

Оперативная полиграфия. Допечатная подготовка

Вникаем, какие полиграфические работы делаются при допечатной подготовке

» Технологические этапы оперативной полиграфии

Про Оперативную полиграфию мы уже говорили в статье "Цифровая печать, офсетная печать" http://39print.ru/files/file/article_20.pdf

В этой статье продолжаем разговор.

Этапы технологических процессов в оперативной полиграфии не отличаются от типовых, присущих любому полиграфическому циклу:

- допечатная подготовка,
- печать,
- послепечатная обработка.

Однако, в оперативной полиграфии, использующей цифровую печать, есть свои особенности.

» Допечатная подготовка (препресс, prepress, предпечатная подготовка)

Допечатная подготовка включает в себя все процессы, предшествующие выполнению тиража:

- по задаче, поставленной Заказчиком, изучаются имеющиеся материалы (фотографии, сканы, тексты),
- формируется художественная идея, определяющая облик готового продукта,
- разрабатывается макет в электронном виде,
- электронная версия согласовывается с Заказчиком,
- изготавливается образец продукта – макет,
- макет согласовывается с Заказчиком,
- готовый файл передается в печать – этап допечатной подготовки закончен.

На практике, «в жизни», длительность допечатной подготовки может быть как очень короткой, так и длинной. Многое зависит не только от центра оперативной печати, но и от Заказчика.

Например, нужно сделать одну открытку. Вы приходите в центр печати с фотографией и идеей. Выполняется верстка по вашему плану, согласуется картинка на экране монитора, делается пробная печать и, – ура! – эта пробная печать и есть ваш выполненный заказ. На все вместе ушло менее часа.

Цепочка процессов будет значительно длиннее, если необходим тираж продукции, а Заказчик видит то, что ему нужно, только в общем виде. В таком случае, подготовительные технологические процессы могут многократно повторяться: делается несколько эскизных вариантов, после выбора и изготовления макета переделывается дизайн, опять печатается проба и т.д. Если изначально нет однозначности

варианта исполнения, этап допечатной подготовки окажется самым долгим во всем процессе изготовления полиграфического заказа. Например, неделю формировали идею, разрабатывали и согласовывали дизайн, затем, в течение суток, сделали готовый продукт.

Самый короткий путь к печати - принести файл с оригинал-макетом, отвечающий требованиям типографии. Однако реальность часто далека от идиллии. В лучшем случае имеется макет, в котором необходимо что-то заменить или подправить, а в худшем - нужно подготовить публикацию с «нуля». То есть, для полного соответствия макета печатной продукции требованиям производства нужна работа специалистов по допечатной подготовке (специалистов по препрессу).



Рис. 1. Проверка корректности цветопередачи на этапе допечатной подготовки

» Кто делает препресс

На полиграфическом производстве, не стесненном временными рамками и, в основном имеющем дело с очень большими тиражами – например, в солидном издательстве – в процессах допечатной подготовки занято много различных специалистов. Весь этап разбит на несколько процессов и в каждом из них задействован отдельный работник.

Дизайнер – определяет художественную идею издания, стиль, оформляет макет в соответствии с пожеланиями Заказчика.

Художник – рисует иллюстрации.

Корректор (не путать с косметикой) – проверяет грамматику и орфографию текста.

Оперативная полиграфия. Допечатная подготовка

Верстальщик – выполняет компоновку текстовых, иллюстративных и вспомогательных элементов.

Инженер допечатной подготовки или Мастер допечатных процессов (препресс инженер) – корректирует макет для выполнения требований печатного и постпечатного оборудования.

Технический редактор – осуществляет техническое редактирование издания с целью обеспечения его высококачественного полиграфического исполнения.

Весь перечень работ, который выполняют специалисты допечатной подготовки, должен выполняться и в работе оперативной полиграфии. Однако ее специфика приводит к необходимости совмещать функции различных профессий допечатного процесса в лице одного специалиста. Чаще всего, такой работник в разных печатных центрах называется дизайнером или дизайнером-верстальщиком.



Рис. 2, 3. Разные идеи дизайна реализованы при оформлении каталога продукции и услуг.

На самом деле – не переходить же Заказчику от одного рабочего стола к другому, если на всю работу отводится менее часа времени. А как быть, если в штате предусмотрен, кроме приемщика заказов, всего один человек?

Часто в «околопечатной» среде задаются вопросом:

« - Должен ли дизайнер уметь...?» Вместо трех точек в вопрос вставляются различные умения: рисовать, верстать, проверять орфографию, делать ретушь, цветокоррекцию, реставрировать фотографию и т.д.

Для центра оперативной полиграфии ответ однозначен – должен!

Вспомним значение слова «Дизайнер».

Дизайнер – художник-конструктор, специалист по дизайну.

В свою очередь,

Дизайн — творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования; неразрывная взаимообусловленная связь эстетики и технологий, в которой технология задает содержание (суть) вещи или процесса, а эстетика их форму.

Как видим, специальность дизайнера подразумевает знание технической и технологической стороны вопроса. Какой автомобиль сотворит дизайнер, не предполагающий, что у авто есть колеса?

Не случайно существуют дизайнеры интерьера, ландшафта, техники. С заданием на разработку печатной продукции идут к дизайнеру-полиграфисту, знающему особенности печатной машины и учитывающему все требования постпечатных работ, которые будут выполняться при производстве продукта.

Печать – в зависимости от печатной машины надо выбрать цветовой профиль, задать уровни белой, черной и серой точки, растискивание, исключить перелив краски и др.

Постпечатать – тираж пойдет на резку? Нужны метки реза. Переплет? Соответствующая компоновка на страницах. И т.д.

С другой стороны, специалист, прошедший обучение основам рисования, несмотря на то, что не использует беличью кисть в повседневной работе, располагает базой навыков и знаний, дающих ему солидную фору по сравнению с тем, кто кроме работы с графическими приложениями ничему не научился.

Получается, что квалифицированный дизайнер оперативной полиграфии – тот специалист, который умеет делать и грамотно выполнять все работы допечатной подготовки.

» Что в результате

Художественный уровень допечатной подготовки во многом определяется Заказчиком. Чем выше его требования к дизайну готового продукта, тем больше затрачивается времени на работу дизайнера – на эстетическую и художественную стороны продукции.

Товарищ дизайнер располагает набором разнообразных инструментов, позволяющих

достаточно быстро выполнить ряд «эстетических процедур» с макетом. Несколько нажатий на клавиши – и ваша фотография откорректирована по контрасту, цветопередаче, волшебным образом исчезли «красные глаза» и пятнышки на лице. Однако это сделал компьютер, это не ручная работа. Плох тот дизайнер, который не умеет пользоваться всеми имеющимися у него инструментами, который тратит часы там, где можно затратить минуты. Это «технологические» минуты. Технологическая сторона подготовки макета к печати предполагает выполнение всех требований, обуславливающих качественную печать и послепечатную обработку. Художественная, дизайнерская, креативная часть работы подразумевает творческое начало.

Дизайнерская работа начинается с идеи. Нет идеи – нет творчества. Есть верстка.

Оперативность, наряду с качеством, одна из основных задач оперативной полиграфии.

Представьте дизайнера, выполняющего десятки заказов в день. Способен ли он к постоянному генерированию потока идей? Для сокращения времени предпечатной подготовки используются шаблоны – дизайнерские заготовки на различные виды продукции.

К примеру, вам нужна визитка. Центр оперативной полиграфии предлагает вам разные, уже готовые варианты, где уже решены вопросы композиции, подбора шрифтов, цвета. Только вместо ваших данных внесены другие. Вы говорите: « - Я такую же хочу!», и дизайнер-верстальщик за три-пять минут, бесплатно, создает для вас персональный продукт. Вполне приличный, соответствующий вашему вкусу и стилю.

Однако у вас всегда есть выбор. Можно пойти не в оперативную печать, а в дизайн-бюро, или к «лучшему дизайнеру» фрилансеру, и сделать там разработку уникального дизайна для вашей визитки за хорошие деньги. Авторская работа стоит не дешево. Зато всегда можно будет сказать: «Дизайн этой визитки мне разработал сам...».

Но имейте в виду, что вполне возможно, работа эта не будет подготовлена к печати, так как не выполнен этап предпечатной подготовки. Не сделан выпуск под резку, шрифты и логотип в растровом виде, разрешение картинки не соответствует технологии печати...

Это неправильно. Если дизайнер позиционирует себя не ландшафтным, а полиграфическим специалистом, то общие требования к печатным и постпечатным процессам им должны быть выполнены. Но вам могут сказать – вы хотели дизайн, и вы его получили. Просто не выполнен этап препресс. В таком случае в полиграфическом центре, перед выполнением заказа, с вас, вполне справедливо, потребуют заплатить за работу специалиста допечатной подготовки. Иначе, тираж полетит в мусорную корзину – вы же его и не примете.

Каков же результат выполнения этапа допечатной подготовки?

В результате, после выполнения всех процессов допечатной подготовки, мы имеем файл, готовый к отправке в печать тиража и приложенный к нему, подписанный Заказчиком, макет изделия.

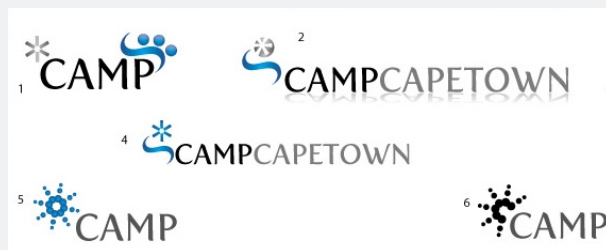
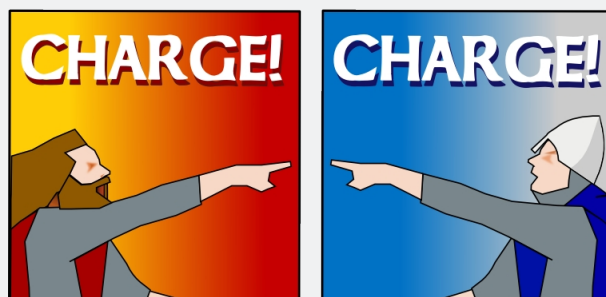


Рис. 4, 5, 6. Разные дизайнерские решения полиграфических заданий

Статью подготовил: Е.Чмель