 작업들도 많이
진행하니까 그냥 맞춰서 해달라는 무언의 메시지였죠.

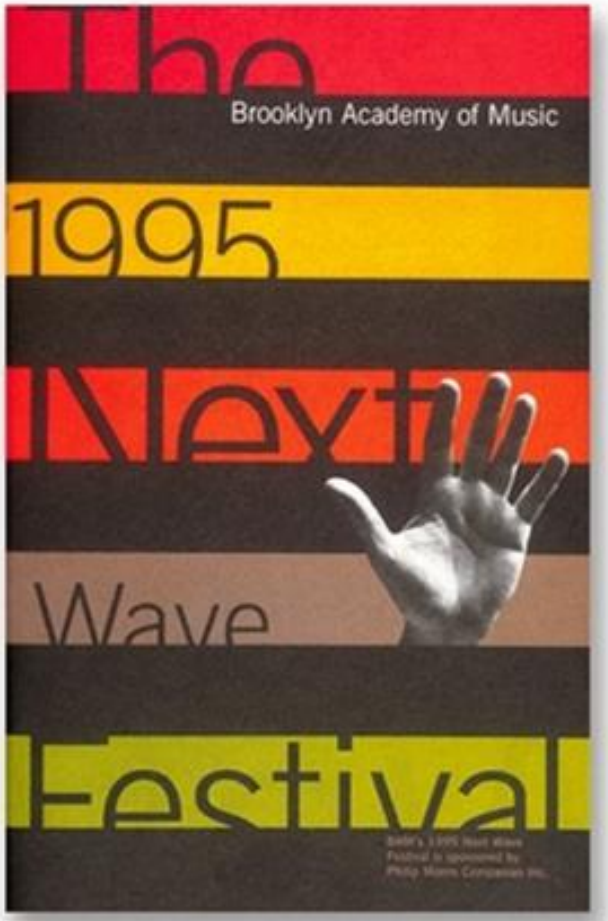
디자이너 L씨

소통의 법칙 6.
“상대를 전문가로 신뢰하라”

소통의 법칙 7.
“윤리적으로 일하라”


VIN
CENT
MOON
DE
GIRA
MADRID
4 de marzo— 20:00h
Cineteca
Plaza de Legazpi, 8
(Matadero Madrid)
cinetecamadrid.com
BARCELONA
5 de marzo— 20:00h
Hangar
Emilia Corretg, 16
(Can Ricart)
hangar.org
Presentación de "FROM ATP"
(All Tomorrow's Parties)
+
Coloquio sobre
"COLLECTION PETITES PLANÈTES"
Organiza
VERÓNICA
Colabora
CINETECA
HANGAR.
ORG

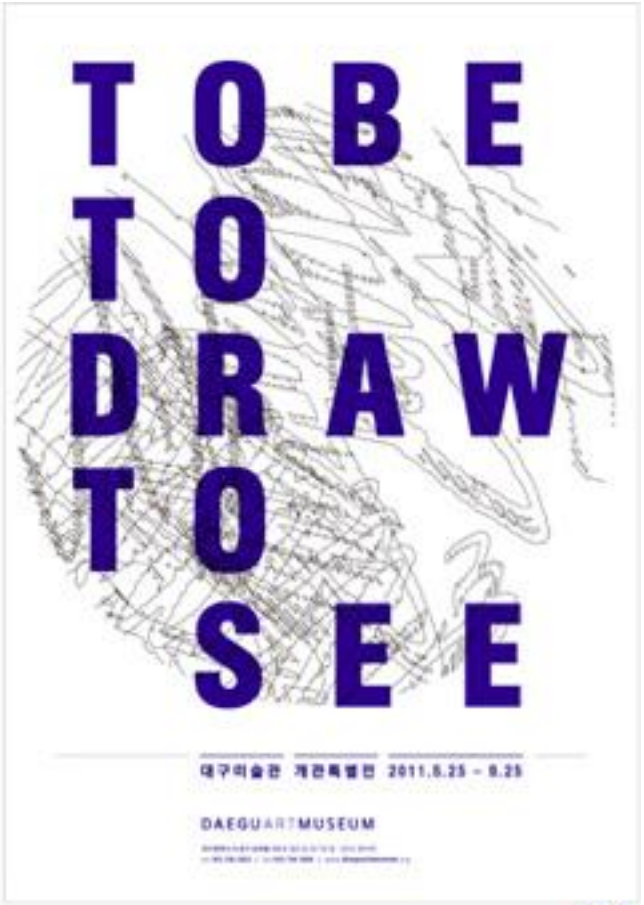

WHAT IS
YOUR
WEAPON
IN
DESIGN
WAR?
홍익대학교 조형대학
프로덕트디자인전공
졸업작품전시회
2014 Graduation Exhibition
Major in Product Design
College of Design & Arts
Hongik University
전시 장소
오시는 길
Opening Day
10월 2일 (목) 5:00PM
Alumni Day
10월 4일 (토) 5:00PM
4.10.2 - 6


The
Brooklyn Academy of Music
1995
Next
Wave
Festival


The
제14회 대한민국디자인대상
14th
Korea
Design
Award

소통의 법칙 7.
“주목성과 정보성의 우선순위를 정하라”


氣 가 차
다 意
를 그 리 다
跡 을
보 다
대구미술관 개관특별전 2011.5.25 – 9.25
DAEGUARTMUSEUM


TO BE
TO
DRAW
TO
SEE
대구미술관 개관특별전 2011.5.25 – 9.25
DAEGUARTMUSEUM

B cut


意
跡
DAEGU ART MUSEUM
DAEGU ART MUSEUM

인쇄의 정의

문자·그림·사진 등을 종이나 기타 물체의 표면에 일정한 방법으로 옮겨 찍어서 여러 벌의 복제물을 만드는 일.

인쇄의 종류

옵셋인쇄 (Offset Printing)
일반적으로 가장 많이 이용되는 평판인쇄 방식으로 출력된 필름을 PS(아연)판에 부식 처리 후 양각면에 잉크를 묻혀 블랭킷(고무재질)에 전사하고 블랭킷에 묻은 잉크는 다시 종이에 인쇄가 되는데 윤전인쇄와는 달리 재단된 판형의 종이를 이용한다.

윤전인쇄 (Rotary Press Printing)
망점이나 인쇄방식은 옵셋인쇄와 동일하지만 그라비아인쇄 처럼 종이롤지를 사용하며 양면이 동시에 고속으로 인쇄가 되는 것이 특징이다. 또핚 자동재단 및 접지가 동시에 고속으로 이루어지므로 대량인쇄를 지급으로 제작핛때 적합하며, 싞문, 분양전단, 교과서 등의 제작에 이용된다.

그라비아 인쇄 (Photo Gravure Printing)
판형의 넓은 동판을 실린더(둥근 원통형)에 걸어 윤전과 유사핚 방식으로 인쇄가 되는데 비닐계 롤지를 사용하며 고속으로 인쇄되는 것이 특징이다. 주로 비닐 포장재 인쇄에 이용된다.

디지털 인쇄 (Digital Printing)
필름이나 인쇄판이 필요없이 컴퓨터에서 명령되어 바로 인쇄되는 방식으로 갂단하게 보면 일반 프린트를 생각하면 되겠다. 하지만 종류 및 가격에 따라 옵셋인쇄방식과 유사한 망점 인쇄가 되는 기종도 있다.

후가공 종류

코팅: UV, 무광, 송짂, 라미넥스 등

형압

별색 처리

박 처리

접지: 2단, 3단, 대문접지, 병풍접지, 십자접지 등

에폭시

도무송

귀도리

앰보싱

타공

톰슨

오시

제본 방식

무선 제본

중철 제본

떡 제본

실 제본

스프링 제본

양장 제본

인쇄홍보물 제작 발주 요청서 사례

[제작 발주 내용]

❍ 발간형태: 백서(인쇄책)

❍ 발간면수: 100면 내외

❍ 사 양: 국배판(210X297mm)

❍ 부 수: 1,000부, e-book 1부

❍ 인 쇄 및 제본: 원색 옵셋인쇄 (4도 이상),무선제본

❍ 지 질

-표지(S/W 200g/㎡)

-내지(S/W 150g/㎡)

Part IV

케이스 스터디
(국내외 우수사례)