

## Секреты полиграфического производства (Советы ПРОФЕССИОНАЛА)

**Н**аверное, многие из вас испытывали разочарование, получив из типографии каталог, буклет или просто рекламную листовку, где любимые вещи, на изготовление которых было потрачено немало сил и времени, вдруг представляли в таком виде, что их не только не хотелось бы купить, но даже и смотреть противно. И чтобы это ни было — мебельный гарнитур, ювелирные украшения или алюминиевый прокат — результат один: деньги потрачены напрасно, реклама в лучшем случае не получилась, в худшем — превратилась в антирекламу. Но не спешите обвинять типографию (хотя не исключено, что и ее вина в этом была). Главная причина, по-видимому, в недостаточной информированности о технике и технологии различных сторон полиграфического производства и особенно цветопроизводства. И, как следствие — ошибки в оценке возможностей и выборе исполнителей на всех этапах от фотосъемки до печати. Что же нужно знать, чтобы в дальнейшем избежать этих ошибок? Постараемся остановиться на наиболее важных моментах.

### Действие первое: фотосъемка.

Хорошие слайды, сделанные профессиональным фотографом, — необходимое условие успешной печати. Лучшие результаты дает студийная съемка, когда у фотографа есть возможность выставить свет и добиться светотеневого рисунка и «портретного сходства» с вашими изделиями. Съемка с фронтальным освещением от вспышки, как правило, не годится, т.к. делает изображение плоским и вялым. Можно использовать и цифровую съемку, однако нужно помнить, что все вышесказанное о вспышке и студийном свете относится и к цифровым камерам. Кроме того, на сегодняшний день, широта цветового охвата цифровых камер, все еще несколько меньше, чем у слайда. Поэтому при съемке живописи и объектов со сложными цветовыми градиациями, следует отдать предпочтение слайдам.

При интерьерной съемке, съемке мебели, крупного оборудования и т.д., будет полезно использовать рекомендации дизайнера, которому вы доверили делать для вас оригинал-макет каталога, буклета и т.д.

Как правило, дизайн-студия может вам предложить своего фотографа. Но, если вы решили сэкономить и выполнить съемку своими силами, помните: «скупой платит дважды». Бытующее мнение о том, что любой плохой слайд можно исправить компьютерной ретушью, абсолютно несостоятельно. Во-первых, такая ретушь требует длительной работы и дорогостоящего оборудования, и вам придется заплатить за ретушь больше, чем за хороший слайд. Во-вторых, чаще всего такие слайды вообще не поддаются исправлению из-за потерянной информации о цвете.

### Теперь о дизайне.

Два основных вопроса:

Как выбрать дизайнера или дизайн-студию?

Как оценить качество предлагаемого вам дизайна?

Ответы на эти вопросы — это тема отдельной статьи, которая появится на страницах «Профессио-

нала» в ближайших номерах. Сейчас хочется остановиться только на взаимосвязи дизайнера и полиграфического производства. Чтобы не оказаться в ситуации с мертворожденным ребенком, когда ни одна из типографий не берется за реализацию дизайн-проекта, а если и берется, то по такой цене, которую не может оправдать никакая благородная рекламная цель, необходимо с самого начала, при постановке задачи, ориентировать дизайнера на технологические возможности типографии, в которой предполагается разместить заказ. Если дизайн-студия постоянно работает с одной или несколькими типографиями, как, например дизайн-студия НП-Принт, это требование выполняется автоматически. Если вы рассматриваете самостоятельно разместить заказ в типографии, то рекомендуется выяснить следующие сведения: возможность работы с дизайнерскими сортами бумаги, в том числе и цветными, возможности (особенности) печати красками Pantone, максимальную и минимальную толщину бумаги, используемый кегль цветных шрифтов и минимальную толщину цветных линий, возможности послепечатных процессов (отделочный лак, вырубка, тиснение, припрессовка фольги и т.д.), возможности брошюровочно-переплетных процессов. Также будет полезно определить экономически выгодный формат вашего будущего изделия, исходя из формата печатного листа.

### Следующий важный этап полиграфического производства — препресс.

Традиционно под этим термином понимают адаптацию оригинал-макета, созданного дизайнером под конкретный печатный процесс, написание PS-файлов и вывод пленок цветоделения. Уже из самого определения ясно, что для достижения наилучшего результата в печати, необходимо, чтобы препресс делался не под какой-то усредненный процесс, а под конкретную типографию в непосредственном контакте технолога типографии и препресс-инженера. Параметры, согласуемые с технологом — это порядок наложения красок, трепинг, линиатура печати, процентное соотношение красок в составном черном, спуск полос, гриппинг и др.

Но, пожалуй, самым важным аспектом препресс-работ является подготовка к печати цветных изображений, включающая сканирование, ретушь цвето-коррекцию и изготовление цветопроб.

Сейчас уже ни для кого не секрет, что наиболее точный и предсказуемый результат воспроизведения цветового изображения какого-либо оригинала на печатном оттиске возможен только при применении современных систем управления цветом (CMS-Color Management System), таких как реализованная в препресс-студии и типографии НП-Принт.

Главным аспектом технологии CMS является калибровка и профилирование всех устройств, участвующих в процессе создания полиграфического продукта (сканеры, мониторы, устройства вывода цветопроб и вывода пленок, печатная машина и копияльное устройство).

При этом обеспечивается соответствие цветового изображения на экране монитора, цветопробе и печатном оттиске.

Технология CMS, ее реализация и функционирование может быть отдельной серьезной темой для разговора. Но даже из того, что уже было сказано о CMS, следует, что для достижения наилучшего результата препресс должен быть ориентирован не только на конкретную типографию, но даже на конкретную печатную машину. Возникает естественный вопрос: а что делать, если пленки уже где-то вывели и даже где-то сделана цветопроба? В этом случае вы обречены на многочасовое стояние у печатной машины, пока печатник с переменным успехом будет пытаться попасть в ваши цветопробы, и, в конце концов, придется согласиться на некоторый устраивающий вас компромисс, т.к. абсолютного соответствия цветопробе добиться так и не смогли.

### И так мы переходим к следующему процессу — печати.

Понятно, что наличие в типографии технологии CMS сэкономит вам время и нервы. Но если ее нет, то запросите в типографии параметры растискивания печатной машины, на которой будет выполняться ваш заказ, передайте их в препресс-студию, где вам готовят оригинал-макет. Это существенно приблизит вас к предсказуемому результату. Что еще следует узнать?

— Марку печатной машины. Сейчас половина рынка полиграфических машин принадлежит немецкой

фирме Heidelberg, и это говорит само за себя.

— Год выпуска. Старые машины имеют большой износ механических узлов, что приводит к ухудшению равномерности раската краски, «полошению» на сплошных цветовых заливках, смазыванию растровой точки.

Новые машины, как правило, лишены этих недостатков. Очень важен входной технологический контроль, когда возможные дефекты переданных вами в типографию материалов выявляются еще до постановки в печать. Это экономит вам много денег.

Теперь немного о переплетно-брошюровочных процессах.

Именно на этом этапе ваше изделие приобретает тот вид, которого вы добивались. Поэтому, чтобы не разочароваться потом, внимательно изучите образцы, которые предлагает выбранная вами типография. Обратите внимание на обрезы, чтобы были ровными, без зазубрин и заусенцев; чтобы был правильно сформирован корешок; чтобы было плотное, не рыхлое шитье в шито-клееном и твердом переплете. В общем, если эти изделия вызывают желание взять их в руки и полистать, то, скорее всего, и ваш заказ будет выполнен качественно.

В заключение хотелось бы выразить надежду, что все вышесказанное поможет вам сориентироваться в многообразии услуг, предлагаемых на рынке полиграфии, и правильно выбрать партнеров. ■

Александр Андрущенко

ИЗМАЙЛОВСКИЙ ПР., 29  
[812] 324-65-15  
DESIGN@NPPRINT.COM  
DOLEV@NPPRINT.COM

УЛ. ЛЬВА ТОЛСТОГО, 7,  
ОФИС 101 / [812] 380-16-20  
AVANTRA@NPPRINT.COM

ДИЗАЙН  
ВЕРСТКА  
СКАНИРОВАНИЕ  
РЕТУШЬ  
ФОТОВЫВОД



ПЕЧАТЬ  
БРОШЮРОВКА  
ПЕРЕПЛЕТ

НАБ. ОБВОДНОГО КАНАЛА, 14  
ТЕЛ. (812) 325-22-97  
NPPRINT@COMSET.NET

УЛ. ЛЬВА ТОЛСТОГО, 7,  
ОФИС 101 / [812] 380-16-21  
PRINT@NPPRINT.COM

