

Ремесло ± искусство = цветоделение

Записки печатника-дизайнера

Не вдаваясь в долгие предисловия, обращусь к давно назревшим и набравшим проблематизацию, каковыми являются: подход к цветоделению вообще и к подготовке файла к печати в частности, отсутствие взаимопонимания между участниками процесса допечатной подготовки — как между собой, так и со специалистами печати как таковой.

Кто должен нажать на магическую кнопку СМЮК: художник, сканировщик или подготовленный верстальщик? Где толком определено и регламентировано, что такое цветоделение на компьютере и как оно связано с цветокоррекцией? Да и вообще, что такое цветокоррекция, и в каких цветовых моделях (RGB, Lab, СМЮК, HSB, Multichannel, Indexed Color) ее производят, а в каких — нет? И каким боком коррекция привязана к цветоделению? Участвует ли печатник в процессе цветокоррекции и насколько сильно она зависит от него, а насколько — от дизайнера? В предлагаемой статье сделана попытка как-то ответить на все эти вопросы с точки зрения печатника офсетной печати, перешедшего семь лет назад на работу в издательство.

Начнем с иллюстративного примера. Возьмем хотя бы логотип Издательского дома «КомпьютерПресс», присутствующий на обложке нашего журнала. Его цветоделение можно осуществить с предустановленными в Photoshop настройками, как на рис. 1, где во всей своей первозданной красе вылезает при печати «мистер Муар» в тонких линиях дискеты.

Можно, как стали делать только с первого номера КомпьюАрт

2001 года, поделить в отдельном файле, с параметром Black Generation = Maximum, а затем окончательно собрать обложку в Photoshop в режиме СМЮК. Однако и на рис. 2 тонкие линии на дискетке вырождаются в большие растровые точки, правда, зеленая надпись «Компьютер» уже не содержит «лишних» цветов, помимо СМЮК = 100:0:100:0.

Можно, наконец, подлинковать наш логотип в векторном виде в любую программу верстки и получить идеальный результат, как на рис. 3. Очевидно, что тонкие векторные линии, растрингованные не в Photoshop с разрешением 240–300 dpi, а на RIP'e — аппаратно-программном выводном устройстве — с разрешением 2540–3000 dpi (то есть с десятикратной точностью) выглядят на печати гораздо лучше, даже при рассмотрении сквозь лупу.

Почему же столь очевидные вещи, как правильное растрингование и цветоделение обычного векторного логотипа, нельзя сделать правильно? Да потому, что художник, собирая целиком макет обложки в Photoshop в цветовой модели RGB, создает не готовое к печати изображение, а красивую картинку, пригодную к распечатке на хорошем струйном принтере, — показуху. После того как сочная распечатка фотореалистичного Epson утверждается в качестве обложки самым высоким начальством, художнику не приходит в голову, что работа по допечатной подготовке не закончена, а только переходит в новую стадию. А верстальщик, выводящий пленки в режиме цейтнота, получив ложную информацию о том, что все

Михаил Сартаков

готово и утверждено, просто нажимает кнопку «принт». И времени на большее в технологической цепочке внутри издательства просто не отпущено. Мои неоднократные попытки убедить коллег по цеху, что макет, собранный целиком в Photoshop, годится разве что только для показа, ни к чему пока не привели. И в последней версии растровой программы от Adobe — Photoshop 6.0 — полноцветный макетчик текста становится большой ложкой дегтя в маленькой бочке меда. Результат растрингования тонких элементов, в том числе и мелкого текста, всегда будет выглядеть, как на рис. 1, если только производительность компьютеров не повысится вдруг раз в пятьдесят и не позволит свободно работать с полосной графикой не на 300, а на 3000 dpi, да не в RGB, а в СМЮК. Даже в Corel можно ожидать результата, представленного на рис. 2 и 3, но скорее все-таки как на рис. 2. И только в классической связке Photoshop + Illustrator + Quark (или PageMaker, если не пренебрегать его странным трепингом по цветам, а не по объектам, как в Quark) можно достичь результата, представленного на рис. 3.

Относительно содержания и отображения рисунков 1, 2 и 3 со мной, конечно, можно поспорить, но работа указанных программ в целом такова, какова есть.

Не раз приходилось читать о том, что большинство огрехов в подготовке к печати цветных изображений происходит по причине неполного перечня обязанностей сотрудников. Например, цветокоррекцию или ретушь может сделать и сканировщик,



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

и художник, и верстальщик, а в результате — может не сделать никто. А трепинг все могут переложить на дорогую программу типа TrapWise на RIP'e, которую мало кто видел. Думается, однако, что причина ошибок не ограничивается одним перечнем обязанностей, а заключается главным образом в том, что на каждом этапе участник процесса должен быть не только профессионалом в своей области, но и иметь представление о дальнейших процессах всей технологической цепочки — вплоть до печати. К сожалению, среди «дэтэпэшиников» — служителей предпечатной подготовки — такого знания часто нет и в помине.

Приведу пример. Высокопрофессиональный художник, к которому в полной мере применимы такие эпитеты, как талантливый, маститый, ведущий и т.п., работает над созданием новогоднего календаря (КомпьюАрт № 1'2001, четвертая сторона обложки). Набирает, как положено, календарную сетку в векторной программе, в нашем случае в Corel, и... внедряет ее слоем в Photoshop. Сфлачивает, нажимает команду СМΥК, даже не обратив внимания на то, что сетка белая на темном фоне, а параметры цветоделения черного самые обычные — Medium, и отдает готовый тиф-файл верстальщику, то есть мне, к выводу на пленки. Слава богу, время до сдачи номера еще остается, и первое, что я делаю — перерабатываю макет заново. Нет, я ни в коем случае не вмешиваюсь в оформление: не верстальщика это дело! Но перевожу календарную сетку из Corel в *.eps, делаю в Illustrator трепинг по черному фону (СМΥК=0:0:0:100) цветных буковок выходных и праздников и сохраняю отдельным файлом. Сделать в Corel правильный трепинг —

это не для моих умственных способностей!.. Начинается самое интересное — работа с картинкой в Photoshop. Прежде всего в исходном RGB-файле отключаю слой с календарной сеткой. Свою вместе все слои, кроме черного фона. Перевожу в цветовую модель СМΥК с обычными настройками для черного Medium, а затем перекрашиваю фон из СМΥК=61:47:45:100 в СМΥК=0:0:0:100. Остается свести слои, заверстать в чем душе угодно — я делаю это¹ в QuarkXPress — и вывести на пленки. Работа на полчаса, ну минут на сорок с моим хиловатым для полноценной работы в Photoshop компьютером, а результат — конфетка. Однако резюме — грустное: художник по-прежнему твердо уверен, что в Photoshop календарная сетка осталась векторной (клянусь, он в этом убежден!!!), а цветоделение «без заморочек» — это правильно.

Можно возразить, что я не получил насыщенного черного, того, что любит и всегда применяет уважаемый верстальщик КомпьюАрт Алексей Сорокин: Black Generation=Light. Но зато и мелкие белые буквы сетки читаются отчетливо, а не посечены со всех сторон растровыми точками всех цветов. А под УФ-лаком мой черный фон выглядит чернее ночи. Более того, «глубокий черный» (типа СМΥК=61:47:43:100) выигрывает в плотности, но проигрывает по оттенку — грязноват. Особенно эта неприятная оттенокность видна на больших запечатанных площадях. В силу разных причин в триадной офсетной печати последовательность красочных секций не такая, как в одноименной цветовой модели — СМΥК, а — КСМΥ. Иногда меняют порядок голубого и пурпурного, но в целом доминирует схема: первый цвет — черный, последний — жел-

тый. Так было десять-пятнадцать лет назад, когда я работал в офсетном цехе на шестом этаже типографии «Красный Пролетарий», так остается и сейчас. Ну а если заглянуть в прошлое еще дальше, то, пока химики — производители красок не изобрели достаточно прозрачный желтый пигмент, кроющая желтая всегда накатывалась первой.

Многие современные дизайнеры имеют свой любимый рецепт глубокого черного цвета типа СМΥК=40:0:0:100, но в описанном случае с календарем я добивался максимальной читабельности сетки.

В текущем номере у меня не хватило времени на переделывание похожего макета. Как получились при печати мелкие белые буквы на ультра-черном фоне, без вмешательства ремесленника в область искусства, можно посмотреть на с. 31.

В силу сегодняшних моих должностных обязанностей я довожу до верстки или пленок чужие работы, поступающие из всевозможных допечатных контор, — оптимизирую рекламу в три ежемесячных журнала. Около 70% получаемых нами макетов созданы на платформе Macintosh, остальные — на РС. Полосную рекламу вывожу на пленки, модульную — трансформирую в файл, пригодный для верстки в PageMaker на РС. Могу с уверенностью констатировать: подавляющее большинство, приблизительно 98%, макетов не дотягивают до моих и типографских требований. При этом мое вмешательство в макет часто воспринимается заказчиком крайне болезненно, но в неисправленных ошибках, вылезших при печати, обвиняют именно меня. Так и верчусь между Сциллой и Харибдой. Возможно, дело в специ-

¹ Вовсе не вопреки статье Д. Дорохина «Я делаю ЭТО в Corel», КомпьюАрт № 2'2001, с. 38.

фике рекламного рынка, где заказчик норовит обвинить типографию, издательство и меня лично в «срыве Рекламной Акции» и не заплатит из-за какой-нибудь картинке какого-нибудь логотипа величиной со спичечную головку, напечатанного, по его, заказчика, мнению, недостаточно красным/синим/зеленым/серо-бурмалиновым.

Никогда не забуду приключившейся год назад истории с макетом одной крупной компьютерной фирмы (название редакции известно). Уже одно то, что дизайн был сделан в Corel, должно было насторожить. Как справедливо заметил Алексей Сорokin в предыдущем номере КомпьюАрт, в Corel любой может сделать что угодно. Но сделать в Corel хоть что-то правильно доступно только очень опытному пользователю этого программного продукта. А от себя добавлю: отловить все ошибки новичка в Corel не под силу даже автору статьи «Я делаю ЭТО в Corel». Вот из-за такой «замечательной» парадигмы модного программного продукта крупная компьютерная фирма оштрафовала не своего работника — автора макета — выпускника краткосрочных компьютерных курсов, а старейшее издательство и его верстальщика с многолетним опытом работы, в том числе и в Corel.

Довольно, однако, о плохом. Обратимся к положительному опыту цветоделения. В КомпьюАрт (№ 12'2000, четвертая сторонка обложки) был представлен макет, полностью созданный и сверстаный в RGB. Заказчик попросил сделать правильное цветоделение по моему усмотрению. Учитывая то, что раньше этот рекламодатель много раз предоставлял готовые цветоделенные файлы, но всегда был недоволен результатами печати, я взялся за доработку с особым вниманием. Поделил примерно так же, как в описанном случае с календарем (рис. 4), и остался доволен результатом. Но и на старуху бывает проруха: забыл сделать трепинг синего логотипа по черному фону, на что типографские работники немедленно обратили внимание на первой же стадии процесса — при монтаже. Это

повысило мое уважение к данной типографии и еще раз утвердило в мысли, что профессионализм ее специалистов не может быть подвергнут объективной критике со стороны дэтэпэшников. Все претензии — не более, чем «наезды».

Не так давно один дизайнер всячески поносил типографию за то, что она якобы не попала в цвет фона. Я открыл его файл, записал «циковую» составляющую цвета и приложил к оттиску веер Pantone-Process с требуемым колором. Попадание цвета — один в один! При откалиброванном мониторе — что это, как не предвзятость? Или неадекватное восприятие цвета?..

А что прикажете делать верстальщику, которому дают к выводу на пленки один-единственный 800-мегабайтный файл Photoshop формата A2 с двадцатью пятью слоями календаря, с картинками на двенадцать месяцев, с подписями к ним и с обложкой? А если подписи набраны там же, в Photoshop, восьмым кеглем, да еще и вывороткой по темному? Если не хочется потерять работу — нет, не художнику, все это наворотившему, а верстальщику, выводящему пленки, — потребуется как минимум целый день для переверстки всего этого добра. И нет уверенности, что даже потратив весь этот день на обучение художника, можно будет добиться от него в будущем лучшего результата...

Но нестыковки и разноречивой внутри издательства ничто в сравнении с той пропастью непонимания, что лежит сегодня между допечатной сферой и типографией.

Возможно, социологи когда-нибудь ответят, почему за последние десять лет бурного развития настольного препресса, когда большинство процессов — святая святых, — находившихся ранее в ведении типографии, перекочевали на издательские



Приведу один курьезный пример.
Попросился на печать пионер.
Говорит, все на месте решим,
Мол, печатник не непогрешим.

Вот подходит он смело к станку,
Денситометр висит на боку,
Цветопроба, огромная лупа, —
Всем запася наш друг, ведь не глупый!

Усмехался печатник усатый.
Не таких умирал он когда-то.
Но перечить не стал: пусть играет,
Шишек спесью своей набивает.

Пионер все никак не уймется
И над лупою чахнет, трясется.
Плотностей и давления вала
Проверяет значенья устало.

Парадокс, да и только, поверьте —
Не попасть, хоть умри, в цвет в буклете.
Вроде, все, как буржуи учили,
Все по шкалкам, но выглядит хило.

Там одна за другой две картинки.
То одна посветлеет — как льдинка,
То другая — темнее ночи.
Ну хоть кол на башке заточи.

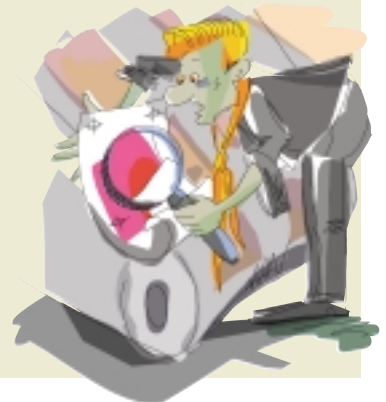
Плотность, ростиск, баланс увлажнения
Не приносят ему облегченья,
Хоть печатник смиренно меняет
Все, что в голову парню взбредает.

Час, два, три — за окошком темнеет.
Пионер наш от злости белеет.
Он в отчаянье вырвал волосы
И не смотрит уже на часы.

Еще миг — и упал он на землю,
Причитаньям фальцовщиц не внемля.
А печатник тем временем сплюнул,
Подкрутил и куда-то там дунул,

Пощаманил с раствором немножко,
Лупу кинул на счастье в окошко,
Глядь, а цвет-то и впрямь заиграл!
Будто бог иль шайтан помогал.

Юрий Пеньков (Санкт-Петербург)



компьютеры, — в редакциях, рекламных агентствах и пре-пресс-бюро, стали работать люди из каких угодно сфер деятельности, но только не из полиграфии. На всех уровнях — от владельца и директора до верстальщика и сканировщика — большинство сотрудников не знакомы даже с основами полиграфического производства.

Что же получила типография взамен, оставшись без своих традиционных функций в эпоху бурного расцвета настольных издательских систем? Стали ли цифровые способы цветоделения, оказавшись в руках профанов, лучше профессиональной аналоговой фотосъемки через светофильтры? Ошибки при трепинге, умопомрачительное «цветоделение», всепобеждающий муар — заменило ли все это надежную растровую сетку старой доброй типографии?!

От очень многих продвинутых деятелей претресса, чей профессионализм не вызывает никакого сомнения, приходилось не раз слышать в адрес типографий дословно следующее: они там краску разбавляют ослиной мочой; печатники — вообще все — сборище алкашей; пьяного печатника дядю Васю надо вообще заменить вместе с его печатной машиной, а если не получается, то бить по рукам и прочим частям тела без перерыва, пока танцевать не научится. Объяснение причины оголтелой типографии большинства работников претресса, на мой взгляд, следует искать скорее в области психологии, чем в области точных наук. Самый-пресамый мэтр предпечатной подготовки пасует перед последним забудьгой-печатником из-за своего полного незнания технологического процесса. Печатники указывают на ошибки без обиняков и порой в довольно резкой форме, а это задевает самолюбие. Страх порождает неприязнь. Любой издатель, в конце концов, целиком и полностью зависит

от типографии, а ведь так хочется наоборот — диктовать типографии свои чудовищные представления о процессе. Нередки в среде дэтэпэшников высказывания, подобные тому, что есть, мол, некие Стандарты, некие Приборы — вот пусть типография их и придерживается; есть же стандарты для печати фотографий в минилабах, а потому пусть и типография постарается из плохого цвета вытянуть хороший, а хороший не испортить — и все в одном флаконе. При этом как-то забывается, что фотографии выглядят по-разному даже и в одном минилабе. Как-то один из участников одной дтр-конференции хвалился, что печатает хорошие фотки вместе с крутым настройщиком агрегата минилаба под пиво, но наотрез отказывался поехать в типографию на приладку, причем под всеобщее одобрение конференции: типография что-то вроде химчистки, где все обязаны сделать все в лучшем виде без какого-либо участия со стороны дизайнера-верстальщика. Мол, растискивание растровой точки в Photoshop выставлено нужное, правильное якобы цветоделение по профилю сделано — что еще. Казалось бы, все подготовлено к печати чудесного тиража. И изображение, что фотографии из минилаба можно подкорректировать при сканировании и цветоделении, а тираж подкорректировать невозможно, не приходит в голову. А куда полезнее было бы пить пиво не с сотрудником фотолаборатории, а с печатником на приладке!

Не первый год у нас в стране проводится сертификация деятелей претресса. Немалых денег стоит получить свидетельство, подтверждающее высокий профессионализм специалиста допечатной подготовки. Жаль только, что настоящие специалисты прекрасно обходятся и без сертификатов, а никакой статистики о том, что же, собственно, знают и чего не

знают сертифицированные, не ведется. Мне представляется, что добрая половина из них даже не сможет назвать трех классических видов печати, процентов семьдесят не знают, что в офсете краска наносится не с формы на бумагу, а с формного на офсетный цилиндр и уж потом с «резинки» — на оттиск. И только процентов десять хоть раз в жизни бывали в типографии. С оказией... Очень уважаемый мною специалист как-то доказывал мне, что некие календарики были неточно порезаны не на резальной машине, а самим печатником прямо на приемке офсетной, по листочку, а не стопой. Причем доказывал



очень убедительно, мол, как же он целую стопку порежет... Большинство из читающих эту статью, думаю, были в свое время безмерно удивлены, что их журнал/книга/каталог были напечатаны не по одному листочку, как на принтере, а одним большим листом на 16/32/64 полосы, который потом фальцуются, подбирается с остальными, брошюруется и обрезается.

Довольно распространено заблуждение, что раз уж монитор откалиброван, то печатник просто обязан вос-

произвести все так, как выглядит на экране. Или в точности, как на цветопробе. Ведь у него есть Прибор под названием Денситометр! А то, что дешевая бумага, купленная с сырого склада «Рогов и копыт», несколько лет дождалась «своего» покупателя, никак не берется в расчет. И то, что в тираже не может быть двух полностью идентичных оттисков, — не заучено как дважды два. На мощном компьютере можно смоделировать ядерный взрыв, но невозможно смоделировать эмалгирование краски с

увлажняющим раствором при печати между 2000 и 2001 оттиском от Рождес... пардон, от пуска машины после остановки, да еще в сочетании с остаточной деформацией декеля после энного оттиска на энной скорости.

Сколько бы ни говорили печатники, ни писали технологи, в том числе и в КомпьюАрте, что все типы современной издательской цветопробы не могут быть адекватно воспроизведены при тиражной печати, и все они — дешевая лишь замена натоющему пробопечатному станку и скрупулезному выравниванию цвета на тиражной машине, от особо продвинутых деятелей пресса порой приходится слышать такое... Цитирую дословно: «Когда отдаешь в типографию вместе с пленками цветопробу, то пусть они только посмеют не попасть в цвет! Такую типографию можно заставить гонять один и тот же тираж хоть год. Причем бумагу они будут покупать сами — до тех пор, пока не сделают все как надо». И далее: «Цветопроба показывает, КАК можно напечатать с данных пленок, то есть цвета, которые я наделил. А типография должна из пленок выжать максимум. Если типография НЕ СПОСОБНА сделать так, как на цветопробе, то на фиг такую типографию. Я не соби-

раюсь под каждого печатника подстраиваться. Разделил, показал на пробе, какой цвет должен быть, и пускай технологи голову ломают, как сделать так же. Мне не важно предельное количество красок, растискивание, баланс серого и т.д. Под это должны подбираться расходники цветопробы. Я у себя на фирме (название



известно редакции) калибруюсь не под печатную машину, а под цветопробу. И независимо от того, какое растискивание имитирует пробу, именно ТАКОЕ растис-

кивание должно быть установлено на печатной машине в процессе печати ДАННОГО тиража».

Вот так, хоть стой, хоть падай...

Комментарий к этим перлам заслуживает отдельной статьи. Тем более что их автор — не последний сотрудник известной по активной саморекламе российско-голландской полиграфической фирмы. Сотрудник, чей «профессионализм в области полиграфии», по словам одного из учредителей молодой компании, «подтверждается ежеквартальной аттестацией».

Кто-то из заказчиков не знает, что существует пробопечатный

станок, кто-то не может оплачивать дорогое удовольствие. Но зачем же по дюпон-хромалину монитор-то калибровать?! Это же цветовая погрешность, возведенная в квадрат! А ведь о подобном способе «улучшения» качества цветопередачи приходится слышать не впервой.

Печатник способен внести и всегда вносит серьезную, но ограниченную коррекцию цвета. А заказчик, не присутствовавший при печати, недоволен: там где монитор не был откалиброван, сканировалось с плохого оригинала, — могли бы подправить, а там, где все должно было быть хорошо, —

вмешиваться не надо было. Типичная точка зрения.

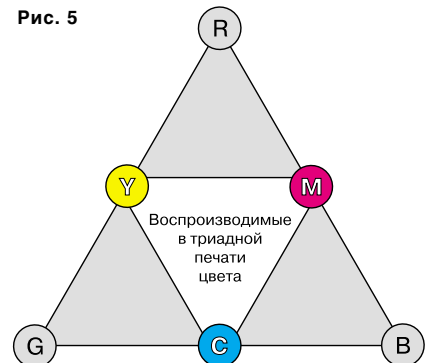
В тридевятом царстве, в тридесятом государстве в отсутствие заказчика печатался каталог красок для волос. Печатник изо всех сил старался, — подгонял сложные оттенки цветов по слайдам, по натуральным локонам — в общем весь тираж откатал просто гениально. А заказчику, оказывается, был больше важен фирменный цвет фона, а не цвет краски для волос...

С «фирменным цветом» имел как-то место и такой случай. В один прекрасный день заказчики принесли печатнику уже отпечатанный образец и потребовали точь-в-точь в цвет логотипа попасть. Да вот беда, печать заказали триадную, а требуемый цвет на образце закатан пантоном! Ладно, дали точную «цимковую» составляющую. Откатили тираж. Недоволен заказчик: желтой краски надо бы на один процент больше дать. Денситометром промерили: все сходится один в один с требованиями заказчика. Тогда печатник вырезает из большой таблицы наложения красок два квадратика типа СМУК=45:27:43:7 и СМУК=45:27:44:7, тасует их в руках за спиной и спрашивает заказчика, какой где цвет... И до сих пор заказчик уверен, что напечатали плохо, но уломали его пронырливые полиграфисты оплатить-таки испорченный тираж...

Недавно прочитал исповедь одного дизайнера, как он готовил некий макет для пятикрасочной печати, с бронзой (КомпьюАрт № 1'2000, с. 30). Не обратил внимание на трепинг, не подумал, что кроющая бронза обязательно будет печататься последней, если специально не оговорить порядок красок, оставил черный



Рис. 5



оверпринтом. Ну и запечатали ему эту черную бронзой, ей-же-ей, как будто и не было... Так он потом убедил типографию еще раз по бронзе черную накатать шестым прогоном за счет типографии. Bravo, уважаю подобную самоуверенность, а вот в типографию эту не обращайся: раз уж не могут свои интересы отстоять в ведомо выигрышном случае, значит — не сильно и хотелось. Основным аргументом нашего заказчика было то, что пленки изготавливались не где-то, а в самой типографии, но программное обеспечение было установлено на RIP не с его, заказчика, дистрибутива...

Нехватка знаний допечатной подготовки из-за разделения труда в последнее время начала проявляться и в типографиях. Но мало кто станет спорить с тем, что печатнику и не нужно знать Photoshop, Illustrator, QuarkXPress, PageMaker и Corel, чтобы грамотно откатать тираж. Я же попробую поспорить, но с целью лишь — поддержать родную мне полиграфию. Я из нее вышел и желаю ей только всего самого-самого. И вообще, ностальгия, знаете ли. В условиях, когда профессионализм полиграфиста растет, но адекватность восприятия заказчика с каждым днем снижается, с заказчиком уже не получается сотрудничать, а приходится все чаще бороться.

Когда печатник говорит, что не может хорошо отпечатать картинку на рис. 1, он должен уметь аргументировать свою точку зрения. И при сегодняшнем буме персональных компьютеров, вошедших чуть не в каждый дом, вполне можно бы ознакомиться с основами препресса, а не только в Quake играть. Они-то несоизмеримо проще основ полиграфического производства.

В типографиях среди печатников давным-давно принято называть голубую и пурпурную краски синей и красной. Так удобнее. Но отстаивая

свое право на «жаргонизмы» и «профессионализмы», печатники крайне негативно относятся к тем, кто называет эти цвета цианом и маджентой. Друзья, оставьте и нам, дэтэпэшникам, право на наши «цмики», «епсы» и «тифы». А вот тех, кто посоветует вам добавить в цветовую гамму зеленого, не надо убеждать, что зеленого цвета вообще нет в природе. Разъясните им про аддитивную и субтрактивную модели смешения цветов, нарисуйте палитру цветового охвата (рис. 5), чтобы не приставали: сделайте нам Green/Red/Blue, как на мониторе. Разная терминология вредит взаимопониманию печатников и дэтэпэшников. Печатники расшифровывают цветовую модель RGB примерно как РЖВ — красный, желтый, синий, а черный в CMYK — просто дополнение все к тому же «эРЖЭБ». И зеленый цвет в сочетании с красным может дать желтый только в том случае, если зеленую елку долго поливать красным кетчупом, пока та не засохнет до полного пожелтения. Но не менее комично выглядят и дизайнеры, рисующие все в RGB и полагающиеся на то, что «Адоба все продумала, так зачем менять параметры цветodelения для каждой конкретной картинке?», и при нажатии на кнопку CMYK сокрушающиеся: во что же превратились мои чудесные цвета?!

Печатник! Заучи и осознай взаимосвязь аддитивной и субтрактивной моделей смешения цветов на рис. 5! Проверь полученные знания в Photoshop. Половина претензий по цвету от заказчика отпадут сами собой, если ты нарисуешь ему эти два вписанные друг в друга треугольника. Расстояние от середин сторон между углами С, М, У до углов R, G, B и есть невоспроизводимые при печати цвета.

Дэтэпэшник! Если не можешь заучить и понять вышеупомянутую

схему, никогда не советуй печатнику прибавить/убавить зеленого — тебя не поймут! А пурпурный с голубым не называй маджентой и цианом: в типографиях приняты названия «красный» и «синий». Хотя это и противоречит физике, математике и биологии с ее цветовыми рецептурами человеческого глаза, «профессионализмы» лучше заучить для пользы общего дела. Пусть печатник считает, что у него в глазах четыре рецептора — красный, желтый, синий и черный: он ведь и вправду способен различить вдвое больше оттенков, чем ты, ослепленный монитором!

Степень участия живого печатника в правильной цветопередаче несоизмеримо больше, чем присутствие денситометра, цветопробы и монитора, откалиброванного по этой цветопробе и кривым растискивания. Но вопреки «сермяжной правде», все больше специалистов допечатной подготовки утверждают в мысли, будто бы печатник в издательском процессе — просто мало что значащий винтик, а цветокоррекция вслепую — дальтоника по цифрам на мониторе — идеальный способ повышения качества цветопередачи в полиграфии.

Парадокс взаимоотношений издательства и типографии состоит еще и в том, что любой образец «ненашенной» печати воспринимается как эталон. Финны, чехи и прочие забугорные печатники считают нас странной третьей мира: любая халтура пройдет, ибо своей достойной полиграфии, наверное, нет. И несмотря на неоспоримое профессиональное превосходство нашего дяди-васи, сотечественник-дэтэпэшник относится к родному печатнику, как к врагу. Смело надеяться, что разрешению столь противоестественного конфликта послужит в какой-то мере эта публикация. **А**