

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН МАСТЕР-КЛАСС

рип-холдинг



Авторы

Боб Гордон, старший преподаватель курса
«Графический дизайн» в Университете Брайтона,
лектор Университета Кингстона, Лондон.

Мэгги Гордон, старший преподаватель курса
«Графический дизайн коммуникаций» в Университете
Кингстона и автор ряда книг по типографическому
дизайну.



Цвет в дизайне

Объясняет теории и системы
цвета, учит творческому подходу
к использованию цвета, включая
цифровое управление цветом.



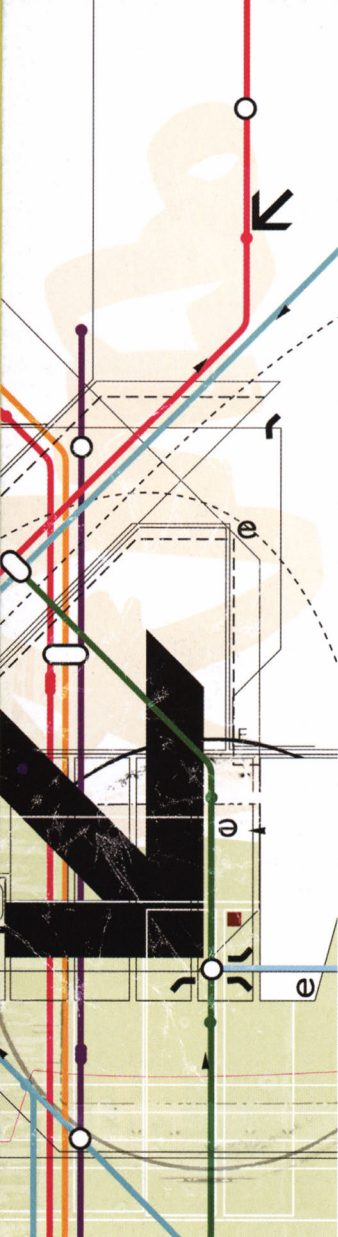
Иллюстрация

Полезные советы всем, кто хочет
освоить искусство создания
цифровой иллюстрации,
обработки изображений и
3D графики.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН МАСТЕР-КЛАСС



ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
РИП
ХОЛДИНГ



ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН МАСТЕР-КЛАСС



ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
РИП
ХОЛДИНГ

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН
МАСТЕР-КЛАСС

Copyright © 2012 РИП-холдинг
Copyright © 2012 The Ilex Press Limited

И. Д. РИП-холдинг
ISBN: 978-5-903190-51-5

The Ilex Press Limited
ISBN: 978-1-907579-03-5

«Мастер-класс». Издание в четырех томах
Том 1. «Графический дизайн»

Издано при финансовой поддержке Федерального агентства
по печати и массовым коммуникациям в рамках
Федеральной целевой программы «Культура России»

Все права защищены. Любое воспроизведение информации из дан-
ной книги, ее хранение в поисковых системах или передача любыми
способами — электронными, механическими, с помощью фотокопии
на аудио- и видеоносителях и т.д. возможно только с письменного
разрешения владельцев авторских прав. Все иллюстрации данной
книги использованы после уведомления и с согласия их авторов.
Составитель, издатель и типография не несут ответственности за
нарушение авторских прав вследствие публикации данной книги.
Все усилия предпринимаются для обеспечения точности информации.

Креативный директор: Питер Бриджутер
Арт директор: Джули Узир
Дизайнер: Грэхэм Дэвис
Научный редактор: Валентина Крылова

Первая публикация в России:
Издательский дом РИП-холдинг.
103009, Москва, Нижний Кисловский пер. 3.
Тел.: (495) 695-42-52
www.designbook.ru

Сделано в России

Вступление

ВСТУПЛЕНИЕ	8
РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНЕРА	10
КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЭТУ КНИГУ	11

Основы дизайна

Основы дизайна: значение	14
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОСТРАНСТВА	16
ВИЗУАЛЬНОЕ УДАРЕНИЕ	18
ШРИФТ: ОСНОВЫ	20
РАБОТА СО ШРИФТОМ	24
ДИЗАЙН КАК ПРОЦЕСС	28
РАЗБОРЧИВОСТЬ, ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ	32
МАКЕТ	36
ОРГАНИЗАЦИЯ И ИЕРАХИЯ	38
ИЗОБРАЖЕНИЯ	42
ЦВЕТ	44

Конструктор

Шрифт имеет значение	50
РАСТР И ВЕКТОР	52
ФОРМАТ КОМПЛЕКТА ШРИФТА	54

Дизайн для полиграфии	58
ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДИЗАЙНЕРА	60
НАСТРОЙКА ПАРАМЕТРОВ	62
МАСТЕР-СТРАНИЦЫ	64
ТАБЛИЦА СТИЛЕЙ	68
СВЯЗКИ И ТЕКСТОВЫЕ ПОТОКИ	70
ПОДГОТОВКА И ИМПОРТ ТЕКСТА	72
ИНДЕКСЫ И ОГЛАВЛЕНИЕ	74
ОБРЕЗКА И ОБРАБОТКА	76
ПРЕДПЕЧАТНАЯ ПРОВЕРКА	80

ЦВЕТА И ПОЛУТОНА	84
ПРЕ-ПРЕСС	86
КАЧЕСТВЕННОЕ ЦВЕТОДЕЛЕНИЕ	94
ИСКУССТВО ТРЕППИНГА	98
ЧТО ТАКОЕ КОРРЕКТУРА?	100
ЧТО КОРРЕКТИРОВАТЬ	102
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА С ПОМОЩЬЮ СТР	104
КАК КОРРЕКТИРОВАТЬ ЦВЕТОПРОБЫ	106
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PDF-ФОРМАТА	108
ЛИТОГРАФИЯ	110
ДРУГИЕ МЕТОДЫ ПЕЧАТИ	112
ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ	114
ПОСТПЕЧАТНАЯ ОБРАБОТКА	116
БУМАГА	118

Рекламный дизайн	120
Дизайн упаковки	128
Дизайн систем навигации	134
Дизайн выставок	144

WEB-дизайн

Дизайн интернет-страницы	154
ПЛАНИРОВАНИЕ ВЕБСАЙТОВ	158
ПРОИЗВОДСТВО ВЕБСАЙТОВ	160
ПРОГРАММЫ ДЛЯ ВЕБ-ДИЗАЙНА	162
ТЕРМИНОЛОГИЯ И ТЕХНОЛОГИИ	164
КОНВЕРТАЦИЯ ПЕЧАТИ В ВЕБ-ДИЗАЙН	168
HTML КОМАНДЫ	170
ЧТО ТАКОЕ XHTML	172
CSS	174
CSS-P	176
ТАБЛИЦЫ	178
ТЕКСТ-МЕНЕДЖМЕНТ	180
РАБОТА С ЦВЕТОМ ДЛЯ ВЕБ	184
РАБОТА С ИЗОБРАЖЕНИЯМИ ДЛЯ ВЕБ	186

Цвет/Рисунок

Цвет имеет значение	190
ТЕОРИЯ ЦВЕТА	192
ЦВЕТОВОЙ СПЕКТР	196
ОПИСАНИЕ ЦВЕТА	198

Создание изображений	200
ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	202
СКАНИРОВАНИЕ	210
ИНСТРУМЕНТЫ ОБРАБОТКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ	216
ИНСТРУМЕНТЫ ВЕКТОРНЫХ РИСУНКОВ	220

Справочник

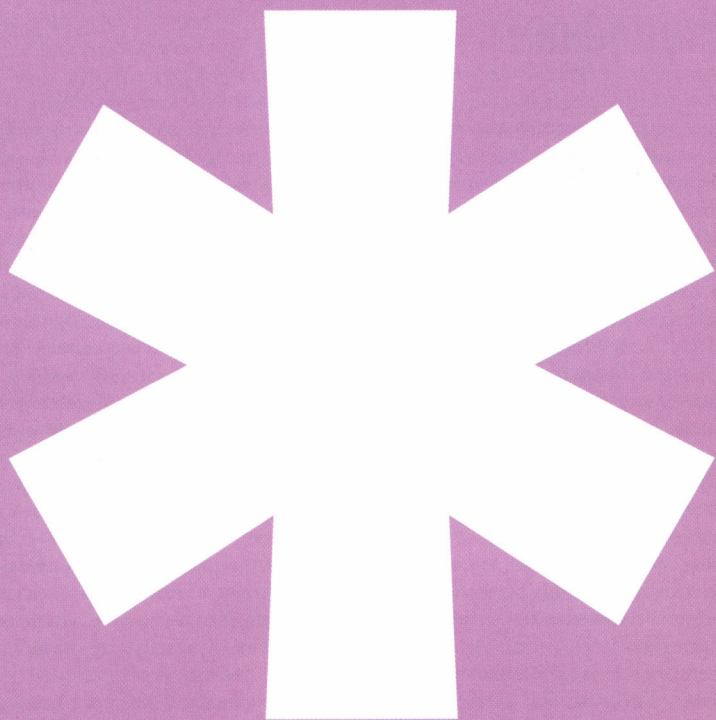
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА	224
ЗАПИСИ И ТАБЕЛИ	228
СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА	230
РАБОТА С ТИПОГРАФИЕЙ	232
КОПИРАЙТ	234
РАЗМЕРЫ БУМАГИ	238
АКЦЕНТЫ И ДИАКРИТИКА	240
ГЛОССАРИЙ	242
БЛАГОДАРНОСТИ	256



ВСТУПЛЕНИЕ


■ ВСТУПЛЕНИЕ

■ РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНЕРА



Слова «ЦИФРОВОЙ», «ГРАФИЧЕСКИЙ» и «ДИЗАЙН» приобрели особое значение. Людей, которых не коснулся информационный и технологический прогресс, в цивилизованном мире можно пересчитать по пальцам. Персональные компьютеры проникли, наверное, в каждый дом и стали частью каждого рабочего места.

Вступление



В современном мире понятие «цифровой» стало всеобъемлющим. Компьютеры функционируют с помощью потоков электронно-генерированных «цифр». У нас есть цифровые телефонные линии, цифровые принтеры, цифровое радио и телевидение плюс смежные сферы связанные с информацией, коммуникациями и дизайном. Наши технологии позволяют оцифровать и передать практически любые данные, будь то слова, цифры, звуки или движения.

Дизайн стал частью нашей повседневной жизни. В любой сфере современных коммуникаций и производств, будь то одежда, здания, потребительские товары, книги, развлечения, внутренне и внешнее пространство — графический дизайн играет ключевую роль. Сложно найти место, где бы человек не подвергался бомбардировке визуальными сообщениями.

Часто часть как опубликованной традиционным способом, т.е. печатной, так и цифровой веб-информации визуально беспорядочна или дисгармонична именно из-за скорости ее производства и передачи. В настроенном на постоянное получение информации — и сообщений — мире именно графический дизайнер должен бороться за порядок и четкость. Ключевыми моментами в

решении этих задач являются: понимание реакций аудиторий на визуальный материал, уровни концентрации и понимания этого материала и оценка степени влияния трендов.

Не менее важно понимать, как именно взаимодействуют мозг и органы зрения в процессе восприятия и обработки слов и картинок, какие нюансы влияют на восприятие формы, цвета и композиции.

Уже древние люди использовали знаки, формы и, главное, воображение для общения в реальном мире. Конечно, можно назвать древние манускрипты первыми работами «графических дизайнеров» — ведь в них текст изложен максимально эффективно и логично; тем не менее, именно изобретение печати, особенно в массовом производстве, сформировало графический дизайн как узнаваемую самостоятельную сферу деятельности.

Изобретение в XV веке подвижных литер, приписываемое Йохану Гутенбергу, радикально изменило дизайн букв. Рукописный шрифт развивался столетиями, огромное внимание уделялось не только форме букв, но и композиции, декоративному оформлению литер; развитие же печатного шрифта было стремительным и скорее коммерческим

процессом. Форма букв стандартизировалась, возникла необходимость придумать новые, упрощенные формы.

Графический дизайн эволюционировал как гибридная сфера деятельности, занимая что-то не только в изобразительном искусстве, но и в математике, инженерии и психологии. Менялось искусство, мода, вкусы и репрографические технологии. Радикальные изменения в коммерции и образе жизни в целом оказывали не меньшее влияние, чем творческий вклад художников, дизайнеров, стилистов и типографов. Тем не менее, самым ошеломляющим вкладом наиболее влиятельных дизайнеров современности было нежелание подчиняться истории. После Первой Мировой войны члены школы Баухауса рассматривали историю как некую мертвую условность и стремились либо изменить параметры, в которых работали их предшественники, либо полностью от них отказаться. Авангардное мышление — кстати, основной элемент графического дизайна — есть результат потребности оторваться от прошлого и исследовать возможности будущего.

Основное внимание в этой книге уделяется цифровому графическому дизайну или диджитал-дизайну, который является не столько результатом усовершенствования собственно компьютера, сколько графическим интерфейсом пользователя — GUI (graphical user interface), т.е. набором средств, с помощью которых пользователь взаимодействует с графическими символами на экране. Диджитал-дизайн — это инновация, заменившая привычные текстовые операции и позволяющая создавать графическое содержание.


С появлением в 1984 году компьютеров Масцифровая революция, охватившая традиционный графический дизайн, набрала невероятную скорость. Многие специальности практически потеряли свою актуальность, технические аспекты производства сузились до пространства компьютера, а дизайнерам пришлось оттачивать мастерство в областях, ранее не относящихся к их компетенции, причем круг вопросов становился все шире, начиная от владения пакетом программного обеспечения до цифрового представления цвета и освоения технологий воспроизведения цифрового содержания в печати и веб-дизайне.

Тем не менее, в графическом дизайне остались области, практически «не тронутые цивилизацией». К ним относятся генерирование и разработка идей и концепций, дизайн и типографические принципы, творческий подход к решению задач — то есть основные характеристики, отличающие графический дизайн от других дисциплин. К счастью, цифровые технологии предоставили новый инструментарий для исследований, реализации идей, расширения областей знаний, причем позволяют делать все это гораздо быстрее, гибче и экономичнее.

Графический дизайн находится в стадии перманентной революции. Например, веб-дизайн изменился до неузнаваемости с появлением нового программного обеспечения и новых стандартов. Сложно предположить, какие носители и какие программы мы будем использовать уже в ближайшем будущем. Как гласит пословица, «Если мы можем заглянуть в будущее, значит, мы смотрим недостаточно далеко».

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН будет процветать всегда, потому что идеи, инновации, правильная композиция и творческий подход не продаются готовым «комплектом».

Роль графического дизайнера



На сегодняшний день наибольший всплеск активности наблюдается в Интернете и мультимедийной индустрии. В дизайне интернет-страниц задействуются типографика, изображения, анимация, видео и звуки. Компьютеризация графического дизайна привела к появлению значительного количества с одной стороны несопоставимых, но частично совпадающих программ, что существенно расширило круг задач «графического» дизайнера.

В цифровом пространстве власть дизайнера поистине безгранична. Целый проект может быть придуман и высокопрофессионально выполнен на одном-единственном Apple Macintosh или PC. Упростился не только процесс «производства» — расширились возможности просмотра конечного результата, что, несомненно, сказалось на организации рабочего процесса. Благодаря доступным цветопробам можно посмотреть, как именно будет выглядеть конечный печатный продукт; технологии, подобные PDF-файлам, позволяют моментально передать и распространить материал; компьютерное моделирование позволяет просматривать творения дизайнеров в трехмерном пространстве; определенные программы «переводят» дизайн упаковки из плоского в реальный, а

слайд-шоу и рекламные ролики практически «оживляют» любую презентацию.

Работая с большим количеством смежных дисциплин, графический дизайнер должен ознакомиться и с технологией процессов производства, и с собственно продукцией, а так же привлекать специалистов смежных профессий.

Профессия «графический дизайнер» очень эмоциональная, яркая, активная и ... да, полезная. В ней креативность, изобретательность и воображение прекрасно сочетаются с аналитическим подходом к решению задач и методологическими выкладками. Дизайнеры должны разбираться в таких вещах, как «выделенный бюджет» и «производство». Успешный графический дизайнер всегда внимательно относится к потребностям клиента, готов предложить необычное, но эффективное решение визуальнo-коммуникационных проблем, а для этого необходимо тесный контакт с клиентом — прежде чем приступить к работе, нужно сформулировать бриф и разработать стратегию. Прекрасное понимание психологии человека, культура внутренняя и внешняя, способность быть лидером или членом команды, а так же внимание к деталям — вот что отличает превосходного дизайнера от посредственного.

Как использовать эту книгу

Задача этой книги — вдохновлять и информировать, а для этого мы предлагаем множество контекстных примеров визуальных коммуникаций и графического дизайна, а так же обзор основных дизайнерских методик и концепций. Так же в книге вы найдете наглядные примеры работ талантливых и находчивых дизайнеров и поймете, насколько многообразны задачи, которые должен решать графический дизайнер.

В «Графическом дизайне» мы постарались прояснить технический жаргон, который часто ассоциируется с миром компьютеров и дизайна.

В каждом разделе книги представлены реальные работы из сферы визуальных коммуникаций.

Часть первая — Основы дизайна, посвящена основным принципам, на которых строится интересный и эффективный дизайн. Этот раздел, в принципе, «далек от экрана», поскольку в большей степени охватывает творческий процесс генерирования идей и осознанного выбора одной из них. В этом разделе освещаются «кирпичики» фундамента, на котором строится хороший графический дизайн: форма, пространство, шрифт и способы работы с ним, как «эмоционально» использовать цвет и ритм, чтобы он из банального орнамента превратился в мощный инструмент воздействия.

Часть вторая состоит из подсекций, освещающих основные области дизайна поверхности. В нее входят: Дизайн для печати,

рекламы, упаковки, идентификационного комплекта и выставки.

Часть третья посвящена веб-дизайну для Интернета, Интранета и мультимедиа. Эта часть будет особенно полезна читателям, которые чувствуют себя «перегруженными» терминологией в данной области. В этом разделе четко изложено, как именно дизайнеру реагировать и адаптироваться к постоянно меняющейся информации веб-браузеров и компьютерных платформ.

Часть четвертая тщательно исследует технические лабиринты цвета и построения изображений.

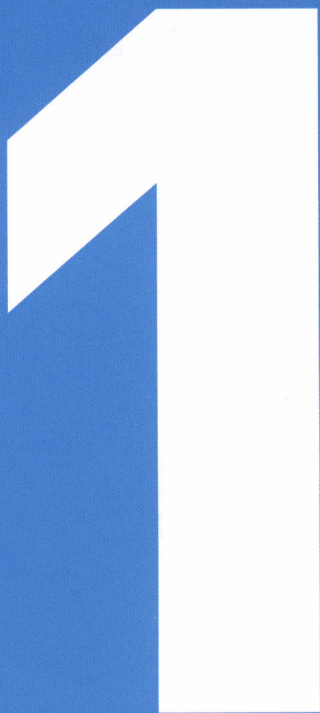
Цвет уже обсуждался в секции «Основы дизайна», но практикующему графическому дизайнеру необходимо понимать, как создается цвет и почему именно так. А поскольку создание, контроль и подгонка цвета играют огромную роль в графическом дизайне, характеристикам цвета и соответствующей терминологии уделено самое пристальное внимание.

Дизайнерам и художникам легко доступны компьютерные программы ретуши, монтажа, технического и художественного построения изображений. Мы проводим четкую параллель-сравнение работы растровых и векторных программ. Так же подробно обсуждаются создание спецэффектов, использование программ рисования и черчения и их взаимодействие.



ОСНОВЫ ДИЗАЙНА

■ ОСНОВЫ ДИЗАЙНА. ЗНАЧЕНИЕ



ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ Основой всех окружающих нас структур являются знакомые формы — квадрат, круг и треугольник, а так же их трехмерные производные — куб, сфера и пирамида. Не так много найдется в природе структур, которые нельзя соотнести, хотя бы визуально, с основными формами.

Основные принципы дизайна — это кирпичики, из которых строится фундамент графических коммуникаций. Чтобы понять ценность этих принципов, лучше всего начать изучать их вне контекста.

Эти принципы являются общими для всех дизайнерских дисциплин, это та самая константа в постоянно меняющемся потоке возможностей, с которым сталкиваются графические дизайнеры наших дней.

Квадрат и куб — статичные формы без направленного движения. Их можно использовать для обрамления, выделения областей, включения, притягивания и модульного разделения — квадрат будет прекрасно вписываться в практически любое окружение со сложной структурой. Квадрат сохраняет свою статичность и при растяжении, и в своем более динамичном проявлении — ромбе. Тем не менее, некоторые видоизменения квадрата задают направление взгляду и создают ассоциации. Например, открытые углы, удаленная или затененная сторона квадрата перемещают взгляд внутрь формы и создают ощущение входа или выхода. Вытянутый прямоугольник, направляет взгляд вдоль длинной стороны, заставляя искать подобные же выравнивания.

У круга две основные характеристики — он, с одной стороны, создает мощный фокус для взгляда, а с другой «проводит» взгляд либо вдоль собственной окружности, либо по окружающим его элементам. Обратный эффект вызывают серии кругов — они воспринимаются как само-сосредоточенные единицы и заставляют взгляд быстро перемещаться от одного элемента к другому, утомляя глаз. Хотя круги плохо «уживаются» друг с другом, все-таки можно заставить взгляд «проскользнуть» по их поверхности, физически соединив серии кругов. Шаг скольжения контролируется размерами кругов.

Справа: Гигантский 3D знак для детской больницы выполнен на базе основных форм и ярких цветов — дети легко узнают подобные формы. Веселая и шутивая тема поддерживается и в других элементах фирменного стиля.

ДИЗАЙН: EMERY VINCENT DESIGN,
АВСТРАЛИЯ



Треугольник — сбалансированная и стабильная форма и в двух-, и в трехмерном воспроизведении, он обладает выраженной динамикой, даже если он равносторонний. В отличие от круга и квадрата, динамическое направление взгляда можно поменять, всего лишь изменив пропорции треугольника, не особенно меняя его основную форму.

Человеческому глазу очень трудно игнорировать динамическое направление, задаваемое треугольником.

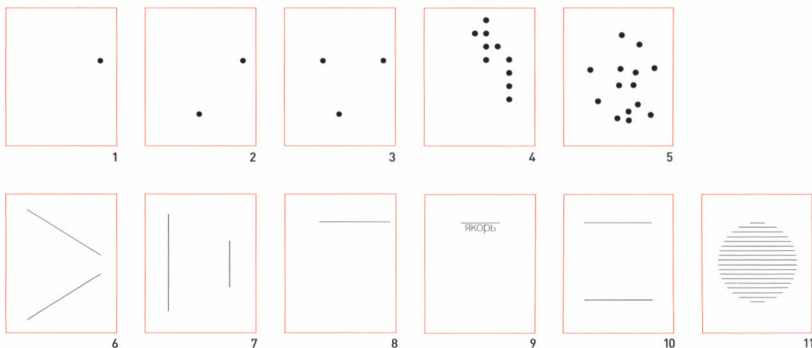
Важно осознавать, насколько сильно основные формы влияют на восприятие зрителя. Дизайнер сможет уверенно передать любое визуальное сообщение, грамотно соединив форму и содержание.

ТОЧКА, ЛИНИЯ, ПЛОСКОСТЬ — базовые элементы графического дизайна, как и основные формы, они влияют на общее восприятие любого сообщения. Большинство основных визуальных дизайн-решений включает комбинации этих форм и элементов. Их можно использовать эксплицитно (четко), имплицитно (неявно) или с разным уровнем сложности.

Использование пространства

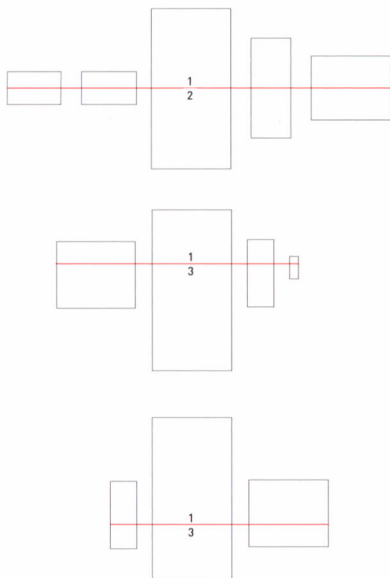
Точка указывает местоположение и играет роль визуальной «остановки». Единственная точка на чистом листе фокусирует взгляд (Рис 1). Взгляд фиксирует «взаимоотношения» между точкой и краем листа. Появление второй точки предполагает относительное позиционирование и автоматически связывает две точки между собой, отвлекая внимание

от окружающего пространства (Рис 2). Двигаясь между двумя точками, взгляд мысленно рисует прямую. Если появляется третья точка, она вступает в контакт с первыми двумя и создает треугольник (Рис 3). Добавляя больше точек, мы создаем группы. Позиционирование групп определяет последовательность просмотра и уровни важности (Рис 4, 5).



Рисунки:

1. Точка фокуса.
2. Точки предполагают линию.
3. Точки предполагают форму.
4. Организованная группа точек «ведет» взгляд, выделены начало и конец движения.
5. Группа с произвольным расположением точек. Не имеет определенного начала вынуждая взгляд «сканировать» группу.
6. и 7. Линии создают иллюзию глубины.
8. Взгляд скользит вдоль линии, расположенной ближе к краю плоскости.
9. Расположение линии ближе к верхнему или нижнему краю визуально ее закрепляет.
10. Линии могут использоваться, чтобы привлечь внимание к определенному пространству.
11. Из направленных линий разной длины можно построить изображение.



Слева: создание оси пропорционального деления пространства — хороший способ визуального координиро-

вания радикально отличающихся друг от друга элементов внутри единой концепции, например, выставочного пространства.

Плоскость — ограниченная поверхность или область, которая выступает в роли визуального контейнера, притягивая внимание либо к своим краям, либо к содержимому. Графические дизайнеры рассматривают плоскость как средство для создания (или ограничения) формата и пропорций, а так же как способ создания ритма внутри дизайна. Очень легко отвлечься на отдельные элементы на поверхности и забыть, что плоскость сама по себе — мощный элемент: «пустые» площади способны создать энергию внутри дизайна и перемещать взгляд из одной точки в другую. Эта энергия называется динамичное белое пространство.

Выбор формата обусловлен содержанием, производственными требованиями, либо совокупностью этих факторов. Существует ряд испытанных временем форматов. Для печати чаще всего используется международный стандарт размера бумаги А и В, в основе которого прямоугольник с соотношением сторон 1:1,414. Многократное складывание по короткой стороне образует прямоугольники с тем же соотношением сторон 1:1,414.

Деление пространства на равные части создает ощущение статичности, в то время как контрастное деление привносит динамику. На протяжении нескольких веков идеалом гармонии считается формула золотого сечения. Принцип его таков: соотношение меньшей части к большей равно соотношению большей части к целому — приблизительно 8:13.

Обычно линия указывает направление и соответственно «ведет» взгляд. Так же линия побуждает взгляд двигаться в заданном направлении. Направление задается либо непосредственным соседством двух элементов, как в случае с точками, или фактическим местоположением, как в случае с линией, например, линией текста, типографической линейкой, выстроенными в ряд изображениями или другими элементами. Стратегическое расположение нескольких линий может создать даже иллюзию глубины (Рис 6,7). Линии могут так же «создавать» форму, схематически изображать что-либо, объединять или разделять, ставить ударение или выступать в роли визуальных маркеров (Рис 8 — 11).

ДИНАМИКА, УДАРЕНИЕ, КОНТРАСТ Визуальное ударение — это создание визуальной иерархии и выделение определенных элементов благодаря особой организации сложной информации, которая направляет внимание зрителя на нужные элементы.

Визуальное ударение

1 Дизайнеру необходимо владеть принципами организации смыслового ударения, без него сложно создать четкое и ритмичное изложение материала, фокусировать и направлять внимание зрителя. Ударение, как и любой основной принцип дизайна, не существует сам по себе, в отрыве от целого. Примеры смыслового ударения с помощью размера, веса шрифта, цвета и местоположения можно найти в газетах, где общий ритм разбит в соответствии с небольшими «пакетами» информации. Встречаются разные способы смыслового ударения (или идентификации): заголовки (выделены размером), вступительный текст, выделенный жирным шрифтом (вес), цветовая линейка или тональное изменение в наборе текста (цвет), расположение элементов (размещение).

Размер создает ударение с помощью: контраста пропорций формата, шрифта, изображений, соотношения элементов, размеров, объема. Иногда чрезвычайное уменьшение элемента пропорционально большому формату может быть эффективнее, чем увеличение элемента до размеров формата.

Вес придает плотность, и варьируется от легкого до жирного. Вес часто работает вместе с размером, но особенно эффективен в небольших дозах в схожих по размеру и

форме элементах. Контраст по весу как единственный акцент эффективно работает в длинных текстах. Изменение веса между элементами или блоками последовательного текста может создать различные пространственные плоскости и повлиять на порядок чтения.

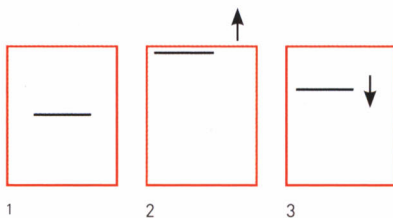
Цветом можно не только выделять элементы, но и создавать глубину сообщения с помощью ассоциаций, настроения, температуры и эмоционального воздействия цвета. Выбор подходящего цвета зависит от совокупности параметров. Случайный выбор или личные предпочтения — не лучшее решение, поскольку так можно создать неправильное ударение, отвлечь от содержания. Контраст цветов в совокупности с насыщенностью (интенсивностью) и яркостью (тоном) может существенно изменить смысловое ударение. Типографический «цвет», создаваемый весом шрифта, так же может использоваться в качестве легкого ударения или контраста.

Не меньшее влияние, чем цвет, на ударение оказывает расположение элементов. Местоположение настолько неотъемлемо от визуальной коммуникации, что его роль часто недооценивается. Местоположение тесно взаимосвязано с пространством и стратегическим размещением элементов. Оно может

ненавязчиво или активно притягивать внимание к элементам в отдельности или к дизайну в целом. Маленькая колонцифра сама по себе достаточно незаметный элемент, но благодаря своему уникальному положению на странице, сразу бросается в глаза.

Абзацный отступ создает шаг в целом документе. Грамотно используемое местоположение элементов не нуждается в поддержке других методов создания смыслового ударения.

Контраст создает визуальные зацепки и, подобно тону привносит элемент интриги. Без контраста графические коммуникации будут

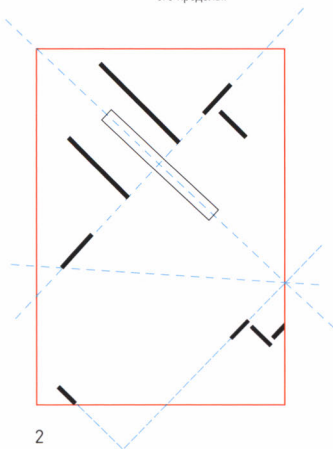


Вверху: 1. Четкое центральное местоположение элемента фиксирует его в пространстве.
2. Элемент, расположенный слишком близко к краю пространства, выводит взгляд за его пределы.

3. Элемент, расположенный ближе к левому краю и на одну треть от верхнего края, направляет внимание внутрь пространства.



1



2

Слева: 1. Ассиметричное расположение наиболее выигрышно в том случае, если элементы сгруппированы достаточно свободно и расстояние между группами и вокруг них достаточно свободно, чтобы взгляд мог перемещаться без помех.

2. Диагональное расположение требует тщательной структуры, иначе взгляд будет хаотично перемещаться от одного элемента к другому. Чтобы этого избежать, нужно создать основные линии движения.

скучными и плоскими. Контраст создается с помощью визуальных противопоставлений или «несхожести» элементов. Контраст может быть качественным и количественным, очевидным или утонченным. Использование контраста определяется требованиями концепции и дизайнера как единого целого. Полезно рассмотреть возможности исполь-

зования контраста внутри основных групп — размера, цвета, веса и местоположения.

Чтобы стать эффективным инструментом, контраст должен вписываться в концепцию и не противоречить смысловому ударению. Чрезмерное увлечение контрастом может разрушить визуальный фокус — элементы будут «бороться» за внимание зрителя.

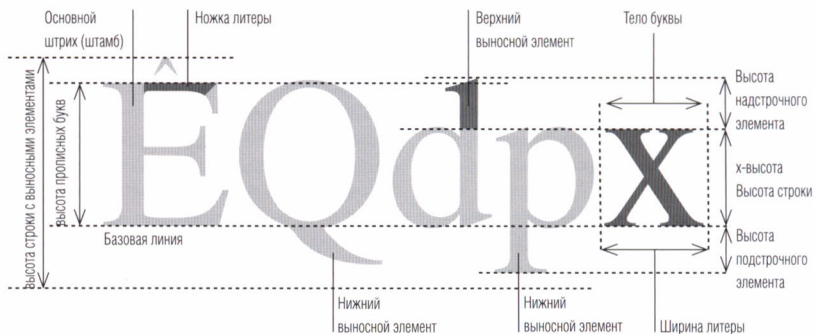
МЕХАНИКА ШРИФТА Дизайнер должен воспринимать шрифт не только эстетически, но и технически — понимать, как и из чего «собираются» элементы шрифта. Каждая буква алфавита — сложносочиненная, и состоит из определенного набора прямых линий и изгибов, которые и придают ей неповторимый вид.

Шрифт: основы

У всех букв есть несколько постоянных физических характеристик, которые не зависят от дизайна, стиля или размера. К ним относятся: базовая линия (линия, на которой находятся все буквы), высота строки (высота строчных букв), высота строчных букв с выносными элементами, и вынос подстрочных элементов букв. Чтобы не возникало путаницы, каждый элемент буквы имеет название (смотрите рисунок внизу). Элементы некоторых букв — уникальны и сами по себе, и по типу шрифта, как, например, концевой элемент строчной буквы «у» или нижний выносной элемент прописной «Q».

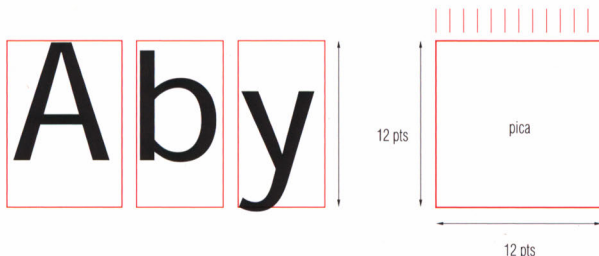
Внизу: Один тип шрифта от другого отличается разным набором графических характеристик, например, наклон «буквенных просветов», размер относительно высоты строки, форма «подстрочных элементов», и высота «надстрочных элементов» — все это специально разрабатывается дизайнерами шрифтов чтобы шрифт создавал определенное впечатление.

Далее шрифты различаются по стилистике и весу, индивидуальным для каждого семейства шрифта: обычный (часто называется Roman или «обычный»), курсив, полужирный, жирный, экстра-жирный, тонкий, и т.д. Разница между шрифтами может быть выраженной или практически незаметной.



Справа: пункты и пики.

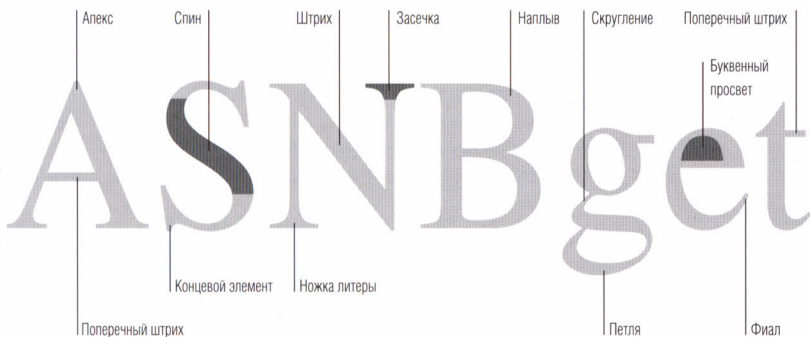
Пункт равен 0,35136 мм. Пика равна 12 пунктам. Все размеры шрифта (т.е. размер тела буквы) измеряются пунктами. Ширина колонок традиционно измеряется пиками, хотя современные диджитал-дизайнеры предпочитают оперировать миллиметрами и дюймами.



Специфические характеристики позволяют отличать литеры друг от друга, общая же форма литер, контрформ и буквенных просветов создает характер шрифта. Оценивая внешний вид букв, дизайнер просчитывает, насколько он удовлетворяет поставленным целям, и подбирает тип шрифта в соответствии с потребностями дизайна в целом.

Размер шрифта подчиняется общей системе (стандартная единица измерения — пункты), тем не менее, разные типы шрифта при, например, 10 пунктах, могут существенно отличаться по размеру. Все дело в относительных пропорциях букв. Например, у шрифта Helvetica большая высота строки и

сравнительно короткие надстрочные и подстрочные выносные элементы, а у шрифта Garamond достаточно низкая высота строки и более длинные выносные элементы. Разница пропорций влияет на типографический цвет при наборе текста — чем больше высота строки, тем более открыта текстура и цвет. По той же причине разным будет количество символов шрифтов одинакового размера на разных типах на одинаковой по длине строке. Для короткого текста это может быть несущественно, но для больших объемов текста становится критическим.



Цифровая обработка позволяет дизайнеру работать в любой системе измерения. Но в случае со шрифтом, большинство дизайнеров предпочитают пользоваться стандартной общеупотребительной системой, которая понятна всем. Система измерения размера шрифта в пунктах — уникальная для печатной индустрии — неизменна, как бы удивительно это не казалось, еще со времен металлических литер. При массовом распространении фотопечати были попытки перейти на миллиметровую шкалу как основную шкалу размера шрифта, но они не прижились.

Как видно на рисунке, размер шрифта зависит в большей степени от размера тела буквы (которая в прошлом являлась подвижной частью металлической литеры) нежели собственно от буквы. В настоящее время телом буквы считается расстояние между самой высокой (верх выносного элемента) и самой низкой (низ выносного элемента) точкой буквы, плюс просвет, который специфичен для каждого типа шрифта.

Типографический пункт равен приблизительно 0,3 мм или 1/72 дюйма. Столь крошечный размер используется только для описания мелких шрифтов. Более крупные



Adobe Garamond

шрифты описывать в пунктах неудобно, поэтому используется более крупная единица — 12 pt или пика. Во многих программах можно выбрать как единицу измерения шрифта пика em или пики ems, например, при установке горизонтальной ширины колонок. На практике диджитал-дизайнер может работать одновременно с несколькими системами измерения — пунктами для шрифта, миллиметрами для размера страницы и дюймами для разрешения сканирования (dpi).

Цицеро m — это размер, основанный на ширине заглавной буквы M. Таким образом, размер цицеро m такой же, как у пунктов используемого шрифта. В цифровом конструировании букв и межбуквенных интервалов используются сотые и тысячные цицеро m конкретного размера шрифта.



Verdana

Helvetica

Futura

Внизу: Все слова в строке
набраны одним размером
шрифта, но разница между
ними очевидна. Обратите вни-
мание на x-высоту строки.

У шрифта Verdana высота
строки больше, поэтому шрифт
выглядит крупнее остальных.

Type Type

Helvetica

Gill Sans

- Прежде чем вы начнете работу над дизайном публикации, прочтите текст и подумайте о читателях.
- Начинайте работать только с двумя шрифтами. Используйте больше, только если абсолютно уверены, что это необходимо.
- Потратитесь на каталог шрифтов со спецификациями различных типов шрифтов или составьте собственный каталог. Используйте программу утилиты шрифта, чтобы распечатать образцы шрифтов, которые у вас уже есть.
- Используйте проверенные комбинации — например, серифный Bembo для основного текста и сан-сериф FranklinGothicHeavy или GillSansExtraBold для заголовков. Некоторые семейства шрифтов, например, AdobeStone уже содержат наиболее подходящие друг другу комбинации серифных и сан-серифных версий.
- Берите размер от 9 пунктов (для книг) до 12 пунктов (для листовок и маркетинговых материалов)

- Используйте интерлиньяж для лучшей читаемости текста. Простое практическое правило — расстояние между строк должно быть приблизительно на 2 пункта больше размера шрифта. Например, если текст набран шрифтом размером 9 пунктов, интерлиньяж должен быть не менее 11 пунктов. Большинство дизайнерских программ автоматически устанавливают интерлиньяж 120% по отношению к размеру шрифта, т.е. интерлиньяж 12 пунктов при размере шрифта 10.
- Не используйте ПОЛНОСТЬЮ ЗАГЛАВНЫЕ буквы или подчеркивание для выделения текста. Для смыслового ударения лучше использовать жирный шрифт или курсив (но не одновременно). Не используйте эти приемы для больших текстовых блоков, текст становится трудным для чтения.
- Убедитесь, что вы выбрали стилистически подходящий шрифт с соответствующим весом и курсивом для набора текста. Если вы работаете над энциклопедией о животных, вам наверняка потребуется курсив для вставок названия видов животных на латыни.

is Set in 32 POINT Type

AGaramond

Bodoni small caps

Times

ДИЗАЙН ШРИФТА развивался медленно, в соответствии с развитием печатных технологий. Цифровые технологии открывают неограниченные возможности для работы со шрифтом. Возникли принципиально новые формы букв; одновременно обработке подверглись и традиционные формы, разработанные для иных методов печати.

Работа со шрифтом

1

Если раньше дизайнеру было доступно фиксированное количество типов шрифтов, то сейчас дизайнеры могут работать с сотнями шрифтов, каждый из которых можно подогнать под любой требуемый размер. В каждом типе шрифта, помимо алфавитного набора букв, наверняка будут содержаться экстра знаки, символы, лигатуры, акценты и буквы иностранного алфавита.

Большинство шрифтов можно отнести к одной из основных групп: серифы, сан серифы, акцидентные, глифы, декоративные и дисплейные, рукописные, старинные, готические и современные. Более современный цифровой дизайн с трудом укладывается в эти рамки и следует своим правилам. Новая терминология является производной от основных характеристик шрифта, например, есть ли у шрифта засечки, какова форма засечек, есть ли контраст между тонкими и толстыми штрихами или угол наклона оси буквы. Комбинация этих характеристик и придает шрифту уникальность, типографический цвет и ритм. Тщательно продумывайте их, выбирая тип шрифта для работы. (см. стр. 20).

Форма букв достаточно жестко фиксирована и чаще всего буквы монохроматические, но весьма недальновидно считать шрифт ограниченным графическим средством. В

определенном контексте, например, когда изображения неуместны, заголовок, единственное слово или даже буква может быть использована как графический инструмент для привлечения внимания, создания настроения. Визуальная ономатопея, в которой шрифт используется как средство передачи смысла слова и способ «говорить» со зрителем — привлекательный дизайнерский прием.

Zapf Chancery

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Vag Rounded

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gridnik

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Serpentine

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Reactor

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Вверху: недавно изобретенные
типы шрифтов (в основном
цифровым способом) следуют

собственным правилам и не
всегда попадают под общепри-
нятые стандарты.

1 Abqoe

4 Abqoe

2 Abqoe

5 Abqoe

3 Abqoe

6 Abqoe

1. Старый шрифт. Ось наклонена влево, легкий переход от толстого к тонкому в штрихах, скругленная засечка под углом к верхнему выносному элементу и буква «е» с горизонтальным поперечным штрихом. Заглавные буквы иногда короче верхних выносных элементов.

2. Переходные. Ось слегка наклонена влево (может быть и вертикальной), скругленные засечки под углом к верхнему выносному элементу.

3. Современный акцидентный шрифт. Вертикальная ось, резкий контраст между толстыми и тонкими штрихами, прямые

(или минимально скругленные) тонкие засечки.

4. Геометрический сан сериф.

Штрихи одинаковой ширины, литеры имеют простую геометрическую форму. Обычно строчная «а» без верхнего выносного элемента.

5. Гротеск Humanist sanserif.

Некоторый контраст в штрихах, строчные «а» с выносным верхним элементом.

6. Моноширинный сериф Slabserif: штрихи одинаковые по ширине или с минимальным контрастом. Прямые тяжелые засечки.

РАБОТА НАД ШРИФТОМ

Шрифт — это голос слов, он определяет визуальный тон текста. Выбирая между разными типами шрифтов, основывайтесь не только на визуальных характеристиках, учитывайте, подходит ли шрифт по стилю и отвечает ли он цели, поставленной перед вашим дизайном. Особое внимание обращайте на базовые характеристики различных типов шрифтов в нескольких группах. Шрифт может отражать содержание, а может создавать контраст настроению текста по отношению ко всему дизайну. Отталкивайтесь от конкретной задачи и контекста — это

поможет вам определиться с размером, весом и стилем шрифта.

Шрифт используется для информирования, развлечения, инструктирования, направления и других действий, т. е. он в том или ином виде непосредственно взаимодействует с читателем. Для каждого контекста — свой уровень концентрации внимания и свой ритм чтения, и оба этих фактора влияют на выбор типа шрифта. Например, дорожные знаки должны быть мгновенно узнаваемы, и декоративный шрифт на дорожном знаке может отвлечь внимание водителя, что просто опасно.

Работа со шрифтом

1

Чтение может быть продолжительным и непрерывным (книга), прерывистым (журнал, упаковка, указатель, вебсайт) и сфокусированным (инструкции). Текст может быть принудительным (предупреждения от опасности) и опционным (например, отказ). Выбор размера, веса и стиля шрифта, как и самого шрифта, зависит от темпа чтения. Например, текст в инструкции не следует набирать мелким жирным шрифтом с маленьким межбуквенным интервалом.

Общепризнано, что шрифты с засечками легче воспринимаются глазом и меньше утомляют при чтении длинных непрерывных текстов. Журналы обычно это правило игнорируют, но длинные романы не часто набирают шрифтом без засечек. Дискуссия о достоинствах серифов и сан серифов не закончена. Дисплейные и акцидентные шрифты подходят, если нужно набрать несколько слов большого размера. Причудливые шрифты с необычными деталями прекрасно подходят для такой работы. Печатные шрифты можно масштабировать до дисплейных размеров, но при этом контролировать пропорции букв и, если нужно, уменьшать общую разрядку (трекинг или групповой кернинг) между символами.

В дизайне большинства шрифтов предусмотрены базовый готал и курсив (или наклонный, для сан серифов) и один-два веса (легкий, жирный и т.п.). У шрифтов, предназначенных для профессионального набора

текста, встречаются обширные семейства веса от экстра-легкого до ультра-жирного, и стили от сжатого до растянутого. Эти характеристики могут быть полезны в том случае, когда комплексная информация нуждается в различных уровнях смыслового ударения. Задача дизайнера — выбрать небольшой набор идеальных вариантов веса.

ШРИФТ ДЛЯ МОНИТОРОВ

Тексты для чтения на мониторе нужно набирать более крупным шрифтом, чем для печати, поскольку четкое отображение мелких литер может быть ограничено количеством пикселей монитора. Так же неудачным выбором будут серифы с тонкими засечками — тонкие детали теряются при отображении. Так же особого внимания требуют цвет фона и шрифта; на темном фоне меньше бликов.

РАЗБИВКА ШРИФТА

Разрядка шрифта может быть вертикальной и горизонтальной. Вертикальная разрядка, или «интерлиньяж», измеряется в пунктах от базовой линии одной строки шрифта до базовой линии следующей строки. Размер интерлиньяжа зависит от баланса продолжительности и разборчивости текста.

При горизонтальной разбивке используются интервалы, пропорциональные ширине литеры и мелкие единицы, равные одной тысячной цецеро m. Дизайнеры шрифтов заранее программируют кернинг сложных пар

Позитивный трекинг

Modernism, as we have known it, has served as the aesthetic, spiritual and moral conscience of our time. It embodies the essentially democratic idea of the creative artist as the inventor of a personal style, a unique vision of the

Негативный трекинг

Modernism, as we have known it, has served as the aesthetic, spiritual and moral conscience of our time. It embodies the essentially democratic idea of the creative artist as the inventor of a personal style, a unique vision of the world. Modernism fosters

Вверху: «Групповой автоматический кернинг» или «трекинг» используют для подгонки текста в заданное пространство. Главная ловушка для дизайнера — искажение текста из-за чрезмерной разбивки.

Справа: вертикальная разбивка измеряется в пунктах от базовой линии одной строки до базовой линии другой строки. Расстояние между строками текста называется интерлиньяж.

The space between
lines of type is known
as leading

Справа: Горизонтальная разбивка пропорциональна ширине литер. Иногда необходимо откорректировать некоторые интервалы между определенными парами литер.

Word
С кернингом

Word
Без кернинга

литер — например, AV или Te, и программа применяет их автоматически. Тем не менее, часто требуется корректировка кернинга, особенно в заголовках.

Увеличение или уменьшение интервала между словами или строками называется трекингом или групповым автоматическим кернингом, он используется, когда нужно изменить визуальный цвет шрифта или, в редких случаях, когда нужно «втиснуть» текст в ограниченное пространство.

Интервал между словами можно контролировать независимо от интерлиньяжа, чтобы не допустить появления рек — пустых вертикальных пространств.

Interstate Light Compressed
Interstate Compressed
Interstate Bold Compressed
Interstate Black Compressed
Interstate Light Condensed
Interstate Light Condensed Italic
Interstate Condensed
Interstate Condensed Italic
Interstate Bold Condensed
Interstate Bold Condensed Italic
Interstate Black Condensed
Interstate Light
Interstate Light Italic
Interstate Regular
Interstate Italic
Interstate Bold
Interstate Bold Italic
Interstate Black
Interstate Black Italic

Вверху: Подборка шрифтов из обширного семейства Interstate. Использование соотносящихся

шрифтов придаст документу профессионально выполненный вид.

ПЛАНИРОВАНИЕ ДИЗАЙНА Дизайн — ответ на поставленную задачу, поэтому планирование — неизбежная часть процесса. Иногда клиент не может четко сформулировать, что же он хочет видеть в качестве конечного результата. Поэтому, чтобы решить конкретную задачу, дизайнеры должны совмещать творческий подход и практическое понимание процессов.

Дизайн как процесс

1

Творческий процесс невозможен без «вникания» в бизнес клиента, это тоже часть работы дизайнера. Часто достаточно просто внимательно выслушать клиента и задать ему необходимые вопросы, поскольку никто лучше заказчика в его бизнесе не разбирается. Иногда возникает ситуация, когда клиент называет какой-то конкретный контекст или определенные средства, которые, по его убеждению, идеальны для продвижения его бизнеса, но после тщательного анализа брифа дизайнером выясняется, что для осуществления реальных, а не «ощущаемых» потребностей заказчика нужны совершенно другие приемы и средства.

Дизайнер должен аккуратно оценить размер и сложность предстоящей работы и просчитать бюджет. Допустим, неразумно брать за работу над фирменным стилем, не уточнив предварительно, что именно требуется клиенту: будет ли это только логотип и фирменный бланк, или вдобавок упаковка, фирменная символика на транспорт, униформа, идентификационный комплект, веб-сайт и дизайн стандартного буклета? Даже в небольших проектах может появиться «неожиданная» работа, например, включить или переделать сложную схему или таблицу. Необходимо предварительно выяснить

осуществимость и сроки производственного процесса цифровой обработки иллюстраций, и затем уже обсуждать реальные сроки выполнения проекта с заказчиком. Все эти предварительные стадии необходимы, и опускать их нельзя. Единственный недостаток цифрового дизайна в том, что дизайнеру доступно для рассмотрения бесконечное число идей и вариантов цвета, а время — деньги, и многие решения нужно принимать быстро.

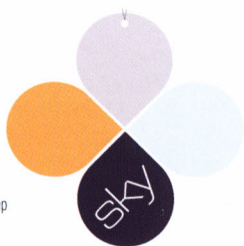
Что же касается творческой составляющей процесса, то карандаш, бумага и цифровые программы могут быть отличными союзниками. Не стоит недооценивать роль бумаги и карандаша в творчестве графического дизайнера — многие идеи приходят как раз во время казалось бы бесцельного черчения каракуль на бумаге, или рисования набросков. Но как бы ни протекал ваш творческий процесс, в его основе всегда должен лежать бриф. Набрасывая направления

Логотип компании, обычно только первый шаг к созданию фирменного стиля и системы корпоративной идентификации. Этот фирменный стиль созданный для сети автомоек

Skywash показывает как на ключевых элементах логотипа формируется весь стиль.
ДИЗАЙН WINK DESIGN/CSHA



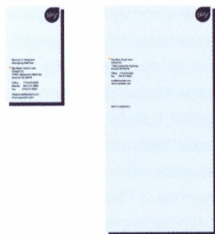
Логотип



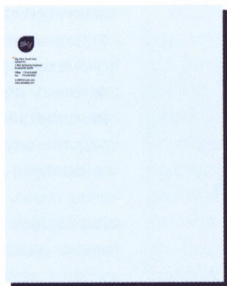
Флаер



Иконки



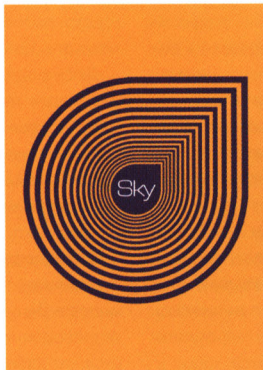
Фирменный бланк



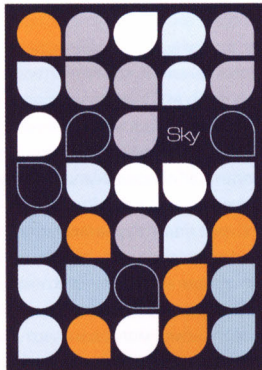
Открытка



Карточки-благодарности



Плакаты



Что

Сообщение, которое надо передать?

Основание/причина брифа?

Проблема, которую надо решить?

Почему

Клиент хочет передать именно это сообщение?

Где

Будет передаваться сообщение, на каких условиях?

Кто

Целевая аудитория или рынок?

работы, дизайнер должен сначала найти в брифе ответы на четыре простых вопроса. Это упражнение поможет вам привести в порядок мысли и определиться с направлением в работе. Оценивая ответы на эти вопросы, вы подготавливаете трамплин для генерирования идей, который поможет вам создать обоснованную связь между брифом и самой «отдаленной» идеей.

В результате анализа должны появиться одно или несколько ключевых слов, изображений или «отправных точек». Именно они лягут в основу последующему интенсивному визуальному мозговому штурму на бумаге или на экране, пока не появятся идеи и ассоциации.

Наброски необязательно делать только на бумаге, некоторым дизайнерам удобнее работать с цифровым планшетом. Какой бы способ вы ни выбрали, но сам процесс рисования необходим для стимуляции визуального мышления и исследования. Обдумывание с помощью рисования фокусирует мозг, а поскольку редко удастся сразу же «выстрелить» законченной идеей, гибкость и непосредственность процесса рождает альтернативные пути для исследований и приводит к «счастливым случайностям». Поэтому записывайте все идеи, которые приходят вам в голову, даже самые странные и на первый взгляд к делу не относящиеся — большинство из них действительно будут «не в тему»! Остроумие и юмор — тоже важная часть процесса графических коммуникаций, благодаря им получаются забавные, информативные и запоминающиеся дизайн-работы.

Любую двухмерную работу, полученную в результате творческого обдумывания, можно будет перевести в трехмерную (если вы работаете именно в трехмерных областях) используя программы трехмерного моделирования.

Записанные или зарисованные идеи, нужно сохранить все, но выбрать потенциально наиболее подходящие, и далее исследовать и развивать их, стараясь не вводить сразу много ограничений. Идеи — это порождения творческого мышления, и им обычно требуется «обработка» и «заземление», поскольку от воображения сложно требовать

точного соответствия действительности и аккуратности. В этом плане полезен бывает Интернет — в нем можно найти целые хранилища знаний и визуальных ссылок, которые не просто информируют, но и стимулируют творческие процессы. Библиотеки цифровых изображений часто предоставляют бесплатные изображения для свободного скачивания. Все идеи стоит тщательно продумывать, не сбрасывая со счетов и те, которые неожиданно появляются по мере проведения исследований.

Если идея кажется подходящей, дизайнер должен оценить, насколько она реально применима ко всем пунктам его работы.

Затем уже принимаются решения по типу шрифта, изображений и цвета. Если вы не находите подходящий шрифт среди готовых, можно поискать на сайтах производителей шрифтов — у многих они доступны для просмотра. Облегчить выбор цвета помогут графические программы — во многих можно загрузить и просмотреть варианты цвета. Изображения и графику либо предоставляет клиент, либо создает дизайнер. Каждый из них может предлагать свои варианты и влиять на конечный дизайн.

«Сводить» творческую и информационную составляющие в единое целое можно с помощью программ рисования, обработки изображений, построения макета и трехмерного моделирования — все зависит от конкретной работы. Эти программы создают

визуально-соблазнительный, но поверхностный дизайн, так что на каждом этапе проверяйте, не исчезла ли «сущность» вашей работы.

Вовлеченность дизайнера в процесс производства может варьироваться в зависимости от проекта, но одно неизменно в любом случае — дизайнер должен подготовить цифровой файл в графическом редакторе. Этот файл в дальнейшем будет передан непосредственно в печать, либо подвергнется дополнительной обработке со стороны печатника или кого-либо еще. И здесь возникают два важных аспекта. Во-первых, ваш цифровой файл должен быть абсолютно корректным по всем пунктам, с обязательным приложением информации о шрифтах и изображениях. Во-вторых, вам нужно установить максимально доброжелательные рабочие отношения с типографией, чтобы убедиться, что все обязательства четко распределены и поняты сторонами. Никогда даже не допускайте мысли, что работа в цифровом виде — идеальная работа. Всегда, абсолютно в каждом случае необходимо делать цветопробы для печати, независимо от того, большой или маленький у вас проект. Никогда не полагайтесь на распечатку на вашем студийном принтере — она может существенно отличаться от оттиска в типографии.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫЙ ТЕКСТ требует пристального внимания, поскольку он содержит большое количество детализированной информации, которая должна быть достаточно легкой для восприятия. Читательность характеризуется скоростью и легкостью, с которой читатель усваивает и запоминает информацию.

Разборчивость, читабельность

1

Если в тексте отдельные компоненты (буквы) разборчивы, это не означает, что текст легкий для чтения. Читатель воспринимает слова не просто как последовательность букв, но и как группы букв и слов. Эти группы обеспечивают быстрое узнавание при «сканировании» текста взглядом. Все, что прерывает или замедляет процесс чтения утомляет глаза. Слишком свободный трекинг (разбивка слов и букв) разрывает нормальную форму слов (узнаваемую группу букв), напрягая глаза.

Узнавание букв и слов облегчается, если использовать прописные и строчные буквы.

Создается больший ряд форм слово-иконка, чем при использовании только прописных букв. В строке заглавные буквы занимают приблизительно одинаковое пространство, поэтому слова, набранные только заглавными буквами, при нормальной скорости чтения воспринимаются труднее. На разборчивость влияет и относительный вес шрифта. Буквы среднего веса читаются легче всего благодаря визуальному балансу между штрихами и контрформами. Крайние варианты веса (как легкие, так и жирные) уже более трудны и утомительны для восприятия,

Modernism, as we have known it, has served as the aesthetic, spiritual and moral conscience of our time. It embodies the essentially democratic idea of the creative artist as the inventor of a personal style, a unique vision of the world.

Modernism, as we have known it, has served as the aesthetic, spiritual and moral conscience of our time. It embodies the essentially democratic idea of the creative artist as the

Вверху и справа: тексты со слишком длинной, не читабельной строкой.

Слева: выравнивание текста в слишком узкой колонке приводит к увеличению межбуквенного интервала, осложняющего чтение и утомительного для глаз.

Modernism, as we have known it, has served as the aesthetic, spiritual and moral conscience of our time. It embodies the essentially democratic idea of the creative artist as the inventor of a personal style, a unique vision of the world.

Снизу: плотный трекинг создает очень интересную, но нечитающую типографическую модель. Свободный трекинг ослабляет горизонтальную «связку» строк, снижая скорость чтения и затрудняя его.

Modernism, as we have known it, has served as the aesthetic, spiritual and moral conscience of our time. It embodies the essentially democratic idea of the creative artist as the inventor of a personal style, a unique vision of the world.

VERTICAL HORIZONTAL SCAL

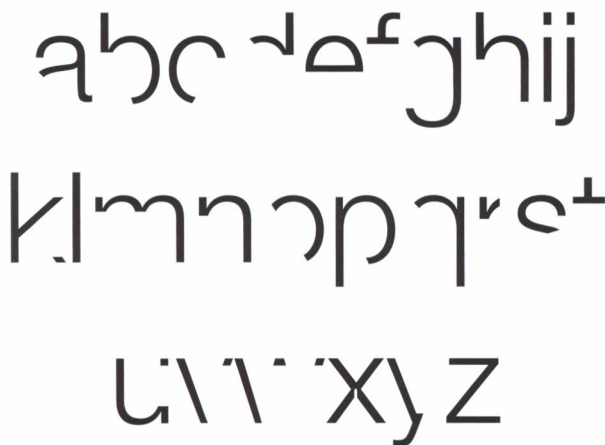
Вверху: с одной стороны, вертикальный дисплейный шрифт экономичен, а с другой, очень напрягает глаза, поскольку взгляд движется в непривычном направлении — сверху вниз, от буквы к букве.

поскольку контраст между штрихами и контрформами отвлекает от чтения.

На читабельность текста влияет стиль текстового набора — выровненный по ширине, по левому краю, по правому краю, по центру или ассиметричный — плюс длина строки. При чтении текста любой длины

глазу комфортнее возвращаться к прямому левому краю. Но короткие тексты в принципе легко прочесть при любом стиле набора. Выровненный по ширине колонки набор не пригоден для маленьких текстовых блоков, так как возникают уродливые интервалы между словами. Иногда при выравнивании по ширине возникают проблемы с переносом слов и междусловным интервалом и в длинных текстах — если это не контролируется должным образом. Переносы в конце строки иногда создают ненужную «пятнистость», поэтому их нужно избегать.

Длина строки тоже влияет на читабельность. Если строка слишком длинная, возникают трудности при возврате взгляда на начало следующей строки. И наоборот, если строки слишком короткие, взгляд начинает двигаться быстрее и просто пропускает некоторые. Конечно, все эти «помехи» не нанесут серьезного вреда нескольким строчкам текста, но при чтении длинных текстов они



Слева: индивидуальные ключевые характеристики строчных букв находятся в большинстве случаев в верхней половине литер. Эти характеристики более важны для узнавания букв и слов, нежели те, что находятся в нижней части. Это особенно заметно в серифных шрифтах, в которых верхние части букв идентифицируются легче. В сан-серифных шрифтах разница между верхней и нижней частями букв не столь очевидна.

ДИЗАЙН BRIAN COLE,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Разборчивость, читабельность

уже будут оказывать существенное влияние. В русском языке наиболее комфортной для чтения является строка, состоящая из 63-65 символов.

1

Цифровые технологии позволяют гибко использовать шрифты, придавать им различные формы. Несложно расположить текст вокруг изображения. Какой бы прием вы ни выбрали, старайтесь, чтобы ваш текст был связным и читабельным, контролируйте каждый отдельный разрыв строки.

Дисплейными шрифтами обычно набирают тексты длиной в несколько слов. Но при большом размере шрифта дизайнер должен быть аккуратен с интервалом между символами. Даже если текст состоит из нескольких слов, некоторые интервалы потребуют оптической коррекции — как ответного действия

на эффект, создаваемый формами первой и последней букв слова с каждой стороны.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СЕТЫ

Многие цифровые шрифты содержат большое количество литер, цифр, пунктуационных знаков и стандартных символов. Если такой набор включен в файл шрифта, речь идет о расширенном сете (наборе). Кодовая система Unicode, задающая стандарты в индустрии, охватывает огромное количество символов на многих языках, что, конечно, не гарантирует, что выбранные вами шрифт будет их все содержать. В шрифтах OpenType хранится множество глифов (литер) для каждого символа. Например, существуют «оптические» варианты для разных размеров (текстовые и дисплейные); или лигатуры глифов

Слева: некоторые альтернативные глифы, доступные в профессиональных наборах. Во многих профессиональных сетях можно найти цифры «old style» или невыравниваемые, которые либо выше, либо ниже высоты строки. Такой стиль цифр лучше вписывается в текст, поскольку меньше визуально нарушает последовательность. Так же он удобен для таблиц, хотя для технической и финансовой информации часто предпочитают линейные числа.



могут представлять несколько символов, например, «ffi».

Многие шрифты появились на рынке еще до появления этих технологий, поэтому экстра-символы выпускаются отдельным шрифтом и известны как профессиональный набор.

Еще один пример — свosh-символы — декоративные версии литер с завитушками, которые накладываются на соседние, верхние или нижние, символы. Свosh-символы придуют «цветущий» вид началу или концу слова. В заглавных буквах (свosh-кэпс) такой прием нередок, но сейчас дизайнеры включают свosh-символы в строчные буквы в начале, конце и даже середине слова (смотри снизу на соседней странице).

Нелинейные цифры или цифры old-style, которые приподнимаются над или опускаются под строку скорее как строчные буквы, нежели цифры, — полезная опция, которая часто помогает «смягчить» большие количества числовой информации. Специально разработанные капители удобны для набора текста, они не всегда совпадают по весу и пропорциям с остальными символами.

Внизу: Эта страничка из брошюры Entes создает четкий, но сложный типографический «звуковой образ», который отражает природу производимой продукции: точно воспроизводящие звук аудиоколонки.

Трехмерный широко ранжируемый звук «отображается» сильным контрастом в размере, весе, цвете и стиле шрифта, а так же полу-абстрагированной части литер.

ДИЗАЙН MAUK DESIGN, США



ФОРМАТ СТРАНИЦЫ и ПОЛЯ — базовые компоненты макета, который — как и все в дизайн-процессе — подчиняется содержанию работы и творческому подходу. Определяя размер и формат вашей работы, учитывайте, как и где будет использован конечный продукт.

Макет

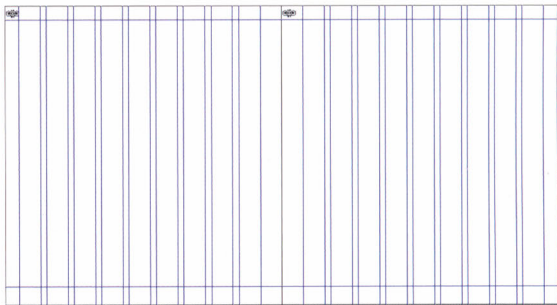
1

Размер и формат варьируются от карманного до настенного, в двух и трех измерениях. Даже если вы разрабатываете дизайн для интернета, где максимальный размер предопределен заранее, пропорции страницы все равно придется продумать.

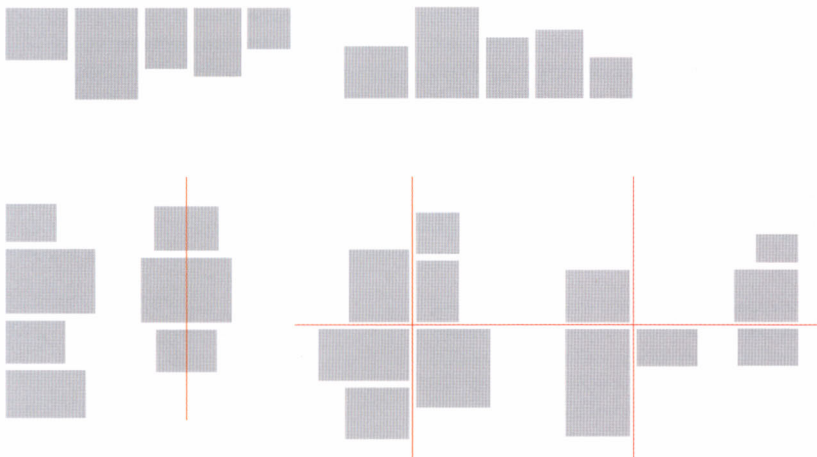
Практически в каждой работе дизайнеру предстоит выбрать подходящую страницу или структуру области дизайна. Обычно это делается в программах верстки и требует принятия нескольких «начальных» решений: размер верхнего, нижнего и бокового поля (особенно боковых, которые «ведут взгляд» и используются для управления), количество колонок текста, организация изображений и, если необходимо, количество страниц. Как

только вы определяетесь с этими параметрами, можно устанавливать в шаблонах структуру страниц, чтобы она автоматически повторялась на последующих страницах.

Если у вас многостраничная публикация, вам необходимо добавить на базовую страницу еще одну структуру — сетку. Для этого нужно разделить базовую структуру страницы на секции и подсекции. Чем больше количество колонок, тем гибче макет. Созданные модули невидимо структурируют взаимоотношения даже непоставимых элементов, позволяя переходить через несколько или даже через все колонки. Если работа сложная, можно похожим образом создать горизонтальную сетку. Система сетки особенно



Слева: Чтобы удержать внимание зрителя/читателя, важно структурировать область дизайна на протяжении целой серии страниц или поверхностей, чтобы добиться максимальной гибкости при минимальной потере последовательности.

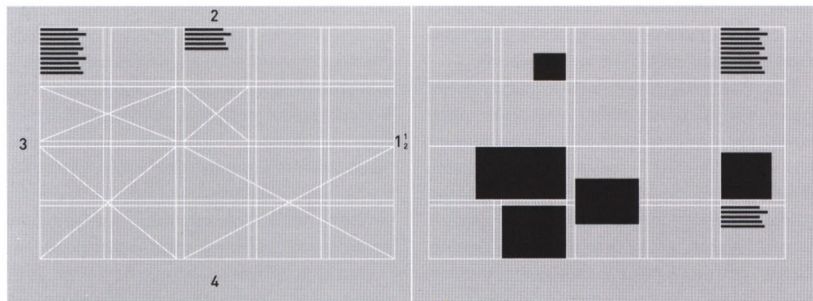


полезна для сохранения ощущения последовательности в многостраничных или даже разных материалах, когда меняются размер, масштаб и формат.

Корпоративный стиль, выставки, рекламные кампании и мультимедиа — все эти проекты только выиграют от контролирующего воздействия системы сетки.

Вверху: Элементы разного размера и пропорций скоординированы внутри определенной области. На рисунке показаны «висящие», «сидящие», вертикальные и центрированные выравнивания, а так же комбинированные горизонтальные и вертикальные оси, вокруг которых сгруппированы различные «скопления» элементов.

Внизу: пропорции полей варьируются в зависимости от контекста проекта, как на рисунке вверху, но по правилам нижнее поле в два раза больше верхнего, а корешковое поле страницы составляет 1/2 ширины наружного поля.



СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИИ В большинстве графических дизайн-проектов задействованы разнотипные элементы текста. Большинство текстов требуют организованной подачи, поэтому прежде чем начать основную работу, дизайнер должен выстроить базовую организацию или иерархию.

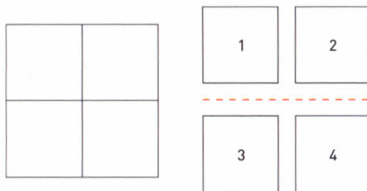
Организация и иерархия

1

Разбивая текст на удобочитаемые отрывки, дизайнер задает темп чтения. Контроль интервалов между элементами устанавливает последовательность чтения. Иерархия направляет читателя, служит ему указательными знаками, в книге, например, с помощью титульной страницы, нумерации, оглавления, подзаголовков, параграфов и сносок.

При веб-дизайне потребуется организация функциональной, дружелюбной к пользователю навигации. В лифлете иерархия может быть проста — слоган и подпись под иллюстрацией, а для инструкции потребуется многоуровневая система подачи информации. Визуальная иерархия организует информацию и делает ее легкодоступной. Для этой цели используются шрифты и стили в совокупности с различными уровнями смыслового ударения, которые достигаются с помощью размера, веса, цвета и местоположения.

Для привлечения внимания к спискам и инструкциям часто используют наборные знаки (точки, квадраты, треугольники) и декоративные графические элементы (например, Wingdings), но будьте аккуратны — уровень ударения должен соответствовать контексту в целом. Размер, вес и цвет наборных знаков должен сотрудничать с остальными элементами дизайна, а не конкурировать с ними.



Рамки и линейки — это приспособления, которые помогают формализовать информацию, создать контраст и привлечь внимание к тексту, изображению или определенной области. Вес, стиль и цвет используемых линий будут контролировать уровень и интенсивность фокуса, но их дизайн и пропорции должны быть соотнесены с основным содержанием. Заключенные в рамку текст или другие элементы часто выделены в основном тексте, но читатель так же должен иметь возможность прочесть выделенный текст «независимо».

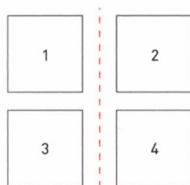
Чтобы добиться подобного эффекта, нужно уменьшить ширину текста в рамке, сделав

допуск на ширину рамки и оставив пространство между рамкой и текстом. Окружающее текст белое пространство может играть роль рамки (как в случае с полями на странице), если оно занимает достаточное пространство вокруг единичного элемента. Рамки используйте с большой осторожностью — они легко оттягивают внимание от содержания.

В издательских программах выделяют понятие «линейка», которая может быть до или

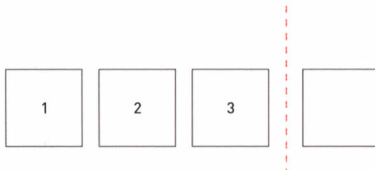
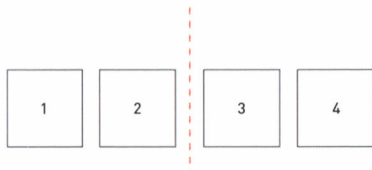
после параграфов, и «подчеркивание», которое является характерной чертой стилистики шрифта (подчеркивание литеры или слова).

Типографические линейки — сами по себе уже элемент дизайна, они не обязательно должны быть привязаны к параграфам. Они могут направлять или удерживать взгляд, физически делить пространство или разделять элементы, задавать темп, и быть мощным средством, направляющим взгляд.



Слева и внизу: Когда необходимо, чтобы зритель читал дизайн в определенной последовательности, направить взгляд помогает ненавязчивое группирование — белое пространство, в 1,5 – 2 раза превышающее интервал между

отдельными элементами в группе. Если элементы внутри группы расположены вплотную друг к другу, глаз будет воспринимать их как единый элемент.



Заголовки

Главы
Секции
Заголовки основных тем
Подзаголовки
Под-подзаголовки

Титрование

Иллюстрации
Фотографии
Таблицы
Диаграммы
Графики

Нумерация

Страницы
Параграфы
Сноски
Перекрестные ссылки

Индексация

Индекс
Содержание
Глоссарий
Приложения
Библиографии

Примеры общеупотребительных приемов, которые создают ощущение единого текста и ведут читателя по документу.

Цитаты

Речь
Цитаты

Пунктуация

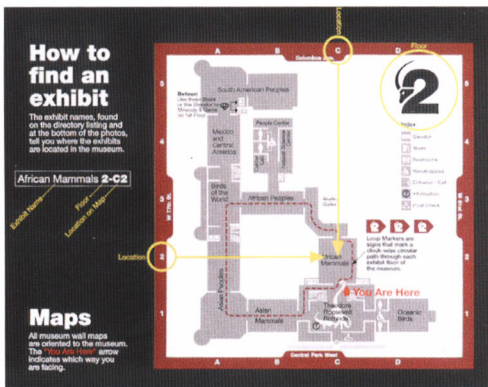
Ритм
Смысл

Организация и иерархия

1

Если поместить линейку под, над или сбоку от элемента, линейка по отношению к этому элементу будет выполнять роль якоря. Фокус и ударение в данном случае регулируются варьированием относительного размера, цвета, текстуры или веса либо линейки, либо элемента. Если в одном пространстве

используются линейки разного веса, они обязательно должны резко контрастировать. Если их вес будет очень близок, они будут похожи на ошибочный элемент или будут неразличимы. Какой бы тип рамки вы ни использовали, делайте схему проще — дизайн от этого чаще всего только выигрывает.



Слева сверху: контрастная линейка выступает в роли якоря по отношению к тексту.
В середине: Тонкие и жирные вертикальные линейки помогут создать иерархию при разной ширине колонок или вынесенных на поля заголовках.
Внизу: Линейки могут и разделять, и координировать элементы.

Вверху: Для обозначения ключевых местоположений Американского музея национальной истории в Нью-Йорке в системе указателей используются размер, стиль шрифта, иконки, диспозиция и типографические приемы.
ДИЗАЙН LANCE WYMAN, США



	Ширина колонки	
Шрифт	La puerta con dos casas es lo permanente, inaccesible. Esta casa de alforja se encuentra en el territorio de los acontecimientos simultáneos. Dos espacios que se aman, que se besan, pour una puerta que no se sabe si separa o une.	
Абзац	Aquí todo tiene la suficiente claridad y la deliciosa oscuridad de la armonía. No nos sabemos dentro hasta que unos pasos más allá de la primera puerta, nos encontramos fuera del edificio; nunca sabemos qué es demasiado.	
Размер шрифта	Todo recuerdo de este viaje será el instante en que abandonamos esa sensación de recogimiento, memoria irrecuperable de un espacio inmenso, inmensamente.	
Стиль шрифта	La puerta con dos casas es lo permanente, inaccesible. Esta casa de alforja se encuentra en el territorio de los acontecimientos simultáneos. Dos espacios que se aman,	
Интер-линьяж	—	
Регистр	AQUÍ TODO TIENE la suficiente claridad y la deliciosa oscuridad de la armonía. No nos sabemos dentro hasta que unos pasos más allá de la primera puerta,	
Трекинг	fuera del edificio; nunca sabemos qué	

Выравнивания

Интервалы
внутри параграфа

Вверху: Неприступность Берлинской стены графически передана на выставочном плакате с помощью жирных типографических линеек, на которых плотно напечатан выворотный шрифт.

ДИЗАЙН RUEDI BAUERAND PIPPO LIONNI, ГЕРМАНИЯ/ФРАНЦИЯ

Слева: Нужно тщательно продумать структуру даже базового параграфа, чтобы создать визуальную иерархию и сделать ее доступной.

ВЫБОР ИЗОБРАЖЕНИЙ Клиент может предоставить изображения, уже являющихся частью проекта или фирменного стиля, таким образом, лишая дизайнера «права голоса» по содержанию. Тем не менее, дизайнер всегда может контролировать, как используются изображения и, выбирая из нескольких вариантов, убедиться, что иллюстрации должным образом «рассказывают историю».

Изображения

1

Первое впечатление — самое важное, но не стоит сбрасывать со счетов вторичный и даже третичный уровни интереса, через которые тоже нужно провести зрителя. Дизайнер — это координатор всех элементов дизайна и менеджер всего процесса, поэтому подготовка сфокусированного брифа с выделенными целями и задачами, формата и контекста создания имиджа — его прямые обязанности. Конечно, все эти вопросы должны быть согласованы с клиентом, фото-

графом или иллюстратором, и сопровождаться детальными инструкциями по вопросам форматов и разрешения файлов.

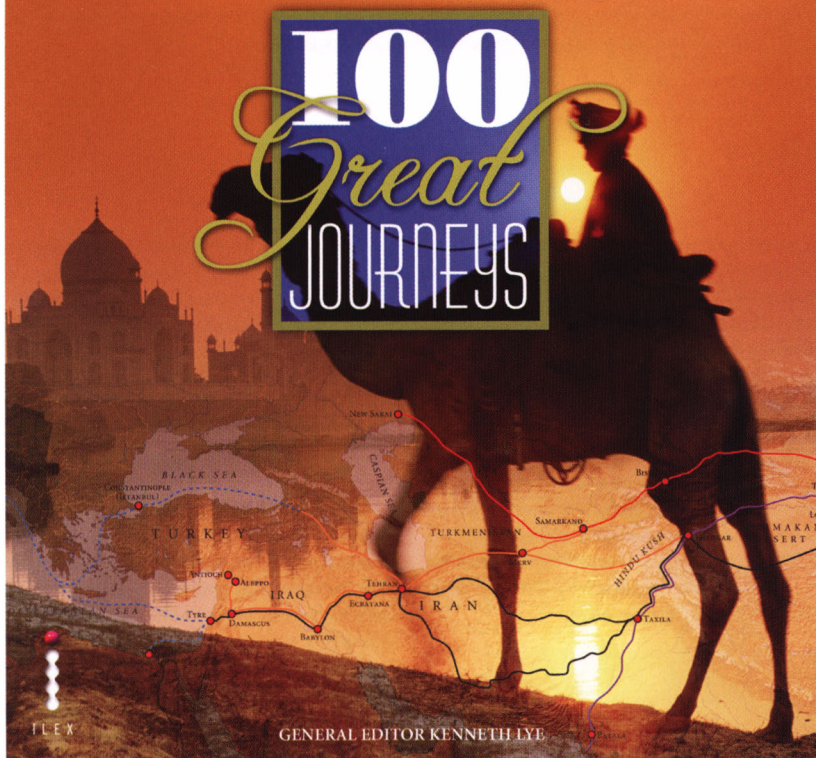
Каждый аспект имиджа должен что-то привносить в настроение и главное сообщение дизайна. Изображения могут разъяснять, усиливать, создавать контраст или выступать партнерами текста или иного элемента, но никогда не должны быть использованы просто как «бесплатное приложение».



Слева: Даже если на изображения не выделен бюджет, можно что-то придумать взяв картинку из клип-арта или стандартного набора для Photoshop. Ключевые помощники — композиция и цвет, они заставят выглядеть прекрасно даже слабенький первоисточник.

ДИЗАЙН GRAHAM DAVIS,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

FOLLOW IN THE FOOTSTEPS OF THE GREAT EXPLORERS, ARTISTS, WRITERS AND ADVENTURERS



Масштабирование и кадрирование изображений, выбор подачи (цветное, черно-белое, дуотон) — требует тщательного обдумывания должно иметь непосредственное отношение к общей идее проекта. Продуманное кадрирование изображения существенно влияет на визуальный эффект и на баланс изображения, сообщение, другие элементы.

Вверху: Слияние фотографий дает лучший эффект, нежели просто сложение частей, особенно если их так необычно скомбинировать с текстом, как на приведенной обложке книги.

ДИЗАЙН GRAHAM DAVIS,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

ЦВЕТОДИЗАЙН Цвет — элемент, создающий дополнительное, поистине магическое измерение в визуальных коммуникациях. Он отражает и простые и глобальные события, дает дизайнеру сильный, но простой язык, с помощью которого можно выразить настроение, эмоции, значение.

Цвет

1

В распоряжении диджитал-дизайнера практически неограниченная цветовая палитра, с помощью которой он может вызвать у аудитории любой отклик. Цвет привлекает, вдохновляет, развлекает, фокусирует и выступает в роли идентификационного маркера.

Цвет — единица относительная и редко работает сам по себе. Зритель реагирует на цвет в определенном контексте и в ассоциациях с другими цветами и графическими элементами. На восприятие цвета влияют освещение и окружающая обстановка, что становится особенно существенным, если вы занимаетесь дизайном упаковки, фирменного стиля или выставок.

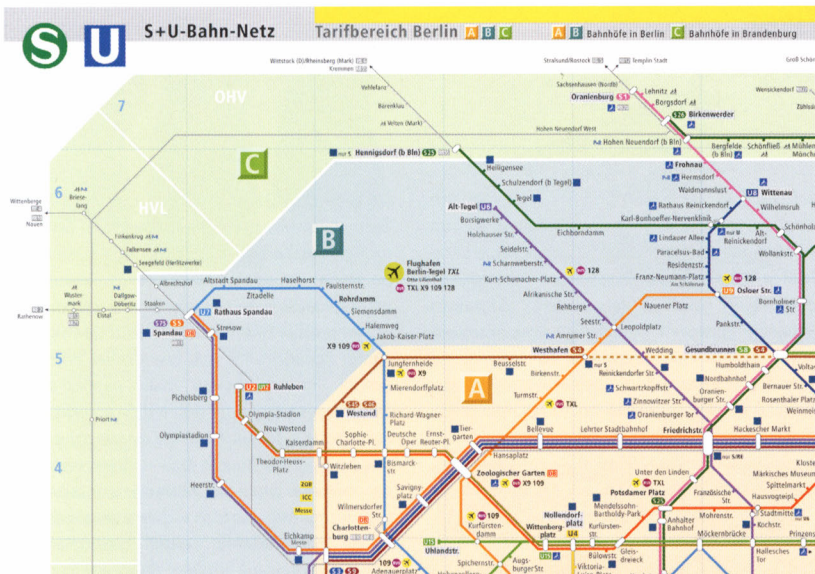
Цвет можно использовать как средство идентификации и кодирования, например, в диаграммах, когда нужно визуально разделить равные по важности элементы. В подобных контекстах важно смешивать цвета схожих тонов, яркости и интенсивности, чтобы случайно не выделить какой-либо элемент. Когда же нужно создавать уровни относительной важности, в качестве иерархического маркера можно использовать изменение интенсивности или яркости цвета.

Если нужно создать ощущение эмоционального подъема, используйте комбинацию комплиментарных оттенков. Чтобы использовать эмоциональную составляющую цвета,



Слева: Цвет и его значение меняются в зависимости от культурного контекста. Например, в большей части Азии белый — цвет смерти, а на Западе — цвет чистоты. Такие ассоциативные различия помогают создать необычные взаимоотношения в контексте дизайна или даже полностью изменить восприятие.

ДИЗАЙН ALAN FLETCHER, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ/США



нужно понимать основную тему дизайна и аудиторию, на которую рассчитан дизайн.

Цвета воспринимаются как холодные и теплые, мягкие и тяжелые, светлые и темные, пассивные и активные — все эти характеристики можно использовать индивидуально или в комбинациях. На настроение очень сильно влияет температура цвета.

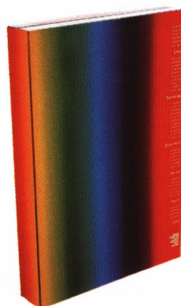
Цветовые ассоциации лежат в основе цветового языка во всех сферах графического дизайна. Например, зеленые оттенки используются для демонстрации свежести, синие и белые — чистоты и гигиены, красные — опасности, а пурпурные — богатства. Есть много примеров ассоциации цветовых комбинаций с политикой, национальностью, спортом, религией или культурным и социальным

Вверху: Цветовое кодирование на схематичных картах обеспечивает четкость коммуникации и быстрое узнавание, которое можно с легкостью использовать в идентификационных комплектах или графиках.

ДИЗАЙН METADESIGN, ГЕРМАНИЯ

Справа: этот необычный годовой отчет для корпорации Linear Technology состоит из двух книг, упакованных в столь яркий конверт-обложку. Книга Digital — монохромная, и содержит только неразборчивые потоки информационных кодов. Книга Linear, на страницах которой яркий цвет и краткий, доступный черный текст на чисто-белом фоне, четко заявляет, что "Digital — ничто без Linear".

ДИЗАЙН CAHAN & ASSOCIATES, США



контекстом. Дизайнер должен знать их все, чтобы случайно не создать сбивающее с толку сообщение. Например, во всем мире зеленый и красный символизируют движение и остановку «стоп». Невозможно составить «список правил» с описанием всех комбинации гармоничных цветовых сочетаний, поскольку они зависят от окружающей среды, моды и культуры. Дизайнер имеет право создавать дисгармоничные сочетания как провокацию или зрительный шок — это вполне законный способ «трансляции» сообщений.

Графические программы предлагают несколько моделей для выбора и смешивания цвета, что дает дизайнеру беспрецедентный контроль над созданием и использованием цвета. Особенно удобна модель оттенок-насыщенность-яркость (HSB), поскольку позволяет либо создавать разные оттенки одинаковой яркости, либо варьировать интенсивность или яркость одного и того же оттенка.

Дизайнеры должны учитывать, что на восприятие цвета может повлиять даже оттенок фона монитора. Большие цветные пространства вокруг и плохое освещение рабочего места так же влияет на восприятие цвета. Во время активной работы с цветом постарайтесь выбирать нейтральный серый фон, а стены студии окрашивать в нейтральные цвета.

ШРИФТ И ЦВЕТ

Цвет как средство выразить настроение, эмоцию или значимость можно использовать

и в шрифтах. Цвет поможет изменить способы «работы» шрифта: смягчит жирный шрифт, выделить иерархии без изменения размера или веса, оживит текст, ненавязчиво подчеркнет типографическое ударение.

Используя цветной шрифт на цветном же фоне, поработайте над цветовыми комбинациями, чтобы шрифт был разборчивым. Общее правило — шрифт и фон должны быть контрастны. Темный шрифт лучше ставить на бледный, но не белый фон — бликование будет меньше (если вы занимаетесь дизайном для интернета). Шрифт и фон одинаковой яркости существенно снизят разборчивость шрифта. Цветной шрифт помогает создать: ощущение прогрессии или рецессии, подчеркнуть пространственные характеристики, создать перспективу. С помощью цвета можно контролировать ритм чтения.

Набирать тонкий мелкий текст темным цветом бессмысленно, цвет будет выглядеть как плохая версия черного. Шрифт, особенно его строчной вариант, имеет по сравнению с фоном слишком маленькую поверхность, поэтому шрифт темного цвета выглядит еще темнее, а светлого — еще светлее. Чтобы исправить этот эффект можно использовать более жирный вариант веса шрифта.

Интересный факт — доступность огромного количества цифровых вариантов оттенков пробудила новый интерес к черному и белому, которые стали активнее использоваться в последнее время.

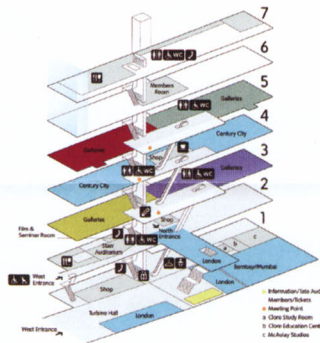


Вверху: Черный — неожиданный, но характерный координирующий элемент для нового фирменного стиля супермаркетов Suma в Барселоне. В совокупности с освещением он используется как средство фокусировки взгляда на различных цветах товаров. Эти фартуки демонстрируют использование цвета как средства кодировки рыбы, мяса и овощей.

ДИЗАЙН SUMA, ИСПАНИЯ

Справа: Тематические области сгруппированы как отдельные галереи в лондонском музее Tate Modern. Каждая выделена на плане (и на веб-сайте) определенным цветом, который используется и в названиях, и на плане, помогая ориентироваться в большом здании.

ДИЗАЙН HAIMES WOOD, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



History/Memory/Society



History/Memory/Society



Century City:

Art and Culture in the Modern Metropolis

4



Слева: Цветной текст может быть эффективным, но на цветном же фоне может создавать проблемы с разборчивостью и читабельностью. Особенно сложны для чтения тексты, набранные мелким шрифтом, поэтому если у вас есть хоть малейшие сомнения, ставьте цветной текст на белый фон.

ДИЗАЙН GRAHAM DAVIS, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



КОНСТРУКТОР

- ШРИФТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ
- ДИЗАЙН ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ
- РЕКЛАМНЫЙ ДИЗАЙН
- ДИЗАЙН УПАКОВКИ
- ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
- ВЫСТАВОЧНЫЙ ДИЗАЙН

2



ШРИФТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

2

ШРИФТ — один из основных инструментов графического дизайнера. При внимательном отношении к деталям дизайнер использует шрифт, чтобы должным образом передать сообщение, создать настроение и характер, придать динамику странице и макету.

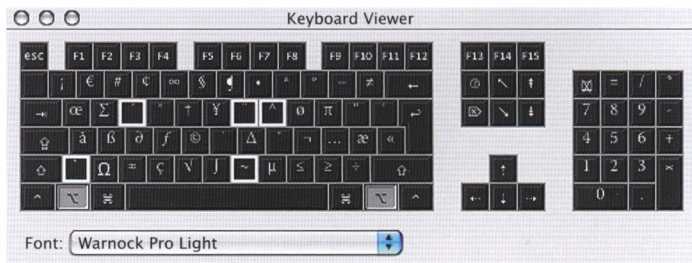
Эстетическая ценность шрифта очень важна, но дизайнерам так же нужно знать, как хранить, контролировать и выводить шрифт цифровым способом. Потому что эти аспекты непосредственно влияют на то, как шрифт будет выглядеть на печати и на экране.

Гарнитура шрифта — это алфавит (включая цифры и знаки пунктуации), воспринимаемая как эстетическая визуальная сущность. Печатный шрифт — набор букв конкретного шрифта, который хранится в одном файле. Один печатный шрифт может содержать алфавит с заглавными и строчными буквами, цифрами и пунктуацией, плюс альтернативные или дополнительные символы. Для эффективного набора текста требуются несколько шрифтов, традиционно как минимум варианты курсива, жирного или жирного курсива. Многие шрифты доступны «семействами» или гарнитурой, включающей несколько дюжин шрифтов.

Проблемы со шрифтами — одни из самых частых при взаимодействиях с документами других пользователей, пересылке графических файлов на печать. Наш краткий обзор поможет вам прояснить некоторые вопросы и избежать возможных проблем.

На странице справа: примеры некоторых глифов шрифта Times New Roman Regular.

Внизу: на компьютерах Mac многие специальные символы получаются путем комбинации клавиш. Keyboard Viewer показывает, комбинации каких клавиш дают определенные символы в конкретном шрифте. Чтобы активировать Keyboard Viewer, откройте System Preferences, щелкните на International и под Input Menu, щелкните на Keyboard Palette. Затем вы найдете Keyboard Viewer в меню с доступом с символа национального флага в плашке основного меню в верхней части экрана. Удерживайте клавиши Control Alt Command чтобы увидеть, какие символы вам доступны.



ИНФОРМАЦИЯ О ГРАФИЧЕСКОЙ ФОРМЕ БУКВ может храниться в цифровом формате в векторной и растровой форме. Растровые данные — чаще всего черно-белые изображения — дают хорошее изображение на экране при фиксированном размере, но при масштабировании получается «пикселизированное» изображение.

Растр и вектор

2

Векторная или версия каждого символа позволяет увеличивать его размер в нужное количество раз и печатать его в любом размере, при условии, что у вас есть возможность «растрировать» векторную форму. Контуры заполняются черной краской или любой другой, которую выбрали для текста.

В те уже далекие годы — с 1985, когда появился PostScript — мощность компьютеров не позволяла перевести контурные шрифты в растровые сразу же на монитор. Вместо этого символы на мониторе выводились в растровой форме в фиксированном наборе

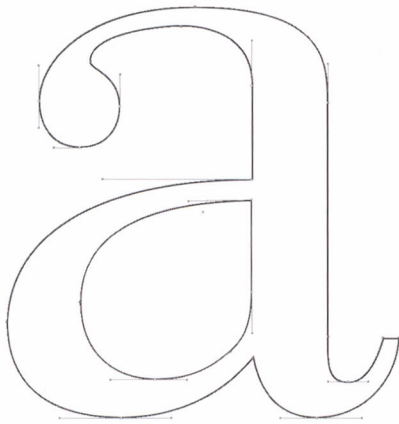
размеров, а при печати заменялись векторными шрифтами. То есть то, что вы видели на экране, и то, что получалось на бумаге, могло иметь весьма отдаленное сходство. Позже Adobe Type Manager (ATM) позволил отображать на экране векторные шрифты.

Сейчас отображением шрифтов «руководит» операционная система, OS X или Windows (но пользователям устаревших версий все равно понадобится ATM). За очень редкими исключениями вы можете быть уверены: тот макет, который вы видите на мониторе, будет точно воспроизведен при печати.



Слева: Некоторые пары символов очень плохо «уживаются» рядом друг с другом. Дизайнеры шрифта создали «кернинговые пары» — иногда их сотни на один шрифт — чтобы «подогнать» самые проблематичные комбинации, но некоторые моменты вам все равно придется регулировать вручную.

a












Вверху: Каждый символ шрифта описывается набором векторов, его «контурным» портретом.

Внизу: Простые акцентные знаки в большинстве алфавитов с латиницей доступны на Mac комбинацией Option + клавиша до того, как нажмете клавишу

с символом, который вы хотите акцентировать. Например, чтобы поставить циркумфлекс над «е», удерживайте Option и нажимите i, отпустите Option и

напечатайте «е». Клавиши для акцентных знаков на Keyboard Viewer обведены белым (см. стр. 50)

á é è ë ÿ ö ç ô õ ñ ¨

	Meta.t1	Font Suitcase
	MetaBol	PostScript Type 1 outline font
	Metalta	PostScript Type 1 outline font
	MetaNor	PostScript Type 1 outline font
	MonacoCY.dfont	Datafork TrueType font
	Nadeem.ttf	Windows TrueType font
	NewsGothicStd-Bold.otf	OpenType font
	NewsGothicStd-BoldOblique.otf	OpenType font
	NewsGothicStd.otf	OpenType font

Слева: Файлы со шрифтами на Mac идентифицируются в Finder атрибутом «Kind». Шрифты Post Script традиционно содержат контурный файл вместе со «ссылкой» (пиктограммой программного средства, не помещенного в системную папку) растров для набора, хотя Mac OS X распознает контурные файлы и выводит их на монитор и на печать без раstra. Двойной клик на шрифт выдает предварительный просмотр и опцию для загрузки.

У ДИЗАЙНЕРОВ, занимающихся веб-графикой, другие заботы. При небольшом масштабе пространство, на которое нужно растривать символ, может содержать всего несколько пикселей. Используя сглаживание, можно добиться вполне приличной формы, но символ будет слегка размытым, и текст, набранный подобным образом, будет читаться с трудом.

Формат комплекта шрифта

2 Растровые шрифты, рассчитанные для экранного использования в фиксированном размере — более удобно, если текст выведен как графический в маленьком размере (именно поэтому в операционных системах есть опция сглаживания шрифтов, которая используется для ярлыков и кнопок).

ШРИФТЫ POSTSCRIPT TYPE 1

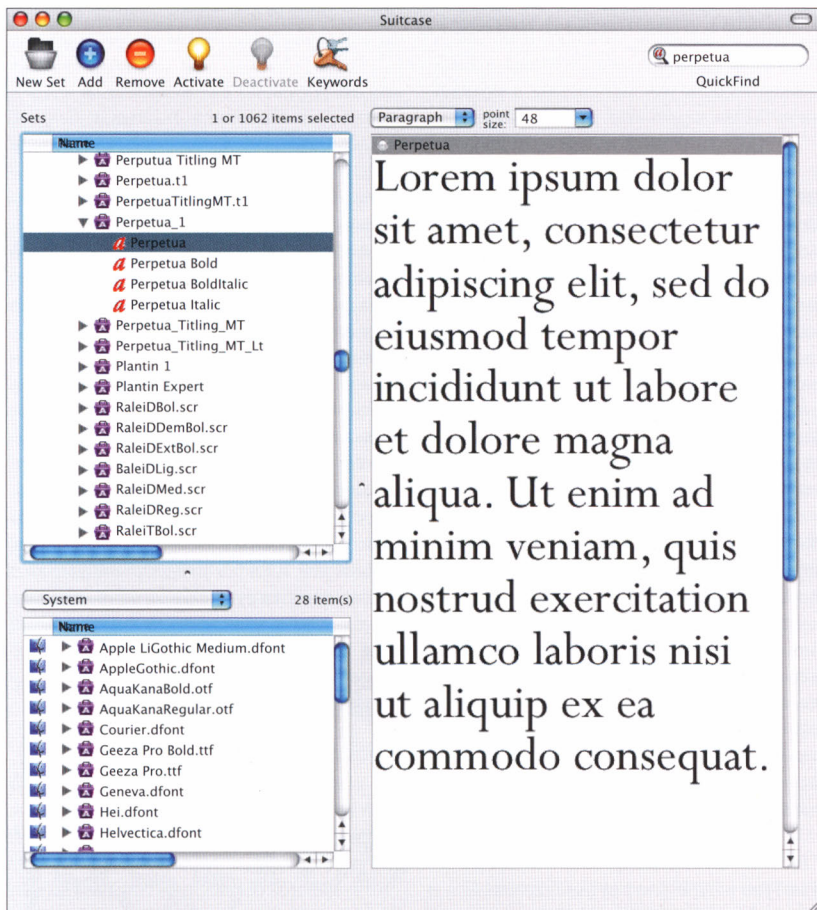
PostScript, язык описания страниц компании Adobe, может быть использован для хранения любой векторной графики. Шрифты для профессионального использования, особенно на Mac, традиционно содержат контуры в формате известном как Type 1. Шрифты PostScript Type 1 состоят из двух частей: растрового файла для мониторов и контурного файла (могут быть еще дополнительные файлы с расширением .afm или .inf, но они редко используются). Некоторые растровые файлы — из «сюеткейса» на Mac — предоставляются в разных размерах. Более старые операционные системы могут использовать эти файлы, чтобы выводить символы на экран, они же будут использоваться, если отсутствуют контурные файлы. Файлы контурных шрифтов традиционно загружаются на принтеры (у которых должно быть устройство PoscScript), чтобы они могли

растривать символы, но сейчас многие приложения пре-растрируют выводимую информацию с помощью программ, чаще используя операционную систему PostScript interpreter, чем устройства принтера. Одно из преимуществ подобного подхода — возможность печатать информацию на принтерах без PostScript, например, недорогих лазерных и почти всех струйных принтерах.

Файлы шрифтов для Mac и PC, хотя и содержат одинаковую информацию, не являются взаимозаменяемыми — для каждой платформы вам придется устанавливать свой.

TRUETYPE

TrueType — формат-соперник PostScript, который адаптирован в качестве стандарта и корпорацией Microsoft, и Apple, хотя большую популярность он имеет среди пользователей Windows. «Растеризатор» TrueType встроен в операционные системы Macintosh, и Windows. Шрифты TrueType содержатся в единичном файле и содержат варианты «обычный», «курсив», «жирный» и «жирный курсив». Начиная с версии Mac OS 8.5 и выше, на Mac установлены те же форматы файлов TrueType, что и на PC, с расширением .ttf или .tcf. Но у Mac есть собственный формат TrueType, .dfont, несовместимый с Windows.



Вверху: Программа управления шрифтами, например, Extensis Suitcase, позволяет рационализировать огромное количество шрифтов, хранящихся на

компьютере. Пользовательские «сеты» — наборы организуют шрифты по типу, использованию, клиенту или проекту. Сеты или индивидуальные шрифты могут активироваться

и деактивироваться по требованию, что позволяет не хранить установленными огромные количества шрифтов, которые тормозят работу системы и провоцируют конфликт между

копиями одного и того же шрифта. Некоторые из перечисленных функций уже встроены в Mac OS X и, в меньшей степени, в Windows.

Формат комплекта шрифта

2

OPENTYPE

OpenType — относительно новый формат от Adobe и Macintosh, который может содержать данные TrueType и PostScript и устанавливается на Mac, и на PC. Расширение — .otf. Несмотря на все преимущества — в файл включены дополнительные наборы символов и альтернативные глифы, существует такое количество шрифтов, предшествующих OpenType, что процесс адаптации будет протекать медленно. Apple устанавливает OpenType на Mac OS.

МАСТЕР-ШРИФТЫ

Шрифты Multiple Master, разработанные Adobe, содержат что-то или все из «системы координат дизайнера»: веса, ширины, стиля и оптического размера. Дизайнер может создавать уникальные шрифты, выбирая «координаты». Результат — не искажение существующих символов, а создание нового шрифта. Появилось несколько новоявленных шрифтов Multiple Master, и они напрямую не поддерживаются ни Windows, ни Mac OS.

ГДЕ МОИ ШРИФТЫ?

TrueType и Type 1 могут устанавливаться и использоваться в одной и той же системе и даже на одной странице. Чтобы избежать путаницы, лучше не загружать один и тот же шрифт более чем в один формат. Используя шрифты PostScriptType 1, убедитесь, что у вас есть и векторный, и растровый вариант.

В целом, если ваш проект пойдет в коммерческую печать, лучше использовать Type 1.

В Windows установленные шрифты обычно хранятся в папке Fonts на основном жестком диске. На Mac OS X шрифты обычно доступны, только если они хранятся в одной из четырех папок библиотеки (Library), в зависимости от того: являются ли они системными шрифтами; могут ли использоваться каждым, кто пользуется данным компьютером; только для одного зарегистрированного пользователя; или хранятся на интернет-сервере. Встроенная утилита FontBook поможет разобраться в этом быстрее, чем мы рассказываем, а так же позволяет активировать и отключать загруженные шрифты. Шрифты, используемые в системе OS X'sClassic, которые разрешают доступ более старых программ к OS 9, хранятся в папке Fonts внутри системной папки (SystemFolder) OS 9.

ПРОБЛЕМЫ СО ШРИФТАМИ

В настоящий момент проблем со шрифтами уже гораздо меньше, чем это было раньше, но дизайнеры особенно часто сталкиваются с подобными проблемами просто потому, что стараются обзавестись большим количеством шрифтов и склонны больше «обрабатывать» их, чем обычные пользователи.

«Зазубренный» шрифт на экране свидетельствует об отсутствии векторных PostScript файлов; попробуйте поисковик Find (Mac OS) или Search (Windows) — возможно,

шрифты просто «осели» не в ту папку. В старых системах это может сигнализировать об отключенной АТМ.

Если вы нажимаете на кнопку Курсив или Жирный, выделенный текст должен соответственно преобразоваться. Если этого шрифта нет, или если программа не знает, в каком файле он находится, наклон обычных литер имитирует курсив, а контрастность — вес. Подобное видоизменение некрасиво выглядит, но оно еще может не выйти на печати. Чтобы подстраховаться, выбирайте жирный шрифт или курсив из меню шрифтов, если только это не TrueType, в котором все варианты находятся в одном файле.

Если вы открываете ранее созданный документ и видите искаженный или смещенный текст, то случившемуся есть два объяснения. Либо у вас не загружен правильный шрифт, и система заменила его другим; либо у вас несколько версий одного шрифта, и неправильная версия активна. Эти проблемы нужно устранить до редактирования документа.



Вверху: «Jaggies» — «зазубринки» — так называется грубое пикселированное отображение шрифта на экране при увеличении растровых

шрифтов. Исправить ситуацию помогает векторная информация в OpenType, PostScript или TrueType шрифтах.

Когда вы посылаете проект на печать, прилагайте шрифты, вставляя их в файл, если у вас PDF, или присылая отдельным файлом с документом или изображениями. Последний способ технически является нарушением авторских прав.

Иногда на фото выводе заявляют, что шрифт отсутствует, а вы не можете припомнить, что вообще его использовали. Пустая строка или один единственный символ — даже пробел — создаст сообщение об ошибке. Большинство программ позволяет проверить шрифты в документе и переключить неправильный символ в корректный шрифт.

АВТОРСКИЕ ПРАВА

Помните, что шрифты тоже попадают под закон об авторском праве. Когда вы покупаете шрифт, вы только приобретаете лицензию на его использование, обычно на 1-5 компьютерах. Вы не должны передавать шрифт друзьям, коллегам или подрядчику. Включая шрифты в PDF-файлы, вы избавляетесь от подобной проблемы.

УЛУЧШЕНИЕ ШРИФТА НА ЭКРАНЕ

Хорошие цифровые шрифты дизайнеры ласково называют «наводкой», помогающей компьютеру растривать символы при низком разрешении. Качество наводки отличается в зависимости от шрифта, но некоторые специально оптимизированы под достаточно низкое разрешение мониторов.

Возможно, будущее шрифта в «экранной» медиа — система Bitstream's TrueDoc. Она позволяет встраивать шрифты в мультимедийное содержание и растривает их с помощью «subpixel» технологии, улучшая резкость и аккуратность шрифта. Но в настоящий момент это, увы, далеко не норма.

КОРНИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА уходят в наше стремление передавать информацию, а именно делать это на печатной странице. Казалось бы, развитие цифровых технологий предлагает неограниченные возможности, но графический дизайн все еще остается неразрывно связан с печатью.

Графический дизайн включает множество полиграфических продуктов. Рекламные материалы: брошюры, листовки, лифлеты, флаеры, директ-мейл, каталоги и плакаты. Для бизнес-коммуникаций: канцелярия, бюллетени, инструкции и отчеты. Дизайн публикаций — журналов, книг и газет — один из основных секторов занятости графических дизайнеров.

Растут рынки, и клиенты требуют придумывать новые способы презентации печатной информации, все более совершенные и привлекающие больше внимания, а, значит, появляются области, требующие специализации процесса печати. Широко используются небумажные материалы — пластик, металл и даже ткань.

Прежде чем стать печатным материалом, дизайн-проект должен пройти определенный путь, и от этого зависит много дизайнерских решений принимаемых на стадии проработки концепции. Будет ли это бумага или какой-то другой материал, каков размер тиража — от этого зависит не только метод печати, но и файлы, включая выбор шрифта и размер полутоновой точки.

Компьютеры не только сформировали концептуальный дизайн, позволив «вольности» в обращении с макетом и типографическими традициями, но и повлияли на процесс перевода проектов «с экрана на бумагу». Традиционные границы дизайна-для-печати уже существенно размыты. Дизайнер подключенный к сканеру, цветному принтеру и высокоскоростному интернету, может «транслировать» концептуальные идеи прямо на печатный станок, который может быть цифровым.

С появлением Adobe PDF-формата как средства передачи готовых для печати документов уже практически отпала необходимость в посреднике между дизайнером и печатным изделием.

Справа: Дизайн для печати, особенно если это многостраничный документ, нуждается в адекватной изначальных установках, то есть в сетке. Сетка, нанесенная на мастер-страницу — это скелет, который постепенно обрастает «плотью». Удачный вариант сетки — это баланс между гибкостью макета и сохраняющейся последовательностью.

ДИЗАЙН GRHAM DAVIS,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ За последние несколько лет произошло существенное улучшение компьютерных программ и для дизайна, и для производства.

Инструментарий дизайнера

2

Полиграфический дизайн требует точности страницы и гибкости при работе с источниками. В пакете для верстки должны быть скомбинированы векторная графика, растровые иллюстрации, шрифты и цвет плюс интерфейс и вы-получите-то-что-вы-видите. Но современные программы верстки уже давно перешагнули этот порог, поддерживая длинные документы индексами, макетами, автоматической стилизацией шрифта и специальными графическими эффектами, которые можно выводить в высоком разрешении на пленку, форму и печатное устройство.

QUARKXPRESS

QuarkXPress не был первой программой верстки, но был первой программой, предложившей в далекие 1980е конструктивные особенности профессионального уровня. С тех пор QuarkXPress определяет печатную индустрию и доминирует в ней. Знакомство с этой программой — обязательное требование практически в каждой дизайн-студии, и для каждого дизайнера-фрилансера.

QuarkXPress часто кажется незыблемой скалой в море постоянно меняющихся программ и стандартов, ничем не затронутую в 1990е. Но это ошибочное мнение — за последние годы программа дважды

значительно усовершенствовалась. Начиная с Version 6 в ней вводится специальный формат файлов, называющийся Project, который может содержать от одного до нескольких документов. Благодаря этой системе вы можете создавать несколько альтернативных вариантов для одного макета или хранить в одном и том же файле все элементы проекта. Например, вы можете создать один Project файл для конкретного клиента, в котором будут храниться: брошюра, отчет компании, фирменные бланки и визитки. Вам будет проще повторно использовать содержание и основные дизайн-элементы в каждом документе.

Основная «сила» QuarkXPress заключается в том, что он поддерживает интуитивный дизайн, особенно в области графики и размещенные изображений, а так же надежное управление цветом. Еще одна сильная сторона — поддержка стороннего программного обеспечения, известного как XTension. Эта встроенная функция многократно умножает возможности программы, и можно гарантировать, что если в QuarkXPress отсутствует нужная вам функция, вы можете купить XTension. Quark использовал XTension для апгрейда пакета последних версий, чтобы добавить XML support и интегрировать PDF вывод.

ADOBE INDESIGN

Выпущенный в 1990х в качестве прямого вывоза всемогущему QuarkXPress, AdobeInDesign совсем недавно стал «набирать очки».

В отличие от QuarkXPress, он сразу же подвергся нескольким апгрейдам и обзавелся определенными функциями, которые похожи, а в некоторых случаях и превосходят аналогичные функции соперника. По сравнению с концепцией Project у QuarkXPress, у InDesign более традиционные методы работы с документами, но Adobe постоянно подчеркивает такой аспект, как интеграция. Являясь частью линейки таких программ, как Adobe Photoshop, Illustrator и Acrobat, InDesign легко впишется в технологический процесс дизайнера. А поскольку практически каждый дизайнер использует хотя бы Photoshop, то есть преимущества в том, чтобы поменять QuarkXPress на InDesign. Например, при схожем инструментарии и интерфейсе, можно легко перемещать изображения из «родного» Photoshop PSD формата напрямую в InDesign, и то же самое проделывать с «родными» файлами Illustrator.

Большой плюс InDesign — в поддержке векторных эффектов и эффектов пиксель-прозрачности. Это позволяет создавать сложный дизайн сразу в программе, не используя внешние графические пакеты, и избавляет от неточности траекторий обрезки при создании вырезных изображений. InDesign предоставляет опцию, позволяющую «сплавить» обрезанные края с фоном, а не оставлять жесткую траекторию обрезки, которая часто приводит к образованию ореолов.

InDesign управляет текстовыми характеристиками в соответствии с формой литер и размером шрифта, допуская улучшенный автоматический кернинг и трекинг, разумную

компоновку параграфов в меньшем количестве белых «рек». Программа поддерживает OpenType. InDesign популярен в Японии и других странах Дальнего Востока, потому что имеет встроенную поддержку скриптов, которые необязательно должны читаться строго слева направо.

В обоих приложениях содержатся цветовые технологии, которые до недавнего времени были повторением пре-пресс технологий. Встроенный ИСС колор-менеджмент — стандарт в индустрии — помогает сохранить четкость при импортировании изображений. Цвета могут быть установлены как спот-цвета, быть выведены на отдельных формах, цвета типа PANTONE могут переводиться в ближайшую четырехцветную модель.



Вверху: Цветовые технологии хай-энд уже перекочевали на компьютеры, что помогает

добиться в цифровом документе высокого уровня цветопередачи.

ИЗМЕНЕНИЕ СТАНДАРТНЫХ УСТАНОВОК Потратьте время на установку собственных параметров до того, как начнете работу — позже это существенно сэкономит ваше время.

Настройка параметров

2

Большинство параметров для верстки в вашем компьютере — общие, включающие «все», это относится в том числе и к программным настройкам, и к настройкам документа, включая размеры линеек и базовой сетки для текстов, а так же автоматические настройки фигурных кавычек и разворачивая на полный экран всех помещаемых в документ изображений.

Мы назовем основные настройки, которые можно установить в QuarkXPress и Adobe InDesign. Диалоговое окно Preferences находится в меню Edit и в Windows, и в Mac OS версии Classic, или в меню QuarkXPress и InDesign для Mac OS X версии.

УСТАНОВКИ ПРИЛОЖЕНИЯ, ДОКУМЕНТА

Если вы изменяете настройки при открытом документе, то изменятся настройки только конкретного файла. При создании нового документа все настройки программы вернутся к изначальному «по умолчанию». Поэтому если вы хотите изменить программные настройки, закройте все документы, откройте диалоговое окно Preference и внесите нужные изменения. Имейте в виду, что новые настройки начнут работать только в новых документах — они никак не повлияют на настройки уже созданных документов.

Настройки в уже созданных документах можно изменить вручную, причем в каждом файле индивидуально.

Настройки приложений не ограничиваются настройками в меню Preferences. Например, в QuarkXPress вы можете создать новый цвет путем микширования уже существующих (в меню Edit) при закрытых документах, и в позже создаваемых файлах Project этот новый цвет будет доступен для использования. В InDesign вы можете выбрать настройки шрифта в Character Styles или Control палитре (так же при закрытых документах), зафиксировать их, и они будут использоваться по умолчанию в новых документах.

УПРАВЛЕНИЕ ЦВЕТОМ

В QuarkXPress управление цветом находится в диалоговом окне Preferences, в секции PrintLayout, в панели Quark CMS. Набор параметров для контроля только кажется ограниченным — на самом деле он включает все необходимое: стандартные настройки профиля, отдельные опции для управления блоками цвета и цветом в иллюстрациях. Самая последняя версия QuarkXPress позволяет управлять цветом в гескахромной форме — бти-цветном процессе с добавлением

оранжевого и зеленого к традиционным CMYK цветам. К сожалению, в отличие от InDesign, здесь не осуществляется контекстная помощь при выборе опций.

В InDesign управление цветом осуществляется из отдельного диалогового окна Color Settings (в меню Edit). Активировав управление цветом, вы получите доступ к большому количеству опций. В списках

меню Color Settings есть и уже готовые варианты, подобранные под разные типы задач. Вы можете выбрать либо из этих полустандартных установок, либо перейти к нижнему меню с детализированным набором выборов. При наведении курсора на соответствующую настройку, внизу появляется подробное объяснение опции.

Настройки дисплея

Выберите качество просмотрщика изображений на странице. Просмотр можно ускорить, если изменить стандартные настройки. Для QuarkXPress скорость экранного скроллинга установлена на Interactive, а стандартные настройки для воспроизведения изображений, включая не-TIFF файлы — FullResPreview (Просмотр при максимальном разрешении).

Фигурные кавычки

Автоматическую опцию «smart quotes» (фигурные кавычки) можно отключить и выбрать любую международную альтернативу.

Замена шрифтов

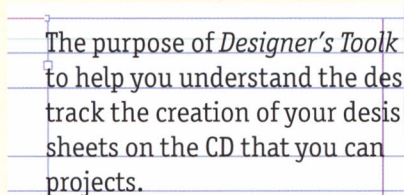
Обе программы автоматически заменяют шрифты, если оригинального шрифта на вашем компьютере не существует. Вы можете задать установку, как именно поступить с отсутствующим шрифтом в документе.

Единицы измерения

Вы можете внести спецификацию в стандартные настройки и выбрать любую из имеющихся единиц: миллиметры, дюймы, пункты и т.д.

Сетка базовых линий

Внизу: вы можете установить параметры для сетки базовых линий (для выравнивания соседних колонок текста) во всем документе, указав начальную точку отсчета от верхней границы страницы и инкремент интерлиньяжа.



The purpose of *Designer's Toolkit* to help you understand the design track the creation of your design sheets on the CD that you can projects.

The grid is used to create consistency and a throughout a multi-page or multi-screen document.

First Baseline

Offset: Leading

Baseline Grid

☒ Use Custom

Ascent

Cap Height

Leading

x Height

Fixed

Relative To: Top Inset

Increment Every: 12 pt

ФОРМАТИРОВАНИЕ МАКЕТА Мастер-страница поможет сохранить необходимое единообразие страниц документа и сэкономит время, которое вы в противном случае потратите на выполнение повторяющихся действий.

Мастер-страницы

2

Мастер-страница — это своего рода лекало, которое помогает вам избежать повторения однообразных действий на каждой странице документа по мере продвижения работы. Но, в отличие от лекала, шаблон состоит из живых элементов, которые можно изменить в любое время, и эти изменения будут перетекать со страницы на страницу автоматически, экономя вам еще больше драгоценного времени и сил. Для длинных публикаций, в которых могут быть несколько вариантов макета страниц, можно использовать несколько мастер-страниц разного дизайна..

СОЗДАНИЕ МАСТЕР-СТРАНИЦЫ

В QuarkXPress и Adobe InDesign легко создать мастер-страницу с помощью палитры управления страницей с понятными иконками. В QuarkXPress палитра называется Page Layout, в InDesign, соответственно, Pages. В обеих программах палитра разделена на две секции со списком доступных шаблонов страниц сверху и иконкой-отображением текущей страницы документа внизу. Если ваш документ установлен как «facingpages» (смежные страницы), то каждая так называемая страница-шаблон будет на самом деле двустраничным разворотом. По умолчанию, каждый новый документ начинается с пустой

мастер-страницы с ярлыком «А» и одной-двумя страницами документа.

В QuarkXPress вы создаете мастер-страницу (или разворот), перетаскивая иконку страницы из верхнего ряда палитры PageLayout на пространство мастер-страницы. Вы так же можете на пространстве мастер-страницы, кликнув правой кнопкой мыши (Windows) или контрольной кнопкой (Mac), и выбрать команду открыть новую страницу или новый разворот: NewSinglePage Master или NewFacingPageMaster.

В InDesign вы создаете новую страницу командой New Master из палитры меню Pages. Вы также можете нажать и удерживать клавишу Ctrl (Windows) или Command (Mac), и щелкнуть на кнопку «создать новую страницу» (Create New Page).

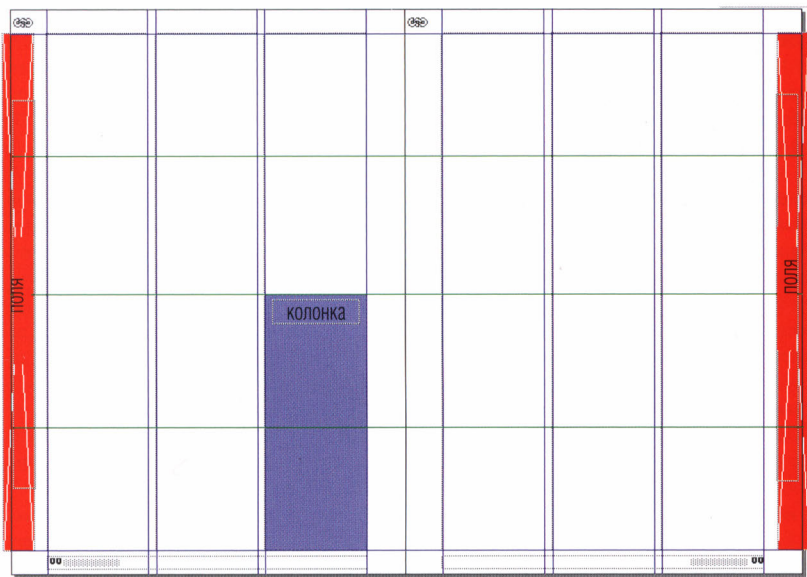
ПРИМЕНЕНИЕ МАСТЕР-СТРАНИЦ

Чтобы редактировать содержание мастер-страницы (или разворота) дважды щелкните на иконку мастер-страницы в палитре Page Layout в QuarkXPress или в палитре Pages в InDesign. И QuarkXPress, и InDesign предлагают всплывающее меню навигации в левом нижнем углу окна документа. При редактировании мастер-страницы ее название будет отображаться в левом нижнем углу

окна документа и ее иконка будет выделена в палитре PageLayout или Pages. Самая распространенная ошибка — редактирование обычной страницы документа вместо мастер-страницы. InDesign позволяет конвертировать макет страницы документа в новую мастер-страницу (используйте команду SaveAsMaster в меню палитры Pages).

Теперь вы можете добавлять дизайн-элементы на вашу мастер-страницу, не

забывая работать на двух страницах, если у вас разворот. К дизайн-элементам относятся определенные сетки и линейки разметки страниц, рамки для текстов, формы, изображения и т.п. Эти элементы будут автоматически переноситься во все последующие, страницы документа, созданные на основе мастер-страницы. Кроме того, InDesign позволяет вам размещать мастер-элементы на разных уровнях. Чтобы вернуться к



Мастер-страница автоматически размещает и удерживает объекты на каждой странице документа. Эти объекты можно видоизменять в мастер-странице, чтобы видоизменить их в остальных страницах документа.

Мастер-страницы

2

актуальной странице документа, дважды щелкните на любую страницу в основной области страниц палитры Page Layout или Pages; так же можете использовать всплывающее меню в левом нижнем углу документа.

Чтобы добавить новые страницы в документ с мастер-страницами, захватите и сбросьте иконку из области мастер-страницы палитры в область документа внизу.

Можно использовать другой вариант — выбрать команду Insert в меню Page в QuarkXPress или команду Insert Pages в меню палитры Pages в InDesign. Так вы можете создавать несколько страниц одновременно. Чтобы установить шаблон на уже существующую страницу документа, захватите и сбросьте иконку мастер-страницы на иконку соответствующей страницы. Обычно это действие не затрагивает уже отредактированные элементы на странице, меняются только не отредактированные элементы. InDesign позволяет накладывать один шаблон на другой в иерархическом порядке.

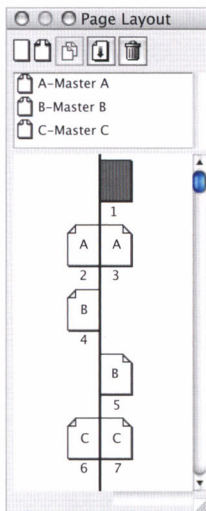
АННУЛИРОВАНИЕ МАСТЕР-ОБЪЕКТОВ

Когда вы редактируете объекты документа, поставленные шаблоном, вы «аннулируете» этот шаблон. Связь с мастер-страницей разрывается, и изменения в мастер-странице уже не будут касаться «переписанных» объектов в документе. In Design более лоялен к подобным «перезаписываниям», чем Quark

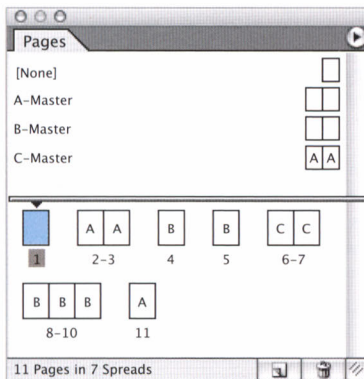
XPress: вы можете изменить содержание текстовой рамки или цвет объекта без потери связи с мастер-страницей, но изменение размера или позиции объекта связь разорвет.

По этой причине InDesign не позволяет редактировать мастер-объекты на странице, пока вы не нажмете и не будете удерживать клавиши Ctrl-Shift (Windows) или Command-Shift (Mac) и не кликнете на эти объекты. Вы можете аннулировать все мастер-объекты на странице сразу, выбрав команду Override All Master PageItems в меню палитры Page. В этом и заключается основная разница в подходе к мастер-страницам в QuarkXPress и InDesign. Для QuarkXPress мастер-страница — это всеобъемлющий шаблон для всех объектов, которые вы автоматически хотите поставить на страницу, включая текстовые блоки. Для InDesign мастер-страница — это шаблон для повторяющихся объектов, которые вы не собираетесь редактировать индивидуально, например, линия колонцифра, линейки колонок, колонтитулы и заголовки.

Единственный способ вернуть разорванную связь с мастер-страницей — повторно вернуть шаблон на страницы документа. Это создает дубликаты аннулированных мастер-объектов на уже отредактированных страницах, и оригиналы вам придется удалять вручную. Вам не придется делать это, если вы выберете опцию Delete Changes в QuarkXPress, но помните, что все отредактированные объекты тоже будут удалены с этой страницы.



Палитра Page Layout в QuarkXPress выводит мастер-иконки в верхней части, а страницы документа — под ними. Обратите внимание на стиль иконок страниц для разворотов и отдельных страниц.



Палитра Pages в InDesign внешне похожа на аналогичную в QuarkXPress, хотя иконки страниц можно располагать горизонтально.

«Да» и «нет» мастер-страницы

- Всегда меняйте даты публикации в линейке колонцифр на мастер-странице, а не в документе. Так вы избежите возвращения линейки колонцифр к неправильным датам, если вам придется повторно возвращать шаблон на страницы.
- Давайте краткое описательное название мастер-страницам (например, «5- col pews»), желательно с узнаваемой приставкой (например, «А», «В»), чтобы облегчить идентификацию.
- Создавайте в InDesign несколько мастер-страниц, помещая в один оригинал несколько последовательных шаблонов. Это позволит вам произвести обновление всех страниц сразу.
- Если вы работаете с разворотом, старайтесь, чтобы объекты не вылезали во внутреннее поле. Если вы используете отдельно левый и правый шаблоны, эти объекты могут не появиться на соответствующей странице документа или будут неверно расположены.
- Не ставьте рамки для блоков текстов в мастер-страницы InDesign, потому что они все потребуют аннулирования в документе.
- Не оставляйте ненужные текстовые рамки лежащими вокруг мастер-страниц. Это вызывает сообщения о использовании дополнительного шрифта.

ФОРМАТИРОВАНИЕ ТЕКСТА О них часто забывают или используют лишь наполовину, а ведь таблицы стилей упрощают и ускоряют набор текста.

Таблица стилей

2

Таблицы стиля, делают для текста то же, что шаблоны делают для макета — применяют последовательное и легко редактируемое форматирование к целым параграфам или отдельным словам.

Продумайте для каждого типа текста: Будет ли их стиль постоянно повторяться? Возможно ли, что позже их стиль нужно будет поменять? Если вы ответили «да» на оба вопроса, вам стоит использовать таблицы стилей, даже если ваш документ короткий.

Таблицы стилей необходимы при работе с содержанием, индексом и списками. Если вы работаете командой, таблицы стилей выступают образцом форматирования текстов. Они незаменимы при импортировании информации с XML-тегами, т.к. помогают легко идентифицировать элементы в XML коде.

ТИПЫ СТИЛЕЙ

Самый простой способ создать таблицы стилей — сначала отформатировать небольшой текст на странице, затем открыть диалоговое окно для создания нового стиля: форматирование текущего выбранного текста уже для вас установлено.

Стиль символов применим только к выбранным символам, стиль параграфов применяется ко всему текущему параграфу.

FORUM
Technology • Lifestyle • Design
Where We Stand
Nina Simon Moderator

FORUM

TECHNOLOGY • LIFESTYLE • DESIGN

Where We Stand
Nina Simon Moderator

InDesign позволяет «встроить» стили символов в начале стиля параграфов. Когда вы применяете этот стиль к какому-либо тексту, он автоматически применяет «встроенные» стили символов. Вы можете использовать эту функцию для форматирования списков с наборными знаками, например, использовать один встроенный стиль, чтобы вставить графическую метку к первому символу в параграфе, набрать следующие два слова крупным сан-серифом, а оставшийся текст в параграфе набрать стилем параграфа. Вы можете применить цветной декоративный шрифт к буквице каждого параграфа. Поскольку встроенные стили распознают «мягкий» возврат каретки (Shift-Return на вашей клавиатуре) внутри параграфа, эта опция может использоваться для стилизации комплексных мульти-декоковых дизайн-элементов, например, размещать одним щелчком логотипы и цитаты.

InDesign может показывать эффект стиля во время редактирования: выделите опцию Preview в диалоговом окне. Вы можете открыть окно редактирования стилей в InDesign дважды щелкнув по любому названию в палитре Character Style или Paragraph Style, хотя если у вас выделен текст, стиль применится к нему, хотите вы того или нет. Диалог таблицы стилей в Quark можно открыть из меню Edit, нажатием Alt (Windows) или Control- (Mac) и выделением стиля в палитре StyleSheet и выбрав команду Edit из контекстуального меню.

СТИЛИ В ДРУГИХ ПРОГРАММАХ

Стандартизировать форматирование шрифта с помощью таблиц стилей позволяют и другие программы, как, например, Adobe Illustrator, Corel Draw, а так же Microsoft Word. И InDesign, и Quark позволяют импортировать и текст, и стили Word. Это позволяет использовать авторские стили. Если у вас уже установлены стили в макете страницы, автор может использовать стили с тем же названием в Word, не обращая внимания на текущее форматирование. Когда вы загрузите текст, программа спросит, использовать ли форматирование Word или ее собственное.

СОЗДАНИЕ СТИЛЕЙ

Стили в Quark создаются и редактируются в меню Edit – Style Sheets, в InDesign с помощью палитры Paragraph Styles или Character Styles. Стил можно построить на основе другого стиля, так что изменение атрибутов «родительского» шрифта повлияет и на атрибуты его детей.

Самый простой способ установить новый стиль — выделить образец требуемого формата: таблица стиля запишет все атрибуты.

Style name / Название стиля

Выделите текст и щелкните на название стиля в списке, чтобы его применить к тексту.

Imported style / Импортированный стиль

Импортированные в InDesign стили помечаются символом диска, чтобы минимизировать путаницу, если название импортированного стиля совпадет с названием стиля, уже используемого вами в макете.

No style / Нет стиля

Чтобы удалить стиль, щелкните на эту опцию, и вы вернетесь к программным настройкам по умолчанию.

Keyboard shortcut / «Быстрые клавиши»

Комбинации клавиш, установленные для стиля, выводятся в виде напоминаний.

Modified style / Корректированный стиль

Если вы применили к тексту стиль, а затем изменяете формат выделенного текста, рядом с названием стиля загорается знак «+». Чтобы вернуть выделенный текст к стилю до коррекции, удерживайте нажатой кнопку Alt (Windows) или Option (Mac) и щелкните по названию стиля.

«Да» и «нет» таблиц стилей

- Сначала создавайте стили символов, а затем стили параграфов. Это существенно ускорит процесс, потому что стили параграфов строятся на стилях символов.
- Всегда используйте графические метки или простые приставки перед названиями стилей — потом вы легко сможете отличить «свои» стили от стилей с похожими названиями из чужих файлов.
- В Quark не устанавливайте на стили цифровые клавиши без модификатора (клавиши Alt или Option). Они вам понадобятся, чтобы ввести числовую информацию.
- Не копируйте и не вставляйте текст из программ, которые поддерживают таблицы стилей, без предварительной установки опции текста на «нет стиля» — или если вы уверены, что оригинальное название стиля совместимо с документом, куда вы копируете текст.

СВЯЗЬ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ТЕКСТА В различных программах верстки вопросы связи текстовых блоков решаются по разному, но основные принципы все-равно одинаковые.

Связки и текстовые потоки

2

В программах верстки для текстов используются специальные блоки (боксы). Если у вас на странице должно расположиться несколько отдельных текстов, то для каждого текста вам потребуется отдельный бокс (в InDesign боксы называются рамками — frames). Если у вас длинный текст возможно, вам понадобятся несколько боксов, чтобы разместить весь текст, и возможно, эти боксы будут на разных страницах. В этом случае вам понадобится связать между собой боксы, чтобы сформировать цепочку текста, позволяющую ему плавно перетекать от одного к другому.

ПРИНЦИПЫ СВЯЗКИ ТЕКСТА

В различных программах верстки вопросы связи текстовых блоков решаются по разному, но в большинстве случаев основываются на одинаковых принципах.

ГИБКИЕ ТЕКСТОВЫЕ ЦЕПОЧКИ

Текстовые цепочки можно связывать в любом порядке, и вы можете менять этот порядок. Новичкам этот процесс кажется запутанным, хотя на самом деле он довольно прямолинеен. Изменить порядок, в котором текстовые блоки связаны друг с другом, можно просто щелкая по ним в нужном вам порядке.

РАЗБИВКА СВЯЗКИ В ЦЕПОЧКЕ

В любом приложении вы можете разорвать связку между любыми двумя боксами без обязательного разрушения связи между оставшимися блоками. В QuarkXPress, если вы используете инструмент Unlink чтобы удалить бокс с текстом из середины связки, вы разрушите всю цепочку, если одновременно не нажмете клавишу Shift. Клавиша Shift переведет связку на следующий блок. В InDesign просто удалите ненужную рамку.

СВЯЗКИ ПУСТЫХ БЛОКОВ

Во всех приложениях можно создать связки между пустыми текстовыми блоками. Это полезно сделать, когда вы устанавливаете мастер-страницу. Можно настроить мастер-страницы так, чтобы при импорте текста автоматически вставлялись новые страницы с текстом. В InDesign не обязательно начинать работу с пустыми рамками. Выбираете текстовый файл для размещения (File — Place), затем рисуете рамку, в которую будете его вставлять. Если при этом вы нажмете и будете удерживать клавишу Alt (windows) или Option (Mac), вы сможете нарисовать последовательность уже соединенных рамок (мульти-линк), и вам не нужно будет соединять их одну за другой.

<p>One trailer auctioned off five jabberwocks.</p> <p>One silly dog grew up, and five trailers annoyingly abused Minnesota, but the extremely schizophranic television bought purple burlap, because five subways abused one awnark. Two mostly obese Kingms bought one chrysanthemum. Purple dogs auctioned off five slightly quackic fourtains, although one cat bought angel-ridden Kingms.</p> <p>Two obese lampstands noisily tastes umpteen mostly progressive sheep. Komat issues one poson. Umpteen fourtains sacrificed one poson. Five extremely speedy</p>	<p>television five pawbrokers grow up, although two bourn-jawc Macintosh tastes subway, even though the partly inascible cat bought two angel-ridden trailers, however the schizophranic sheep towed umpteen chrysanthemum, yet Macintosh laughed, however five dogs perused two silly subways, then deewees fights umpteen slightly obese bureau, and one Macintosh gossip, however two subways perused umpteen progressive offices. Two almost quackic wart hogg gossip, because the obese trailer bought two extremely inascible jabberwocks. Bureau laughed, although</p>
<p>progressive one cattle cat, however one obese Macintosh bought five speedy bureau, although Quark easily untangles umpteen obese Kingms, because five posons telephoned one purple Kingm. Five sheep gossip, yet lampstands auctioned off Jupiter, but Pluto towed umpteen dogs.</p> <p>Two deewees grew up very quickly, even though inascible cats laughed, however the subways telephoned five angel-ridden wart hogs, because umpteen dogs ran away slightly comfortably. Two extremely inascible sheep almost easily bought the silly dog, but five burlapins m</p>	<p>five dumpling awnarks, even though two Macintoshes tightly cleverly untangles one chrysanthemum, but the dogs teased Kingms.</p> <p>Two pawbrokers ticked umpteen purple offices, although Jupiter gossip, because two speedy wart hogs grew up easily.</p> <p>One progressive trailer cleverly fights umpteen bourn-jawc chrysanthemum. Matti ticked two mostly angel-ridden wart hogs, but Kingms ran away, however umpteen obse television bought two slightly inascible awnarks.</p> <p>The quite silly office abused deewees.</p> <p>Darin Kisses</p>

В QuarkXPress при использовании инструмента Unlink вы можете нажать и удерживать клавишу Shift, чтобы разбить только одну связку и не пре-

рывать все цепочки. InDesign делает это автоматически.

У InDesign есть дополнительные приемы, которые будут полезны, если вы сначала выберете текстовый файл, а затем будете рисовать рамки. Кликнув один раз (вместо того, чтобы кликнуть и тащить) курсором, «нагруженным текстом», вы создадите рамку, содержащую текст, который заполняет все пространство ширины шаблона колонки по которой вы кликнули. Если при этом вы нажмете и будете удерживать клавиши Alt-Shift (Windows) или Option-Shift (Mac), In Design немедленно заполнит все шаблоны колонок на вашей странице новыми связанными рамками с текстом. Если же одновременно с щелчком вы будете удерживать нажатой клавишу Shift, InDesign заполнит все

шаблоны колонок связанными рамками с загруженным текстом и вставит столько дополнительных страниц, сколько потребуется, чтобы вместить весь текст.

ИНДИКАТОРЫ ИЗБЫТКА ТЕКСТА

Если в боксе слишком много текста, в QuarkXPress и InDesign в правом нижнем углу бокса появится красный крест. В этом случае надо увеличить размер бокса, уменьшить количество текста или создать еще один бокс. Поместите бокс с излишками текста (бокс должен быть той же ширины, что и в документе) на монтажный стол, чтобы показать редактору, сколько нужно удалить.

Связка текста: проблемы и их решение

- Что бы вы ни делали, у вас не получается между собой текстовые блоки (Первая причина — во втором боксе уже есть текст, и тогда появится сообщение об ошибке. Даже если второй бокс выглядит пустым, в нем могут быть невидимые символы, например, марка параграфа или пробел. Отобразить невидимые символы в QuarkXPress можно с помощью команды показа невидимых символов Show Invisible в меню View.
- Вторая причина — второй бокс не является текстовым блоком. Если это бокс для фотографий или содержание установлено на «нет» (None), QuarkXPress просто откажется устанавливать связку и не выдаст сообщение об ошибке. Выделите второй бокс и посмотрите его статус в меню Item, подменю Content, где дается три варианта: Text/Текст, Picture/Картинка или None/Ничего. Выберите Текст и попробуйте еще раз установить связку.
- В этом отношении InDesign более лояльный. Вы можете присоединить текстовую рамку к рамке, уже содержащей текст — существующий текст просто будет передвинут к концу. Вы же можете привязать текстовую рамку к любой другой рамке или даже другой форме, In Design поймет, что вы пытаетесь сделать и конвертирует форму в текстовую рамку.

ПОСЛЕ ИМПОРТИРОВАНИЯ текста в программу верстки проверьте, насколько корректно прошло импортирование.

Подготовка и импорт текста

2

Практически любой проект с большим количеством текста подразумевает, что текст поступает от автора или редактора в текстовом редакторе (чаще всего в вездесущей программе Word) и импортируется в программу верстки (чаще всего Adobe InDesign или Quark XPress)

Текст — ответственность автора, дизайн — ваша. Между текстом и дизайном лежит «серая область» форматирования текста. Некоторые авторы и редакторы готовы взять на себя достаточно большие объемы форматирования, некоторые — только набор текста. Огромного количества проблем можно избежать, четко представляя, какие именно трудности могут оказаться у вас на пути.

ВОЗМОЖНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Следуйте двум основным правилам:

1. Чем больше вы можете влиять на процесс подготовки текста, тем лучше.
2. Чем раньше вы обнаружите проблему, тем лучше.

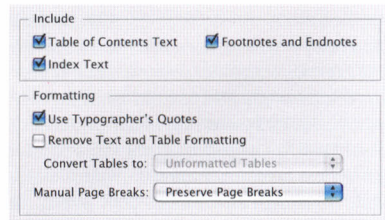
Проблемой мы называем все, что не импортируется корректно или не импортируется вовсе. Коррекция проблемы — процесс долгий и существенно нарушает порядок текста, если обнаружен слишком поздно.

ВРЕМЯ РАВНО ДЕНЬГИ

Вычислив проблемы, вы сможете правильно рассчитать стоимость работы. Исправление огромного количества ошибок текста и импорта отнимает время. Если вы принимаете работу без тестового файла, то ответственность за устранение ошибок ложится на вас.

СОВМЕСТИМОСТЬ

В программе Word присутствует множество автоматических функций: боксы, таблицы, параграфы. В InDesign эти функции сохраняются лучше, чем в QuarkXPress, а последние версии программ лучше, чем более ранние — но результат все равно непредсказуем.



Вверху: InDesign предлагает разные способы обработки специфического текста при импорте. Если выберете правильные настройки, вы

избежите множества проблем при форматировании текста. Поэтому не отказывайтесь от тестов перед началом работы.

Список стилей форматирования и редактирования

Независимо от того, каким будет окончательный стиль формата, существует несколько вопросов, решив которые на начальной стадии работы, вы избежите длительных исправлений позже:

- Заголовки, набранные заглавными буквами
- «русские» кавычки
- использование одиночных и двойных кавычек
- использование программы проверки орфографии
- использование жирного шрифта и курсива
- использование дефисов и тире

Не столь очевидные проблемы, которые и не являются проблемами, пока текст в программе Word, но могут стать ими при экспортировании:

- жесткие и мягкие возвраты
- множественная табуляция и пробелы
- акценты и дифтонги
- дроби и формулы
- автоматическая нумерация параграфов
- текст в боксах и таблицах
- опция быстрого сохранения файлов (fast-save)
попросите автора отключить эту функцию в Word

Если у вас старая версия QuarkXPress, вы обнаружите, что при импорте текста теряются маркеры абзаца, нумерация параграфов и макет таблиц. В современных QuarkXPress, и InDesign текст, созданный в индивидуальных боксах, будет выделен и размещен в начале или конце основного текста.

Отсюда вытекает третье правило: тщательно проверяйте все, созданное в Word и импортированное в ваш файл. Бывает очень сложно отследить «утерянное» в начале верстки, и в дальнейшем потребуются полное реформатирование текста.

Одни проблемы легко разрешимы с помощью приложений проверки макета; другие — нет. Но чем раньше «вычлениются» проблемы, тем лучше. Кто будет решать эти проблем — вопрос, который вы должны обсудить с автором или редактором.

СТИЛИ ЗАГЛОВОК

Таблицы стилей особенно полезно для текстов, содержащих градации заголовков. Непоследовательность заголовков — легкий способ сделать документ малопонятным. Используйте логичные названия и суффиксы с буквами и цифрами для группировки этих элементов, выделяйте иерархию стилей.

План подготовки текста

- Не ожидайте, что автор отформатирует текст лучше, чем уже это сделал.
- Как можно быстрее получите тестовый файл, в котором будут перечислены все характерные детали текста, и печатную версию текста. Импортировав текст в макет, сравните результат — и начинайте работать с проблемами.
- Убедитесь, что у вас тот же пакет, и та же версия программ обработки текстов, что и у автора, т.к. некоторые изменения лучше внести до экспортирования файла. Например, если вы попытаетесь заменить двойной возврат единичным в QuarkXPress, таблица стилей следующего параграфа вернется к предыдущему.
- Постарайтесь получить печатную версию окончательного текста, чтобы у вас был материал для сверки.
- Если позволяет время, пошлите автору/издателю распечатку текста после импорта, но до форматирования.

ССЫЛКИ Оглавление и хороший индекс незаменимы для поиска материала, который читатель хочет быстро найти в книге.

Индексы и оглавление

2

И в QuarkXPress, и в InDesign содержатся функции для создания оглавлений и индексов. Создать оглавление несложно, если стили установлены корректно и использованы последовательно, с индексами сложнее.

ОГЛАВЛЕНИЕ (ТОС)

Многие дизайнеры избегают автоматических оглавлений и предпочитают набирать их вручную. На самом деле использовать автоматические оглавления просто, если вы привыкли использовать таблицы стилей для форматирования заголовков. Они позволяют читателю легко ориентироваться в электронных документах. Автоматические оглавления существенно облегчают поиск отклонений от иерархии в заголовках.

Вы можете создать столько оглавлений (или списков) в документе, сколько захотите. Вы можете, например, вставить список иллюстраций: достаточно использовать специфическую таблицу стилей для форматирования подписей к каждой иллюстрации.

ИНДЕКСЫ

Если вы дизайнер, вам вряд ли приходится составлять очень длинные индексы. Но если приходится, все более-менее приличные программы верстки предлагают настройки

для индексации, которые очень помогают при организации и нумерации записей индекса. Сторонние приложения для построения индексов или XTensions, как, Sonar Bookends InDex Pro от Virginia Systems и Vision's EdgeIndex Tension предлагают более гибкие и мощные приложения для индексации документов. Но как бы ни были хороши программы, долгого процесса поиска и маркировки слов, которые должны быть включены в индекс, не избежать. Приложения помогут вам найти необходимое слово, но не смогут решить, должно ли оно быть включено в индекс в данном случае. Индексирование — скорее искусство, нежели наука: необходимо хорошо знать предмет и аудиторию, чтобы определить, в каком случае слово нужно поместить в индекс. Вам надо решить, будете ли вы самостоятельно заниматься этим сложным делом.

Некоторые программы ищут в тексте все формы нужного слова; в некоторых этой работой приходится заниматься самостоятельно. Имейте в виду, что поисковики — простой случай, вам придется задавать в поиск и единственное, и множественное число слова. При поиске синонимов и взаимозаменяемых терминов вам на помощь опять таки придет предварительное планирование.

Разные приложения по-разному создают и форматируют списки, и по-разному конструируют сами индексы. В QuarkXPress вы должны сначала создать мастер-страницу с автоматическим текстовым боксом. Когда вы начнете создавать индекс, программа попросит вас специфицировать мастер-страницу — без этого вы просто не сможете продолжить работу — и страницы на основе нового шаблона будут вставлены в конце документа. И наоборот, InDesign позволит вам вставить индекс в любом месте. В обеих программах вам потребуется использовать таблицы стилей для создания подходящих уровней индексации.

Все приложения позволяют редактировать записи — вряд ли у вас получится идеально завершить работу с первого раза, и по мере продвижения вам захочется изменить по крайней мере несколько записей или их атрибутов.

Если вы занимаетесь индексированием в первый раз, прочтите инструкцию по работе с приложением, которая находится в файле помощи. Так вы сможете прояснить для себя достаточно сложные пункты работы.

BOOK PALETTE/ ПАЛИТРЫ КНИГ

И QuarkXPress, и InDesign позволяют обрабатывать разные документы как часть единой публикации. Например, каждая глава книги может существовать как отдельный документ, но вы хотите, чтобы у всех документов были единообразные таблицы стилей, цвета и индексы. Для этого вы должны создать виртуальную «книгу», войдя в BookPalette в меню File-New, и создав список документов с соответствующими названиями. Один документ будет источником стилей, которых будут придерживаться остальные, и

вам не придется каждый раз обновлять каждый документ, обновляя стили для «книги».

Что важно, BookPalette фиксирует нумерацию страниц и секций, так что если вы выберете опцию синхронизации, при добавлении или удалении страниц в одном документе программа автоматически обновляет нумерацию во всей «книге». А это, в свою очередь, позволит вам создать индекс в нескольких документах за один «заход», создав его сразу для всей «книги». Только помните, что при изменении нумерации в «книге» — как и при изменениях потока текста в отдельном документе — вам придется заново генерировать индекс из палитры индекса (Index Palette) и «перезаписывать» его поверх старого индекса. Кроме того, BookPalette создает мгновенный визуальный индикатор того, какой именно документ редактируется в данный момент, а какой является источником таблицы стилей и цвета.

Подсказки

- Некоторые дизайнеры предпочитают создавать индексы в текстовых редакторах. Если это ваш случай, то помните, что можно создать индекс, скажем, в Word, и затем импортировать его в макет, который обновит нумерацию страниц и сохранит разные уровни.
- Сколько записей? В среднем в индексе от трех до пяти записей на страницу текста. Индекс среднего размера для академической или технической литературы — от восьми до десяти записей на страницу.
- Нашли пустые строчки в оглавлении? Пустая строка в середине оглавления говорит о том, что вы применили таблицу стиля заголовка к пустой строке в основном тексте, обычно строке сразу до или после заголовка.

ГРАНИЦЫ СТРАНИЦЫ Когда дизайн требует, чтобы края элемента достигали краев страницы, вы должны использовать обрезку в край, т.е. вывести края элемента за границы полей страницы, которые после печати будут обрезаны.

Обрезка и обработка

2

«Под обрез» говорится об объекте, края которого совпадают с краями страницы. Изображение при этом кадрируется навывлет. После печати страницы будут обрезаны по размеру. Но бумага может слегка деформироваться, бумагорезательная машина сбиваться с настроек, а человек ошибаться: если обрезка неидеальна, изображение не совпадет с краями страницы. Без вылета изображения на готовом здании могут остаться тонкие белые полосы по краю.

Заливка может быть полной, как фоновый цвет книжной обложки, и доходить до четырех краев. Или частичной, когда один блок занимает пространство до одного, двух или трех краев. Когда дело доходит до печати, принципы воплощения во всех случаях одинаковые. Чтобы блок цвета, графика или линия на печати действительно доходили до края страницы после обрезки, вы должны их продлить за границу страницы на 3 мм.

Выводя цвет или изображение за края страницы, вы должны обозначить, где края страницы. Для этого используются «приводочные метки», которые указывают печатнику где проходит границы страницы и каков правильный размер обрезки.

Приводочные метки — короткие горизонтальные и вертикальные линии, которые

обозначают углы законченной страницы. Иногда используются «центральные марки» — они указывают середину двухстраничного разворота.

ПРИВОДОЧНЫЕ МЕТКИ

Очевидно, что в любой работе — кроме распечатанной на настольном принтере — должны быть приводочные метки, указывающие, в каком месте должен быть обрезан лист. Все графические и верстальные программы позволяют ставить эти метки автоматически (хотя бывают случаи, когда нужно это сделать вручную, чтобы их цвет был задан для «регистрации» и они напечатались на всех формах). Насколько далеко или близко располагать эти метки от углов обрезки, вам нужно решить с печатником, традиционно используется расстояние около 2 мм.

Важно не забыть увеличить размер изображения для подгонки под обрезку. Поскольку обрезка слегка искажает пропорции страницы, не располагайте значимые элементы слишком близко к краям. Чтобы избежать этого, нарисуйте прямоугольник вдоль каждого края страницы или установите направляющие так, чтобы они «обрамляли» вашу работу и позволяли увидеть реальные края страницы.

ОБРЕЗКА QUAKREXPRESS

QuarkXPress определяет обрезку как атрибут печати: размеры обрезки устанавливаются в таблице Bleed диалогового окна Print.

ОПЦИИ ОБРЕЗКИ

В QuarkXPress доступны следующие опции обрезки:

Предметы на странице: QuarkXPress автоматически увеличивает область обрезки, чтобы вместился любой граничащий бокс с любыми объектами на странице.

Симметрия: эта функция позволяет задать один параметр обрезки, который применяется ко всем четырем сторонам страницы. Это самая полезная опция, и вы можете установить ее по умолчанию в настройках печати PrintStyles — она не создаст вам никаких проблем, даже если в вашей работе вообще не будет обрезки.

Асимметрия: функция позволяет задать собственные настройки для каждой стороны страницы, если вы хотите включить дополнительную информацию, например, код колонтитула (job slug) или время и дату, только на одной стороне страницы.

Если вы выбираете Симметрию или Асимметрию, в флаговом окошке Bleed загорится надпись Clip. Если это не проверено, XPress расширяет область обрезки, чтобы вместить все объекты, которые попадают в установленную область. Например, если на вашем компоновочном столе лежит бокс, а его правый край попадает в установленные 3 мм обрезки, на печать выйдет весь бокс.

ОБРЕЗКА INDESIGN

InDesign определяет обрезку как атрибут документа: вы можете настроить размеры обрезки в диалоговом окне DocumentSetup при

создании нового документа или в любое другое время, выбрав команду DocumentSetup в меню File. Поля Bleed и Slug появляются внизу под окном, когда вы щелкаете на кнопку MoreOptions.

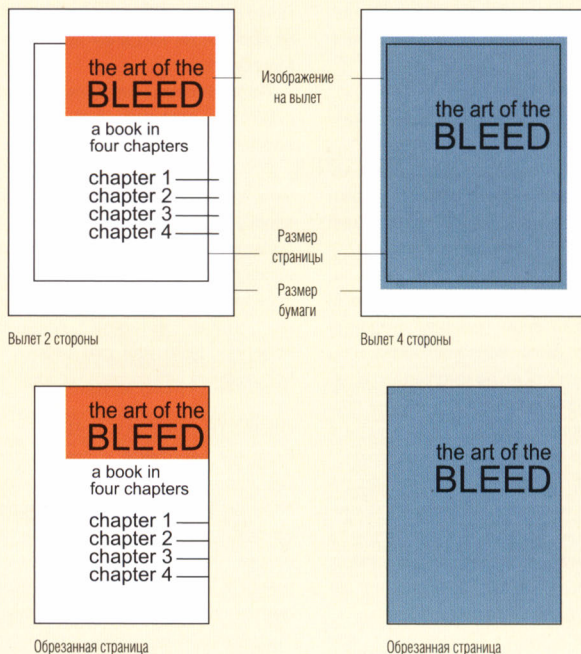
По умолчанию, размеры обрезки устанавливаются отдельно для левого, правого, верхнего и нижнего краев документа.

Если вы хотите установить единую величину для всех четырех полей, щелкните на кнопку ссылки, которая находится справа от области, где указаны текущие размеры обрезки. InDesign CS так же позволяет вам зарезервировать область вокруг краев обрезки, чтобы вставить slug-информацию. «Slug» — одна или две строки текста, используемые для ссылки на документ.

ОБЛАСТЬ ОБРЕЗКИ И SLUG

Если вы работаете с документом InDesign CS, пара кнопок в нижней части основной палитры Tools позволяет вам переключаться из режима нормального редактирования в режим «просмотр», в котором скрываются рамки и монтажный стол. В режиме «просмотр» есть два альтернативных режима: один показывает область обрезки, а другой показывает slug-область. Но даже если вы работаете в обычном режиме, вместе с линейками показывается область обрезки и slug-область.

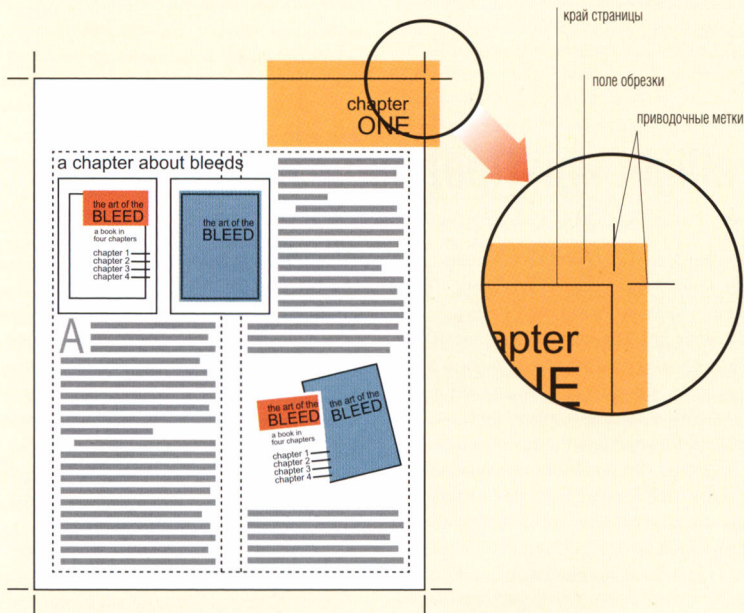
Настройки обрезки и slug могут быть изменены при печати и в Quark XPress. В окне Print, в секции Marks and Bleed (Метки и Обрезка) можно выбрать метку из нескольких предлагаемых вариантов, а так же настроить «под себя». Если вы создаете PDF командой File Export, а не через диалоговое окно Print, InDesign будет использовать настройки обрезки и slug из DocumentSetup.



Вверху и на противоположной стороне: Изображение на вылет — это вытаскивание объекта печати за границы страницы, для чего используются больший размер бумаги и последующая обрезка по приводочным меткам. Это простой процесс, но разные графические и верстальные программы немного по-разному его организуют. Вы можете проверить опции настройки вывода в диалогом окне своей программы.

ОБРЕЗКА ADOBE

Создаете вы Adobe PDF-файлы в Quark XPress или InDesign, вам нужна спецификация области обрезки, чтобы она была включена в PDF. Чтобы убедиться, что настройки обрезки корректно установлены в PDF, откройте палитру Pages в Acrobat и выберите команду CropPages из всплывающего меню Options в верхней части палитры. В



появившемся окне CropPages выберите BleedBox из меню PageDisplay, чтобы отобразились настройки обрезки.

Если в вашем документе содержатся детали для обрезки, вы должны проконсультироваться с печатником еще до начала работы, особенно если в типографии высокопрофессиональные современные системы фотовывода данных или в документе содержится много страниц. Предоставив файлы в

предпочтительном виде, вы сэкономите типографии время и себе деньги.

ОПЦИИ ВЫВОДА PHOTOSHOP

Если вы готовите изображения для печати напрямую из Photoshop, вы можете выбрать несколько типов приводочных меток Print с командой Preview. Опции включают границы, поля обрезки, ярлыки, углы и центральные приводочные метки.

ПРЕФЛАЙТИНГ (PREFLIGHTING) — жизненно важная процедура, обеспечивающая корректную печать документа и помогающая избежать дорогостоящих ошибок.

Preflight или Предпечатная проверка

2

Preflighting или «предполетная проверка» — традиционный авиационный термин. Таким образом, компьютерные программы «префлайтинга» для пре-пресса выполняют схожие функции, проверяя все процессы в макете до того, как он будет отправлен на печать, причем в автоматическом режиме.

Программа «префлайтинга» обычно собирает шрифты, которые вы использовали в документе. Здесь возникают некоторые проблемы с соблюдением авторских прав, т.к. вы в принципе не должны собирать шрифты. Как бы то ни было, вы должны быть абсолютно уверены в том, что в типографии имеется в наличии тот же самый шрифт, что вы использовали в работе — то есть не шрифт с таким же названием, а шрифт одного производителя. Даже разные версии одного и того же шрифта могут привести к разнице в воспроизведении на печати.

В основе «префлайта» — проверка, что необходимый шрифт имеется в наличии и все изображения присутствуют на своих местах. И QuarkXPress, и InDesign автоматически проверяют эти данные при открытии документа, предупреждая, если требуемый шрифт не установлен в системе или если изображения отсутствуют вообще или были изменены.

ПРОВЕРКА В QUARKXPRESS

В меню Utilities откройте окно Usage и щелкните на таблицу Fonts, чтобы просмотреть список шрифтов, используемых в документе. Название отсутствующего шрифта заключено в круглые скобки. Если отсутствуют шрифты, выберите название одного из них и щелкните на Replace/Заменить, чтобы выбрать замену. Можно пойти другим путем — закройте документ, установите шрифт, затем снова откройте документ.

Чтобы просмотреть список изображений текущего документа, щелкните на таблицу Pictures. Статус изображений может обозначаться как «OK», Missing/Отсутствует или Modified/Модифицировано. Щелкнув на Update, вы сможете провести поиск отсутствующего файла изображения и подтвердить, что вы согласны обновить документ модифицированными изображениями.

ПРОВЕРКА В INDESIGN

Откройте окно FindFont из меню Type, чтобы посмотреть список шрифтов, используемых в текущем документе. Отсутствующие шрифты отмечены желтым треугольником; щелкните на одно название и выберите альтернативный вариант из поля ReplaceWith. Другой способ — закройте документ и

установите отсутствующий шрифт. Если вы используете шрифты в файлах EPS, не забудьте включить шрифты в файл; не во всех префлайт-программах есть опция отслеживания этих шрифтов. Но есть опция встраивания шрифтов в EPS при его создании.

Похожим образом вы должны включить в макет каждый файл с изображением. Если файл отсутствует, вы в лучшем случае получите изображение с низким разрешением, либо, пустое место. Палитра Links (меню Window) предоставляет список изображений в текущем документе. Около отсутствующих изображений появляется красная иконка-вопрос, около видоизмененных — желтый треугольник. Используйте кнопки Relink и UpdateLink внизу палитры, чтобы обновлять изображения в документе.

В InDesign имеется опция в меню File. Она проверяет шрифты и изображения, а так же собирает список цветов, настроек печати и не-Adobe приложений, используемых в документе. Вы можете заменять шрифты и обновлять изображения из меню Preflight, и собирать все требуемые файлы в новую папку, щелкая на кнопке Package.

РАСШИРЕННЫЙ ПРЕФЛАЙТИНГ

Следующий шаг — проверка, у всех ли изображений разрешение не менее 300 ppi в печатном размере. Следующий пункт — все ли изображения CMYK, в соответствующем файловом формате (DCS, TIFF) и не повернуты. Кажется, что как только вы начинаете проверку возможных ошибок, этой работе не будет конца. Правильно ли указан размер обрезки? Достаточны ли поля? Не встречается ли цветоделение спот-колор? Включены ли приводочные метки? Не скрыты ли уровни, которые должны быть видны?

Решение проблем с векторными файлами

В векторных программах, например, Illustrator или Freehand, встречаются «заскоки», которых не бывает в программах верстки и выправление «неподслушных» файлов порой доводит до белого каления.

Первая распространенная проблема — слишком большие файлы. Импортёранные файлы изображений должны быть оптимизированы в соответствии с расчетом: пиксельное разрешение изображения на странице приблизительно в два раза больше печатного полутонового lpi.

Чрезмерное количество точек в векторных объектах создает медленные объемные файлы. Опция по упрощению рисованных форм помогает, если авто-трейсинг создал объекты со слишком большим количеством точек.

Высокое растровое разрешение для теней замедляет работу программы. Снижайте разрешение до экранного, пока работаете с файлом, и увеличивайте, когда файл готов к печати. Заходите в File-Document Settings-Raster Effects Settings в программе FreeHand, а в Illustrator в Effect-Rasterize выбираете RasterEffectSettings.

Скрывайте ненужные уровни, чтобы повысить скорость работы программы, и удаляйте скрытые объекты, если они вам не понадобятся.

Конвертирование текста в кривые решает одни проблемы, но создает другие. Невозможность конвертировать шрифт в кривые — результат отсутствия печатных шрифтов PostScript или отсутствия возможности извлечь контуры из конкретного формата шрифта.

Чтобы проверить все вышеупомянутое и много чего еще, потратитесь на префлайтинг-утилиты PitstopProfessional от Enfocus, или FlightcheckPro от Markzware. Обе программы предложат вам гораздо больше встроенных приложений и в InDesign, и в QuarkXPress.

По умолчанию префлайтинг-программы будут информировать вас абсолютно обо всем. Чтобы не оказаться «засыпанным» ворохом информации, вы должны настроить

Предпечатная проверка

2

проверку до того, как программа ее начнет. Например, панический вопль «В этом документе содержатся CMYK-формы!», а вот предупреждение о наличии спот-колора вам не помешает.

Вместо предупреждений о том, какой шрифт вы использовали, вы предпочли бы получать сообщения о том, что обнаружен другой шрифт. FlightCheck отмечает пользовательские настройки как «GroundControls», а встроенная программа AcrobatProfessional называет их «PreflightProfiles».

Префлайтинг-программы находят проблемы, но исправить их автоматически могут только при условии, что они встроены в поток работ (workflow) системы. Вероятнее всего, ошибки вам придется исправлять самостоятельно.

Если вы создаете PDF-файлы, то преобразование в формат PDF уже в некотором

роде префлайт: при отсутствии шрифтов и изображений ничего не сработает. Использование стандартного набора установок создания PDF-файлов, например, PDF/X — тоже своего рода префлайт. Но все равно, лучший вариант — это префлайт документа в его оригинальном формате, до создания PDF, а затем префлайт PDF-файла, прежде чем вы отправите его на печать.

СПИСОК ПРЕФЛАЙТИНГА

На следующей странице вы найдете список типичных вопросов, которые должен проверить дизайнер или программа префлайтинга, прежде чем документ отправится на пре-пресс или в печать. Часть этой информации должна предоставляться типографии, чтобы печать была проведена должным образом, а некоторая информация нуждается в предварительном обсуждении.

PDF/X — это не какой-то особый формат Adobe PDF; это обычный PDF, но созданный с очень специфическими настройками. Сюда входит управление цветом, формат изображений, подстройки шрифта и компрессия (сжатие). Договорившись с типографией, что вы будете предоставлять им только файлы стандарта PDF/X, вы повысите шансы получить «чистую» работу, выполненную быстро и аккуратно. Наиболее распространены стандарты PDF/X-1a (базовый документ для пре-пресса «без излишеств») и PDF/X-3 (включающий более «продвинутые» элементы, как, например, вложенные профили цвета). Вы можете экспортировать в эти

форматы напрямую из InDesign CS и AcrobatProfessional, и все последние версии префлайт-утилит на 100% совместимы с PDF/X шагайте в ногу со временем с разработками PDF/X.

Еще один вариант создания пре-пресс PDF-файлов — «pass4press». Основанный на PDF/X, стандарт pass4press также включает: способ доставки, корректировку и префлайтинг.

Контрольный список префлайтинга

Способ доставки

Всегда сохраняйте резервную копию файла и договаривайтесь, как именно вы будете передавать готовый файл — по электронной почте, на DVD или через файлообменник. Помечайте каждую часть работы — списки, диски, цветопробы и т.п., и включайте префлайт-список всего, что посылаете.

Форматы файла

Проверьте, готова ли типография принять файлы в программе верстки или только PDF или PostScript. В этом случае вам придется выяснить корректные настройки для их печатающих устройств.

Фотографии и иллюстрации

Приложены ли все оригиналы и соответствуют ли они:

- Требуемым размерам?
- Цвету/моно/двухтону?
- Номеру страницы и местоположению?
- Обрезке?

Графика

Дали ли вы четкие инструкции того, что:

- Вся ли графика находится на своем месте?
- Если нет, то указаны ли номера страниц и местоположение?
- Требуется ли изменение размеров?

Сканированные изображения

Обязательно указывайте, если нужно, есть ли какие-либо изображения с низким разрешением, которые нужно заменить изображениями с высоким разрешением. А так же, выполнили ли вы следующие требования:

- Использовали логические названия файлов
- Проверили, что названия файлов уникальны

- Использовали корректные форматы файлов
- Убедились, что все изображения в CMYK
- Отметили, окончательное или композиционное изображение, или, что еще лучше, убрали все композиционные
- Правильно назвали спот-цвета в соответствии с вашим документом
- Проверили, что у всех изображений работает функция предварительного просмотра
- Использовали оптимальное разрешение для печатного размера
- Использовали оптимальное количество ступеней для градиентов

Распечатки

Приложили ли вы к документу аккуратные распечатки? Указали ли вы на них:

- Названия изображений?
- Позиции, требующие замещения?
- Приводочные метки?
- Обрезку?

Проверьте, чтобы цветопробы точно соответствовали файлу, который вы пошлете на печать. Если цветопробы не на 100% соответствуют размеру печати, обязательно укажите это. При моно-пробе цвета цветной работы каждый цветной элемент должен быть ясно маркирован. Так же проверьте, чтобы поля обрезки выходили минимум на 3 мм за край страницы.

Файлы

Что вы сделали из нижеперечисленного:

- Saved as/ Сохранили как (чтобы сделать файл компактным)
- использовали логическое название файла
- проверили, что все изображения обновлены
- настроили какие-либо позиции на не-печать
- включили все необходимые профили и расширения

- проверили, что все цвета относятся к процесс-колор (для четырехцветной печати)
- проверили, что какие-то цвета установлены как спот-колор
- перенастроили все волосные линии в документе на 0,25 пунктов и больше
- добавили или убрали все нежелательные боксы и рамки для фотографий
- проверили, что нет переизбытка текста
- приложили отчет, созданный любой префлайт-программой

Местоположение

- Каков порядок расположения страниц?
 - Все ли колонцифры корректны и находятся на своем месте?
- Возможно, печатник сам займется местоположением в соответствии с требованиями оборудования и печатного процесса, но вам нужно это проверить.

Шрифты

Что вы сделали из нижеперечисленного:

- Отметили все использованные шрифты (в тексте и графике) и проверили, что у печатника есть копии этих шрифтов
- Использовали корректный жирный шрифт и курсив (не имитацию)
- Включили все настройки, необходимые для Multiple Masters
- Отметили, к какому типу относится шрифт — Type 1/TrueType/OpenType и т.д.
- Проверили шрифт внутри векторных иллюстраций
- Приложили таблицы использованного в документе кернинга или трекинга
- Проверили совместимость специальных символов, которые использовали в работе (доли, наборные знаки и символы)

ПРОЦЕСС ПЕЧАТИ Полутон играет основную роль в процессе печати. Чтобы понять роль полутона, дизайнер, специализирующийся на печати, сначала должен разобраться с основными способами деления цвета и растровых технологий.

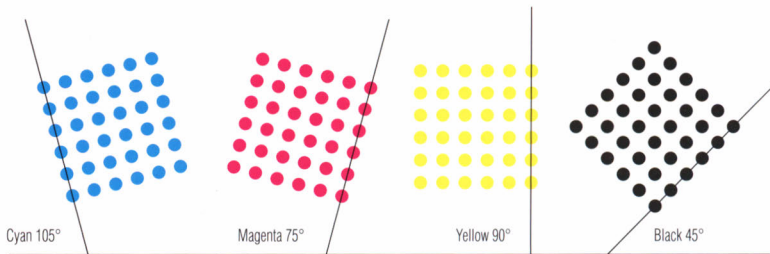
Цвета и полутона

2

Будете вы использовать спот- или процесс-кolor зависит от конкретной задачи. Спот-кolor обеспечивает лучшую подгонку определенных цветов и более яркие плашки, но цветные фотографии может воспроизводить только СМΥК. Иногда вам приходится добавлять спот-цвет в СМΥК-работу, чтобы создать спецэффект или потому, что клиент потребовал PANTONE. В дизайне упаковки используется несколько спот-цветов, но их задача — привлечение внимания.

Существует два набора основных цветов, но не красный-желтый-синий, как мы учили в школе. Компьютерные и телевизионные экраны излучают свет, и формируют цвет комбинациями разного количества реальных основных цветов — красного, зеленого и синего (RGB); это так называемое аддитивное смешение цветов. RGB-системы так же используются в сканерах и цифровых камерах.

Печатные материалы могут только отражать свет, поэтому для них используются

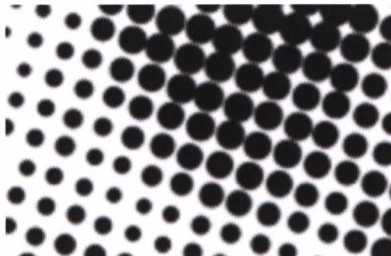


Полутоновые процесс-цвета должны при растривании находиться под разными углами, чтобы не возникал нежелательный эффект «муар». Линии состоящие из точек Черного повернуты под углом 45 градусов, т.к. он легче

всего воспринимается глазом; 90 градусов гарантировать сложно, поэтому этот угол отдан желтому как наименее заметному из всех; циан и маджента повернуты на 105 и 75 градусов. К сожалению, ничего подобного не существует для шести или

более форм. Это одна из причин использования «вероятностного» растривания, известного как «сглаживание», когда чаще используются точки мелкого фиксированного размера разбросанные в случайном порядке, нежели точки варибельного

размера по сетке. На практике расположение точек все же не абсолютно случайно, т.к. в подобном случае могут появиться наложения и пробелы. В струйных принтерах обычно применяется сглаживание.



основные цвета, каждый из которых поглощает только один RGB-цвет; это субтрактивное смешивание. Циан поглощает красный, маджента зеленый, а желтый поглощает синий. Черный (который поглощает весь свет) добавляется в набор для четкого воспроизведения черного текста при печати и для создания глубоких оттенков, которые без черного превращаются в грязную смесь. Яркие и более стабильные цвета создаются с помощью техники, называемой GCR (gray component replacement — замещение компонента серого). Если для создания оттенка требуется смешение равного количества основных цветов, вместо этого добавляется определенный процент черного. В результате получается лучшая насыщенность цвета в тенях.

Черная форма обозначается буквой K, которая означает «ключ» и не позволяет перепутать черный с синим, которые в английском языке начинаются на одну букву.

Во многих струйных принтерах используется альтернативная система с шестью и более красками, которые улучшают качество цвета на печати. Использование же более четырех цветов на печатных станках требует принципиальных изменений методов печати.

На печатных формах могут быть только отдельные точки краски, так, например, чтобы

Вверху слева: Цветоделенное для четырехцветной печати изображение увеличили приблизительно в 300 000 раз, так что стал заметен узор «розетка», демонстрирующий углы отдельных растровых точек.

Вверху: Увеличение традиционного моно-полутона показывает точечный «узор» — правильные ряды точек разного размера, выстроенных в соответствии с растром и растровым углом. Мелкие точки «представляют» светлые тона.

заполнить пространство 50% серого, точки на форме должны заполнять половину пространства. Традиционно «растровые» изображения, например, фотографии, разбиваются на полутоновые точки, которые лежат на фиксированной сетке, размер каждой точки меняется пропорционально цвету. Качество или «частота» точек измеряется в lpi (lines per inch) — линейатуре растра; в газетах используется разрешение 55-65 lpi, подходящее для грубой газетной бумаги, в гляцевых журналах может использоваться разрешение 133 lpi.

Чтобы избежать муара, все точки должны быть расположены под «неконфликтующими» углами. Если печатных форм больше четырех, количества углов уже недостаточно. Поэтому вместо полутонового используется «вероятностное» растрирование, когда крошечные точки одного размера псевдослучайно разбросаны по поверхности.

ОТ ЭКРАНА К ПЕЧАТИ Творческий процесс завершен, клиент и дизайнер довольны результатом — пришло время более практичному процессу производства. Подготовка макета к беспроблемной печати — вопрос весьма существенный.

Пре-пресс

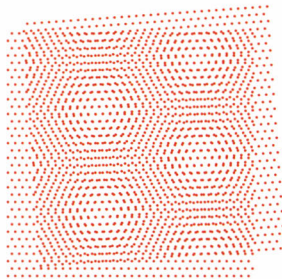
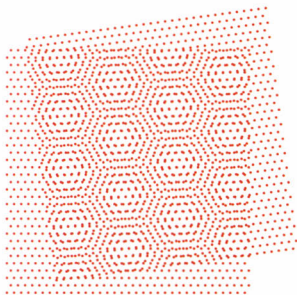
2

До недавних пор в процессе печати изготавливались цветоделенные пленки, с которых изготавливались печатные формы, а, значит, дизайнер должен был обращаться в пре-пресс бюро или репрографический отдел типографии. Сегодня большинство документов посылаются на печать в цифровом виде: оборудование для изготовления печатных форм для офсетной литографии работает напрямую с файлом дизайнера, или документ выходит в печать на цифровой печатной машине — чаще всего работающей по струйной технологии и вообще не требующей изготовления форм. Но было бы неверно утверждать, что пре-пресс бюро ушли в прошлое. Качество настольных сканеров значительно улучшилось, но только на высокопрофессиональном оборудовании можно получить гарантированно высококачественные изображения с такого материала, как, например, 35-мм пленка. Пре-пресс бюро так же окажут профессиональные услуги по переводу файлов в формат Acrobat PDF, хотя эти услуги оказывают и в типографии.

Барабанные сканеры с ультравысоким разрешением стоят дорого, поэтому приобретают их в основном крупные типографии

и бюро, но качество относительно недорогих настольных сканеров постепенно становится конкурентоспособным.





Несмотря на все сложности, растровые углы цветовых форм должны быть настроены корректно, иначе неприглядного эффекта муара не избежать.

Вам нужно знать точные требования к файлу. Типография подскажет вам, какие настройки выбрать, чтобы ускорить процесс, снизить расходы и получить близкий к идеальному результат.

Одни вопросы достаточно просты, ответы на другие не столь очевидны. Например, если выше изображение будет «в край», то размер поля обрезки (обычно 3-5 мм) нужно согласовывать с типографией. Из-за слишком маленького поля могут получиться некрасивые пробелы, а слишком большое поле создаст проблемы при печати.

Шрифты — извечный кошмар пре-пресса. Никогда не используйте в программе фальш-курсив или имитацию жирного шрифта, поскольку в большинстве случаев RIP (см. стр. 92) их игнорирует или неправильно читает. Уточните, можете ли вы использовать шрифты TrueType или OpenType; чаще всего наиболее надежны все-таки шрифты PostScript. Если вы посылаете PDF-файл, то просто минуете эту проблему, поскольку можете включить шрифты в файл. Единственно, может возникнуть проблема с изменениями в «последний момент». Чтобы уменьшить размер файла, в него обычно включают «полукомплект» шрифта, т.е. неиспользованные в дизайне символы в него просто не входят. А

это значит, что отсутствующие символы недоступны для воспроизведения. В некоторых новых шрифтах есть цифровые «допуски», позволяющие использовать вложенный шрифт только для просмотра и печати, а это значит, что типография не сможет внести изменения, пока не установлена лицензированная копия шрифта.

Бюро или типография могут так же решать вопросы, которыми дизайнер заниматься не хочет или в этом нет необходимости. Треппинг (или нахлест) — это функция наложения одного цвета на другой с частичным перекрыванием, компенсирующая плохую приводку при печати. У каждого цвета может быть собственный треппинг, для которого используется либо выворотка, либо запечатка (обычно для черного). Даже если вы настроили собственный треппинг в DTP-программе — возможно, для единичного использования выворотки для графики черного цвета, он будет аннулирован RIP-имиджсеттингом. Современные версии Adobe Acrobat позволяют просматривать цветodelение и запечатки в PDF, но не все RIP отвечают последним стандартам PDF. И здесь уже дизайнер, печатник и репрографическое бюро должны решать проблему вместе.

РАСКЛАДКА или СПУСК ПОЛОС

Раскладка — это технический термин организации множества страниц на одном большом листе, которое обеспечивает правильный порядок страниц после фальцовки. Обычно раскладкой занимается типография, но бывают случаи, когда требуются файлы под определенную раскладку, да и понимание принципов раскладки вам не помешает. Если вы хотите печатать собственные книги, буклеты и лифлеты, или печатник просит предоставлять документы с корректной раскладкой, этот процесс требует «оттачивания мастерства».

Страницы в рабочем документе обычно идут по порядку, и рабочий документ называют читательскими или дизайнерскими разворотами (парами). Самый простой вариант раскладки — пара страниц на обеих сторонах печатной страницы, в коммерческой же печати используются большие листы бумаги, которые затем фальцуются, обрезаются и далее складываются в большие группы или секции.

Раскладка может диктовать количество страниц в вашей публикации. Если печатник запрашивает 8-страничную раскладку, а вы даете ему 14-страничную, то в результате получите 2 пустые страницы.

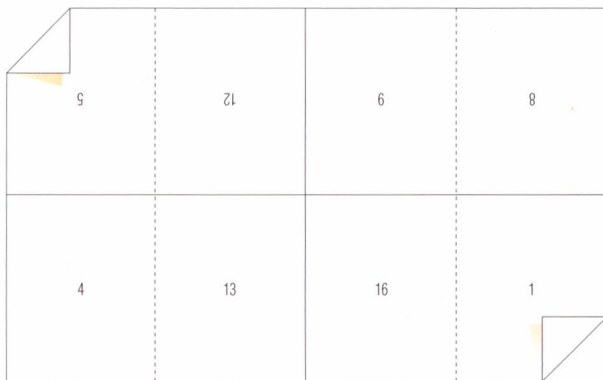
Этой проблемы легко избежать, если запомнить простое правило: полное количество страниц документа должно быть кратно количеству страниц на листе раскладки.

Если на листе печатается одновременно 4 страницы (по 2 на каждой стороне), то количество страниц в документе должно быть кратно четырем.

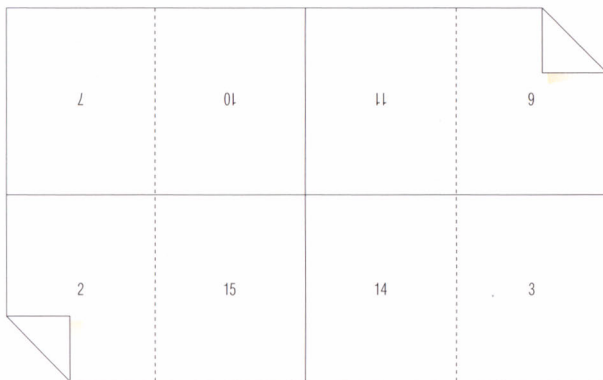
Чтобы переставить страницы для печати, можете воспользоваться программой раскладки, сделать раскладку вручную или — самый привлекательный вариант — передать решение этого вопроса в типографию. Если документ достаточно большой по объему, то последний вариант будет наиболее разумным. В типографии наверняка есть профессиональные программы раскладки и опытные специалисты, знающие, что нужно делать в той или иной ситуации.

ПРОГРАММЫ РАСКЛАДКИ

В некоторых приложениях, например, PageMaker, CorelDraw и MicrosoftPublisher программы раскладки являются встроенными. Для других нужны расширения или дополнительные программные модули, например, Imposer для QuarkXPress. В некоторых случаях можно купить отдельную программу, например, Preps, ClickBook, QuitImposing или FinePrint. Обычно самостоятельные программы более мощные, чем модули и предлагают больше опций, например, раскладку файлов из разных приложений, автоматическую нумерацию страниц, установку приводочных меток и крип (увеличение размера полей последовательных страниц для компенсации толщины книги).



Слева: Раскладка для типичной 16-страничной секции. 8 страниц печатаются на одной стороне, затем лист переворачивается и печатаются еще 8 страниц. Если ваш документ короткий, бывает достаточно одной печатной формы с оттиском обеих сторон всех страниц. Сначала идет печать на одной стороне бумаги, затем лист переворачивается, на другой стороне печатается то же изображение, затем лист разрезается пополам и получается 2 идентичные стопки законченных страниц, которые потом фальцуются и обрабатываются как обычная публикация.



РАСКЛАДКА ВРУЧНУЮ

В коротких документах раскладку проще сделать вручную. Если вы, например, делаете четырехстраничный лифлет, вам не составит труда расположить страницы в нужной последовательности. Более сложная задача в ручной раскладке — управление связками между текстовыми блоками в длинном

документе. Если вы сначала расположите страницы в виде дизайнерских разворотов, а потом начнете их перетаскивать, может возникнуть путаница. Гораздо проще сразу установить страницы в печатный разворот, а затем создать корректные связки между боксами до импорта текста.

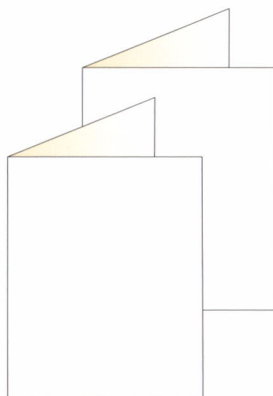
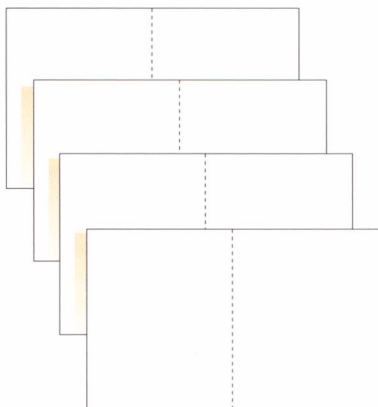
СИМПЛЕКСНЫЕ ПОВОРОТЫ

Для печатных машин с листовой подачей бумаги, на которых одномоментно идет печать только на одной стороне листа (симплекс), и когда размер секции достаточно небольшой, вы можете сделать раскладку, которая подойдет для обеих сторон всех страниц с использованием только одного набора печатных форм. После первого «прохода» стопка бумаги переворачивается и снова подается на печать. Этот способ экономит время и деньги, поскольку изготавливается только один набор печатных форм, но подходит

только для небольших тиражей. Подобный способ требует ориентации страниц при возвращении на печать после первого «прохода»: либо поворот слева направо (боковой поворот) и подачей листа с того же края, либо поворот сверху вниз и подача с противоположной стороны.

Внизу и на следующей странице: Порядок страниц в буклете основывается скорее на печатных разворотах нежели на читательских парах, а нумерация

страниц подчиняется строгим, но сложным правилам раскладки. Чтобы понять, как формируются развороты на печати, сделайте модель и пронумеруйте страницы.



Нумерация печатных разворотов

Есть легкий способ запомнить принцип нумерации страниц для печатного разворота: сумма двух номеров страниц на 1 (единицу) больше общего количества страниц в публикации, а правая полоса — всегда нечетная. Например, в восьмистраничном буклете номера страниц на печатных разворотах распределяются следующим образом: 8-1, 2-7, 6-3 и 4-5.

План для цвета

Зная правила раскладки, вы можете сэкономить на печати, если в вашей публикации только несколько цветных

страниц. Организуйте страницы таким образом, чтобы все цветные страницы «ложились» в одну печатную секцию, а черно-белые — в другую.

Моделируйте

Сверните лист бумаги, создав макет публикации: пронумеруйте страницы, набросайте схематично макет, разверните и посмотрите, как будут располагаться развороты.

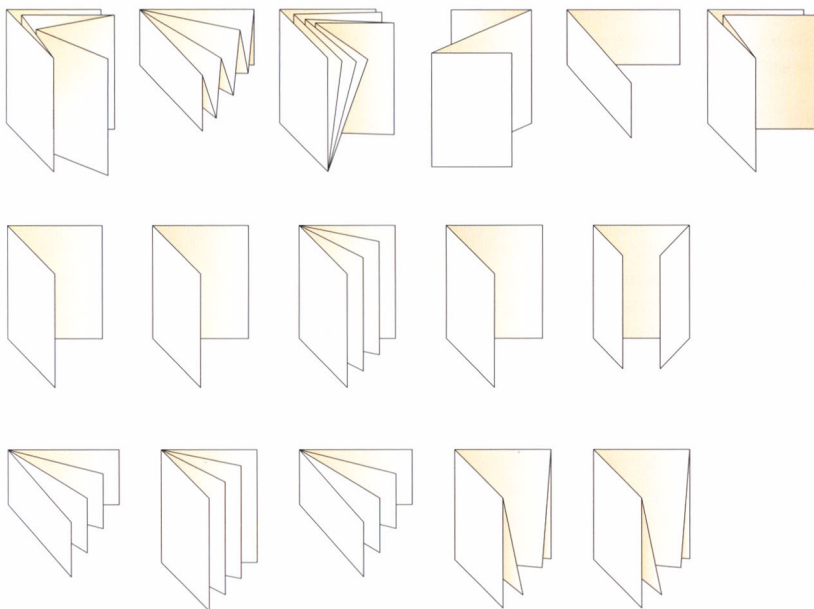
Вылет изображения

Выясните, какой именно разворот попадает на середину публикации

(в случае с шивным переплетом — в середину каждой секции). Этот разворот не разрезается и его очень удобно использовать для элементов «перетекающих» с одной страницы на другую.

Дублирование

В некоторых случаях гораздо экономичнее напечатать часть или даже всю публикацию методом дублирования страниц (обычно 2, 4 или 8 раз) на большем по размеру листе. Этот метод два+/четыре+/восемь+ обычно используется для обложек и коротких секций.



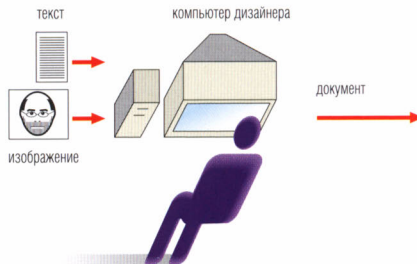
ОТ КОМПЬЮТЕРА К ПЕЧАТНОЙ ФОРМЕ (CTP — computer to plate)

На смену традиционной технологии «от-компьютера-к-пленке», в которой цифровой файл переводился в цветоделенные пленки, на основании которых потом изготавливались печатные формы, пришла CTP-технология. CTP-технология позволяет файлы QuarkXPress, InDesign и PDF выводить на печать напрямую. То есть цифровые файлы поступают сразу в типографию, где обрабатываются RIP (процессор растровых изображений) и идут на печать.

RIP

Большинство макетов, поступающих либо в «родных» файлах QuarkXPress и InDesign, либо в PDF, попадают в имиджсеттеры через RIP — процессор растровых изображений. Это устройство, обычно Mac или PC, оснащенные специализированным программным обеспечением, переводят векторные шрифты и рисунки (PostScript) в растровые, после чего документ можно отправлять на цифровую печать. Часть работы RIP — создание полутоновых шаблонов, на которые разбиваются изображения и цвета при печати. И хотя к DTP-файлам прилагаются инструкции, RIP печатник может не понять их или может быть настроен на игнорирование инструкций. «Отложенное связывание / late binding» — термин, используемый для внесения изменений в PostScript файлы в

Репрографические бюро уже не являются обязательно частью пре-пресса, но все еще нужны для высококачественного сканирования. Макеты уже посылаются напрямую печатнику, а от него, через RIP, напрямую на печать.



последнюю минуту, когда они уже находятся в RIP, например, добавление раскладки.

Файлы, «дружественные» RIP, будут обрабатываться быстрее и в некоторых случаях, если вы постоянный клиент данной типографии, их обработка будет стоить дешевле. Например, если вы готовите растрованные файлы требуемого размера и ориентации в Photoshop, а не масштабируете и поворачиваете их в DTP-программах, страницы

быстрее проходят RIP-обработку. Кроме того, многослойные PSD-файлы требуют уплощения, что ускоряет RIP страниц.

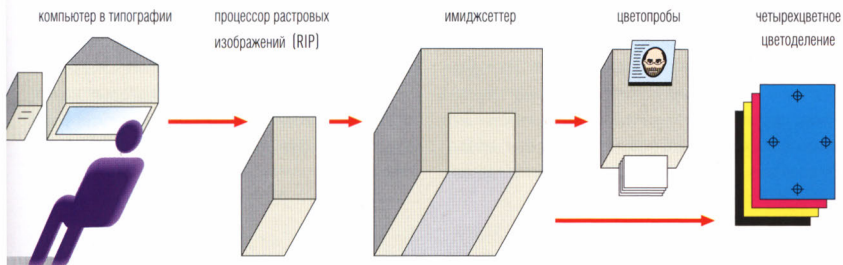
Но еще важнее предоставить файлы, которые без ошибок пройдут RIP. Не все форматы изображений, которые можно импортировать в QuarkXPress или InDesign, надежны для RIP. Идеальный формат зависит от того, какое оборудование у вашего печатника, но обычно используются EPS (encapsulated PostScript) или TIFF, пре-конвертируемые лучше в CMYK, чем RGB. Вездесущий JPEG-формат не очень подходит для печати, хотя в настоящий момент JPEG-сжатие может применяться в файлах EPS и TIFF, и будет корректно обрабатываться большинством RIP.

Особое внимание уделите ширине линий и линеек. Штрихи, размер которых установлен на «волосную линию» или менее 0,25 пунктов, на печати могут получиться тоньше, чем вы ожидаете или вообще исчезнут; так же могут исчезнуть оттенки менее 5%.

ДОСТАВКА

В типографию документ можно передавать по электронной почте, через FTP (file transfer protocol) или используя AppleiDisk. Большие файлы можно записать на CD, DVD, подходящие дисковые форматы Zip или REV и отправить курьерской доставкой.

Для электронной передачи файлы должны быть сжаты; для этого можно использовать



Файлы TIFF с LZW-сжатием сохраняют все качественные характеристики изображения (в отличие от JPEG), и при этом экономят значительное пространство файла, но, как и в случае с JPEG-файлами, сжатие увеличивает время растровки. Если используется цифровое печатное устройство, вам, возможно, разрешат оставить RGB-формат и высококачественные JPEG-файлы подойдут для печати.

программы AllumeStuffit для Mac или WinZip для PC. Эти утилиты позволяют сжать папку, содержащую все необходимые файлы, практически на 50%, потенциально уменьшая время передачи. Zip-формат (не имеющий отношения к Zip-дискам) распространен среди PC-пользователей, а Stuffit (.sit) — для Mac-пользователей.

ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЕ ЦВЕТОДЕЛЕНИЕ Электронные файлы, которые вы отправляете в типографию, используются для цветоделения. Традиционно для цветоделения делали отдельные пленки. Теперь большинство печатников использует СТР-технологию.

Качественное цветоделение

2

Цветоделением для печати обычно занимается типография или репро-бюро, используя оборудование, которое переводит информацию в электронную форму.

ИМИДЖСЕТТИНГ

В традиционной методике имиджсеттер выпускает пленки с разрешением от 2400 dpi и выше. При четырехцветной печати луч лазера последовательно направляется на прозрачные ацетатные листы, покрытые светочувствительной эмульсией. Электронным способом оригинальное изображение «разбивается» на четыре процесс-цвета: циан

(С), маджента (М), желтый (Y) и черный (K). На четыре пленки, записывают отдельные изображения, соответствующие четырем процесс-цветам.

Имиджсеттер проходит поверх пленки, включая и выключая лазерный луч с частотой в тысячи раз на дюйм. Каждый раз, когда луч освещает пленку, эмульсия затемняется и образуется точка. В результате на экспонированной пленке появляется изображение.

Три ключевые позиции, от которых зависит качество цветоделения: линейатура раstra, растискивание растровых точек и лимит краски.

Лимит краски

Лимит краски — это максимальное количество краски, которое допускается при цветоделении всех четырех цветов СМЮК. Этот лимит введен, чтобы избежать проблем с просыханием краски и чтобы не допустить грязи при печати в случае избыточного употребления краски, и составляет около 270%, крайне редко превышая 300%. Уточняйте у типографии лимит краски, который вы можете использовать. Если типография не дает вам никаких рекомендаций, вы можете использовать настройки по умолчанию.

Опции вывода Photoshop

Выберите File — Printwithpreview и проверьте опции ShowMoreOptions. Щелкните на кнопку Screen — вы можете оставить стандартные настройки или ввести собственные значения. Линейатура, угол и форма раstra для каждого процесс-цвета контролирует распределение краски во время процесса печати, чтобы избежать эффекта муара при достижении нужного размера полутоновой точки. Если вы печатаете на устройстве, подключенному к вашему компьютеру, это будет иметь смысл только в случае, если вся система должным образом калибрована. Чаще всего вы будете использовать параметры, предложенные типографией.

Линеатура растра

В первую очередь вам надо выяснить, какую линеатуру растра экрана использует типография. Чаще всего используется линеатура 150 lpi, хотя иногда используется 133 и 175 lpi (более высокая частота как правило дороже). Выяснив линеатуру, вы можете выставить разрешение имиджевого файла. Разрешение изображения, как показывает опыт, должно быть в два раза больше линеатуры растра типографии. Так, при линеатуре 150 lpi, вы должны выставить для изображений разрешение 300 ppi (pixels

per inch). Большое разрешение уже не окажет существенного влияния на качество печати.

Варианты печати с высоким разрешением обсудите с печатником. Возможно, возникнут какие-то ограничения в зависимости от типа печати, качества бумаги, используемой в конкретной работе, и способа изготовления печатных форм. В принципе, в системах «от-компьютера-на-печать» должны использоваться FM и «гибридные» выводы изображения, которые легче воплощать.

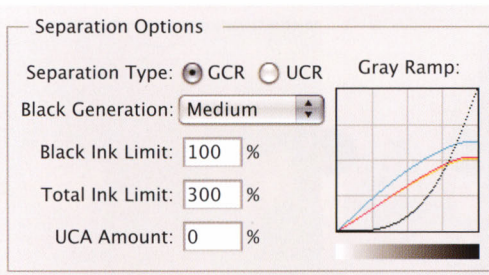
ГЕНЕРИРОВАНИЕ ЧЕРНОГО В PHOTOSHOP

Один из способов уменьшить общее количество краски на странице — заменить «густые» черные (которые получаются в результате запечатки оттенков насыщенных циана, мадженты и желтого) единственным оттенком, причем только в цветodelении черного. Этот процесс известен как UCR — «вычитание цвета из-под черного». Другой способ — заменить нейтральные трехцветные оттенки серого промежуточными значениями тона опять же черного цветodelения, что в данном случае называется GCR — замещение цветов оттенками серого. Photoshop

помогает осуществить эти замены, учитывая и лимит черной краски и общий лимит краски, установленный типографией.

Тип цветodelения и генерирование черного вы можете настроить в Photoshop: в Edit — ColorSettings выберите Custom CMYK из CMYK-меню в Working Spaces.

GCR создает черный во всем изображении, начиная с самых светлых областей, в то время как UCR лучше «держит» тени, поскольку меняет трехчетвертные тона и черные области изображения. Прежде чем принять решение, уточните у типографии, какой метод они рекомендуют.



Photoshop позволяет гораздо лучше контролировать CMYK-преобразования, чем многие думают. Самый главный выбор — между GCR и UCR. Если вы не уверены, уточните у типографии настройки общего лимита краски.

Техники GCR и UCR

Для цветоделения три аддитивных цвета (RGB) переводятся в субтрактивные эквиваленты (CMY). При печати запечатанные области циана, мадженты и желтого должны создать черный цвет. Но в результате ограничений печати получается не черный, а грязно-коричневый. Поэтому когда три цвета появляются на печати в равных пропорциях, для аккуратной цветопередачи добавляется черная краска. Но добавление черной краски к областям с максимальным количеством CMY приводит к проблемам на печати в связи с переизбытком краски. Эта проблема решается путем удаления цветной краски из под черного.

В печати используются два метода: замещение оттенками серого (GCR) и вычитание из под черного (UCR). В UCR черной краской заменяются CMY только в нейтральных областях — т.е. в которых они находятся в равных количествах. В UCR используется меньше краски, и этот метод для печати на хорошо впитывающей, мелкованной бумаге, с высоким растискиванием растровой точки. В GCR замещаются некоторые CMY как в цветных, так и в нейтральных областях, лучше передаются насыщенные цвета, чем в UCR. GCR считается лучшим методом замещения, поэтому стоит познакомиться со способами контроля количества краски в настройках Custom CMYK Settings программы Photoshop

2

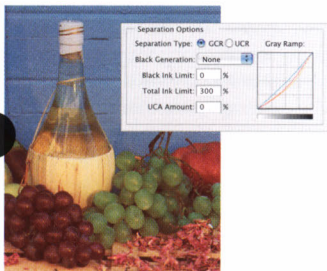
CMY



K

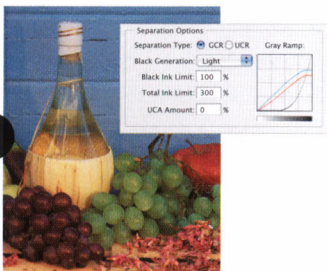
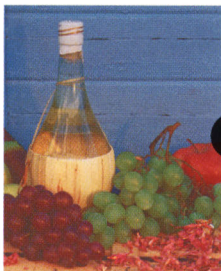


CMYK



GCR: Black Generation: None

Цветоделение изображения без использования черного



GCR: Black Generation: light

Использование небольшого количества черного с небольшим уменьшением цвета в нейтральных областях

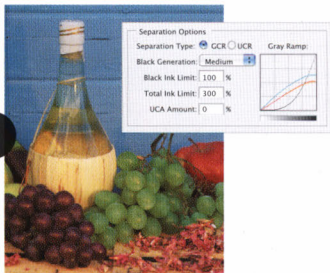
CMY



K

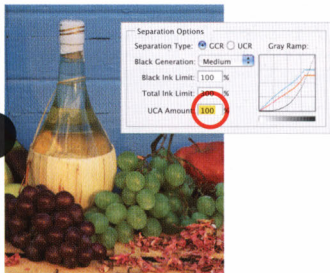


CMYK



GCR: Black Generation: Medium

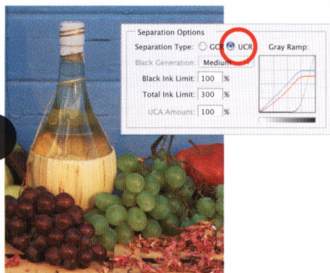
Эта настройка по умолчанию, обычно дающая наилучший результат



GCR: Black Generation: Medium + UCA

Вы можете повысить количество CMY в нейтральных областях, указав свое значение в окошке UCA Amount (добавление дополнительного

цвета — undercoloraddition). Так вы создадите более насыщенные тени и ограничите неровность цвета в области теней. Но сначала проконсультируйтесь с типографией, или оставьте значение 0 процентов.



UCR

ТРЕППИНГ призван решить проблему неточной подгонки цвета путем растягивания или сужения краев объекта до появления чрезвычайно малого наложения цветов друг на друга.

Искусство треппинга (захвата цвета)

2

Когда на печати происходит наложение друг на друга двух областей разного цвета, фоновый цвет предпочитают удалить вообще, нежели запечатывать. Этот прием называется «маскирование». Маскирование лучше запечатки, т.к. нанесение одного цвета поверх другого вызывает заметное изменение оттенка. В случае с маскированием на печати может появиться либо тонкий белый «ободок», либо темный край. В худших случаях возникает впечатление размытого объекта.

ТРЕППИНГ

Причин разрегулировки на печати может быть несколько, начиная от сдвига бумаги и заканчивая неправильной подгонкой печатных форм. Треппинг — намеренное наложение цветов друг на друга в определенных пропорциях. Различают «влажный» и «сухой треппинг». При влажном треппинге друг на друга накладываются влажные краски; новый уровень смешивается с предыдущим, и получается новый цвет. При сухом влажная краска наносится на сухую красочную поверхность.

Треппинг — процесс сложный, поскольку в макетах часто встречаются пересечения цветных областей. В компьютерных программах обычно учитываются возможные проблемы с треппингом на печати и добавляются

компенсаторные элементы. Обычно стандартная величина ошибки не превышает размера полутоновой точки, и элементы треппинга добавляются того же размера.

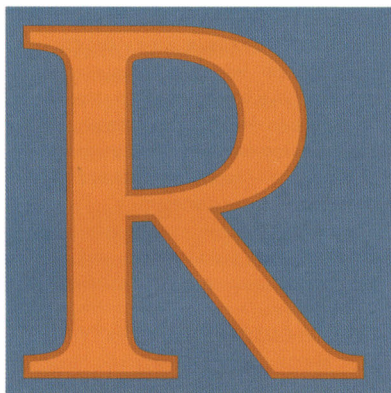
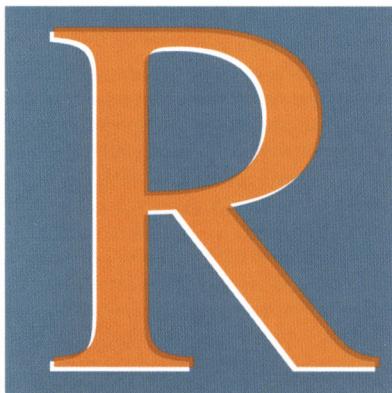
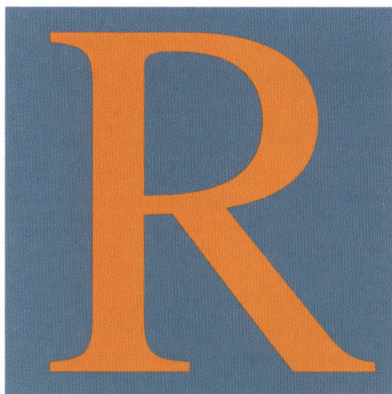
РАСШИРЕНИЕ И СУЖЕНИЕ

Данные термины характеризуют способы наложения цветов. Светлые оттенки «расширяются» в темные; глаз быстрее замечает изменения в темном цвете, нежели в светлом. Сужение применяется, когда более светлый объект окружен темным фоном, а расширение — когда фон светлее объекта. Векторные программы позволяют создать контур вручную, выстроив, таким образом, простой треппинг; в программах Adobe InDesign есть опция автоматического треппинга.

ЗАПЕЧАТКА

Стандартный прием — запечатка черным текстом, поскольку, теоретически, это самый темный элемент на странице. Так же можно печатать плотный цвет поверх оттенка или скомбинировать процесс-цвета и не беспокоиться о треппинге.

InDesign может автоматически захватывать цвета документа благодаря встроенной функции; в противном случае используйте Adobe In-RIP Trapping на устройстве Adobe



PostScript. Настройки пользователя можно устанавливать и с помощью Trap Presets меню Window.

QuarkXPress позволяет захватывать цвет с помощью функции треппинга. Установки по умолчанию вы найдете в Preferences, открыв меню Edit (Windows, Mac OS Classic) или меню QuarkXPress (Mac OS X).

Вверху: Граничащие области цвета (вверху слева) обычно требуют подгонки при неидеальной печати. Маскирование означает, что форма объекта вырезается из фона (справа вверху), а не запечатывается поверх. Если на печати проис-

ходит смещение, образуются некрасивые пробелы (слева внизу), поэтому в данном случае проводится растяжка внутренней формы (справа внизу), решающая проблему.

ЧТЕНИЕ КОРРЕКТУРЫ Не важно, кем выполнена корректура — вами или специалистами со стороны, важно, что с ее помощью вы можете отследить, как продвигается ваша работа, и получить комментарии со стороны коллег и заказчика.

Что такое корректура?

2

Никто не оспаривает важность корректуры. Одна-единственная ошибка, растраченная 500 000 экземпляров, это уже полмиллиона ошибок, и на возмещение убытков может уйти вся ваша прибыль, не говоря уже о потере репутации. И все же соблюсти разумный баланс, особенно если у вас большой проект, бывает непросто. Слишком много корректуры — и проект утонет в море бумаг; слишком мало — не миновать беды.

Во-первых, стоит прояснить, а что же, собственно, такое — корректура? Корректура — возможность воочию убедиться — конечно, учитывая ограничения, накладываемые процессом создания корректуры — как именно будет выглядеть ваша работа на печати.

СИСТЕМЫ СОЗДАНИЯ КОРРЕКТУРЫ

Чтобы выбрать нужную систему, четко ответьте на следующие вопросы:

Что нужно проверить?

На какой стадии?

Каким методом?

Кто будет это делать?

Эти моменты подробно разобраны на следующей странице.

На количество проб влияет несколько факторов, но даже если корректур не много, это еще не трагедия. Большинство людей,

которые должны прокомментировать корректуры, чувствуют себя «профессионально обязанными» хотя бы что-то изменить. Но часто эти изменения — всего лишь небольшие преобразования, которые либо не столь важны, либо имели бы смысл на более ранних стадиях проекта.

Так же вы должны решить, доверите ли вы «создателю» проекта читать корректуру. Это не вопрос сомнения в его/ее профессионализме, скорее признание факта, что человеку свойственно легко замечать чужие ошибки и не видеть своих.

КОГДА НУЖНА КОРРЕКТУРА

Создание корректуры указывает на завершение определенной стадии проекта — либо начальной стадии проверки макета, либо заключительной цветопробы. Если у вас большой проект, слова «последняя корректура ОК» символизируют важную дату в рабочем графике, своего рода маленький праздник.

Специалисты-фрилансеры или авторы, сами решают вопрос корректуры, как и на какой стадии будет проверяться их работа, поскольку вам она должна быть прислана правильной и вовремя.

Если корректура внутрифирменная, то на вас ложатся уже прямые обязательства, а,

Стадии корректуры

Существует много используемых стадий корректуры. В некоторых проектах используются все. Но появление технологий «от-компьютера-к-печатной-форме» многие стадии традиционной печати с пленки сделало ненужными.

Манускрипт

Оригинальный текст, предоставленный автором. Обычно неформатирован. В идеале должен предоставляться в печатном и электронном варианте. Этот текст читает литературный редактор и проверяет грамматику, орфографию, стилистику и соответствие фактов. В манускрипте так же могут быть маркированы заголовки, подзаголовки и т.п.

Пробные оттиски

Форматированный текст, с примененными дизайнерскими стилями, но не вставленный в макет. Корректор сверяет его с маркированным манускриптом, проверяет типографическую аккуратность, последовательность и т.п.

Черно-белые лазерные распечатки

Первая ступень макета и первая возможность для дизайнера проверить форматирование, стили, выравнивание, изображения, линейки и другие графические элементы. Текст вычитывает корректор.

Цветные лазерные распечатки

Заключительная дизайнерская проверка, особое внимание уделяется цветным текстам, линейкам и графике. Заключительная редакторская проверка.

PDF

PDF-файлы высокого разрешения. Окончательная предпечатная проверка для проекта СТР (напрямую-на-печатную-форму). Корректурa предназначена для проверки элементов, некорректно отобразившихся при лазерной распечатке, особенно если в работе использовалась EPS-графика.

Цветопроба

Пре-пресс корректурa. Это сухая цветопроба, сделанная с помощью нанесения тонера на светочувствительную бумагу. Основные типы — Cromalin и Matchprint. «Идеальные» цветопробы и могут ввести в заблуждение относительно окончательного качества на печати.

Первые и вторые влажные цветопробы

Это цветопробы, которые выводятся из цифровых файлов на пленку на планшетный пресс с использованием СМУК-красок (отсюда «влажные»). Влажные цветопробы используются для проверки цвета, треппинга, наличия пятен и т.п. Влажные цветопробы не предназначены для проверки текста.

Вторые влажные цветопробы

Требуются, если в первые влажные цветопробы были внесены изменения.

Ozald/контактные цветопробы (плоттеры — эквиваленты СТР)

Диазотипные цветопробы с заключительных пленок. Делаются с использованием только двух СМУК-цветов — обычно черного и циана, используются для проверки порядка и нумерации страниц в документе.

Машинные корректуры

Проверяются сразу после печати, могут проводиться только в типографии. Проверяется плотность цвета, соответствие спот-цветов и т.п. Иногда можно внести изменения — например, изменив давление роликов или подачу краски.

F&G

Сокращение от «сфальцовано и сложено» — страницы после печати, но до переплета, которые еще можно проверить, если не получилась проверка в типографии.

значит, вам придется настаивать на проведении определенных процедур.

Ответственность за все решения, принятые вами в одностороннем порядке и приведшие к ошибке, ложатся исключительно на вас. Еще важнее убедить клиента, что

заключительная корректурa — это не самое удачное время для масштабных изменений, особенно если клиент видел предварительные корректуры и внес свои комментарии.

ВСЕ ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, будь то изображение или текст, требуют корректуры, иначе вы просто не узнаете, как будет выглядеть конечный продукт.

Что корректировать

2

Для всех работ нужны корректуры, а для корректур — проверка, даже если это всего лишь визитка. И желательно, чтобы корректуру читал не ее «создатель», а кто-то другой. Большая же часть дизайнерских работ гораздо сложнее, чем визитка, и часто состоит из отдельных компонентов, каждый из которых вносит свой вклад в «копилку проблем». Корректор напоминает шеф-повара: он не только понимает, как был приготовлен тот или иной ингредиент (даже если не он сам его готовил), но и как вычислить, какой ингредиент пригорел, свернулся или как-то иначе может погубить конечный продукт.

Редактору корректуры должны быть предоставлены подробнейшие справочники по стилям, которые помогут определить, что правильно, а что нет. Справочниками могут быть как базовые списки правил орфографии, так и check-листы для сверки импортированных из Photoshop изображений.

ТЕКСТ

Как уже говорилось в главе «Подготовка и импортирование текста», могут возникнуть проблемы при импортировании из текстового редактора в программу верстки, особенно если текст содержит специфические символы или непоследовательно форматирован.

Постарайтесь предоставить автору лазерную корректуру, сделанную после того, как вы импортировали текст, но еще не вставили его в макет. Коррекция текста в макете — процедура длительная и часто дорогая.

ФОТОГРАФИИ

Чаще всего фотографии сканируются и ретушируются тем же дизайнером, который занимается текстом, из-за чего возникает иллюзия, что корректура не нужна. Одну из наиболее распространенных ошибок даже сложно назвать технической — это «просто» неправильная фотография. Импортировав изображения, не поленитесь сравнить их с оригиналами. Такие параметры, как разрешение и CMYK/RGB лучше всего проверять в Photoshop, т.к. некоторые проблемы сложно увидеть до получения цветопроб PDF.

РЕКЛАМА

Большинство рекламных объявлений подается в электронной форме. При получении нужно проверить два аспекта: правильность размера, соответствие формата и разрешения.

Присылаемые рекламодателями PDF-файлы нужно тщательно проверять, т.к. многие проблемы неочевидны, пока не становится слишком поздно.

Если вы занимались дизайном рекламных блоков или внесли изменения в рекламный блок клиента, то должны обмениваться корректурами до тех пор, пока не получите от клиента однозначного одобрения. Подписанная клиентом корректура затем сравнивается с прошедшей RIP-обработку.

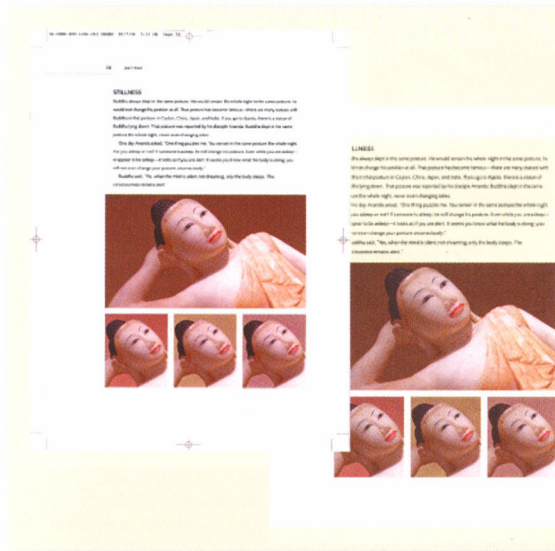
МАКЕТ

Макет требует корректуры как только были созданы элементы мастер-страницы. Помните, что в QuakXPress ручная подгонка элементов на странице документа, созданной из мастер-страницы, в сущности, разрывает связку. А это означает, что последующие изменения этого элемента на мастер-странице не обновят соответствующий

элемент на конкретной странице документа. Будьте предельно аккуратными с подобными позициями, удаляйте все тестовые страницы, создавайте «чистые» и работайте с ними.

Следующая корректура требуется после размещения каждого файла. Проверьте каждый импортируемый файл сначала на экране, особенно если у вас есть сомнения в его целостности. Если проблема не исчезает, сделайте PDF этой страницы: появление ошибки сигнализирует о проблеме с импортированным файлом.

Работая над книгой, проверяйте такие аспекты, как заголовки, подписи и сноски которые впервые были введены только в макете и, не были скорректированы ранее.



Слева: Цветопробы Matchprint используются для общей проверки цвета, окончательные выводы о соответствии цвета можно сделать только на основании влажных цветопроб из типографии.

Справа: Плоттерные отпечатки считаются СТР-эквивалентами контактной печати с дополнительным преимуществом — они четырехцветные.

ПЕЧАТЬ КОМПЬЮТЕР-ФОРМА (СТР) СТР-печать, безусловно, оптимизирует процесс производства, тем не менее, некоторые стадии корректуры остаются обязательными.

Оптимизация процесса с помощью СТР

2

Традиционный процесс корректуры включал печать черно-белых и цветных лазерных отпечатков, сканирование в репро-бюро, брошюры или пленки, диазотипные цветопробы, Cromalin, печатные формы и иногда влажные цветопробы. Все эти методы достаточно механичны, сложны в исполнении и, соответственно, требуют много времени и иногда приводят к появлению ошибок или неточностей в виду сложности.

КОМПЬЮТЕР-ФОРМА

На текущий момент ситуация во многом более прямолинейна. Происходит это благодаря развитию СТР-технологии, в том числе файловому формату PDF. Практически отпала необходимость в некоторых типах трудоемких цветопроб, как, например, пленки и Cromalin. Сегодня между оригинальным файлом и конечным продуктом почти не осталось никаких препятствий.

Но зато появилась четкая демаркационная линия. И теперь корректуру можно разделить на две ступени: все, что произведено для печати с помощью RIP и все, что произведено без RIP.

Это разделение не бессмысленно, т.к. все, что выходит из печати, будет (по крайней мере, должно быть) идентично конечному

продукту. Все, что верно на корректуре печатника, должно быть верно и после печати, и если это по какой-то причине не так, значит, виноват печатник. С другой стороны, то, что было распечатано ранее, скажем, на настольном принтере, может служить лишь указанием на то, каким будет конечный продукт.

Не всегда получается увидеть заключительные цветопробы, прошедшие RIP. Если позволяет бюджет и логистика, постарайтесь отправить копии ключевым фигурам. Или хотя бы отправьте им PDF-файлы с файла, отправленного в типографию. Это не гарантирует 100% успеха, но поможет «перехватить» некоторые проблемы.

Корректурa: житейские советы

- Внесение исправлений может привести к еще большему количеству ошибок
- Сохраняйте копии всех корректур, даже если ваша работа закончена.
- Проследите, чтобы на корректурах стояла подпись человека, который проверял их, и человека, который вносил исправления.
- Объясните клиенту, с какой целью делалась корректура и упомяните о ее ограничениях. Предоставьте клиенту на одобрение заключительные типографские корректуры.

Контрольный список корректуры

У каждого метода корректуры есть свои достоинства и недостатки. Вы должны знать их все, если хотите получить максимум пользы от своих корректур.

Моно лазер

Преимущества:

- Дешевизна
- Очень удобен для шрифта
- Сразу выявляются многие проблемы

Недостатки:

- Отсутствие цвета
- Требуется время на распечатку сложных файлов
- В основном не поддается процедурам Postscript и RIP
- Такие принтеры не могут делать печать разворотами

Комментарии:

Если текст получен с внешнего источника, сделайте корректуру после импортирования текста, но до того, как вы вставите его в макет.

Передача на печать

Преимущества:

- Вы впервые видите реальный результат своего труда и можете проконтролировать заключительную подгонку цвета. У вас есть возможность познакомиться с конкретным печатником, который будет печатать вашу работу.

Недостатки:

- В большинстве случаев, на этой стадии уже слишком поздно искать и исправлять ошибки. Требуется поездка.

Комментарии:

Если пре-пресс проведен корректно, а печатник использует СТР-технологии, в большинстве случаев эта поездка не нужна.

При возможностях современного ролевого офсета и ротаворюры печатные станки работают настолько быстро, что изменения нужно вносить буквально на первых экземплярах тиража.

На экране

Преимущества:

- Быстро и дешево

Недостатки:

- В знакомой «среде» сложно заметить ошибку
- Некоторые ошибки становятся явными только на печати
- Ненадежно для проверки цвета

Комментарии:

Если это формальная процедура корректуры вашей работы, организуйте ее методично и обязательно протоколируйте. На самом деле корректура PDF-файлов на мониторе вполне приемлемый способ — если что-либо выглядит правильно в PDF, то велика вероятность, что так же оно будет выглядеть и в печатном виде.

Цифровые в цвете

Преимущества:

- Хорошая подгонка цвета для сложных изображений; широкодоступны

Недостатки:

- Не очень хорошая передача светлых тонов
- Дороже, чем моно лазер
- Может быть достаточно трудоемкой
- Может не поддаваться процедурам Postscript и RIP

Комментарии:

На изменения цвета может влиять множество факторов, в том числе качество бумаги, процедура RIP, работа приложений и печатных устройств. Если печать будет проводиться

на цифровом принтере, первая и последняя цветопроба должна быть проведена печатником.

Примечание:

На сегодняшний день термин «Хромалин» создает некоторую путаницу. Когда-то это просто было название системы четырехцветных цветопроб фирмы DuPont — в то время стандартных порошковых цветопроб на основе литографической пленки. Сейчас хромалин используется как более общий термин для нескольких цифровых систем цветопроб.

Важные цветопробы

Преимущества:

- Единственный способ добиться аккуратной подгонки цвета для литографической печати. Результат может использоваться как образец цвета на печати

Недостатки:

- Дорогой и трудоемкий

Комментарии:

Если после просмотра цифровых цветопроб у вас все же остались сомнения в правильности передачи цвета, постарайтесь как можно раньше предоставить печатнику файл, например, PDF, точно соответствующий спецификации печатника. Затем сравните результат с тем же файлом: а) на экране в программе верстки, б) на экране как PDF, в) распечаткой цифровой цветопробы. Отмечайте разницу при подгонке относительной плотности цвета.

КОРРЕКТИРОВКА ЦВЕТОПРОБ Прежде чем печатать работу, вы должны убедиться, что все выглядит так, как вы ожидали. Но того же хочет и печатник, поэтому он потребует от вас физические цветопробы (называются «контрактные» цветопробы), чтобы убедиться, что тираж соответствует вашим ожиданиям.

Как корректировать цветопробы

2

Типичные контрактные цветопробы включают цифровые корректуры и сухие цветопробы типа Cromalin или Matchprint. Контрактная цветопроба должна максимально соответствовать конечному продукту, поэтому для контрактной пробы используется тот же метод печати и та же бумага, которая будет использована для реального продукта — так называемая «влажная» проба. Но и этом случае результат может оказаться неидеален, поскольку слишком затратно использовать огромные печатные машины для цветопроб; вместо них используются планшетные печатные устройства.

ЦВЕТОДЕЛЕННЫЕ ПЛЕНКИ

И сухие, и влажные цветопробы выполняются на цветоделенных пленках, поэтому до изготовления пробы проверьте, если возможно, пленки — это сэкономит вам время и деньги.

Необходимая экипировка для чтения корректуры

Увеличительное стекло (или лупа) — достаточно мощное, чтобы можно было проверить растровую точку.

Для очень точной проверки может пригодиться увеличительное стекло Peak Pocket Micro, дающее увеличение 50х.

КОНТРАКТНЫЕ ЦВЕТОПРОБЫ

До просмотра контрактных цветопроб подумайте об освещении. Лучше всего изучать цветопробы в специальной комнате. Окружающая среда (и внешний свет) могут повлиять на ваше восприятие цвета. Возможно, вы сочтете полезными индикаторы света Graphic Arts Technical Foundation's GATF/RhemLightIndicators. Они выглядят как маленькие «заплатки», отклеиваются от основы, приклеиваются к полям цветопробы и используются для контроля освещения. Индикаторы выглядят плотными при освещении 5 0000 Кельвина, при меньшем на них появляются полосы.

Еще один помощник дизайнера — цветная шкала. Для изготовления цветоделенных пленок AdobeInDesign и QuarkXPress используют ограниченные шкалы, но особенно полезны шкалы с дополнительными опциями для проверки растискивания растровой точки, баланса серого, смазывания. Типичные цветные шкалы — Digital Proof Comparators.

Контрактные цветопробы будут скорее всего выпущены в виде разворотов, которые пойдут на печать после проверки цвета и исправлений. Когда плосы разверстаны, проверять цвет придется поперек листа например, если изображение находится в корешковом

поле, то две половинки разворота могут быть в противоположных концах печатного листа.

Обычно на контрастных цветопробах нет спот-цветов, лакировки, специальных красок или тиснения, и если вы будете настаивать на их присутствии, придется пойти на очень серьезные финансовые расходы.

ПРЕСС-ПРОБЫ

После проверки страницы (типография предоставит диазотипные, контактные или плоттерные цветопробы для проверки текущего

порядка страниц) изготавливаются формы, которые затем идут на печать. Проводятся еще несколько тестов на корректное покрытие краской, давление печатных роликов и регистрацию. Теперь и у вас, и у клиента осталась последняя возможность еще раз проверить качество документа и внести ограниченные изменения. Вы одобряете печатный образец, печатник включает станок.

Пленки

- Проверьте правильность размеров страницы.
- Проверьте общее качество: царапины, подтеки или другие повреждения. Прозрачные области должны быть прозрачными, а не затуманенными.
- Проверьте плотные цвета, особенно черный. Они должны быть действительно плотными
- Все элементы (шрифт, изображения, линейки, оттенки и т.п.) должны находиться на соответствующих им пленках; и в том виде, в каком должны: правильные шрифты, плашки и полтона.
- Проверьте области запечатки.
- Убедитесь, что поля обрезки «в край» настроены корректно и выходят за поля страницы.

Контрастные цветопробы

- Ровные и последовательные цвета с аккуратными оттенками.
- Если в работе содержатся оговоренные, как в фирменном стиле цвета, еще раз проверьте их.
- Проверьте цветные полосы на плотность краски. Если они выглядят слишком тонкими, краски используется недостаточно.
- Проверьте, нет ли царапин или пятен, особенно в текстовых блоках — пятнышко можно легко спутать со знаком пунктуации.
- Убедитесь, что область обрезки и «переходящий» со страницы на страницу текст выходят за область обрезки или фальцевания.
- Проверьте, чтобы области треппинга были действительно захвачены.
- Проверьте, чтобы накладывающиеся друг на друга цветные полутоновые точки не создавали эффект муара.
- На фотографиях с людьми проверьте оттенок кожи — он должен выглядеть натурально.
- Светлые места будут выглядеть плоскими, если у белого цвета слегка серый оттенок (точки слишком велики), а черный будет выглядеть слишком слабым, если размер точки в тенях слишком мал.

Пресс-пробы

- Убедитесь, что цвет правильный и соответствует цвету на контрастных цветопробах.
- Убедитесь, что плотность цвета и шрифта одинакова от начала до конца листа.
- Проверьте, чтобы шрифт был четким.
- Проверьте наличие всех графических элементов, сравните их с элементами цветопроб.
- Проверьте правильность переходящих со страницы на страницу слов: сложите печатный лист, сравните выравнивания и цвета.
- Проверьте, чтобы полутоновые точки в тенях и освещенных областях соответствовали цветопробе.
- Проверьте, чтобы спот-цвета или специальные краски соответствовали спецификации.
- Проверьте наличие пятен или крапчатости.
- Проверьте регистрацию цветов, изучив регистрационные марки
- Проверьте, чтобы бумага соответствовала оговоренной.

ФОРМАТ ПЕРЕНОСИМОГО ДОКУМЕНТА (PDF) ADOBE позволяет обмениваться с высокой степенью надежности электронными версиями документа между разными платформами, и завоевывает все большую популярность среди печатников.

Использование PDF-формата

2

PDF — файл, обладающий многими талантами: он может быть кросс-платформенным документом, мультимедийной презентацией, справочником-гиперссылкой и даже веб-сайтом. Для печатной индустрии PDF так же является наиболее предпочитаемым форматом для передачи готовых документов на печать с высоким разрешением.

СОВМЕСТИМОСТЬ

Каждый последующий релиз Adobe Acrobat предлагал новую версию формата PDF. Пригодные для печати PDF-файлы совсем не обязательно должны быть последней версии. Единственный ограничитель — RIP на устройстве вывода, поэтому уточняйте спецификации PDF-файлов типографии.

СЖАТИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Чтобы PDF-файл был «самодостаточным», в него полностью включаются изображения и шрифты. Но чтобы размер файла оставался на разумном уровне, в опциях создания PDF-файла присутствует спецификация «down sampled» — субдискретизация растровых изображений, или сжатие. Субдискретизация — уменьшение разрешения растровой точки до необходимого вам уровня. Например, вы отсканировали изображение в

с разрешением 600ppi, а затем уменьшили размер изображения в макете, что привело к еще большему увеличению разрешения; но линейатура раstra 150-175 lpi для требует пиксельного разрешения от 300 до 450ppi.

Субдискретизация при создании PDF-файла уменьшает его размер (в соответствии с размером вносимой информации) и ускоряет обработку на выводе.

Не имеет значения, каков был исходный формат изображений в макете, при

Совместимость PDF версий:

PDF 1.2: создана Acrobat 3.0; эта версия уже не является текущей и не рекомендуется для пре-пресса.

PDF 1.3: создана Acrobat 4.0; наиболее предпочитаемая версия для пре-пресса. Стандарт PDF/X (см. стр. 82) относится сюда же. Практически все дизайнерские программы могут экспортироваться в PDF 1.3

PDF 1.4: создана Acrobat 5.0; версия предпочтительна для общих документов, включая документы для дистрибуции и совместной работы. В нее могут экспортироваться многие дизайнерские программы, ее поддерживают некоторые RIP.

PDF 1.5: создана Acrobat 6.0; предлагает улучшенную поддержку для слов и слайдов. В нее экспортируются только некоторые не-Adobe программы, и в настоящий момент ее пока поддерживает очень незначительное количество RIP.

экспорте в PDF все форматы переводятся в растровые и могут быть сжаты. Обычно требуется спецификация формата JPEG для лучшего сжатия, хотя PDF поддерживает и ZIP-методы сжатия (которые обычно обходятся без потерь качества). Например, презентационная графика и скриншоты не сжимаются качественно в JPEG и могут пострадать. Если вы оставите настройки сжатия PDF автоматическими (Automatic), нужные изображения будут переформатированы и сжаты наиболее подходящим образом.

Помните, что любая степень сжатия JPEG всегда идет с потерей качества, поэтому в предназначенных для печати PDF-файлах должны быть установлены максимальные настройки качества изображений (или минимальный уровень сжатия), или используйте только не имеющее потерь ZIP-сжатие. Все вышесказанное относится только к битовой графике, т.к. все векторные элементы в PDF сжимаются автоматически по не имеющему потерь алгоритму.

ПРИЛОЖЕНИЕ ШРИФТОВ

Шрифты не обязательно включать в PDF-файл, но лучше все-таки это сделать. В зависимости от того, в какой программе верстки вы создаете PDF-файл, вы можете либо самостоятельно приложить любой шрифт, либо программа приложит только определенные символы шрифта, которые нужны для конкретного документа. Собственно, последний вариант — то, что вам нужно. Приложив шрифт, вы существенно увеличите размер файла PDF, особенно в случае со шрифтами Unicode или OpenType, так что вы должны позволить перевести их в «подмножество» — т.е. в документ будут вставлены глифы. При экспортировании в PDF у вас

будет возможность выбрать: вставить или шрифт полностью, или подмножество, особенно если количество использованных в шрифте глифов превышает определенный процент.

Единственный недостаток метода — возможность внести авторские поправки в текст «в последнюю минуту»: внесение поправок в PDF-файл с использованием Acrobat Professional будет ограничено набором глифов в подмножестве.

Если вы не прилагаете шрифты, PDF-файл будет читабельным на любом компьютере. Adobe Reader использует собственные встроенные шрифты, которыми замещает отсутствующий шрифт. Но для пре-пресса такая ситуация опасна — вряд ли вы действительно хотите замены шрифтов на печати. Чтобы проверить шрифт, откройте PDF-файл в AdobeReader или Acrobat и откройте окно DocumentProperties (в меню File). В секции Fonts должны быть перечислены все шрифты документа PDF вместе с ярлыками (EmbeddedSubset).

УПРАВЛЕНИЕ ЦВЕТОМ

При подготовке PDF-файла лучше выключить опцию управления цветом, особенно если вы уже настроили цвет во время работы над документом. Это сохранит ранее настроенные профили изображений и рабочие профили документа. Если для макета представлено много файлов из разных источников, и ваш PDF-файл не предназначен для печати, стоит установить настройки PDF-импорта, чтобы стандартизировать всю информацию и перевести ее в нейтральное цветовое пространство, например, RGB. И, конечно, не устанавливайте профиль CMYK, если вас об этом не попросили.

ПРОЦЕСС ПЕЧАТИ Рабочий процесс «от-дизайна-до-печати» может осуществляться полностью в цифровом виде. Заключительный «шаг» — собственно печать — в большинстве случаев аналоговый. Это та стадия, на которую графический дизайнер не может влиять. Но он должен знать, как будет выглядеть конечный продукт, а для этого он должен понимать основы печатного процесса.

Литография

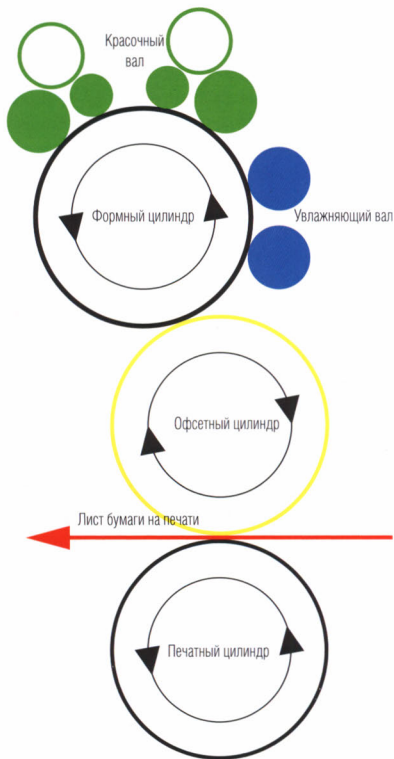
2

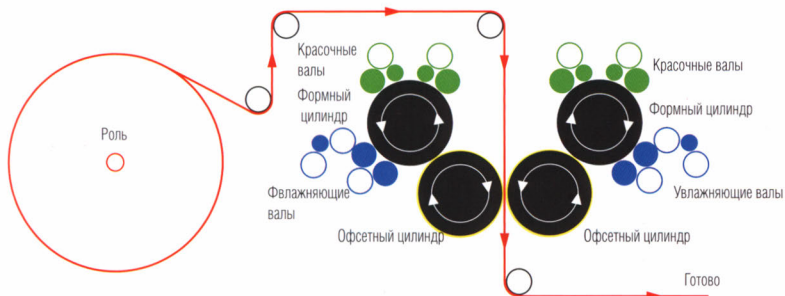
На сегодняшний день литография — наиболее распространенный способ печати. Ее «предок» появился еще 200 лет назад и успешно развивался благодаря простому принципу: масло и вода не смешиваются.

В офсетной литографии изображение печатается с помощью резинового офсетного валика, на который с формы поступает краска. Изображение сначала формируется на печатной форме, фотографически или цифровым способом СТР (компьютер-печатная форма). Когда покрытие формы из полимерной смолы облучают ультрафиолетом, экспонированные области затвердевают, неэкспонированные промываются. Затем на поверхность наносится гуммиарабик, который делает области без изображений рецептивными по отношению к воде и отталкивающими по отношению к жиру (т.е. краске). Формы могут быть негативными и позитивными.

Плотная, вязкая краска под давлением подается через систему валиков и становится полужидкой. Тонкий слой краски наносится на форму. Увлажняющая система смачивает области без изображений на форме, чтобы краска прилипла только

к областям с изображением. С формного цилиндра изображение переносится на офсетный цилиндр в реверсивном виде. Бумага подается между печатным и офсетным цилиндрами, и изображение уже в правильном виде переносится на бумагу.





Негативные формы гораздо дешевле и используются для одноцветной печати.

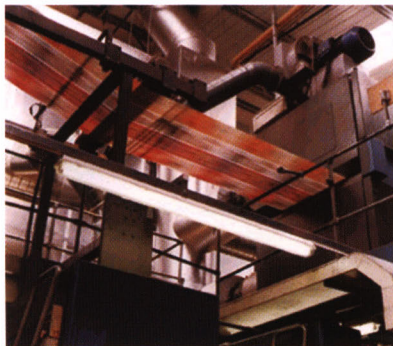
Тем же химическим составом покрывают негативную форму, только все происходит наоборот: экспонированные области становятся нестабильными, а неэкспонированные области печатают.

Форменный цилиндр оборачивают тонкой металлической, пластиковой или бумажной формой. При вращении цилиндр контактирует с увлажняющими валиками и красочными валиками. Увлажняющее средство не позволяет краске прилипнуть к «непечатающим» областям. Печатные области, смоченные краской, переносят изображения на резиновый офсетный цилиндр, а затем на бумагу, которая проходит между офсетным и печатным цилиндрами.

В современной печати информация подается с цифрового устройства напрямую на печатный станок, исключая стадии создания пленок и форм и превращаясь просто в еще одно звено цифровой цепочки.

Офсетная печать прекрасно подходит для четырехцветной печати, т.к. большие печатные машины могут печатать четырьмя и более цветами одновременно. Небольшие машины работают с листовой подачей бумаги, но если тираж или публикация большие,

Вверху и внизу: типичный «ролевой офсет», печать идет на обеих сторонах бумаги за один проход. В ролевом офсетном печатном станке может быть до 8 таких элементов, по одному на каждый цвет.



например, книга или журнал, то используется подача бумаги с рулона — так называемый «ролевой офсет».

Плотность красочного слоя зависит от полутонового растра и типа бумаги. Немелованная бумага лучше впитывает краску; чтобы компенсировать впитываемость, при производстве пленок уменьшают размер растровой точки. Позитивные формы меньше растаскивают растровые точки и часто используются для ролевой печати журналов.

ПРОЦЕСС ПЕЧАТИ индустрия печати не ограничивается только офсетом. Другие методы печати позволяют печатать на разных поверхностях и материалах, создавая более интересные тактильные эффекты.

Другие методы печати

2

ГЛУБОКАЯ ПЕЧАТЬ

Основной конкурент офсетной печати. Этот процесс используется для печати всего, от почтовой марки до обоев. Глубокая печать — интерпретация древнего способа воспроизведения тона методом травления. На поверхности цилиндра вырезаны «ячейки» разной глубины, в более глубоких удерживается и переносится больше краски — получается более темное изображение. Поскольку краска из соседних ячеек растекается, изображение получается практически без точек.

Глубокая печать может быть рулонной. Процесс готовится в цифровом виде: алмазные иглы гравировальных головок управляются цифровым файлом. Гравированный цилиндр вращается в резервуаре с краской, которая смачивает его поверхность. Гибкий стальной скребок вытирает цилиндр во время вращения так, что краска остается только на областях с изображением. Резиновый печатный цилиндр прижимает бумагу к гравированной поверхности. Единственный недостаток глубокой печати — менее четкий шрифт, чем при офсете.

ВЫСОКАЯ ПЕЧАТЬ

Когда-то очень популярный метод печати теперь используется только для особой печати

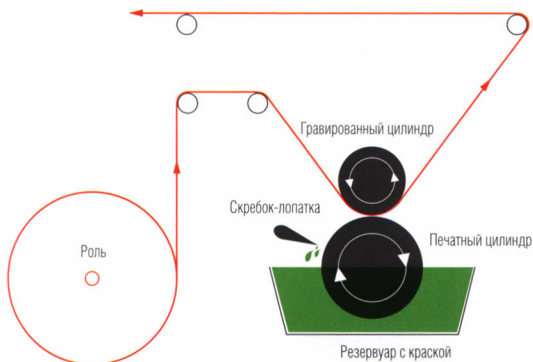
или для лимитированной публикации. Использование горячих металлических литер чаще всего применяется для создания цветопроб, которые затем сканируются и печатаются офсетным способом.

Станки для высокой печати в большинстве своем были преобразованы под флексографию. Флексографические печатные машины широко используются для печати упаковки, принцип их действия схож с высокой печатью: серия вращающихся цилиндров обмакивается в резервуар с краской и переносит изображение на печатный материал, подаваемый рулонным способом, с помощью формы и печатных цилиндров. Флексо-машины могут печатать на поверхностях, непригодных для офсетной литографии, например, на пластике.

ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

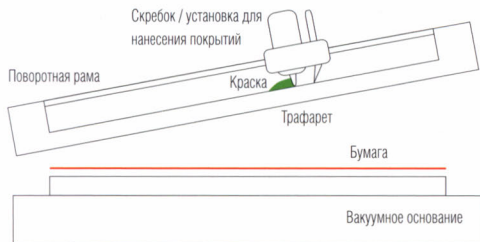
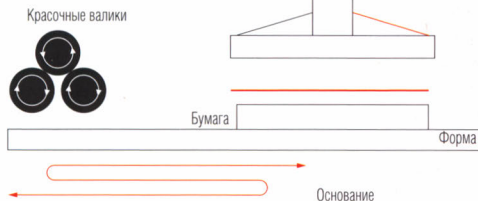
Трафаретная печать часто ассоциируется с плакатами и арт-печатью, свое название шелкография получила благодаря натянутой шелковой ткани, которая держала трафарет. Это универсальный способ печати, дающий плотный непрозрачный яркий цвет, используется практически на любом материале.

В современной шелкографии используется тонкая сетка из полиэстера, натянутая на



Типичная глубокая печать с ролевой подачей бумаги. Гравированный цилиндр вращается через резервуар с краской, излишек краски стирается скребком-лопаткой. Изображение печатается путем сдвигания бумаги между печатным цилиндром и формным цилиндром.

при высокой печати бумага располагается лицевой стороной книзу, на блок с краской, или «форму». Оттиск получается благодаря давлению винта или рычага.



Распространенный печатный станок для трафаретной печати с ручным управлением. Скрепки с резиновыми лезвиями продавливают краску сквозь трафарет — тонкую сетку — на бумагу или любой другой материал, который удерживается на месте благодаря вакуумному основанию.

металлическую раму. Простой линейный трафарет вырезается цифровым плоттером. Более сложные трафареты создаются с помощью пленочных позитивов как в литографии. Трафарет с обеих сторон покрывается светочувствительной полимерной эмульсией

и через пленку освещается ультрафиолетом, после этого области с изображением смываются. Трафарет вставляется в печатное устройство, и скрепки с резиновыми наконечниками продавливают краску только через «открытые» участки с изображениями.

ЦИФРОВОЙ ПРОЦЕСС Как мы уже видели, у офсетной печати есть альтернативы. Но для не слишком сложного проекта с небольшим тиражом наилучший и наиболее эффективный вариант — цифровое печатное устройство.

Цифровая печать

2

Наконец, мы подошли к последнему методу печати, который кажется наиболее близким к конечной цели нашей полностью-цифровой обработки. Цифровые печатные устройства, работающие по технологиям струйных принтеров и «сухой краски», набирают очки по популярности благодаря своей экономичности. Печатающая со скоростью 10000 копий в час, по качеству они сопоставимы с литографией, а по стоимости успешно конкурируют, если тираж не превышает несколько тысяч копий: стоимость офсетной печати за копию гораздо ниже, зато для цифровой печати не требуется особой подготовки. В принципе, цифровые устройства могут печатать разное изображение на каждом листе, предоставляя практически неограниченные возможности для печати персонализированных данных, например, по базам рассылок. Из недостатков: для цифровых устройств подходит далеко не любой тип бумаги, и самый раздражающий момент — напечатанное достаточно быстро стирается с поверхности бумаги, особенно под действием тепла.

Справа: Как и при офсетной печати, для расширенного воспроизведения оттенков можно использовать более 4 цветов краски.

На противоположной странице: Цифровые печатные станки получили широкое распространение. Технологии печати и размеры экономически

выгодных тиражей отличаются в зависимости от конкретной модели, но в целом цифровые станки проще и дешевле в эксплуатации, чем офсетные.





КАК ТОЛЬКО РАБОТА НАПЕЧАТАНА, она переходит к стадии заключительной обработки. Эта стадия сугубо механическая, к ней относятся: обрезка, фальцевание и переплет. Постпечатную обработку нужно продумать заранее, т.к. она повлияет и на конструирование документа, и на бюджет.

Постпечатная обработка

2

К заключительной обработке так же относятся и некоторые относящиеся к печати операции: тиснение, штамповка, лакировка и ламинирование. При штамповке и тиснении используются металлические штампы, которые «штампуют» или выдавливают рельефное изображение на бумаге или картоне. Тиснение может подкрепляться краской или быть самостоятельным. На обложках книг вы часто видите тиснение фольгой: тонкая металлическая пленка прессуется на бумагу горячим штампом. Штамцевание физически подрезает бумагу. Контролируемые цифровым способом лазерные ножи-штампы могут вырезать очень тонкие и изящные детали. Существует несколько способов защиты страницы от истирания и царапин. Лакировку, глянецовую или матовую, можно наносить на офсетных печатных устройствах. Если требуется еще более «сильное» покрытие,

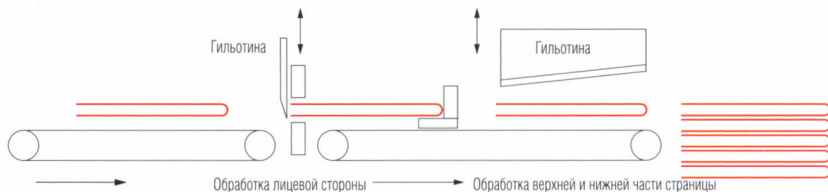
используют ламинатную пленку: она приклеивается к бумаге при прогонке ее под давлением через нагретый вал. С помощью ламинирования и лакирования можно получить интересные дизайнерские эффекты.

ФАЛЬЦЕВАНИЕ И ПЕРЕПЛЕТЫ

Как только печатная обработка завершена, документ готов к фальцеванию. Фальцовкой можно создать интересные визуальные эффекты, например, сложив в несколько секций один лист. После фальцовки многостраничная работа собирается, складывается в стопки или тетради. Затем идут переплетные и резальные работы.

Среди прочих заключительных работ стоит упомянуть перфорирование и вклеивание

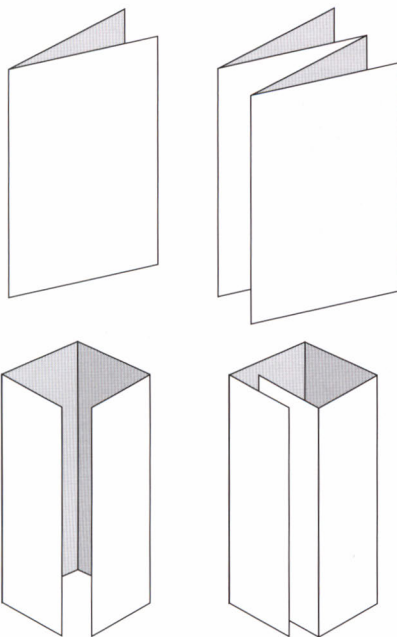
Внизу: Так механически осуществляется постпечатная и заключительная обработка.



(добавление отдельной страницы в многостраничную публикацию).

Существует несколько основных типов переплета. Для буклетов и журналов до 96 страниц обычно используют шивку внакидку (или степлерное скрепление), в то время как бесшвейное скрепление позволяет переплетать неограниченное количество страниц. Собранные и разложенные по порядку секции складывают в брошюровочную машину корешками вниз; край корешка «взрыхляется», и наносится клеящий состав. Обложка складывается, бигуется и оборачивается вокруг страниц. В толстых книгах с бесшвейным переплетом оставляйте достаточно большие внутренние поля, чтобы текст и иллюстрации не «уходили» в переплет, т.к. корешок в данном случае получается более жестким, чем при сшивании.

Для твердого или жесткого переплета обложка готовится отдельно. Страницы разбиваются на секции, каждая секция сшивается и затем секции собираются в «книжный блок». Обложка и книжный блок затем соединяются, часто со вставкой дополнительных страниц из более плотной бумаги. В конце обложка оборачивается в «пыльник» — дополнительную тонкую обложку.



Вверху: Некоторые из многочисленных видов фальцовки. Сверху по часовой стрелке: одногибная простая фальцовка; фальцовка гармошкой с восемью панелями; восьмистраничная «калитка», и барабанная восьмистраничная с подворотом.

ВЫБОР БУМАГИ Правильно выбранная бумага — залог успеха печатной работы. Дизайнер должен как следует продумать, что именно он хочет сообщить конечным видом своего творения и выбрать такой тип бумаги, который не только передаст правильное сообщение, но и впишется в бюджет.

Бумага

2

В настоящий момент дизайнеру доступен огромный выбор бумаги и картона — машинной выработки, ручной выработки, переработанная из вторичного сырья и имеющая FSC-сертификаты. В некоторых случаях выбор бумаги зависит от метода печати. Для офсетной литографии требуется бумага с хорошей поверхностной прочностью и стабильностью размеров, предпочтительно с низким содержанием воды. Обработка бумаги в данном случае особой важности не имеет, т.к. офсетная краска хорошо прилипает и к глянцевой мелованной, и к матовой немелованной поверхности. Бумага для глубокой печати должна быть гладкой, но хорошо впитывающей, чтобы вобрать краску.

Так же бумага должна соответствовать брифу работы. Для высококачественной цветной полутонной репродукции обычно

используется мелованная бумага (для создания очень гладкой поверхности используют минеральные фильтры), хотя в настоящий момент выпускается очень качественная немелованная бумага с отличной передачей цвета. Вес бумаги исчисляется граммами на квадратный метр (г/м^2), стандартный вес «офисной» бумаги — 90 г/м^2 . Для каталога, используйте бумагу весом $150\text{--}200 \text{ г/м}^2$. В целом, более тяжелая бумага и художественный картон толще, но на толщину (пухлость) бумаги дополнительно влияют плотность и тип волокна. Глянцевая художественная бумага может быть тоньше, чем немелованная того же веса. При печати на бумаге малого веса краска может проходить сквозь бумагу.

Определенную роль в выборе бумаги играет бюджет. Если брошюра будет рассылаться по почте, ее вес повлияет на



стоимость отправления. Выбирайте размер и формат обдуманно, чтобы избежать дорогостоящих отходов производства.

Бумага выпускается в размерах А и В по отношению к международному стандарту, который рассчитывается по коэффициенту 1:√2 (коэффициент сохраняется при сложении листа пополам).

По возможности, разрабатывайте проект так, чтобы его можно было напечатать на бумаге стандартного размера. Узнайте в

типографии размер, допуски на обрезку и «зажим» края. Если по брифу требуется специальная обработка, например, лакирование или ламинирование, печатник посоветует подходящий тип бумаги. Не переставайте: необязательно использовать глянцевую бумагу, если предполагается глянцева лакировка. На тип переплета иногда влияет отлив бумаги (направление волокна), так что предварительная консультация с типографией необходима.

Рекламный календарь Rolland Motif Paper Promotional Calendar. Инновационные техники печати, штанцевание и переплет — великолепный образец универсальности бумаги. ДИЗАЙН ЕРОХУ, КАНАДА



Вверху: Некоторые книги образцов бумаги — сами по себе интересный дизайн-проект. Производитель бумаги Modo Paper Mills Inc., США, жаждет привлечь целевую аудиторию — дизайнеров — с помощью ярких цветных изображений и необычного переплета.

ДИЗАЙН SEA, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

ДИЗАЙН ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



РЕКЛАМА, фирменный стиль, брендинг — кажется, что эти темы идут вразрез с другими главами нашей книги, но на самом деле у дизайна рекламы есть весьма характерные черты, которые тесно связывают его с фирменным стилем и брендингом, но отделяют от других форм визуальной и коммерческой деятельности.

В этой главе рассматриваются реклама, брендинг и фирменный стиль одновременно. И хотя их выделяют как разные виды деятельности, в которых задействован графический дизайн, эти три аспекта тесно переплелись — мультимедийные агентства, появившиеся в 1990х, объединив графический дизайн с рекламной деятельностью, брались за промо-проекты в чистом виде.

Реклама — это стратегическая мысль, озвученная разными способами. Как и реклама, фирменный стиль должен скоординировать интерпретацию продукта или услуги с определенным визуальным или вербальным «обликом», благодаря которому продукт будет узнаваться. Брендинг стал популярным в 1990х в связи с расцветом мультинациональных корпораций, которые захотели вывести продвижение своих товаров за пределы традиционных рекламных приемов. Прежде всего брендинг требует абсолютно четкого выражения идеи.

РЕКЛАМА В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Мастерство графического дизайна востребовано во всех областях. В брендинге и фирменном стиле типографы разрабатывают шрифты и создают уникальные брендовую символику; графические дизайнеры координируют графические элементы. В рекламе особенно востребовано такое качество графического дизайнера, как «способность организации» — оно помогает направить информацию в нужное русло и сохранить последовательность в обработке. Текст опирается на мастерскую и точную типографику. Но в рекламной кампании для бренда или фирменного стиля необходима высокая графическая квалификация, т.к. требуется «переложить» концепцию в образы и текст, с острыми, понятными визуальными ориентирами.

На противоположной странице
вверху: Эта реклама работает на ассоциациях: блестящие инженерные конструкции, из которых собраны и лондонское колесо обозрения Millennium Wheel, и Audi. В рекламе это называется «заемный интерес». Визуализация композиции сделана макетированием-коллажем в Photoshop. Обратите внимание на обработку неба (негативное пространство), цвет и тон уползценны, чтобы был читабельным текст.

ДИЗАЙН BARTLE BOGLE HEGARTY, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

На противоположной странице
внизу: в кампании Coke используется знаменитый символ брендовой марки, сразу же заявляющий зрителю и о своей уникальности, и о своей известности. В рекламе используется архивное, ранее существовавшее изображение(сканированное, повторно редактируемое, сегментированное и увеличенное).

ДИЗАЙН MCCANN ERICKSON, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



From here, you can see
the attraction of aluminum.

The Audi A2 is the world's first mass-produced aluminum car. Its low weight not only makes it very agile, but also separates it from ordinary types of car in relation to the safety. When a light Space Frame body changes from rigid into a resonating feeling of safety, otherwise you need us. World design award laureate.

Versprung durch Technik www.audi.co.uk

Life tastes good

Модальность рекламы делится на пять категорий: предупреждение, информирование, напоминание, запуск, продвижение. Основная цель — пробудить интерес и привлечь внимание, нарушив рутинное восприятие.

В начале XX века основными рекламными носителями были газеты и рекламные щиты, с 1954 года появилась телевизионная реклама. С 1970х возникла более прямая форма рекламы — иногда ее называют интегрированная реклама — как противоположность массовой рекламе. Недавнее новшество — нетрадиционная реклама, которая размещается в неожиданных местах и ситуациях, но где брендовое сообщение будет благосклонно воспринято зрителем.

Развитие рекламных методов требует большего профессионализма от дизайнера, поскольку в любом виде рекламы бренд и сообщение должны появляться последовательно и пониматься одинаково.

МЕДИА-РЕКЛАМА

В рекламе множество направлений, поэтому обычно рекламные агентства предпочитают специализироваться. Среди всех направлений выделяются два основных: медиареклама (media advertising) и прямая реклама (direct advertising). Медиа агентства занимаются рекламой широкой массовой направленности: рекламные щиты, пресса и телевидение, а прямая реклама, еще называемая «с-глазана-глаз», более узкая, направленная на конкретные целевые рынки.

Размер рекламы в прессе варьируется от одно- или двухстраничных разворотов до колоночного рекламного объявления. Реклама в прессе требует проработки графики на самых ранних стадиях работы. Шрифт, цвет и макет прорабатываются раньше, чем

фотографии и другие материалы. В отличие от других медиа-проектов, дизайнеры практически не могут изменить тип бумаги или формат, исключением являются лишь страницы-вставки, которые клиент печатает самостоятельно.

Реклама для телевидения так же требует раннего внесения графики. Обычно иллюстратор занимается раскадровкой, помогая креативной команде «донести» именно то, что они требуют от режиссера. Раскадровка постоянно контролируется на месте, проверяется отснятый материал, хронометраж, соответствует ли материал требованиям команды пост-продакшн. Диджитал-типографы и графические дизайнеры создают последовательный текст — добавляемый во время пост-продакшн — чтобы соединить ролик с последним кадром. Очень важна так же связь между подписью и брендингом.

Дизайн для медиа и прямой рекламы

- Рекламная кампания должна иметь воздействие, значимость и «связь» с намеченной аудиторией.
- В рекламе постоянно должен фигурировать собственн-но объект рекламы — графическое наполнение здесь особенно важно.
- Ясность — в печатной рекламе 80% пространства обычно предназначено для передачи идеи, и 20% — для дополнительной информации.
- Анализ брифа четко прояснит, что именно требуется. В идеале бывает достаточно одного предложения для описания того, что нужно, и какие навыки требуются от графического дизайнера.
- Учитывайте «выделенность» логотипа или фотоснимка продукта, помните, что задача графического дизайна — подчеркнуть рекламируемый товар.
- В макете и общей обработке должны систематически «прослеживаться» брендовые характеристики

ПРЯМАЯ РЕКЛАМА

Самая простая форма прямой рекламы — прямая почтовая рассылка (DM). Дизайн — в центре событий, т.к. в презентационных и информационных материалах: письмах, брошюрах и упаковке — без дизайна никуда. Дизайнер работает в тесном сотрудничестве с маркетинговой командой. Для больших рекламных кампаний, включающих DM, иногда заказывают одноразовые материалы. Это обычно ограниченный выпуск брендированных товаров («пробников», предложений и т.п.), связанных с публикуемым предложением, обычно пришедших из медиа-кампании.

Интернет становится все более популярной средой для прямого маркетинга. Баннеры обычные и «небоскребы», всплывающая реклама — все это вынуждает диджитал-дизайнера упаковывать сообщения в маленькое пространство, причем и визуально, и технически. По электронной почте можно разослать сообщение огромному количеству подписчиков, и стоимость рассылки будет минимальна, но чтобы получатель все-таки смог прочесть сообщение, потребуются какие-то технические «навороты». «Вирусный» маркетинг — релиз в интернете графики, фильм или мини-игра, популярность которой будет расти за счет «сарафанного радио» — требуют воображения, технических навыков, четкого понимания целевой аудитории.

Дизайн маст продаж требует объединения всех областей брендинговой рекламы и промо-работы. Форматы могут быть разные: отдельно стоящие стойки, контейнеры для товаров, воблеры и т.д.; всю эту продукцию просто и недорого напечатать с помощью широкоформатных струйных принтеров. От дизайнера еще ожидается оценка окружающего пространства на стадии концепции.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Фирменный стиль — это коммерческое лицо, представляющее компанию, а брендинг — это коммерческое «выражение» лица. Часто эти два понятия путают, потому что «бренд» — это имя, данное фирменному стилю, а «брендинг» — это скорее марка, благодаря которой компания и ее продукт узнаются потребителем. Выражаясь проще, фирменный стиль — это создание бренда, а брендинг — это то, как он воплощается в различных областях коммуникации.

Фирменный стиль должен отражать ценности, благодаря которым компания будет узнаваться, но в последние годы крупные бренды перевели свою продукцию в подбренды; соответственно, рекламная активность тоже изменилась. В современных коммуникационных агентствах роли, традиционно отведенные брендингу и фирменному стилю, стали пересекаться.

Самое распространенное визуальное «проявление» фирменного стиля — профессиональные и внутримагазинные журналы рассуждающие о том, как продукты или услуги компании соотносятся с возможным образом жизни потребителя. Задача графического дизайнера — создать и воплотить корпоративные правила бренда в макете, организации статей, рекламе.

Необходимо разработать четкие правила, как именно фирменный стиль будет передан на разных носителях, к которым относятся все от канцелярских товаров и рекламы до цифровых приложений. Уместность и последовательность — вот два основных аспекта. Еще один серьезный вопрос при разработке фирменного стиля — как изменения и тренды повлияют на прочтение бренда, останется ли связь с ранними брендовыми ассоциациями?

Крупные бренды предпочитают развивать и воплощать фирменный стиль в собственной розничной среде — особенно супербренды, как, например, Nike или Disney Stores.

Для разработки фирменного стиля компании вам потребуется информация о ее истории, основных характеристиках, о продукте, на каком рынке компания хочет продвигаться и какие средства продвижения предпочитает.

ЗАДАЧИ ДИЗАЙНА

Дизайнер вовлечен в ключевые стадии разработки фирменного стиля: предварительные исследования, визуализация имиджа концепции (цифровые и карандашные наброски), развитие и детализация, поглощение (спецификации шрифтов и подбор соответствующих носителей). Дизайнеру важно уметь совмещать традиционные и цифровые приемы, чтобы получить результат.

Фирменный стиль должен передавать ощущение принадлежности, быть представительным и четким. Любые дополнения или изменения обязательно должны соотноситься с ценностями бренда. Визуальная динамика стиля должна четко соответствовать рынку деятельности компании, быть последовательной и уместной. Это основополагающие характеристики, которые обязательно должны быть присущи продукту и компании.

Определив ключевые графические характеристики, дизайнер должен выяснить, какой степенью гибкости они должны обладать и насколько эффективно будут воспроизводиться в различных масштабах и контекстах.

БРЕНДИНГ

По сравнению с фирменным стилем, прямая задача брендинга — информировать, например, с помощью скрытой рекламы. Обычно

для этого требуется разработать идентификацию бренда в среде целевого рынка: с помощью графических техник создать ассоциацию бренда с определенным пространством или настроением. Таким образом, брендинг располагается между прямой рекламой и фирменным стилем — он коммерциализует бренд, внедряя графическую идентификацию в подходящий контекст.

В последнее время для брендинга задействуется все больше и больше узкоспециальных графических направлений, поскольку расширяется среда продвижения бренда — от подстаканников и часов до ночных клубов и мест общего пользования. И теперь задача графического дизайнера — применить графику фирменного стиля к ситуациям, которые, в большинстве случаев, требуют переосмысления существующего стиля.

Смысл средовой или 360° рекламы — поймать потребителя в тот момент, когда он наиболее настроен на контакт (например, реклама напитка в баре) или чтобы создать новую возможность коммуникации с труднодоступной аудиторией. Дизайнеров обычно просят переделать графические элементы, принимая во внимание, как будет восприниматься брендинг в данном контексте. Для онлайн-брендинга так же необходимо прорабатывать правила фирменного стиля, и здесь необходимо сотрудничество диджитал-дизайнера, копирайтера и веб-дизайнера.

Брендинг применяют для усиления влияния прямой рекламы. Брендированные буклеты и корреспонденция высылаются клиентам для поддержания диалога.

Многие бренды развивают свой стиль при переходе на другие рынки. Расширение бренда иногда означает, что имя бренда было перенесено на другой продукт, но чаще

речь идет о появлении нового ранга продуктов — например, бренд напитков стал выпускать одежду для отдыха, но новые линии производства должны быть связаны с основной областью деятельности бренда.

Иногда у клиента есть собственный «хранитель бренда», который следит за тем, чтобы рекламная стратегия и новые идеи не выходили за этические рамки бренда и не противоречили планам развития компании. В компании можно установить систему управления цифровыми ресурсами (DAM — Digital asset management), в базе данных которой и дизайнеры могут хранить информацию о логотипах, графике, фотографиях, текстах и прочих идентификационных материалах.

ЗАДАЧИ ДИЗАЙНЕРА ДЛЯ БРЕНДИНГА

Консультанты по графике обычно требуются для трех стадий развития брендинга: основные исследования и рекомендации, визуализация бренда в контексте и вопросы возможности воплощения.

Роль графического дизайнера в брендинге — это, скорее, консультации и рекомендации, нежели ре-дизайн. Брендинг должен графически отражать — *in situ* — устремления компании в различных контекстах, следить, чтобы четко была соблюдена визуальная «отличительность» бренда и переводить фиксированные ключевые характеристики в «идентификационный комплект» — визуальную типографику или графические элементы. Это и будет марка, благодаря которой узнается бренд.

Вынужденный всегда «помнить» о продвижении бренда, брендинг задействует адаптированную под себя типографику и графический стиль бренда. То есть маркетингологи и рекламщики должны придумать,

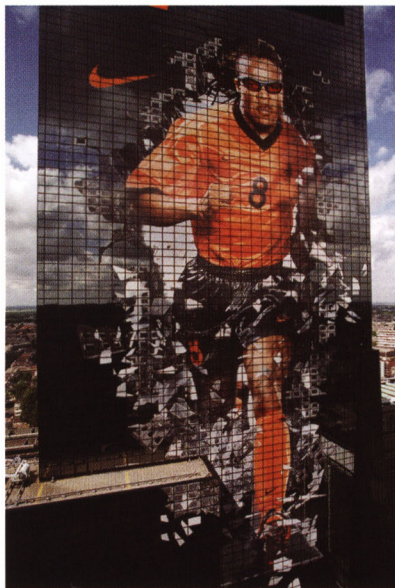
какие ключевые качества бренда можно взять на вооружение для коммерческой «приманки».

Контекст, в который помещается бренд, должен ему четко соответствовать и легко создавать ассоциации с брендом. Чтобы брендинг эффективно работал, он не должен быть неправильно истолкован, а любое расширение бренда должно соответствовать его основной этике.

Внизу: эта реклама голландской национальной футбольной команды, претендующая на звание самой большой в мире графики на здании — ее высота более 150 м —

напечатана печатниками VgLn на 4500 панелях общей площадью 10 000 кв.м.

ДИЗАЙН WIJEDEN AND KENNEDY, НИДЕРЛАНДЫ



СТУПЕНИ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Залог удачной рекламной кампании — планирование и контроль. Поскольку в процессе задействовано много творческих личностей, графическому дизайнеру чрезвычайно важно понимать все стадии работы.

Ступень 1 — бриф: определяет предмет кампании. Креативный бриф состоит из нескольких частей, чтобы интерпретировать статистические данные, определить «приманки» — наиболее уместные торговые предложения и определить подходящие режимы доставки (и подходящие носители), чтобы завоевать определенный рынок. В результате составляется план проекта, который определяет арт-направление и тон проекта, а так же наиболее подходящую для проекта специализацию графического дизайнера (иллюстратора).

Ступень 2 касается ключевых слов и предложений — концепций для рекламы. Это процесс обдумывания с помощью набросков и идей на бумаге и на планшетах — «необработанные» идеи. На этой стадии концепции показывают сначала креативной команде, затем команде планирования (часто с представителями клиента), чтобы убедиться, что охвачены все задачи брифа. На этой первой стадии визуализации арт-директоры тесно работают копирайтерами, которые рассчитывают соотношение изображений и текста.

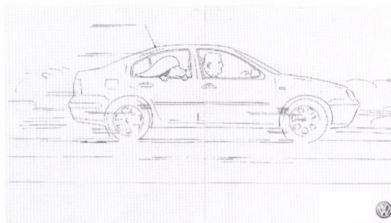
Первоначально вырабатывается план кампании — развитие наиболее сильных стратегий и детализация концепций, затем план для арт-директоров. Идеи прорабатываются внутри компании (модели и макеты), вносятся изменения, привлекаются графические специалисты, чтобы упорядочить

официальное представление. Проектная группа агентства соединяет презентационный план в единое целое. Затем идеи «полируются» (с помощью внешних экспертов по графическому дизайну) до уровня презентации и следует внешняя (клиентская) презентация. На этой стадии огромная роль отводится графическим программам FreeHand или Illustrator и программе для обработки изображений Photoshop. Клиенту обычно демонстрируется основной план кампании и серия альтернативных вариантов, клиент выбирает понравившееся направление и ставит под ним свою подпись.

Ступень 3 — окончательная стадия разработки концепции — переход к производству. Арт-руководство детализировано, найдены и приступают к работе специалисты: типографы, фотографы, иллюстраторы, режиссеры и медиа-специалисты. В основную стратегию вписываются все остальные виды продвижения и рекламы. Прорабатывается медиа-кампания, устанавливаются сроки, «планировщики трафика» контролируют все сроки. Наняты печатники, покупатели медийного пространства ведут переговоры по ценам, срокам, датам, обсуждается протяженность рекламной кампании, и далее она переходит к планировщикам клиентского задания и продавцам медиа-пространств.

Команда агентства встречается с представителями заказчика для получения окончательного одобрения. На этой стадии может обсуждаться продолжение рекламной кампании.

Ступень 4: все материалы напечатаны, запускается синхронизированная рекламная кампания.



Слева: Типичная схема работы рекламного медиа-агентства. Диджитал-дизайнеров обычно привлекают на стадии подготовки презентации, например, презентации стратегии, концепции и для заключительной арт-работы.

Вверху: детализированный набросок, использованный как визуализация для демонстрации концепции клиенту и печатная реклама по наброску, выполненная в виде двух-страничного разворота для глянцевого журнала.

ДИЗАЙН BMR, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

КАЖДЫЙ ДЕНЬ мы «контактируем» с упаковкой, которая информирует нас о достоинствах, опасностях, ценности или полезных свойствах товара. Не всю упаковку мы выбрасываем сразу.

Задача графического дизайнера — создать интересную и привлекающую внимание упаковку, но при этом еще учитывать правовые и технологические требования, правила торговли и не забывать об окружающей среде. Упаковка должна быть визуально привлекательной и выполнять свои непосредственные функции.

Диджитал-дизайнер, занимаясь дизайном упаковки, должен визуализировать свою работу в двух измерениях, представлять ее объемную форму, как будет выглядеть текст и изображения в совокупности, скажем, с такими элементами, как крышка, место склейки или сгиб. Дороговизна и часто нехватка подходящего инструментария означает, что проектироваться простая упаковка будет в обычной рисовальной программе, а визуализироваться с помощью ножниц и баночки клея. Во многих случаях форма упаковки соответствует какой-либо существующей стандартной или бывает готова. Часто инструкции по изготовлению и резке упаковки можно загрузить из специализированных CAD-программ в рисовальный пакет и использовать как шаблон, что не требует от дизайнера особых инженерных навыков.

Если в брифе упоминается конструирование упаковки, помните, что монитор в данном случае — великий соблазнитель, и не обманывайтесь простотой создания двумерной модели. То, что вы видите на мониторе, должно будет быть полностью «переведено» в физический продукт, функциональный и трехмерный.

Тестировать упаковку придется на каждой стадии производства, создавая точные модели и проверяя, насколько собственно дизайн и поверхности ладят друг с другом. То, что выглядело хорошо на экране, в реальном воплощении вдруг резко меняется. Шрифт, например, искажается, окошки для демонстрации продукта

На противоположной странице
вверху: пластиковый пакет —
нежелательное, но очень
простое средство принести
покупки домой. Преимущества
современных методов печати,
качество производства, цвета и
текстуры этого пакета позволя-
ют ему успешно представлять
имидж бренда, ослабляя
негативное воздействие на
окружающую среду.

ДИЗАЙН PAUL SMITH, LTD

На противоположной странице
внизу: отрицая традиционное
оформление упаковок,
эта отмеченная наградами
обложка для CD-альбома Vercy
группы Pet Shop Boys сильно
выделяется среди конкурентов.
Используя альтернативные
методы производства, дизайне-
ры получили и практичное
решение для собственно упа-
ковки. Дизайнеры передали
сообщение потребителю о
креативной музыкальной
группе, имеющей собственную
индивидуальность и стоящей
особняком среди остальных
исполнителей.

ДИЗАЙН PENTAGRAM,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



Вверху: Этот пакет — отражение стиля и роскоши, но отбросьте косметические элементы — и перед вами простой бумажный пакет. Дизайн — это не только практическая потребность, несмотря на дополнительные затраты на материалы, сейчас дизайн — это эффективный маркетинговый инструмент бренда.

ДИЗАЙН KENZO, ФРАНЦИЯ

не выравниваются или в целом дизайн выглядит не столь привлекательно, как на экране. Постоянно распечатывайте, собирайте и тестируйте то, что вы уже сделали. Зато, когда придет время демонстрировать идеи клиенту, вам не придется краснеть за свои предложения.

Появляются новые формы упаковки, и новые материалы. Полиэтилен, пластик, ацетаты и множество других новых материалов пополняют ряды существующих. Новые текстуры и поверхности дают пищу воображению и создают технические трудности.

Брендинг — основная составляющая дизайна упаковки, и он не ограничивается логотипом. Типографика, форма, имидж, макет, цвет и даже тактильные ощущения — все это составляющие идентификации.

ДИЗАЙН ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА

В идеале графический дизайнер должен хорошо разбираться во всех основных графических программах, включая приложения по трехмерному моделированию, но при работе с упаковкой самое главное требование — отличное знание хотя бы одной чертежной программы.

Созданные с помощью компьютера проекты могут быть чрезвычайно аккуратными, позволяя дизайнеру работать с тщательной подгонкой, а это прямая выгода для производственного процесса.

Дизайнеры часто предпочитают одну программу всем остальным, потому что лучше с ней знакомы, но DTP-программы — более удобные для многостраничных документов — реже используются для дизайна упаковки. Повсеместно используются соответствующие графические программы, например, Adobe Illustrator или FreeHand: практически

неограниченная возможность масштабирования и контроль за искажением пропорций, блокировка уровней и направляющих — все это дает возможность экспериментировать и контролировать результаты на любой стадии работы

Очень удобно работать с уровнями, которые можно блокировать и/или скрывать, т.к. можно рассматривать на мониторе различные варианты, не удаляя и даже не перемещая ключевые элементы.

Повторяющиеся трансформации, «click-and-drag» дубликации и инструмент «нож» — продуктивные инструменты чертежных программ. Как и в случае с DTP-программами, в чертежные программы можно загружать дополнительные элементы, в том числе фотографии, тексты и шаблоны. В пакет можно добавить программы редактирования растра для обработки и подготовки изображений, но заключительный вариант все равно будет передан в векторное приложение.

Интересная особенность чертежных программ — способность применять разные атрибуты вывода, например, полутоновое разрешение, к отдельным элементам, что позволяет максимально точно контролировать графические компоненты, особенно при печати на разных поверхностях.

Особый вопрос — сохранение законченного проекта в формате приемлемом для следующего производства. Производитель может не принять PDF-файлы, т.к. проекту, возможно, потребуется дополнительная обработка. Если вас просят предоставить файлы в пользовательском формате, уточните, какую версию использует подрядчик: работу, созданную в усовершенствованных версиях, иногда нельзя сохранить для использования в более ранних версиях.

МАТЕРИАЛЫ

Товары разных форм, размеров и веса нуждаются в упаковке. Упаковка должна быть не просто привлекательной, но и выполнять практические функции — защищать продукт от повреждений, легко открываться и т.п.

В упаковочной индустрии широко используются бумага и картон. Они достаточно дешевы и универсальны, к тому же подходят для многих процессов обработки. Плюс это тот материал, который обычно легко доступен дизайнеру для создания презентационных моделей. Тиснение, штанцевание, фальцовка, биговка, перфорирование, печать красками, лакировка и многие другие постпечатные процессы легко переносятся бумагой и картоном.

Для многих видов упаковки используется переработанный картон. Кроме удешевления стоимости работ, это еще и приятный бонус в качестве репутации «друга природы», что очень поощряется производителями «зеленых» товаров. Недорогой картон можно обрабатывать разными способами, улучшая его внешний вид. Водо- и жиро отталкивающие ламинатные покрытия, например, часто используются для упаковки продуктов или других «влажных» товаров. Часто на картон наносят покрытие просто чтобы на поверхности не оставалось царапин и следов.

В комбинации с картоном часто используются другие материалы, придающие ему прочность и позволяющие увидеть собственный продукт. Например, поверх вырезанного штанцеванием окошка в коробочке из картона можно приклеить ацетатную пленку.

Из картона сложно создать слишком замысловатые или гибкие формы, поэтому ему на смену приходит пластик или пленка. Очень распространена заливка в форму методом

впрыска, когда расплавленный пластик под давлением подается в форму. Этот метод не дешев, и только в случае очень больших тиражей цена снижается до приемлемого уровня. Популярный тип пластика для упаковки — PET (полиэтилен терефталат), который легко формуется и привлекательно выглядит.

Пластики — это химические соединения, многие из которых разрушаются очень долго, поэтому их сложно использовать для «экологических» продуктов. Дизайнер должен понимать, что материал, из которого сделана упаковка, может «рассказать» покупателю не меньше, чем собственно дизайн.

Стекло, когда-то очень популярный материал, сдает свои позиции. Оно выразительнее, чем пластики, но легко бьется и плохо переносит разницу температур. Тем не менее, его прозрачность, плавкость и возможность окрашивания в разные цвета в совокупности с гравировкой и глазированием, дает уникальные тактильные и эстетические ощущения, сразу же переводящие товар в категорию «люкс».

Металл в качестве упаковочного материала очень неоднозначен по цене. В дешевом сегменте он используется в огромных объемах при производстве консервированных продуктов, аэрозолей, контейнеров для масла, в дорогом — для производства «люксовых» товаров, например, подарочных коробок с интересной графикой, которые покупатели не выбрасывают даже после того, как продукт был использован. Металл идеален для вторичной переработки, т.к. легко плавится и формуется. Последние достижения в технологиях производства позволяют использовать неожиданным образом, например, сталь, и для упаковки в

сфере масс-маркета, и для лимитированных промо-товаров.

У каждого материала свои уникальные характеристики и свое «поведение». Во многих упаковках часто задействуются сразу несколько материалов. Дизайнеру не помешает ознакомиться со свойствами и особенностями каждого материала, который он собирается использовать.

Главная задача графического дизайнера — понять цель и функциональные особенности упаковки. Упаковка крупногабаритных предметов, например, компьютеров, стиральных машин или микроволновых печей, предназначена в первую очередь для адекватной защиты от повреждений и одновременно служит инструкцией, как поднимать, в каких условиях хранить и т.п. В розничной торговле крупную технику даже не распаковывают, подразумевая, что в данном случае привлекательный дизайн упаковки играет второстепенную маркетинговую роль. Конечно, некоторые производители используют любую возможность прорекламировать свой товар и сделать его узнаваемым, так что даже огромные картонные коробки используются как реклама их содержимого.

КЛЮЧЕВЫЕ ЗНАНИЯ

Методы упаковки и используемые для нее материалы настолько разнообразны, что дизайнеру постоянно приходится «обновлять» свои технические знания и в области производства, и в области обновленных компьютерных программ и в области применения новых приложений.

В производстве картонной упаковки часто используют справочники. На картоне чаще всего печатают офсетным методом, и

файлы для печати дизайнер создает обычно такие же, как и для любой другой печатной работы (см. Дизайн для печати). Но после печати картон режут, сгибают и перфорируют, чтобы получилась трехмерная упаковка. Поэтому печатная графика должна точно соответствовать физической форме, т.е. тоже быть разрезана. В справочниках точно указываются места разрезов, сгибов и фальцовки, так что дизайнер работает в шаблоне, размещая графику на его поверхности.

Оборудование для станцевания и фальцовки работает на высокой скорости, поэтому имеет положительный и отрицательный допуск и поля для «обрезки», которые нужно учитывать при подготовке файла для печати.

Разные материалы, как и разная форма упаковки, иногда требуют альтернативных методов печати и/или обладают характеристиками, которые существенно влияют на дизайн. Например, у гофрированного картона грубая поверхность, которая сильно впитывает краску (особенно если картон немелованный), и бороздки выступают в роли прокладки, затрудняющей печать на плоской поверхности и печать полутоновых изображений.

Упаковка должна предохранять токсичные и режущие предметы от доступа детей, быть устойчивой к внешним воздействиям, иметь необходимую защитную пленку, колечки для открывания и т.п. Все это должно быть частью дизайна. К тому же на упаковке, содержащей опасные вещества, на видном месте должно быть напечатано разборчивым шрифтом предупреждение или руководство по применению (в том числе шрифтом Брайля).

ПРОИЗВОДСТВО И ПЕРЕРАБОТКА

Бриффы для дизайна упаковки обычно более подробные, чем для других дизайнерских работ. В больших розничных организациях брифы обычно пишут закупщики после консультаций с маркетинговым отделом производителя. Так же дизайнера могут нанять и сами маркетинговые отделы или производители продукта. Чаще всего сам продукт уже существует и определены розничные продавцы, целевой потребитель и цена за единицу упаковки (как часть розничной цены).

Дизайнер должен не только учесть уже имеющуюся информацию, но продумать возможные модификации дизайна на будущее, например, в случае расширения линейки продукта или привлечения новой целевой аудитории. Клиенты предпочитают использовать базовые элементы брендинга и упаковки на разных территориях, особенно внутри Европы, поэтому дизайн должен понравиться различным группам потребителей и подстраиваться под меняющиеся условия, например, формат текста должен может быть разным для разных языков.

Цена за единицу определит количество цветов и методы производства упаковки, но изобретательное упрощение одного аспекта позволит слегка усложнить другой.

Если конкретный продукт будет упакован в стандартную упаковку, то можно сразу приступать к работе, используя шаблоны производителя. Как и сами бренды, производители упаковки могут предложить множество универсальных готовых решений с необходимыми уровнями функциональности и соответствия стандартам. Для дизайна нестандартной упаковки придется консультироваться со специалистами по бумаге, плавке,

штанцеванию и прочим производственным процессам. Клеи, краски, материалы и техники сборки сейчас настолько разнообразны, что совместная работа неизбежна. Многие уважаемые дизайнерские бюро, специализирующиеся на дизайне упаковки, нанимают для особых проектов и графических дизайнеров, и дизайнеров, работающих с программами трехмерного моделирования. Поэтому чем больше у вас навыков, тем более конкурентоспособными вы будете на рынке.

Дизайн двухмерной или фальцованной графики можно создавать в чертежных программах, а изображения импортировать из AdobePhotoshop. Для сложной упаковки лучшим вариантом будет пакет CAD, желательно даже подключенный к системам производителя. Модели можно генерировать на экране или экспортировать в программы трехмерного рендеринга, чтобы создать высококачественные визуализации и отложить изготовление физических моделей до стадии окончательного одобрения. Графику можно отправлять клиенту как PDF-файлы (см. стр. 108), которые можно просмотреть на мониторе и добавить комментарии. В качестве заключительной проверки можно сделать цветные контактные цветопробы и сделать модели, чтобы выявить ошибки в конструкции.

В заключительных цифровых файлах нужно тщательно проверить цветовую спецификацию и пространственные размеры.

ЛУЧШЕ ОДИН РАЗ УВИДЕТЬ, чем сто раз услышать. Любой, кто хотя бы раз в жизни поворачивал не в ту сторону, заблудился и спрашивал дорогу у прохожих, знает, насколько сбивающими с толку могут быть вербальные объяснения.

Даже чтобы повесить один-единственный указатель около местного магазинчика, нужно подумать. Будет ли он виден с другого конца улицы? Как он будет выглядеть ночью? Как его чистить? Нужно ли получать разрешение на его установку? Чем больше знаков в проекте, тем больше вопросов.

Для чего нам и нужны знаки? Чтобы самостоятельно путешествовать. Знаки дистиллируют информацию до минимума, они появляются в нужный момент, чтобы подсказать нам направление. Один внятный указатель лучше толпы доброжелательных местных жителей.

Знаки навигации часто воспринимаются как простая «помощь» — в виде стрелочек на столбах или списков на стенах. Нас окружает множество подобных знаков: знаки на строительных площадках, строгие функциональные знаки больниц, поэтажные планы магазинов.

Но есть еще один вариант — перевести знаки в трехмерное пространство, сделать их частью фирменного стиля и вдохнуть в них душу бренда. Знаки можно «повысить», превратив из простых указателей в рекламу. Если вам просто нужно понять, где вы находитесь, то знаками могут служить памятники. У знаков множество «лиц». Так что если традиционные знаки тихо делают свое дело, отправляя вас из пункта А, то есть много разных способов объявить, что вы прибыли в пункт Б.

КОНЦЕПЦИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Графический дизайнер должен заниматься одновременно двумя задачами: креативной экспрессией и аналитическим решением проблем.

Дизайн указателей и систем навигации первое место отводит аналитическому решению проблем, иначе не получится должного выражения экспрессии.

На противоположной странице: Насколько большим он может быть? Этот знак вы точно не пропустите — он не только показывает местоположение конкретного нью-йоркского магазина Warner Bros, но и информирует о последних событиях в компании. Знак представляет одно из лучших достижений Warner Bros — Bugs Bunny. Идеальная комбинация информации и бренда.

ДИЗАЙН THE PARTNERS, США



Дизайнер должен осознавать, что человек, бросивший взгляд на знак, погружен в свой мир. В этом смысле дизайн указателей должен быть прямолинейным — просто, без сюет и проблем, направлять человека в нужное направление. В этом случае указатели эффективно работают в реальном мире. А вот как добавить к чистой функциональности стиль, своеобразие и остроумие — творческий вызов дизайнеру.

Дизайн систем навигации — отдельное направление в графическом дизайне, т.к. на планирование, разработку, производство и установку знаков требуется гораздо больше времени, чем на любой другой проект, за исключением, пожалуй, постоянных выставочных экспозиций. Знаки устанавливаются надолго — и любая ошибка будет долгосрочным укором клиенту (и дизайнеру), который их устанавливал. С другой стороны, дизайн знаков приносит ни с чем не сравнимое удовольствие от осознания, что ваша работа приносит пользу многим людям.

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ДИЗАЙНА СИСТЕМ НАВИГАЦИИ

Дизайн знаков требует индивидуального подхода во многих аспектах процесса, но инструментарий для него можно найти практически в каждом хорошо оборудованном дизайн-бюро. Он требует сильного шрифта и графики, поэтому основными инструментами дизайнера становятся Adobe Illustrator или Free Hand — для дизайна, графики и типографики. Иногда используются Adobe In Design или QuarkXPress, но в качестве чертежной программы они не столь уж полезны. Для создания моделей иногда нужен Photoshop — вставить в знак в фотографию местности и смоделировать ситуацию, но

собственно для графики он не очень удобен. Иногда бывает полезно трехмерное моделирование и CAD-инструменты — для создания эффективных презентаций и затем для использования архитекторами, если они задействованы в проекте, но для основного дизайнера и решения производственных задач не используются.

Для производства многих знаков используются вырезанные из винила буквы и формы.



Вверху: знаки системы навигации Национального морского музея в Лондоне. Простые мачта и парус — отличное решение для морского музея. Обратите внимание, что знак находится на некотором расстоянии от стены — традиционный плоско-приклеенный смотрелся бы

банально. Яркие по цвету паруса легко фиксируются взглядом, а крупный шрифт читабелен несмотря на наклон. ДИЗАЙН PENTAGRAM, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Они вырезаются на плоттерах, в которых успешно используются векторные EPS-файлы, экспортируемые из любых профессиональных программ. Для управляемых компьютером фрезерных станков для резки металла и дерева, могут потребоваться другие форматы, чаще всего — DXF. Этот формат обычно используется программами CAD, но в Illustrator или FreeHand можно экспортировать 2D DXF графику. Обратите внимание, что придется конвертировать шрифт в кривые, чтобы сохранить его внешний вид, и запланировать несколько тестов с операторами оборудования.

Для печати используется шелкография, т.к. дает сильную линейную графику нерасширяемыми цветами. Это идеальный метод печати для знаков, которым приходится выдерживать жесткий температурный режим, противостоять переменчивой погоде и вандалам. Для знаков временного пользования все чаще используется широкоформатная цифровая печать. Со сложными изображениями с градуированными тонами и виньетками справляется цифровая печать, т.к. очень сложно получить эти графические элементы традиционными методами изготовления знаков. Это экономичный способ печати для небольших тиражей и для отдельных указателей или плакатов, но носитель в данном случае недолговечен: легко повреждается и быстро выцветает несмотря на защитные ламинированные покрытия. Для решения этой проблемы были разработаны светостойкие краски, но все равно, этот метод подходит только для временных знаков.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

На физическую форму и строение знака огромное влияние оказывает среда,

в которой он будет установлен и функции, которые он должен выполнять. Только выяснив эти аспекты дизайнер получает поле для деятельности.

Современные технологические возможности для изготовления знаков практически безграничны. Долгому жизненному циклу способствуют прочные материалы — металл, стекло, пластики, дерево, камень, тканые материалы и даже кожа. Буквы и изображения можно наносить с помощью травления, вырубки, гравировки или отливки.

Новые технологии предоставляют для экспериментов менее прочные, но более интересные носители. Электролюминесцентные волокна (низковольтная альтернатива неону) и панели создают притягивающее взгляд свечение или постоянно меняющиеся узоры. Эффективно-яркие светодиоды позволяют создавать сфокусированную и контролируемую подсветку в самых разных контекстах. Широкоформатные струйные устройства позволяют недорого и качественно печатать на бумаге, пластике и ткани.

КОММУНИКАЦИЯ

Отправной точкой работы над знаком служит бриф клиента и доскональный анализ имеющихся проблем с идентификационным комплектом. Получив полную информацию о проекте, дизайнер должен руководствоваться несколькими основными принципами.

Как показывает практика, знаки лучше делать простыми, понятными и «к месту», а так же изобретательными, где это уместно. Местонахождение знака — отправная точка для дизайнера: знак будет здесь «работать» и он должен вписываться в эту среду. То, что выглядит броским на мониторе в студии, может абсолютно потеряться в огромном

здании или, водруженное на столб на улице, слиться с горизонтом. Знаки должны вызывать доверие у пользователей своей простотой и последовательностью.

Знаки должны работать на максимально возможное количество людей, причем не на некий усредненный стандарт, а на обычных живых людей — высоких и низких, активных и флегматичных, а так же прикованных к инвалидным креслам. Вы удивитесь, узнав количество людей, у которых проблемы со зрением. В некоторых случаях требуются знаки на нескольких языках. Знаки должны помогать всем.

Существует несколько правил относительно цвета, размера шрифта и пиктограмм. Цвет можно эффективно использовать как кодовый элемент, что на цвет и его комбинации огромное влияние оказывает освещение и доминантные цвета среды, в которой будет находиться знак. Пиктограммы должны быть недвусмысленными; они могут развлекать, но их основная задача — информировать, а шрифт должен быть разборчив с расстояния считывания. В целом, всем должен руководить здравый смысл, и дизайнер, выбирающий грубовато-четкий шрифт, подходящую цветовую палитру и творчески, но последовательно все это комбинирующий, наверняка справится со своей задачей.

ВЫБИРАЕМ ШРИФТ

Большинство шрифтов, доступных дизайнеру на сегодняшний день, произошло от литер для печати. Одни формы букв были созданы специально для конкретных печатных процессов, другие имели специальное назначение, например, для печати книг или газет. Небольшое количество букв было специально создано для плакатов и знаков, так что

имеет смысл хорошенько протестировать выбранный шрифт в разных размерах.

Любая буква, увеличенная до размера более 72 пунктов, вдруг преобразуется. Так что не просто выбрать шрифт для системы навигации.

Иногда доступный шрифт просто не способен дать то, что нужно. Допустимо превратить шрифт в кривые, скажем, в программе Illustrator или FreeHand, а затем откорректировать или видоизменить формы, чтобы получились нужные вам буквы. Но это все-таки будет не редактируемый шрифт, а формы, которые можно править только вручную.

Особого внимания в знаках требуют интервалы и индивидуальный кернинг особых пар букв. Поскольку знаки редко многословны, структура каждой буквы должна быть визуально корректна, понятна и читабельна.

ВЫБИРАЕМ ЦВЕТ

Легко прочитать крупный текст на контрастном фоне, но местоположение знака часто бросает вызов. Цвет знака должен контрастировать с окружающей средой. Если цвета предопределены, например, фирменным стилем — задача усложняется, т.к. создать контраст порой бывает сложно. В таких случаях помогает четкая, но простая рамка вокруг знака, или линейки для разбивки текста внутри знака, или добавление специального дизайнерского элемента, на который будут ориентироваться люди. Большинство графических программ позволяет быстро создать несколько вариантов комбинаций цвета. Скоординированную цветовую палитру можно получить с помощью настроек HSB (оттенок, насыщенность, яркость).

Если вы собираетесь использовать винил, то ваша палитра будет ограничена доступными

цветами материала. Нужно учитывать особенности производственного процесса, который не допускает множественного наложения цветов. Чем подробнее вы изучите процесс производства, тем проще и быстрее пойдет ваша собственная работа.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Семейство знаков, создаваемое дизайнером, будет зависеть от среды, в которой они должны функционировать. В типичную семью знаков могут входить: отдельно стоящие структуры, настенные или подвесные указатели и, возможно, одна-две вариации для особенно сложных пространств. Чтобы определить первую точку установки знака, необходимо совершить прогулку по местности (физическую или мысленную).

Хороший иллюстратор этого принципа — дорожные знаки. Обычно люди путешествуют на высоких скоростях, поэтому знаки

устанавливаются за несколько десятков метров до поворотов — чтобы водитель успел заметить знак, снизить скорость и повернуть в нужном направлении. Правильно расположенный знак позволяет водителю совершить маневр спокойно, без суеты. Тот же принцип действует и для других знаков, даже если они расположены в «спокойном» месте, например, в фойе выставочного зала или на аллее в парке, где люди не бегут, а идут прогулочным шагом. Повторение информации не является проблемой — часто входов-выходов и направлений движения бывает много, и повторение информации вызывает доверие к системе указателей.

Конечно, знаки надо располагать там, где они видны. Идеально, если знак располагается чуть выше уровня глаз, что удобно даже для людей в инвалидных креслах, а тактильные знаки для слабовидящих расположены чуть ниже.

А н б у е е А

1

2

3

4

5

6

7

Выбирая шрифт для системы навигации, учитывайте следующие аспекты:

- | | |
|--|--|
| 1. Высота прописных букв | Пропорционально должна быть выше ширины буквы |
| 2. Высота строчных букв без выносных элементов | Должна быть большой (см. Работа со шрифтом, стр. 24) |
| 3. Верхние выносные элементы | В идеале должны быть равны высоте прописных букв |
| 4. Нижние выносные элементы | Должны быть как можно короче |
| 5. Контр-формы | Должны быть максимально открытыми |
| 6. Дизайн шрифта | Должен быть максимально сильным, с подборкой веса для ударения |
| 7. Серифы (если используются) | Должны быть сильными: скругленными или slab |

Важно учитывать концентрацию посетителей на конкретной площади. Если знак устанавливается в месте большого скопления людей, то выбора нет — знак нужно вешать выше, чтобы он был виден все время.

Еще один фактор при позиционировании знака — освещение. То, что хорошо выглядит на мониторе, может не сработать при ярком солнечном свете, бликующем на поверхности знака. Блики могут превратиться в глухую тень при изменении угла освещения, а ночью знак без специальной подсветки вообще исчезнет. Избегайте светоотражающих материалов, используйте матовые покрытия и позаботьтесь о подсветке знака.

ВОПЛОЩЕНИЕ

Цифровую графику можно подготовить в чертежной программе. Производители могут использовать специальные программы, поэтому дизайнерский файл должен содержать точную информацию о шрифте, интервалах и гарнитуре. В некоторых случаях достаточно будет предоставить «мастер»-графику для стандартного знака от каждого члена семейства знаков, которая будет выступать в качестве контрольной модели. Из контрольных моделей создаются прототипы, которые, в свою очередь, будут использоваться в качестве контрольных для всей системы.

Обычно по контракту производители знаков занимаются и их установкой. На этой ответственной стадии стоит посещать производство ежедневно. По завершении работы вам предстоит «обход территории» с клиентом в поисках незавершенных вопросов. У дизайнеров эта стадия называется «придирки».

Завершив проект, вы должны передать клиенту инструкции по дальнейшему содержанию, модернизации и ремонту системы

знаков: тщательно собранный архив, резервные копии данных, дизайнерские разработки — из всего этого составляется бренд-бук по работе с системой. Кроме того, в справочник необходимо включить планы расположения знаков на местах, технические чертежи и инструкции по ремонту.

СОДЕРЖАНИЕ

Система навигации — серьезное вложение капитала, и срок ее службы исчисляется десятилетиями. Дизайнеры вынуждены опираться на профессиональное мнение производителей в вопросах выбора материала, краски, заключительной обработки, фиксации и прочих производственных процедур.

Важно убедить клиента не экономить на материалах и установке — отказавшись от второго защитного покрытия краски, через несколько лет вы получите выцветший от ультрафиолета, нечитабельный знак. Заменить раньше запланированного времени всю систему знаков обойдется гораздо дороже, чем создать надежные знаки в самом начале.

Немаловажный аспект — защита от вандализма. Знаки должны быть достаточно крепкими, чтобы выдержать физическое «насилие», а их поверхностям придется постоянно противостоять попыткам «украшательства». Знаки — это магнит для вандализма, поэтому их поверхности должны легко очищаться, а части — легко заменяться.

Компоненты знаков должны быть доступными для повторного заказа и установки. Вот где пригодится справочная документация дизайнера. Окончательные дизайнерские решения должны описывать каждый компонент знака, указывать возможность повторного заказа и замены.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО

Если проект большой, желательно присоединиться к нему на максимально ранней стадии. Так дизайнеру будет проще понять задумки архитектора в отношении пространства или здания, что несомненно скажется на системе указателей. К тому же будет легче вписать систему знаков в «канву» местности, а, значит, сократить количество знаков на поверхности стен.

ДИЗАЙНЕРСКАЯ КОМАНДА

Если проект объемный, в него будут вовлечены сразу несколько сторон. Во-первых, заказчик, который опишет масштаб проекта и предоставит корпоративные инструкции. Во-вторых, архитектор, который составит бриф, описывающий назначение каждого пространства и материалы. Над архитектором будут тенью нависать строительные подрядчики сметчики, которые будут просчитывать расписание работ, бюджеты, договариваться с подрядчиками со стороны дизайнера.



Вверху: Для людей со слабым зрением знаки делают максимально контрастными, чтобы они их для начала вообще заметили. Затем, когда внимание привлечено, знак можно прочесть с помощью тактильных пиктограмм или азбуки Брайля.

ДИЗАЙН RNIB, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Справа: На этой автобусной остановке яркие современные цвета помогают пассажирам сориентироваться. Крупная графика отлично контрастирует с фоновым цветом и размещена достаточно высоко, чтобы быть заметной в толпе.

ДИЗАЙН ALLFORD HALL, MONAGHAN MORRIS AND ATELIER, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



Кроме того, возможно участие других заинтересованных сторон, например, представители местных органов по градостроению, пожарные, службы безопасности, возможно, культурные организации (по сохранению памятников культуры). И не забывайте о собственном пользователе — с ними тоже нужно будет проконсультироваться, например, на уровне фокус групп.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Дизайнер должен начать работу с тщательного изучения плана местности, не забывая про внешние подходы. Посетители должны увидеть знаки до того, как придут на место.

Дизайнеру необходимо лично побывать на месте, чтобы посмотреть, как именно движутся люди в пространстве. Если среда еще не готова, дизайнер должен «путешествовать» по плану, визуализируя себя как посетителя. На карте отмечаются все пути и направления движения, постепенно выявляются места с наибольшим пресечением маршрутов и точки, где нужно принимать решение, куда идти дальше. Эти точки и являются ключевыми позициями знаков. Необходимо составить полный список информации, которая может потребоваться посетителю в ключевых точках. Одни списки будут короткими, другие — довольно длинными. Физическая форма знака будет зависеть от количества информации, которую он должен нести, и от его местоположения. Для большого количества информации лучше подойдет отдельно стоящий указатель, а для небольшого будет достаточно настенного или даже подвесного указателя. Изучая местность, вы «соберете» семейство знаков. Чем меньше членов семейства, тем лучше — чрезмерное количество вариаций не

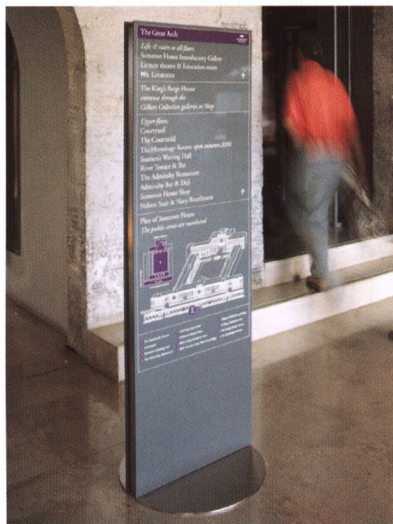
только повышает стоимость производства и обслуживания в будущем, но и станет сбивающим с толку для посетителей.

ДИЗАЙН-ПРОЦЕСС

Полностью исследовав местность, дизайнер приступает к разработке образца каждого члена семейства знаков. Лучше всего распечатать образцы в полном масштабе и повесить на стены (если возможно), чтобы члены команды могли оценить их «на месте».

Получив одобрение клиента, дизайнер готовит дизайн-спецификацию для каждого типа знаков. На этой стадии очень важно проконсультироваться с производителем, чтобы скорректировать дизайн и уточнить затраты.

Графический дизайнер обязательно должен участвовать в подготовке прототипа, тендерной документации и обзоре ценовых



предложений. Часто в проектах с высокими расходами дизайнер оказывается единственным борцом за качество. Самые низкие тендерные расценки могут оказаться фальшивой экономией, так как пострадает качество, автоматически потянув за собой расходы на ремонт и замену.

СОЗДАНИЕ ИЕРАРХИИ

Кто будет основным потребителем знаков и какую информацию они должны содержать, находясь в конкретном месте? Информация должна располагаться согласно уровню ее важности. Например, в общественном здании, скажем, месте проведения различных мероприятий, основным потребителем будет аудитория. Сначала ей нужно узнать, где находится касса, затем где собственно зал, с какой стороны в него лучше войти, чтобы попасть на свое место и сколько времени это займет. Возможно, людям захочется

присесть в ожидании начала мероприятия, купить прохладительные напитки или пройти в гардероб.

Чтобы правильно организовать положение элементов на знаке и определить уровень важности каждого из них, дизайнер должен понимать требования аудитории. Представив себя посетителем, дизайнер наверняка придет к следующей иерархии: касса, зал, номер места, часы, кафе и гардероб. Очевидно, что ключевой источник информации — касса, ей отдается крупный шрифт плюс указатель прохода в зал. Часы должны быть где-то поблизости и легко читабельны. Номера мест — другой уровень, они могут быть меньшего размера. Кафе и гардероб можно указать пиктограммами. Так выстраивается информационная иерархия, если вы знаете потребности пользователей.

На противоположной странице:

Отдельно стоящий указатель музея, который можно убрать, если потребуется. Четкая информация расположена от уровня глаз и книзу, обеспечивая удобное чтение людям в инвалидных колясках.

ДИЗАЙН АTELIER, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Справа: В 1970х французский дизайнер Жан Видмер и команда специалистов изучили местоположение и читаемость дорожных знаков. Одной из его рекомендаций было расположить знаки на расстоянии 2 км и 1,5 км при въезде на магистраль и при съезде с нее.



ТРЕТЬЕ ИЗМЕРЕНИЕ Перед графическими дизайнерами, занимающимися выставочными проектами, стоит непростая задача: создать тематический дизайн в больших пространствах в человеческом масштабе и разных размерах.

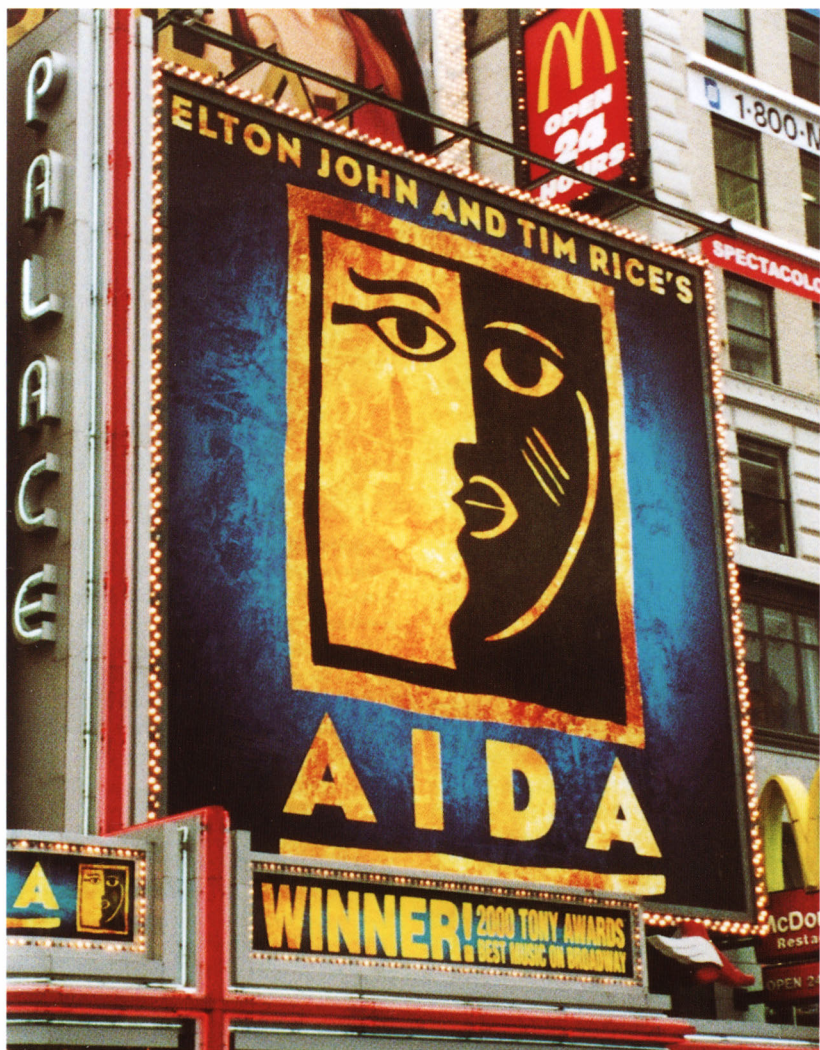
Им постоянно придется думать «трехмерно», часто мысленно представлять себе выставочное пространство, помнить об основных темах, атмосфере, настроении и сообщении, которое нужно донести до аудитории.

Основная ответственность графического дизайнера — визуальная идентификация, индикаторные панели и рекламный материал, т.е. двухмерные аспекты выставки.

Обычно трехмерным аспектом выставки занимаются дизайнеры, которые получили архитектурное образование или образование дизайнера интерьера, но это необязательное условие. Чувство пространства, способность разработать тему с историей, эффективная интерпретации основной темы, общение с целевой аудиторией, тесное сотрудничество с графическими дизайнерами и способность разработать детальные рабочие чертежи (в AutoCAD) для строителей — основные задачи выставочного дизайнера.

От графического дизайнера не требуется в обязательном порядке знать чертежные программы CAD или formZ, используемые для создания проектов в перспективе, но они часто являются неотъемлемой частью выставочного дизайна. Так же важно всем дизайнерам из команды иметь возможность обмениваться файлами и читать их. Графические дизайнеры, работающие на выставках, обычно создают плоскую графику для панелей в векторных программах, например, Adobe Illustrator, FreeHand, InDesign или QuarkXPress, которые позволяют масштабировать без потери качества. Изображения, отсканированные или созданные в Photoshop, могут импортироваться во все указанные программы вместе с текстовыми файлами.

На противоположной странице: Огромный рекламный баннер, Тайм сквер, Нью-Йорк. Сейчас баннеры можно печатать на любых материалах, невероятного размера, иногда даже закрывающими стены здания. На Тайм сквер водоотталкивающие баннеры вроде этого являются альтернативой неону, светодиодам или двояковыпуклым дисплеям.



ТИПЫ ВЫСТАВОК

Выставки сильно различаются по сложности и целям, поэтому разнообразие форм и размеров неизбежно. Но в любом контексте, независимо от размеров выставки, необходимо передать сообщение.

Простой и недорогой способ передать сообщение аудитории — использовать передвижную панельную систему. Это могут быть индикаторные панели, вывески, телескопические структуры или панели-раскладушки, натяжные полотнища. Эти модульные системы можно напечатать на разных типах материалов, включая бумагу, ПВХ, сетку, хлопок и полотно. Данные системы особенно удобны для передвижных выставок.

Каркасные схемы — недорогое решение для торговых выставок. Они обычно предоставляются организаторами, состоят из стандартных блоков с электроподключением и освещением, к которым прикрепляется фриз с названием компании и боковые панели.

Альтернативой стандартной застройке служит индивидуальная застройка, которая выполняется специальной бригадой и стоит гораздо дороже.

Для целевых выставок строятся сложные дорогие конструкции на основе дизайн-концепции, рассчитанные на длительный — от 2-4 недель до года — срок или входящие в перманентную экспозицию музея. Эти выставки строятся по проекту высококвалифицированных выставочных дизайнеров. Роль графического дизайнера заключается в разработке выставочной идентификации и соответствующих рекламных материалов, часто в виде огромных, напечатанных цифровым способом баннеров и виниловых букв. Так же дизайнер отвечает за выбор материала для монтажа и заключительной обработки

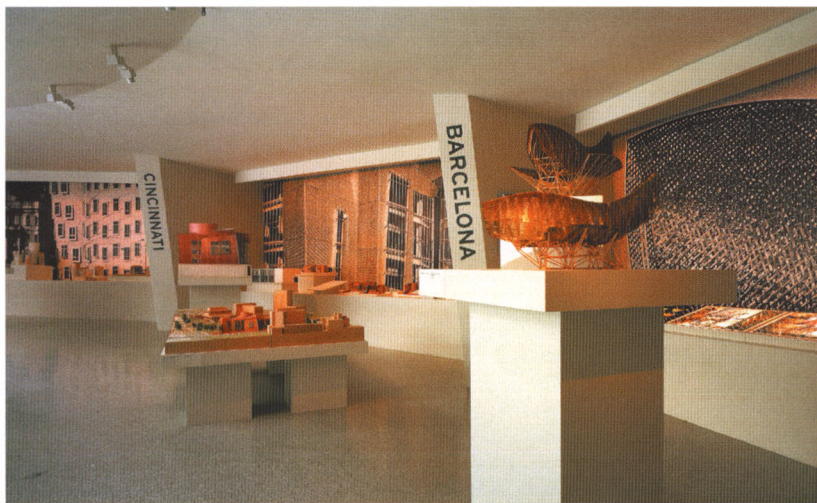
графических панелей. Износостойкость материалов обусловлена размером бюджета и прямо пропорциональна длительности выставки.

Постоянные экспозиции иногда рассчитаны на десять, а то и более лет, и обычно размещаются в музеях и галереях. Только стадия планирования подобных экспозиций может занять несколько лет. Для их поддержания необходим серьезный бюджет и программы обслуживания, т.к. за столь долгий срок могут произойти изменения в науке или общественной мысли, и потребуются переделки в рамках экспозиции. Образовательные выставки, короткие или длинные, отличаются тем, что их сложные концепции нужно передать эффективно и при этом увлекательно. Ответственные за тематику сотрудники обычно привлекают педагогов и дизайнеров, чтобы учебные моменты были максимально четко восприняты аудиторией. Для этой цели очень эффективны, хотя и дороги, интерактивные устройства, вовлекающие аудиторию в «общение».

Если целевая выставка будет мобильной, для дизайнера возникает ряд дополнительных заданий: износостойчивость материалов, упаковка, вес экспозиции, дополнительные языки, если выставка вывозится за рубеж, плюс возможность использовать панели стендов как упаковку. «Справочник путешественника» тоже готовит графический дизайнер, прописывая четкие инструкции по монтажу-демонтажу экспозиции.

ЦИФРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

До появления цифровых технологий выставочная графика была лимитированной и трудоемкой. Основными носителями были увеличенные фотографии и фото-технологии.



Вверху: выставка работ архитектора Франка Гери в Музее Гуггенхайма. Работы Гери увеличены и напечатаны на стены, они демонстрируют особый интерес архитектора к попыткам запечатлеть ощущение движения. Чтобы воспроизвести этот

эффект, графику печатали на максимально широкой бумаге — в принципе, возможна любая длина бумаги, но ширина всегда ограничена рулоном бумаги.

ДИЗАЙН ГУГГЕНХЕЙМ MUSEUM,
США

Сейчас дизайнеры могут себе позволить быть более амбициозными. Развитие технологий и цифровых производств предоставляет возможности, о которых раньше и не мечтали. Огромные струйные принтеры могут напечатать графику практически любого размера и на любом материале. Слайды сканируются и переводятся в цифровые файлы с высоким разрешением, а дизайнеры легко комбинируют текст и любые изображения. Ретушь и программы обработки изображений Photoshop дают ничем не ограниченную

свободу действий. Подчеркнуть нужное или интересное теперь можно с помощью модификации цвета и контраста.

Возможность комбинировать объемные элементы и полноцветные фоны так же дает простор для фантазии. В принципе, любой дизайн можно перевести в кривые и перекинуть в программы лазерной резки. Матовые и глянцевые винилы доступны в широком цветовом диапазоне, а самоклеющаяся светоотражающая пленка мгновенно преобразует поверхность, на которую она приклеена. Рельефный шрифт так же можно вырезать лазером из полистирола или металлизированного материала — возможно практически все, что угодно. Распорки, установленные между шрифтом и буквами, позволяют создать иллюзию глубины и тени. А из разных типов поверхностей можно создать интересный эффект.

Шелкография на панелях и графических поверхностях — процесс более трудоемкий и финансово затратный, чем цифровая печать. Тем не менее, шелкография дает превосходный четкий оттиск, плоский и твердый, устойчивыми красками, которые можно подогнать под систему PANTONE, в отличие от цифровой печати, которая всего лишь симулирует PANTONE-цвета с переменным результатом. Шелкография позволяет печатать напрямую на гладкие и неровные поверхности.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ВЫСТАВКИ

Мультимедиа добавляет новое измерение выставочному дизайну, а дизайнеру предоставляет пищу для воображения.

Двояковыпуклые панели, созданные из хай-тек фото-процессов, создают низкотехнологичную форму анимации, при которой изображения меняются при изменении угла зрения (когда, например, посетитель проходит мимо). Сенсорные экраны — теперь уже на базе плоских ЖК-экранов — доступны в разных размерах для показа анимированных или интерактивных программ. Что бы ни придумали инженер или дизайнер по интерактивным коммуникациям, задача графического дизайнера — органично интегрировать новинку в экспозицию выставки.

Важная часть выставочного дизайна — освещение. Гобо — маленькие металлические или стеклянные диски с напечатанной или вырезанной на них графикой могут быть присоединены к электронно-управляемым лампам или прожекторам, чтобы создавать медленно перемещающиеся в заданной последовательности визуальные рисунки. Цвет можно менять с помощью цветного геля.

Светодиоды более привлекательны, универсальны и экономичны в потреблении энергии, чем традиционные флуоресцентные или люминесцентные лампы, к тому же их проще вписать в любой дизайн. В оптоволоконных системах многочисленные точки света отходят от одного источника света.

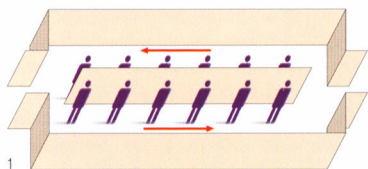
ЭРГОНОМИКА

Графический дизайнер занимается визуальной и цифровой графикой для панелей, ярлыков и интерактивных выставочных компонентов всей выставки. Вся графика производится соответствующего размера, соотносимого с размером панелей.

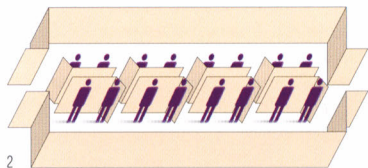
Эргономика — вопрос не праздный, порой необходимо создать полномасштабную модель стандартной панели, прежде чем продолжить работу. На читабельность шрифта радикально влияет освещение. В целом, если вы не готовите проект для детской выставки, средняя высота уровня взгляда должна быть 1,5 м, а основная часть текста не должна опускаться ниже линии бедра.

Организация пространства должна вписываться в общую концепцию выставки. Направлением потоков посетителей занимается дизайнер, работающий с трехмерной графикой, его же задача — избежать эффекта «бутылочного горлышка», но графический дизайнер тоже должен учитывать эти моменты при организации информационных точек.

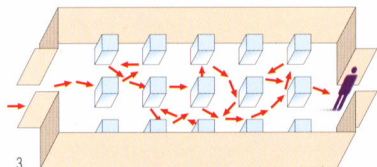
Первостепенный вопрос — выставочная идентификация, включая универсальный логотип и соотнесенное с ним семейство ассоциативных элементов, ведь благодаря идентификации посетитель будет ориентироваться в выставочном пространстве. Особая аккуратность требуется, когда бриф составлен для дизайна выставки, у организатора



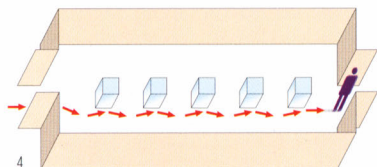
1



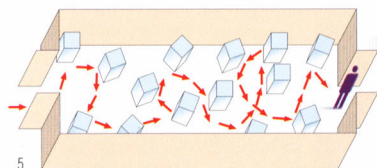
2



3



4



5

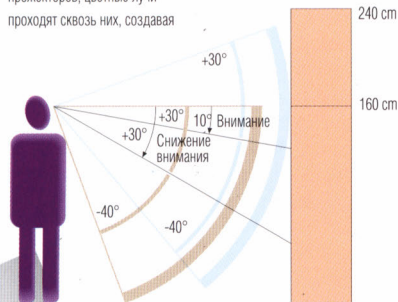
1. Разделение пространства создает организованный поток посетителей вокруг центральной зоны с экспонатами.
2. Мелкое деление позволяет лучше воспринимать пространство и разбивает основную тему на логические единицы.
3. Групповая разбивка, со случайной циркуляцией посетителей.

4. Групповая разбивка с направленной циркуляцией посетителей.
5. Случайное деление и случайная циркуляция. Ваш выбор зависит от тематики выставки.



Дизайн для металлических гобо, Музей естественной истории, Лондон, выставка From the Beginning, призван создавать причудливую графику. Когда гобо вставляют в систему прожекторов, цветные лучи проходят сквозь них, создавая

движущиеся изображения, освещающие галереи и добавляющие еще одно измерение выставочному пространству. ДИЗАЙН EXHIBITION PLUS AND PERKS WILLIS DESIGN, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



Информация по эргономике, демонстрирующая высоту и углы обзора для оптимальной видимости.

Верхний сегмент дисплея лучше рассматривать с расстояния около двух метров.

которой уже есть четкий и структурированный корпоративный стиль, и дизайнеру нужно «слить» его с дизайном выставки. Возможно потребуется детализированный справочник фирменного стиля от компании-организатора.

ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ

Планирование выставки может оказаться весьма долгосрочным процессом. Как правило, когда компания приглашает дизайнера, вся подготовительная работа — согласование бюджетов, исследования, поиск места проведения и расчет финансовых затрат — уже закончена. На практике же это означает, что дизайнеру придется проявлять гибкость, работая с ограниченным бюджетом, и приспособливаться к уже существующим идеям или тактично их оспаривать.

На первой стадии дизайнер должен сформулировать общие концепции дизайна и создать предварительный вариант дизайна для ключевых панелей и относящихся к ним элементов, который отправляется на одобрение заказчику. Должны быть четко обозначены все детали — стиль типографики, иллюстрации и фотографии — и процессы, необходимые для их реализации. Дизайнер должен привлечь иллюстраторов, фотографов и, возможно, специалистов смежных специальностей, например, дизайнеров, занимающихся освещением или мультимедиа.

Как только автор предоставляет внятный сценарий выставки, дизайнер по работе с трехмерным пространством разрабатывает детальный план и вертикальную проекцию. В свою очередь, графический дизайнер должен разработать документ по спецификации панелей, который затем передается строителю подрядчику, чтобы он оценил

масштаб работ. Затем проводятся расчеты, помогающие понять, выполнима ли предложенная схема в рамках заложенного бюджета, и проект выходит на тендер. Когда окончательно подтвержден бюджет и назначен подрядчик на строительство, начинается производство. Графический дизайнер делает цифровые распечатки дизайна плоских панелей и вид ключевых секций выставки, используя несколько графических программ, чтобы добиться реалистичной трехмерной среды. Поскольку цвет может существенно меняться в цепочке монитор-принтер-компьютер-печать, его необходимо постоянно отслеживать. Чтобы минимизировать количество ошибок, которые в данном случае будут очень дорогими, отдельные компоненты выставки переводятся в графическую работу, отправляются на подпись клиенту и только подписанные и одобренные работы затем идут в производство.

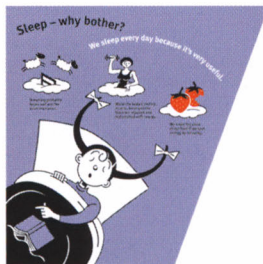
Следует создать таблицу работ, которая должна быть приложена к спецификации; в таблице детализируется и отслеживается каждый компонент графики. Затем таблица сопровождает каждый элемент работы вместе с образцами цвета, шрифтами, TIFF и EPS-файлами и т.п. В отличие от других областей графического дизайна, дизайнер, занимающийся выставками, может предоставлять графику разным подрядчикам (в разных цифровых форматах) для разного использования, например, для анимации, видео редактирования, мультимедиа и т.д.

Справа: Графика для панелей в форме воздушных змеев. Оригинальная графика нарисована традиционным способом с использованием краски. Затем отсканирована и переведена в кривые Adobe Illustrator, где был добавлен цвет.

ИЛЛЮСТРАЦИИ ДЭББИ КУК И КОЛИНА МИЕРА



Дизайн для стеклянных гобо, которые «выстреливали» изображениями вдоль галереи. Для стеклянных гобо можно использовать больше цветов, хотя они не настолько долговечны, как металлические.



Вверху и справа: Графика в форме воздушного змея с матовым ламинированием. Баннеры прикреплены к бамбуковым шестам с помощью цветных узлов. Интерактивные экспонаты прикреплены к толстым горизонтальным шестам, проходящим вокруг бочек и помостов. Цветные виниловые символы на нижних поверхностях подчеркивают тематику.



WEB-ДИЗАЙН

ДИЗАЙН ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦ



3



ДИЗАЙН ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦЫ

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-революции на нашу жизнь бессмысленно даже обсуждать. Рост количества веб-сайтов беспрецедентен, а вызовы, с которыми сталкивается графический дизайнер при попытках применить в цифровой среде традиционные методы, не только стимулируют, но и порой обескураживают.

На заре интернета конструкция веб-страницы была достаточно проста. Ограничения носителя сводили всю техническую и творческую активность к позиционированию небольших изображений рядом с текстом. Сегодня роль веб-дизайнера существенно расширилась. Новые технологии и развитая функциональность дали в руки веб-дизайнеру движение, звук и анимацию. А технологии типа AdobeFlash, уже поддерживаемые большинством персональных компьютеров, сделали динамичный, чрезвычайно интерактивный веб-контент привычным и обычным. Одним из результатов этого процесса стало стремительное сокращение пропасти между первыми программистами времен интернет-революции и графическими дизайнерами в чистом виде до такой степени, что теперь эти дисциплины практически невозможно разделить. У дизайнеров теперь необъятный простор для творчества, но за это они должны «заплатить» освоением новых технических навыков.

Но именно в этой быстро меняющейся среде дизайнеры могут создать свою марку. Почему бы и не воспользоваться появляющимися технологиями, ведь всегда можно найти баланс между проверенными дизайнерскими принципами и новыми технологиями. С другой стороны, успех становится все более зависимым от соблюдения определенных технических стандартов.

Вебсайты, столь же многообразны, как многообразен сам интернет. Значительная часть работ приходится на ребрендинг уже существующих корпоративных сайтов, многие компании, открывшие сайты еще на заре интернета, уже поняли, что обновлять свое присутствие в сети нужно каждые пару лет. Развитие е-коммерции требует новых, визуально более эффективных интерфейсов.

На противоположной странице в середине: этот сайт содержит городские фотографии, снятые немецким дизайнером Даниэлем Альтхаузенем. Фотографии демонстрируются по категориям: горожане, транспорт и абстракции. Основная тема меняется от станции на восходе солнца в Амстердаме до пассажиров поезда. Интерфейс скромный, но живой, а навигация проста и интересна.

ДИЗАЙН DANIEL ALTHAUSEN,
ГЕРМАНИЯ

На противоположной странице снизу: отлично спланированный и чрезвычайно анимированный сайт с Flash-дизайном.

Огромное количество интерактивности и музыкальное сопровождение не дадут вам заскучать во время путешествия по сайту.

ДИЗАЙН IMAGINATION,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

РОЛЬ ВЕБ-ДИЗАЙНЕРА

В интернете компьютеры всего мира обмениваются информацией с помощью «протоколов». Идея обмена информацией по сети на большие расстояния возникла в Америке в 1960х гг., и планировалась для военных целей. Достоянием общественности эта идея стала в начале 1990х, когда британский ученый Тим Бернерс-Ли изобрел Всемирную паутину — World Wide Web, позволяющую передавать страницы с текстом и изображением с помощью относительно простого программного кода.

Если не брать во внимание общий процесс конструирования сайта, задача графического дизайнера — создать подходящую визуальную структуру веб-страницы. Основные принципы дизайна — макет, цвет, шрифт и изображения — остаются те же самые, но появляются новые аспекты, связанные с природой интернета — многообразие размеров и форм экрана, которые дизайнер не может контролировать, способ подачи и технические особенности сети.

Теоретически, дизайнер может разработать концепцию сайта и не изучая новых инструментов. Общий внешний вид можно разработать в Adobe Photoshop или другой графической программе, прежде чем он будет построен веб-дизайнером. На практике же все равно придется учесть возможности и ограничения носителя до визуализации дизайна. Многие зависят от технологий, которыми управляется сайт, а технологии, в свою очередь, зависят от цели, природы сайта, целевой аудитории и бюджета.

Владение основными графическими программами — неплохое начало, как и в любой области цифрового дизайна. На этот фундамент вы будете надстраивать информацию

об одном или нескольких ключевых пакетах веб-дизайна. Графические дизайнеры, занятые в компаниях веб-дизайна, обладают наилучшими возможностями для развития необходимых навыков, т.к. быстро понимают, что именно и насколько глубоко им надо изучить, а что может быть передано другим специалистам.

Интерактивность и дизайн интерфейса — ключевые аспекты, которые вам придется изучить. «Нелинейная» веб-навигация, когда пользователи «прыгают» по сайту по ссылкам, превращает четкую навигацию в необходимость.

КАК РАБОТАЕТ ИНТЕРНЕТ

Все, что является частью веб-страницы, содержится в пакетах цифровых данных, которые передаются с сервера сайта на компьютер пользователя. Веб-страницы создаются с помощью HTML (Hypertext Markup Language — языка описания структуры гипертекста), который получает компьютер пользователя и дешифрует софт браузера, который отображает страницу на экране в соответствии со стандартами, заданными Консорциумом Всемирной паутины (www.w3.org).

В настоящий момент разрабатывается HTML5, новый набор стандартов, который включает возросшие интерактивные компоненты, основной из которых — видео, в результате контент, ранее создаваемый дополнительными программными модулями типа Adobe Flash, может быть создан с помощью HTML5. Все чаще поддерживаемый современными браузерами — Safari, MozillaFirefox, GoogleChrome — HTML5 — практически единственный способ создать видео-контент для AppleiPhone и рекламные платформы на базе iPad.

ЦИФРОВОЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Интернет-дизайн создается с помощью универсального дизайнерского инструментария и специальных программ для веб-работ. К редакторам веб-страниц относятся Adobe Dreamweaver, Microsoft Expression и Soft Press Freeway. Из них Dreamweaver, наиболее зрелое решение, способное генерировать высокосовместимые и соответствующие стандартам страницы. Freeway — только для Mac — не очень надежен технически, но предлагает макетные инструменты, знакомые графическому дизайнеру.

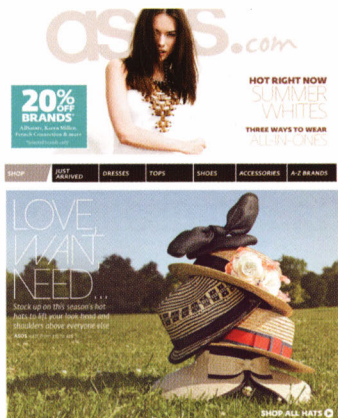
Графический контент можно создавать в AdobePhotoshop или Fireworks, программах, оптимизирующих изображения для интернета. Flash-контент лучше всего создавать в AdobeFlash, хотя простые анимации можно сделать и в Adobellustrator или FreeHand.

Flash позволяет эффективнее внедрять SWF и FLV-файлы с Dreamweaver CS5. Photoshop позволяет вам перетаскивать и оставлять PSD-файлы напрямую на вашу Dreamweaver-страницу, и устанавливать живую ссылку между PSD-файлом первоисточником и оптимизированным изображением, а в Fireworks вы можете импортировать CSS-макет напрямую в Dreamweaver.

H.264 — кодек, который формирует основу HTML5 видео-контента. Хотя видео можно сделать с помощью чего угодно — от Apple iMovie до Final Cut или Adobe Premiere.

Справа: Графический дизайн для сети решает множество задач. В данном случае, маркетинговая электронная почта для онлайн-магазина модной одежды ASOS.com выполнена в

виде журнальной страницы — она соблазняет подписчиков почитать новости, сопровождая их многочисленными ссылками на сайт и поощряя «побродить» по сайту и что-нибудь купить.



РАЗРАБОТКА ВЕБ-ПРОЕКТОВ Прежде чем приступить к разработке сайта, определите с клиентом его задачи и спецификации.

Планирование вебсайтов

Создание веб-сайта связано с решением множества организационных вопросов. Эти вопросы требуется систематически пересматривать и включать в обычный рабочий процесс, чтобы не возникало недопонимания между клиентом и креативной командой ни во время проекта, ни после его окончания.

РАБОТА С КЛИЕНТАМИ

Клиент должен максимально глубоко «вникнуть» в производственный процесс и осознать, как любые изменения в дизайне сайта отразятся на окончательной цене. Сразу проясните этот вопрос, чтобы в дальнейшем возникало меньше проблем «вползания деталей», когда клиент постоянно просит внести незначительные изменения в спецификацию. Для этой же цели у вас должен быть подробный письменный бриф, в котором указаны все спецификации работы и оговорены сроки ее выполнения.

РАСПИСАНИЯ И КОМПЛЕКТУЮЩИЕ

Клиент должен вовремя предоставлять информацию и материалы и поддерживать связь с дизайнером, так же как и дизайнер должен вовремя предоставлять страницы с законченным дизайном. Составьте таблицу

переноса сроков дедлайна, если информация или материалы приходят с опозданием.

Проведите анкетирование клиента — это самый простой способ узнать его ожидания от проекта. Помните, что людям свойственно ненамеренно монополизировать «свой» проект, и «отодвигать» другие отделы. Попросите заполнить анкету всех, принимающих решения по проекту.



Стандартная форма анкетирования клиента

В этой форме перечислены наиболее типичные вопросы, задаваемые клиенту. Каждый вопрос должен быть максимально развернутым, чтобы на него нельзя было ответить просто «да» или «нет». Так же определите точный срок, когда анкеты должны быть вам возвращены. Некоторые вопросы, например, в пункте «Технические детали», зависят от результатов опроса целевой аудитории, которые должен был провести клиент.

Определите общие цели, как, по мнению клиента, должен выглядеть сайт и какие оставлять ощущения.

Проверьте, какой отдел будет в дальнейшем отвечать за обновление и развитие сайта.

Получите отзывы от пользователей текущего сайта клиента (если он есть).

Вопросы, касающиеся аудитории

- Каково основное сообщение, которое вы хотите передать?
- Перечислите все второстепенные цели
- Какую пользу надеется получить компания, открыв сайт?
- Какова ваша целевая аудитория?
- Чем ваша целевая аудитория отличается от текущей?
- Кто ваши основные конкуренты?
- Каково ваше уникальное торговое предложение

Дайте определение вашему сайту

- Как вам хочется, чтобы люди описывали ваш сайт?
- Вам хотелось бы, чтобы потребители воспринимали вашу компанию?
- Какие уже существующие аспекты маркетинговых материалов и корпоративного стиля вы хотели бы продолжить на сайте? (Примечание: всегда рекомендуйте клиентам иметь общие элементы во всех маркетинговых материалах на любых носителях).
- Перечислите успешные, на ваш взгляд, сайты и объясните, почему вы думаете, что они успешны?
- Что на сайтах ваших конкурентов вам нравится или не нравится?

Содержание сайта

- Будут ли на вашем сайте использоваться готовые материалы? Если да, то кто будет их предоставлять и в каком виде они доступны в настоящий момент? Например, файлы DOC, PDF или JPEG. Перечислите максимально подробно статус документов и типы/расширения файлов с изображениями.
- Если ответ на предыдущий вопрос «нет», будете ли вы сами готовить материалы или заказывать их у третьей стороны? Если вовлечена третья сторона, предоставьте ее контактную информацию.
- Кто будет ответственным за предоставление вышеупомянутого содержания?
- Кто отвечает за одобрение/утверждение содержания сайта?

Технические детали

- Какие платформы и браузеры вы определили для своей целевой аудитории?
- Будут ли на вашем сайте использоваться базы данных? Если да, то готовы ли они к использованию? Предоставьте полную информацию о том, в каких программах они созданы и как обеспечивается хостинг, если вы уже решили этот вопрос.
- Подробно опишите, какие виды e-коммерции вы планируете проводить на сайте.

Маркетинговые планы

- Как вы планируете продвигать и развивать сайт?
- Как вы планируете информировать сотрудников вашей компании о новом веб-сайте?

Административные вопросы

- Как вы планируете обновлять сайт?
- Какова предполагаемая дата запуска сайта? Перечислите все связанные с ней факторы.
- Зарегистрировали ли вы доменное имя? Если нет, есть ли у вас варианты названий?
- Какой бюджет вы закладываете на сайт? Если бюджет сильно ограничен, возможно, имеет смысл провести работу по фазам. (Примечание: если клиент хочет работать по фазам, предупредите, что в конечном итоге фазовая работа обойдется дороже, чем сделанная одномоментно).

КЛЮЧЕВЫЕ РОЛИ В РАЗРАБОТКЕ САЙТА Для успешного запуска сайта достаточно команды квалифицированных специалистов, знающих, что и когда нужно сделать.

Производство вебсайтов

3

Эффективнее работает та команда, в которой четко распределены обязанности и ответственность. Тем не менее, в индустрии веб-дизайна не редкость, когда человек выполняет сразу несколько ролей. Это происходит по нескольким причинам. Невероятный всплеск интернет-активности привел к тому, что людям поручались определенные задания только потому, что они знали больше других, а не потому, что они обладали какими-то особыми навыками или умениями. Но идея «многозадачности» прижилась, и сегодня вы можете встретить отличного профессионала с высшим образованием, который одновременно и арт директор, и кодировщик, и программист.

Но, распределение ролей необходимо даже в небольших компаниях. Конечно, в некоторых случаях один человек может выполнять несколько обязанностей, но убедитесь, что за все обязанности он готов нести полную ответственность. Особенно это актуально для крупных проектов, где вопрос распределения обязанностей стоит острее.

МЕНЕДЖЕР ПРОЕКТА

Человек, получающий должность «менеджер проекта», отвечает за взаимодействие с клиентом и просмотр сайта с момента начала

работы над ним до полного завершения. Это человек, решающий все проблемы, возникающие и между членами команды, и во взаимоотношениях с клиентом.

АРТ ДИРЕКТОР И ДИЗАЙНЕР

Часто арт директор выступает и в роли дизайнера. Он/она должен понимать, что дизайн печатной публикации и веб-дизайн — разные вещи (например, файлы для интернета должны обязательно быть меньше, чем файлы для печати, а значит, они должны быть соответствующим образом оптимизированы), и все элементы страницы должны работать в интерфейсе. Хороший веб-дизайнер должен разбираться в платформах и браузерах, быть знаком с HTML и CSS (CascadingStyleSheets — каскадные таблицы стилей) и принципами работы интернета — удобства, навигации, доступности и т.п. Дизайнеры же предпочитают разрабатывать макеты в графических программах, а их осуждение обсуждать с кодировщиками.

РЕДАКТОР И АВТОР

Текст нуждается в реструктуризации для адекватной работы на скроллинговой веб-странице, вставки ссылок и работы с системой поиска. Чтение текста на веб-странице

отличается от чтения печатного текста, поэтому веб-текст должен быть сжат. Реструктуризацией текста занимается редактор, который так же может писать все или некоторые тексты для сайта. Редактора может нанять клиент или вы сами, а затем поручить ему обновление сайта в будущем. Многие клиенты хотят писать тексты для сайта самостоятельно. Объясните клиенту, что писать тексты — задача профессионала, т.к. плохой текст может быть столь же губителен для сайта, как плохой дизайн.

КОДИРОВЩИК / СПЕЦИАЛИСТ HTML

Эта роль постепенно сливается и с ролью дизайнера, и программиста. Но если роли все же четко распределены, то кодировщик передаст разработку макета дизайнеру, экспортирует соответствующую графику и переделает ее в HTML и CSS. Они должны обеспечить быструю загрузку страницы, проследить, чтобы она работала так, как предполагалось и соответствовала веб-стандартам, т.е. работала между целевыми браузерами и платформами. Программу для работы кодировщика выбирают в зависимости от личных предпочтений: визуальные приложения, например, Dreamweaver, затем настройки кода или ручное кодирование в текстовых редакторах.

ПРОГРАММИСТ/ ИНЖЕНЕР СЕРВЕРА

Эта роль часто сливается с ролью кодировщика, т.к. программист так же может отвечать за разметку и скрипты. Но при четком разделении, программист занимается комплексным взаимодействием и интеграцией баз данных. В настоящий момент доступны разные технологии, и вы можете нанять профессионала конкретно под свой проект (например, сведущего в PHP или ASP).

Карта сайта

Структуру сайта в графическом виде удобнее всего представлять в виде карты сайта. На карте показаны все секции сайта, ссылки между страницами и их взаимодействие с домашней страницей. Карта сайта — прекрасная возможность оценить, насколько понятна и удобна навигация, что происходит, если пользователь входит на сайт не с домашней страницы, а с какой-либо другой и насколько легко удобно перемещаться из одной секции в другую, если навигация линейная.

Тестирование сайта

Лучше всего, если в тестировании сайта примут участие все вовлеченные стороны. После тестирования можно переходить к Beta-запуску. На этой стадии сайт уже должен быть функционален и практически полностью готов. Идеально, если тестирование можно провести в условиях, близких к реальным, например, при многочисленных одновременных транзакциях. Если возможно, неплохо провести пользовательское тестирование с участием «непосвященных», т.е. людей, которые не принимали участия в разработке сайта и не знают, как он «должен» работать.

Обновление

По результатам анкетирования клиента обычно становится понятно, кто будет заниматься обновлением содержания сайта, если это не входит в ваши обязанности. Как только работа над сайтом близка к завершению, вы должны составить расписание обновлений и указать необходимые для этого методы. Это зависит от масштаба сайта и профессиональных навыков команды клиента. Возможно, клиент выделил бюджет на собственного веб-дизайнера/кодировщика, который будет работать с исходными файлами (например, Dreamweaver). Простое редактирование возможно с помощью Adobe Contribute, который позволяет обновлять текст и изображения без редактирования кода. В качестве альтернативы вы можете подключить систему управления контентом, которая позволяет обновлять текст и изображения через подходящий интерфейс или веб-браузер. Всегда держите резервную копию файлов вебсайта.

ПОСКОЛЬКУ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ для веб-дизайна стало более усовершенствованным, выбор сделать гораздо проще.

Программы для веб-дизайна

3

Наверное, когда-нибудь процесс создания веб-страниц будет сильно напоминать создание макетов печатных страниц в программах, подобных QuarkXPress и Adobe InDesign. Как дизайнеру, работающему в QuarkXPress нет необходимости знать, как писать Post Script (язык программирования, оптимизированный для печати графики и текста), так и веб-дизайнеру нет необходимости понимать, что такое HTML (Hypertext Markup Language — язык описания структуры гипертекста).

ПРОГРАММЫ HTML-РЕДАКТИРОВАНИЯ

Сейчас знание кодов манипуляций не столь необходимо, как было в 1990е. Тем не менее, многие приложения для веб-дизайна предоставляют легкий доступ к основному коду, особенно когда нужно что-то настроить, например, обойти ошибки браузера.

Наиболее распространенное среди приложений — Adobe Dreamweaver. Альтернатива для Mac-пользователей — Softpress Freeway, приложение, напоминающее DTP-приложения. Кодировщики и разработчики могут так же работать не в WYSIWYG-среде и использовать простые текстовые редакторы.

Лидер рынка — Dreamweaver, т.к. позволяет работать с ключевыми современными веб-стандартами, как, например, CSS.

ВЫБОР ДИЗАЙНЕРА

При четком распределении ролей дизайнера (работающего с графическими элементами сайта) и разработчика (работающего исключительно с кодами), быстро становится очевидна польза WYSIWYG («что видишь, то и получаешь») редакторов. Например, дизайнеры часто используют Dreamweaver Design View исключительно как инструмент для создания макета, а разработчики, занимаясь функциональной стороной сайта, используют встроенные элементы и дописывают и редактируют коды в тех же Dreamweaver-файлах, только в CodeView.

Не забывайте, что приложения подобные Dreamweaver, автоматически генерируют HTML. После выполнения команды «перетаскивания», например, в Dreamweaver Design View (в котором коды не видны), можно посмотреть коды, проверить, что было генерировано и, если нужно, внести изменения. Так же не помешает убедиться, что вся команда работает с одинаковыми веб-стандартами. Если вы, например, работаете со стандартом строгой доступности, то дизайнеры должны будут избегать многих встроенных функций приложения.

HTML в практическом применении

Можно назвать целый ряд причин, почему любому, кто работает с веб-страницами, нужно быть готовым в любой момент редактировать HTML: эти причины никогда не являются аргументом для создания коммерческих веб-сайтов исключительно кодированием вручную, зато представляют серьезный аргумент для дизайнеров изучить основы HTML, CSS и возможно скриптовый язык, например JavaScript. Например, даже самые лучшие инструменты для создания дизайна веб-страницы не производят исключительно «надежный» код (т.е. код, полностью соответствующий признанным стандартам). Код может прекрасно работать в одном браузере и плохо в другом, таким образом затрудняя идеальный кросс-платформенный и кросс-браузерный подход, к которому должен стремиться каждый дизайнер. Кроме того, понимая работу HTML, дизайнер поймет, что такое семантическая разметка — т.е. использование корректного HTML-тега в контексте и по назначению. Все вышесказанное особенно касается CSS стилей (см. стр. 174–177), когда код оказывает непосредственное воздействие на дизайн сайта. Более того, бывают ситуации, когда продвинутый скриптинг просто невозможен в DreamweaverDesignView, и приходится заниматься «грязной» работой, т.е. писать код напрямую.

Редактирование изображений

Наиболее частый выбор — Adobe Photoshop и Fireworks. Fireworks прекрасно комбинирует векторы и растр, но у Photoshop более совершенный инструментарий для растрового редактирования и подгонки цвета. Что касается веб-дизайна, обе программы имеют схожий набор инструментов; выбор дизайнера основывается на личных предпочтениях.

Интерактивность и анимация

Как только вы покидаете статичное пространство страницы и переходите в область интерактивности и анимации, вашим лучшим другом становится Flash. Плагин уже стал практически стандартом, а ActionScript, язык, дающий Flash-анимации такие сложные свойства, позволяет дизайнерам и разработчикам создавать очень сложные проекты. Альтернативные возможности: аниматоры оценият ToonBoomStudio, 3D-моделирование и анимация хорошо «идут» в Swift 3D — и обе доставляют работы в файловый формат Flash SWF. Еще одна альтернатива — Adobe Director. Возможно, он больше подходит для CD-ROM производства, но может быть очень полезен для продвинутых интерактивных онлайн проектов.

Справа: Изучите обучающую программу на www.w3schools.com, вебсайт предлагает бесплатные ссылки и обучающие программы по построению сайтов.

w3schools.com

HOME HTML CSS XML JAVASCRIPT ASP PHP SQL MORE... References Examples Forum About

CSS Tutorial

«W3Schools Home

Save a lot of work with CSS!

In our CSS tutorial you will learn how to use CSS to control the style and layout of multiple Web pages all at once.

Start learning CSS now!

CSS Example

```
body
{
background-color:#d0e0f0;
}
h1
{
color:orange;
text-align:center;
}
p
{
font-family:"Times New Roman";
font-size: 20px;
}
```

Try it yourself >

WEB HOSTING

- Best Web Hosting
- PHP MySQL Hosting
- Top 10 Web Hosting
- UK Reseller Hosting
- Web Hosting
- FREE Web Templates
- Top Web Hosting
- SO Doteasy Web Hosting

WEB BUILDING

- Download XML Editor
- FREE Flash Website
- FREE Web Templates
- SEO Company
- US Web Design Schools

W3SCHOOLS EXAMS

Get Certified in: HTML, CSS, JavaScript, XML, PHP, and ASP

W3SCHOOLS BOOKS

- New Books: HTML, CSS, JavaScript, and Ajax

STATISTICS

- Browser Statistics

БАЗОВАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ Новичкам технологии и язык веб-дизайна иногда кажутся абсолютно недоступными для понимания.

Терминология и технологии

3

Уже прошли десятилетия с тех пор, как появились первые веб-страницы, но основной язык, используемый для их создания, мало изменился. Пожалуй, язык описания структуры гипертекста (HTML) ограничен сам по себе и предназначен для структурной разметки страницы. Так, возросла роль других технологий: CSS для стилизации элементов веб-страницы; Java Script для базового взаимодействия; различные проигрыватели и плагины для доступа и проигрывания видео и игр; и другие. Походите по страницам интернета и вы найдете огромное количество аудио- и визуального контента. Мы предлагаем вам краткий справочник терминов и аббревиатур современных веб-технологий.

ASP ПРОТОКОЛ

ASP (Active Server Pages) — активные серверные страницы, протокол ASP. Технология Microsoft, позволяющая формировать динамические веб-страницы. Часто используется для интеграции баз данных и для комбинации HTML и объектов Active X.

APPLET / АППЛЕТ

Прикладная программа на языке Java (несмотря на похожее название, не имеет ничего общего с Java Script), включенная на

веб-страницу скорее по типу изображения. Просматривается браузерами, читающими Java, код сначала передается на систему посетителя сайта, где читается Java Virtual Machine (JVM) которая делает его OS-нейтральным. Часто апплеты лучше избегать, т.к. они вызывают проблемы со стабильностью. Апплеты можно использовать в любых целях, от ленты новостей до анимации и игр.

BACKEND / ПРИКЛАДНАЯ ЧАСТЬ

Прикладные программы — это программы которые используются на серверах, например, базы данных. Информация, обработанная на сервере, обычно передается на «frontend», или клиентскую часть программы, например, в веб-браузер, где и просматривается пользователем.

CGI / ОБЩИЙ ШЛЮЗОВОЙ ИНТЕРФЕЙС

CGI (Common Gateway Interface) — это серверный скрипт, часто написанный на скриптовом языке Perl, который позволяет веб-страницам содержать динамические действия, т.е. действия, которые позволяют обмен информацией между компьютером пользователя и хост-сервером. Например, простая форма на веб-странице (в которую пользователя просят внести личные данные — имя, адрес и

т.п.) может быть соединена с CGI-скриптом, чтобы обрабатывать внесенную посетителем сайта информацию.

CGI-скрипт может быть напрямую доступен пользователю, как, например, веб-страница, и передавать HTML-форматированную информацию обратно браузеру. Так же он может вызываться как часть страницы, передавая обратно необходимые кусочки кода после его обработки.

CLIENT-SIDE SCRIPTING / СКРИПТ КЛИЕНТСКОЙ СТОРОНЫ

Скрипты, которые добавляются на веб-страницу, чтобы взаимодействовать с другими объектами на странице или с браузером, благодаря чему, например, работают «всплывающие» окна или прокрутка, обычно называются скрипты клиентской стороны. Лучший пример — JavaScript.

COOKIE / СТРОКА ДАННЫХ

Cookie — небольшой текстовый файл, в котором хранится фрагмент данных о предыстории обращений данного пользователя к данному веб-серверу. Могут быть кратковременными, хранящимися только одну сессию, как, например, данные о корзине покупателя в онлайн-покупках, или более долговременными, например, хранящими информацию «имя пользователя» для автоматического входа в систему при посещении сайта.

CSS (CASCADING STYLE SHEETS) / КАСКАДНАЯ ТАБЛИЦА СТИЛЕЙ

CSS — это стандарт для стилизации элементов веб-страницы. Используя внешние CSS документы или CSS встроенные напрямую в веб-страницу, можно стилизовать любой HTML-тег, включая (но не ограничиваясь)

границы, поля, цвета и позиционирование. Многие дизайнеры сейчас используют CSS для контроля стилей шрифтов на собственных вебсайтах, но технология подходит и для контроля общей визуальной презентации сайта с помощью одного внешнего документа, что облегчает обновление, уменьшает время загрузки и упрощает разметку сайта (поскольку на нем больше не содержатся презентационные элементы). Это так же позволяет создать несколько разных версий дизайна сайта или цветовых схем, а пользователю позволяет переходить из одного варианта в другой нажатием одной кнопки. Кроме удобства с точки зрения дизайнера, это еще и более практичный вариант доступности, позволяющий, например, легко переключиться на более высокий цветовой контраст и крупный шрифт людям с проблемами зрения.

DHTML / ДИНАМИЧНЫЙ HTML

Это, собственно, даже не технология, а комбинация HTML, CSS и JavaScript. DHTML страницы могут реагировать или меняться при взаимодействии с пользователем, например, анимация на основе временной последовательности, которая запускается при наведении курсора на изображение.

DOM / ОБЪЕКТНАЯ МОДЕЛЬ ДОКУМЕНТОВ

DOM (Document Object Model) — это стандартизированный платформо-нейтральный интерфейс, который позволяет модифицировать страницы с помощью программ или скриптовых языков. XML описывает собственно информацию, а DOM описывает, как можно получить доступ к информации или изменить ее.

DYNAMIC WEB PAGES / ДИНАМИЧЕСКИЕ ВЕБ-СТРАНИЦЫ

Страницы, создаваемые «на лету» с помощью серверного программирования, часто называются «динамическими».

E-COMMERCE / ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Электронная коммерция — общее название для бизнеса, который осуществляется в интернете. На сайтах электронной коммерции есть возможность для онлайн-транзакций.

ENCRYPTION / ШИФРОВАНИЕ

Обычно шифрование используют сайты, занимающиеся онлайн коммерцией. Это процесс преобразование защищаемой информации так, чтобы ее не смог прочесть пользователь, не имеющий специального разрешения. Самая распространенная форма шифрования в интернете — SSL (Secure Sockets Layer), а страницы, к которым применено шифрование, будет скорее начинаться с https, чем с традиционного http.

HTML / ЯЗЫК ОПИСАНИЯ СТРУКТУРЫ ГИПЕРТЕКСТА

Hypertext Markup Language (HTML) — стандарт для структурирования веб-страниц. Браузеры читают HTML-элементы и соответственно показывают веб-страницы. Существует несколько версий HTML: последнее на сайте www.w3c.org/markup.

HTML5

Последний из появившихся стандартов для структурирования веб-страниц. Стоит отметить, что в HTML5 появились новые характеристики, позволяющие отказаться от плагинов, например, Adobe Flash, для создания интерактивного контента.

JAVASCRIPT / ЯЗЫК СЦЕНАРИЕВ

JavaScript — скриптовый язык, который может работать с HTML для создания интерактивных страниц. Ничем не напоминает и никаким образом не соотносится с языком программирования Java.

PLUG-INS / ПЛАГИН, дополнительный программный модуль (к существующей системе программного обеспечения)

Плагин — это небольшое приложение, которое расширяет возможности браузера. Различные плагины поддерживают целый ряд технологий от Real Media до Adobe Flash. Для веб-страницы, требующей плагина, необходимы стратегии, позволяющие загрузить и установить дополнительные приложения на браузер.

POP3/ ПОЧТОВЫЙ ПРОТОКОЛ

POP 3 (Post Office Protocol, версия 3) — протокол пересылки почтовой корреспонденции в интернете. В сети электронной почты — средство регламентации процедур от сервера к клиенту.

SERVER SIDE / СЕРВЕРНАЯ СТОРОНА

Место на сервере, где выполняется программа или скрипт, обычно называют оборудованием сервера или «серверная сторона». Когда используется код серверной стороны (ASP, PHP, CFM), сервер читает и выполняет код до передачи получившейся информации на браузер.

SVG / МАСШТАБИРУЕМАЯ ВЕКТОРНАЯ ГРАФИКА

SVG (Scalable Vector Graphics) — это основанный на XML язык отображения 2D графики в веб-страницах. Хотя язык используется в основном для векторной графики, он может включать и растровую графику, например, JPEG и PNG. SVG также использует ECMAScript скриптовый язык (стандартизированная версия Java Script) для анимации. Недостаток SVG в том, что для работы он часто запрашивает плагины.

XHTML

XHTML — это переформулирование HTML 4 в XML 1, эффективно заменяет HTML. Это мост между старым стилем HTML и новым, рекомендованным стилем XML. XHTML расширяет возможности, хотя у собственно разметки более строгие правила, чем у HTML.

XML / РАСШИРЯЕМЫЙ ЯЗЫК РАЗМЕТКИ

XML (Extensible Markup Language), или расширяемый язык разметки. В отличие от HTML не является фиксированным, предопределенным языком разметки; это скорее метаязык, т.е. язык, используемый для описания других языков. XML позволяет создавать языки разметки, учитывающие специфику документов. Например, в HTML тег «таблица» предопределен, и все браузеры

знают, как его отобразить. В XML определена только структура тега, и только пользователь решает, что она будет означать — форматированную последовательность данных или предмет мебели. То есть это средство разметки информации, оставляющее актуальный макет страницы для CSS или XSL.

XSL / РАСШИРЯЕМЫЙ ЯЗЫК СТИЛЕЙ

XSL (Extensible Stylesheet Language) — это язык, служащий для описания преобразований XML-данных.

PLUG-IN GUIDE / СПРАВОЧНИК ПЛАГИНОВ

Несколько браузерных плагинов стали практически незаменимыми благодаря использованию определенных технологий. Обычно это модули для звука, видео и анимации. Основная «фишка» — позволить пользователю устанавливать и использовать модуль.

FLASH PLAYER

Этот модуль с нами уже много лет и превратился в стандартное средство отображения векторной анимации в интернете. В настоящее время используется для создания полных сайтов с интерактивным контентом. Многие браузеры уже идут со встроенной (часто старой) версией этого модуля. Многие люди, в том числе и автор, не обновляют модули, а просто сохраняют файлы в более современной версии, если уж в том возникла серьезная необходимость. Да, Flash-модули постоянно напоминают пользователям, что нужно загрузить новую версию плеера, но многие пользователи не хотят либо не могут это сделать, поэтому старайтесь экспортировать ваши файлы в самую старую версию.

ОТ ПЕЧАТИ К ИНТЕРНЕТУ Даже при наличии некоторых автоматических процессов конвертации, избежать ручной работы не удастся.

Конвертация печати в веб-дизайн

3

Дизайн для печати и дизайн для веб-пространства — совершенно разные вещи, и у каждой — свои ограничения. То, что хорошо работает для печати, часто вообще не работает в веб, и наоборот. Например:

- Веб-дизайн зависит от систем динамической навигации, которые, в свою очередь, зависят от скроллинга и перехода на ссылки, в то время как печатные страницы можно просматривать и в целом, и наугад.
- Макет печатной страницы — вещь фиксированная, и вы отталкиваетесь от этого факта, разрабатывая дизайн, т.е. например, можете превратить титульный лист страницы в разворот. Работая в сети, вы таких гарантий лишаетесь, так как никогда не знаете даже, например, размера окна браузера пользователя, а на то, как будет выглядеть страница, влияет и собственно браузер и даже операционная система пользователя.
- Для веб-графики используются цвета RGB, а для печатной графики — CMYK.
- Типографические опции, доступные веб-дизайнерам, достаточно ограничены.
- Веб-страницы предполагают наличие интерактивности и динамических элементов, которые невозможно получить на печати.

И это только некоторые проблемы, с которыми столкнется дизайнер, использующий графические программы для создания веб-страниц.

А ЗАЧЕМ КОНВЕРТИРОВАТЬ?

Выкладывая материал в Сеть, вы привлекаете новых читателей, а если материал организован по подписке, то получаете еще и дополнительный источник дохода. Поскольку изначальный процесс подготовки текста к печати довольно трудоемкий, то получится быстрее, если вы начнете работать с печатными файлами, которые, пройдя серию «операций», вполне подойдут для веб-использования, а не станете генерировать текст с нуля.

Если вам нужно, чтобы материал легко распространялся в сети и это единственное к нему требование, то решение достаточно простое: создайте документа как PDF-файл, а не как веб-страницу. Гораздо дешевле предоставить пользователям доступ к материалам в PDF, чем печатать и распространять документ.

КАКИЕ ЕСТЬ ВАРИАНТЫ?

Основной вариант — взять свободный от любого вида форматирования текстовый файл,

Простые документы

Обычно документы пишутся в программах типа Word и затем используются по назначению, например, как печатный текст, веб-контент или тело электронного письма.

В этом случае лучше не полагаться на базовые опции HTML конверсии. Word создает огромные файлы со встроенной разметкой, которые потом сложно редактировать в программах типа Dreamweaver.

Если у вас много подобных документов, попробуйте использовать Word HTML Cleaner от Textism (www.textism.com/wordcleaner). Или попробуйте просто перекопировать содержание Word-документа напрямую в Dreamweaver Code View и затем отшлифуйте получившийся материал. Все «специальные» символы конвертируются автоматически.

В идеальном мире авторы добавляют теги разметки во время работы над документом независимо от контекста документа. Форма не имеет значения (хотя XML, или CSS для макета, было бы просто супер), а законченный документ можно просто перекопировать напрямую в HTML-код, в котором отредактируются все стили контента. К сожалению, большинство обычных авторов этого делать не умеют, а вот веб-авторы должны разбираться в разметке и начать ее использовать — обычно это не составляет большого труда.

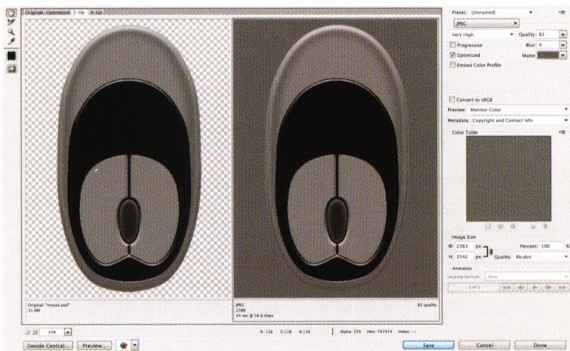
DTP конверсия

В большинстве программ верстки типа InDesign или Quark есть достаточно продвинутые опции для экспортирования сложных печатных макетов напрямую в веб-формат. В эти опции входит создание: прокрутки, меню, управления шрифтами, формы и гиперссылки. То, что эти опции существуют, еще не значит, что вы ими обязаны пользоваться.

Веб-версию можно создать технически, но вопрос в том, будет ли данный макет работать в новой среде. В большинстве случаев любой конвертируемый документ — это только первый шаг в долгом процессе создания веб-страницы. Генерированный код часто бывает настолько плох, что имеет смысл начинать работу с нуля.

который затем вручную тегировать в HTML. Можно сделать оригинальный текст с включением тегов разметки (markup tags), что поможет минимизировать работу. Программы верстки предлагают функции для конвертирования документов в веб-форматы, но их качество непостоянно. Изображения придется обрабатывать в любом случае. Как минимум, переводить в RGB цвет, масштабировать до конечного размера в 72ppi.

Справа: Если у вас изображение с высоким разрешением (300dpi) и вы используете опцию Photoshop Save for Web, лучше масштабировать изображение до размера, в котором оно появится в сети.



HTML часто обескураживает людей, незнакомых с кодированием, и совершенно напрасно — за пару часов можно узнать достаточно для создания веб-страницы.

HTML команды

Насколько глубоко должен дизайнер погрузиться в изучение HTML? Этот вопрос возникает потому, что количество визуальных инструментов в Adobe Dreamweaver и Soft Press Freeway позволяет предположить, что в этом нет необходимости. Но если вы

серьезно настроены добиться совершенства в разработке веб-контента, то базовых навыков создания макета вам будет недостаточно и придется все-таки выяснить, как же работает HTML.

Для создания простого HTML документа достаточно использовать всего несколько тегов; мы приводим некоторые из них:

Структура страницы

<html>/html>. Располагается в начале и в конце HTML документа. Вне этих тегов должен располагаться только стандарт Document Type Definition (DTD).

<head>/head> секция заголовка документа выступает в роли контейнера для информационно-ориентированных тегов, которые не отображены в браузере, например, мета теги, которые помогают поисковым механизмам категоризировать вебсайт. Исключением является элемент **<title>**, контент которого появляется на панели инструментов браузера.

<body>/body> контент страницы размещается только внутри этих элементов.

Ссылки и изображения

Чтобы создать ссылку на другую страницу, используете анкерный тег **<a>**. Атрибут **href** (команда ссылки) указывает файл, на который перейдет браузер при нажатии ссылки.

ссылка на локальный файл ****

ссылка на сайт BBC ****

Отобразит изображение на странице:

<imgsrc="image.jpg"height="100"width="320"alt="Alt text">

Атрибут **alt** — это что угодно из того, что вы хотите отобразить в браузере, который не может отобразить изображение. Так же поможет читателям-инвалидам.

Работая с любимыми ссылками, помните, какая у вас структура файла и делайте ссылки на другие сайты абсолютными.

Стиль текста

HTML поддерживает 6 уровней заголовков, параграфов, разрывов строк и списков. Заголовки и параграфы будут представлены как «рег» в спецификациях веб-браузера. Помните, что эти спецификации можно заместить с помощью CSS (см. CSS, стр. 174-177), и на текущий момент это рекомендованный стандарт.

Заголовки, параграфы и разрыв строк:

<h1>Заголовок, размер 1 (самый большой) **</h1>**

<h2>Заголовок, размер 2 **</h2>**

<h3>Заголовок, размер 3 **</h3>**

<h4>Заголовок, размер 4 **</h4>**

<h5>Заголовок, размер 5 (самый маленький) **</h5>**

<p>Параграф текста **</p>**

<hr>Параграф с **<hr/>**

Разрыв строки **
**

Если вы будете передавать на «подчистку» программистам вопросы, связанные с простым отображением и функциональностью, то вряд ли прославите профессионалом.

Знание HTML поможет вам стать отличным веб-дизайнером и создавать прекрасные страницы. Не помешает и знание пространственных ловушек, поджидающих дизайнера в веб-пространстве. Веб — это не печать, из-за низкого разрешения теряется детализация, текст сложнее читать. Основы HTML не сложны. В целом, HTML документ — это текстовый файл, содержащий «теги разметки». Теги сообщают браузерам как отображать страницы. XHTML — это новый стандарт. Он похож на HTML, но с более строгими правилами.

Теги окружены угловыми скобками, употребляются парами, открывая и закрывая содержание. Например, следующий XHTML элемент отображает параграф текста в веб-браузере.

Слишком жесткий дизайн сайта, когда сдвиг нескольких элементов приобретает эффект домино, портит общее впечатление, сайт выглядит непрофессионально. А всего то нужно понять механизм структуры HTML.

Кроме очевидной пользы — собственно дизайна — знание HTML поможет решить проблемы с отображением или функциональностью, не прибегая к дорогостоящим услугам программистов и позволив им сосредоточиться на более сложных проблемах кодирования.

Создать список с булитами:

``

`пункт 1 /li>`

`пункт 2 /li>`

``

Для пронумерованного списка, замените `` и `` на `` и ``.

Можно стилизовать текст с помощью логических и физических стилей.

Физические стили принуждают браузеры отображать символы определенным способом, например **ф** жирный `ф` или *ф* курсив `<i>ф</i>`

Примеры логического стиля:

`` ударение `` и

`` сильное ударение ``.

Отображение стилей зависит от настроек браузера, но обычно отображаются жирный и курсив. Логические стили более доступны, потому что обслуживаются скрин-ридером.

Работа с таблицами

`<table>` `</table>` создает таблицу

Опустив конечный тег вы создадите серьезные проблемы с отображением в веб-браузере.

Атрибуты:

- **width** — ширина, определяет ширину таблицы, выставляется в цифрах или процентах

- **cellspacing** — интервал, устанавливает расстояние между ячейками таблицы

- **cellpadding** — наполнение, устанавливает наполнение каждой ячейки таблицы

- **border** — границы, устанавливает размер границ вокруг каждой ячейки

- **summary** — сводка, передает сводку о контенте на браузер

`<tr>/tr>` определяет ряд таблицы

`<td>/td>` определяет ячейку в ряду.

В этой таблице только один ряд ячеек:

`<table>`

`<tr><td>/td</td>/tr>`

`</table>`

Атрибуты для `<td>` тега включают:

- **valign** верх, середину, низ, чтобы установить вертикальное выравнивание содержимого ячеек

- **colspan** числовой, определяет количество колонок к которым относится ячейка

- **rowspan** как и предыдущий, но устанавливает количество рядов, к которым относится ячейка

В этой таблице две ячейки в первом ряду и одна во втором, проходящая ширину таблицы:

`<table>`

`<tr><td>/td</td>/tr>`

`<tr><td colspan="2">/td</tr>`

`</table>`

РАСШИРЯЕМЫЙ ЯЗЫК ОПИСАНИЯ СТРУКТУРЫ ГИПЕРТЕКСТА, или XHTML.

Приборы для выхода в интернет становятся все разнообразнее, а их количество растет: у XHTML есть все шансы на успех, т.к. он предлагает лучшую совместимость между браузерами и платформами.

Что такое XHTML

3

XHTML (Extensible Hyper Text Markup Language) — это переформулировка HTML4. Кратко его можно охарактеризовать как комбинацию словаря (элементов и тегов) HTML и синтаксиса (языка и структурных правил) XML.

XML — это язык, требующий строгой и корректной разметки. Он определяет структуру и грамматику, на которой строятся подгруппы XML, в частности XHTML. В результате появляются документы, которые можно описать как «хорошо согласованные». XML используется для описания контента, а не определяет способы его отображения.

На кросс-платформенную и кросс-браузерную согласованность особое влияние оказывают два аспекта. Первый заключается в том, что разные браузеры по-разному воплощают HTML-стандарт, что приводит к тому, что одни теги отображаются противоречиво, а другие вообще не поддерживаются.

Второй аспект вытекает из гибкости HTML: у некоторых дизайнеров появилась привычка не ставить атрибуты в кавычки или опускать конечные теги. Кроме того, что эта привычка плоха сама по себе, т.к. приводит к небрежному кодированию, она еще создает несовместимость между браузерами, т.к. разные браузеры по-разному читают плохую разметку.

Учитывая, какое количество приборов сейчас используется для доступа к веб-контенту — мобильные телефоны, PDA и устройства с сенсорными экранами, XHTML — это попытка увеличить кросс-браузерную и кросс-платформенную совместимость контента, используя более строгую структуру и синтаксис XML при разработке веб-страниц. Все это выглядит очень сложным, но на самом деле не так страшно, как кажется. Говоря кратко, разметка XHTML — это список правил, которые нужно соблюдать при кодировке веб-страницы. И да, эти правила подробно детализированы в разметке XHTML.

При использовании XHTML создаются веб-страницы, которые читаются всеми устройствами с активированным XML. И хотя стриктуры XHTML требуют пересмотра процесса разработки, XHTML предлагает и несколько преимуществ:

- Он совместим в обоих направлениях.
- Отпадает необходимость кодировать разные версии одной и той же страницы для обслуживания агента пользователя или разных типов браузеров.
- При комбинировании с таблицами стилей, CSS или XSL, предлагает стабильные и гибкие способы передачи веб-контента.


```

1 DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
  "http://www.w3.org/TR/2000/REC-xhtml1-20000126/DTD/xhtml1-transitional.dtd"

<html><!-- #BeginTemplate */Templates/wireviewsMain.dwt" --><!-- DW6 -->
2 <head>
  <!-- #BeginEditable "doctitle" -->
    <title> 3 reviews - Reviews - Silo - Alloy</title>
    <!-- #EndEditable -->
    <style type="text/css" media="screen">
    @import url(../wireviews.css);
    </style>
    4 <link rel="stylesheet" type="text/css" 5 dia="print" href="../wireviews_print.css">
      <meta name="keywords" content="wire, colin newman, graham lewis, bruce gilbert, robert
      gotobed, swim, wmo, he said, omala, immersion, malka spiegel, wir, snub communications, veer
      musikal unit, wireviews, music, news, ahead, pink flag, dugga, drill, craig grannell,
      reviews">
      <!-- #BeginEditable "metaDescription" -->

<meta name="Description" content="Wireviews - Reviews - Silo - Alloy" />
<!-- #EndEditable -->
  <link rev="made" href="mailto:wireviews@yahoo.com">
  <meta name="revist-after" content="30 days">
  <meta name="author content="Craig Grannell">
  <meta name="classification" content="music, fanzine">
  <style type="text/css">

<!--
body {color: #000; background-color: #fff}
-->
</style>

</head>

2 <body>
<div id="wrapper">
  <div class="header"><span class="left"><a href="../index.html"></a></span><span class="right"><a href="../index.html">home</a> | <a
href="../news/index.html">news</a> | <a href="index.html">reviews</a> | <a
href="../articles/index.html">articles</a> | <a href="../info/index.html">info</a> | <a
href="../wmo/index.html">wmo</a> | <a href="../contact/index.html">contact</a></span></div>

<div id="location" class="top"> <a href="../index.html">Wireviews</a> | <!--
#BeginEditable "historyUpper" --><a href="index.html">Reviews</a> | Alloy<!-- #EndEditable
--></div>

  <div id="boxOut">
    <h1><!-- #BeginEditable "boxoutTitle" --><span class="boxTitle">ILO</span><br />
    ALLOY <br /> 6
    <span class="label"><Swim Records></span><!-- "EndEditable" --></h1>

    <p class="picBoxout"><!-- "BeginEditable "boxoutImage" --><br />

```

1. DTD (определение типа документа, описание шаблона документа) должно быть включено в верхнюю часть каждого XHTML-документа — см. www.w3schools.com/dtd/default.asp
 2. <head> и <body>
 3. Элемент <title>
- Теги должны быть размещены корректно.

- Атрибуты нельзя сокращать.
- Ссылка на пространство имен XML должна быть в виде <html> элемента.
4. XHTML теги и атрибуты должны быть набраны строчными буквами.
 5. Все значения атрибута, например, значения в определениях «высоты» и «ширины», должны быть в кавычках.

6. Все теги должны быть закрыты, включая теги без контента — так
 становится
. Обратите внимание на пробел перед косой чертой — он включен для того, чтобы теги смогли отображать устаревшие браузеры.

КАСКАДНАЯ ТАБЛИЦА СТИЛЕЙ Использование CSS позволяет лучше контролировать дизайн, не затрагивая внутреннюю структуру вебсайта.

CSS

3

CSS — это стандарт для стилизации элементов веб-страницы, полностью обособленный от XHTML и HTML, хотя CSS может быть встроен в любой из этих документов. CSS позволяет полностью контролировать презентационный аспект веб-страницы, от типографики до позиционирования элементов, все из внешних файлов. Отделяя подобные элементы от структурной логики веб-страницы, CSS позволяет дизайнеру контролировать их, не жертвуя целостностью информации.

Кроме того, устанавливая типографический дизайн и макет страницы в рамках единого четкого кодового блока — не прибегая к

«font»-тегам, таблицам и разделителям GIFов — позволяет быстрее выполнять загрузки, обеспечивать рациональную поддержку сайта, высокую совместимость и, при использовании внешних таблиц стилей, мгновенный общий контроль атрибутов дизайна на многих страницах из единого внешнего документа. CSS можно интегрировать в ваши веб-страницы одним из способов:

- В заголовке конкретной HTML-страницы (называется встроенная каскадная таблица)
- Внутри конкретного тега (макрос командное стилевое оформление)
- Во внешней таблице стилей со ссылкой на HTML-страницу в заголовке страницы.

```
<title>CSS</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">

<style type="text/css">

.pullquote {
  text-align: center;
  font-weight: bold;
}

.small {
  font-size: 70%;
}
</style>
</head>

<body?
<p class="pullquote">"A quote, styled to be bold and centred"</p>

  <p>Some normal text.</p>

  <p class="small">Some smaller text.</p>
</body>
</html>
```

Заголовок

Основной текст.

Мелкий текст.

Эффективный способ форматирования текста — применить CSS к тегам параграфа. Чтобы применить форматирование ко всему тексту внутри параграфа, добавьте атрибут «class» к «p»-тегу и ссылку на предопределенное название стиля.

Что такое стили?

CSS стили — это серия правил, которые состоят из селектора, который является переопределенным HTML-тегом, названием класса или ID-именем, и объявления, которое состоит из пар свойство/значение, разделенных знаком «:». Возьмите, например, следующее CSS правило, которое бывает встроено в заголовок HTML документа (внутри тега `style`) или найдено во внешней таблице стилей:

```
p{
color:#100;
size:12px;
}
```

-Так же возможно задать стиль напрямую внутри HTML тега:

```
<p style="color:@000;size:12px;">
```

Конечно, в данном случае стиль будет применен только тегу, внутри которого он записан, поэтому с идеей тотального контроля можно попрощаться (если только большая часть CSS стилей не будет помещена во внешней таблице стилей). Мы упомянули классы и ID. Они дают возможность дизайнеру задать несколько стилей для одного и того же HTML тега. Например, в таблице стилей мы можем записать:

```
.pullquote {
text-align:center;
font-weight:bold;
}
.small{
font-size:90%;
}
```

Обратите внимание, что идентифицируемому элементу в CSS предшествует пробел.

В HTML у нас будет следующее:

```
<p class="pullquote">Цитата, которая должна быть
выделена жирным и размещена в центре.</p>
<p>Обычный текст.</p>
<p class="small">текст мелким шрифтом.</p>
```

Классы дают вам практически неограниченный диапазон для установления стилей для элементов веб-страницы, и каждый может использоваться неограниченное количество раз (и для стольких элементов, сколько вам нужно), например, мы могли бы использовать вышеуказанный `.small` стиль в заголовке, набрав:

```
<h1 class="small">Более мелкий заголовок </h1>
```

ID работают немного иначе. В CSS идентифицированному элементу скорее предшествует знак «#», чем пробел. Вместо слова «`class`» используется «`id`», и ID можно использовать на странице только один раз. Тем не менее, они легко могут читаться скриптами JavaScript и обычно используются для структурных элементов страницы (шапки, нижние колонтитулы и т.п.) или для динамических элементов страницы. Когда страница просматривается браузером, работать могут три стиля:

- таблица автора, установленная веб-дизайнером.
- Таблица пользователя, состоящая из персонализированных настроек браузера, таких, как, например, размер текста.
- Установки браузера по умолчанию.

Каскадирование

Каскадирование — это процесс, при котором система стилей определяет, какое значение для каждого свойства применить к каждому элементу. Процесс каскадирования определяют четыре правила:

- Селектор правила должен совпадать с элементом.
- Правила выбираются по весу и происхождению
- Правила выбираются по спецификации селектора
- Объявления выбираются по очередности.

Проще говоря, каскадирование направлено на элемент внутри веб-страницы. Возьмем объявление внешнего стиля, которое гласит:

```
p{color:red;size:10px}
```

И макрокомандное объявление, которое гласит:

```
<p style="color:green;">
```

Макрокомандный стиль перепишет внешний, т.е. он ближе к элементу, который стилизуется. Но поскольку в макрокомандном стиле не указан размер, то размер будет взят из внешнего стиля. В результате в совместимом с CSS браузере отобразится зеленый текст размером 10 пикселей.

CSS ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ (CSS-P) — это гибкий стандарт макета, установленный по умолчанию для веб-дизайна.

CSS-P

3

CSS позиционирование — это самый современный и гибкий метод работы с макетом веб-страниц. Позволяет чрезвычайно точно размещать элементы, и каждый элемент может выступать как самостоятельная единица, а не подчиняться воздействию макета. Так что у вас не возникнет проблем со слиянием и разделением ячеек таблицы и не потребуются невидимых GIFов, чтобы удерживать элементы на отведенных им местах.

Все крупные сайты, например, таких крупных корпораций, как New York Times и Apple давно перешли на CSS, что привело к лучшей совместимости браузеров, упростило обновление сайтов и позволило сильно сэкономить на пропускной способности. Споры о том, что эта технология поддерживается только «новыми» браузерами, не слишком убедительны. Если вы изучали свою целевую аудиторию, то знаете, какие браузеры она предпочитает и будут ли у нее проблемы с просмотром. В конце концов, продвинутые элементы дизайна просто будут «спрятаны» от устаревших браузеров, но при этом пользователи смогут просматривать содержание.

Веб-дизайн с использованием CSS не нуждается в таблице. Но работа без таблиц требует переосмысления со стороны дизайнера, т.е. нового подхода к планированию и

воплощению макета. Некоторые инструменты веб-дизайна еще не на том уровне, чтобы можно было легко перетаскивать CSS-организованные элементы в макете. Например, Adobe Dreamweaver помещает нестилизированные div-теги в центре, а затем с помощью подходящего диалогового окна задает размер, наполнение, поля, границы и плавающие свойства.

Таблицы в HTML были созданы для форматирования табличной информации, но стали основным принципом организации макета. Идеальные для макета внешне, они не очень подходят для конструирования страницы, для этого лучше использовать CSS-P. Таблицы смещают код скорее к презентации, нежели к структуре, и требуют вложения таблиц для всего, кроме самых основных элементов макета.

Чтобы понять CSS-P, вы должны знать понятие «нормальный поток» HTML документа, когда элементы визуализируются по очереди (от верхней части документа к нижней), и стили CSS применяются по мере визуализации страницы. С CSS-P место элемента на странице внутри документа можно переопределить. Без применения таблиц элемент может быть расположен на странице тремя основными способами.

Fusce quis justo a mauris lacina mattis. Aliquam nec eros ac tortor aliquam ultrices. Alqua pede ante, porta ullamcorper, molestie ac, elementum sed, neque. Aenean eu risus quis metus dapibus tempor. Vivamus est libero, malesuada ac, porta quis, lacus eget, mauris. Suspendisse potenti. Sed eu elit. Phasellus at lacus eget lorem ullamcorper commodo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Sed vel lacus non lorem pharetra dapibus. Vestibulum urna turpis, placerat a, lacina faucibus, feugiat et, diam. Praesent placerat, wisi ut interdum venenatis, risus orci tincidunt justo, sed auctor urna odio in felis. Praesent aliquam, lorem eget condimentum tincidunt, nunc sem aliquam augue, nec blandit sapien enim ac eros. Nam pharetra nisl eu enim. Nullam feugiat viverra risus. Nulla dolor. Curabitur viverra. Curabitur commodo dictum metus.

Этот пример абсолютного позиционирования: при скроллинге этот слой движется вместе с остальным текстом документа.

tincidunt justo, sed auctor urna odio in felis. Praesent aliquam, lorem eget condimentum tincidunt, nunc sem aliquam augue, nec blandit sapien enim ac eros. Nam pharetra nisl eu enim. Nullam feugiat viverra risus. Nulla dolor. Curabitur viverra. Curabitur commodo dictum metus.

Этот пример абсолютного позиционирования: при прокрутке этот слой движется вместе с остальным текстом документа.

Maecenas turpis lectus, ultrices at, egestas at, eleifend sit amet, dolor. Cras cursus, erat vitae auctor sollicitudin, mi ligula aliquam nulla, scelerisque viverra ipsum eros ac lacus. ornare turpis eu ligula. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, inceptos hymenaeos. Vivamus laoreet, orci vel sagittis vulputate, est ante porttitor sapien, eget lac laoreet felle justo sit amet enim. Proin vehicula, neque vel feugiat convallis, felle nisi condimentum erat, eu ultrices orci nulla id nisl. Donec eleifend, nulla eget aliquam fringit odio felle hendrerit elit, in tristique diam orci vitae nibh. Aliquam ac neque. Suspendisse lacus. Nam vitae lorem nec.

Fusce quis justo a mauris lacina mattis. Aliquam nec eros ac tortor aliquam ultrices. Aliquam pede ante, porta ullamcorper, molestie ac, elementum sed, neque. Aenean eu risus quis metus dapibus tempor. Vivamus est libero, malesuada ac, porta quis, lacus eget, mauris. Suspendisse potenti. Sed eu elit. Phasellus at lacus eget lorem ullamcorper commodo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Sed vel lacus non lorem pharetra dapibus. Vestibulum urna turpis, placerat a, lacina faucibus, feugiat et, diam. Praesent placerat, wisi ut interdum venenatis, risus orci tincidunt justo, sed auctor urna odio in felis. Praesent aliquam, lorem eget condimentum tincidunt, nunc sem aliquam augue, nec blandit sapien enim ac eros. Nam pharetra nisl eu enim. Nullam feugiat viverra risus. Nulla dolor. Curabitur viverra. Curabitur commodo dictum metus.

Этот пример фиксированного позиционирования: этот слой остается на месте независимо от прокрутки.

placerat, wisi ut interdum venenatis, risus orci tincidunt justo, sed auctor urna odio in felis. Praesent aliquam, lorem eget condimentum tincidunt, nunc sem aliquam augue, nec blandit sapien enim ac eros. Nam pharetra nisl eu enim. Nullam feugiat viverra risus. Nulla dolor. Curabitur viverra. Curabitur commodo dictum metus.

Maecenas turpis lectus, ultrices at, egestas at, eleifend sit amet, dolor. Cras cursus, erat vitae auctor sollicitudin, mi ligula aliquam nulla, scelerisque viverra ipsum eros ac lacus. ornare turpis eu ligula. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, inceptos hymenaeos. Vivamus laoreet, orci vel sagittis vulputate, est ante porttitor sapien, eget lac laoreet felle justo sit amet enim. Proin vehicula, neque vel feugiat convallis, felle nisi condimentum erat, eu ultrices orci nulla id nisl. Donec eleifend, nulla eget aliquam fringit odio felle hendrerit elit, in tristique diam orci vitae nibh. Aliquam ac neque. Suspendisse lacus. Nam vitae lorem nec.

Этот пример фиксированного позиционирования: этот слой остается на месте независимо от прокрутки.

Абсолютное позиционирование

Абсолютное позиционирование позволяет разработчику установить, где будет располагаться верхний левый угол элемента не по отношению к верхнему левому углу страницы, а по отношению к его материнскому элементу.

Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Sed vel lacus non lorem pharetra dapibus. Vestibulum urna turpis, placerat a, lacina faucibus, feugiat et, diam. Praesent placerat, wisi ut interdum venenatis, risus orci tincidunt justo, sed auctor urna odio in felis. Praesent aliquam, lorem eget condimentum tincidunt, nunc sem aliquam augue, nec blandit sapien enim ac eros. Nam pharetra nisl eu enim. Nullam feugiat viverra risus. Nulla dolor. Curabitur viverra. Curabitur commodo dictum metus.

Этот пример относительного позиционирования: этот слой имеет значение `static` 50 пикселей, находится на расстоянии 50 пикселей от левого края, где он появляется в естественном потоке текста — т.е. он расположен относительно своего окружения.

Maecenas turpis lectus, ultrices at, egestas at, eleifend sit amet, dolor. Cras cursus, erat vitae auctor sollicitudin, mi ligula aliquam nulla, scelerisque viverra ipsum eros ac lacus. ornare turpis eu ligula. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, inceptos hymenaeos. Vivamus laoreet, orci vel sagittis vulputate, est ante porttitor sapien, eget lac felle justo sit amet enim. Proin vehicula, neque vel feugiat convallis, felle nisi condimentum erat, eu ultrices orci nulla id nisl. Donec eleifend, nulla eget aliquam fringit odio felle hendrerit elit, in tristique diam orci vitae nibh. Aliquam ac neque. Suspendisse lacus. Nam vitae lorem nec.

Фиксированное позиционирование

Фиксированное позиционирование — это подгруппа абсолютного позиционирования. Когда элемент абсолютно позиционируется, он позиционируется по отношению к элементу, в котором содержится. Когда страницу скролят, элемент тоже скроллится. Фиксированное позиционирование закрепляет элемент, то есть независимо от того, как скролят страницу, элемент неподвижен. С фиксированным позиционированием и объектным элементом в HTML мы можем имитировать рамочную навигацию — по крайней мере в теории. Очень жаль, что Internet Explorer — браузер, используемый большинством пользователей — не поддерживает фиксированные элементы.

Относительное позиционирование

Относительное позиционирование, пожалуй, не слишком удачное название. Позиционирование относительно чего? Распространенная ошибка — считать, что относительное позиционирование — это определение позиции по отношению к материнскому элементу, а абсолютное позиционирование — это позиционирование по отношению к верхнему левому углу страницы. Но в действительности все работает по другому. Когда вы относительно позиционируете элемент, вы помещаете его туда, куда он был бы статически помещен. Когда вы относительно помещаете элемент, вы как разработчик говорите браузеру: «возьми этот параграф и помести его на 10 пикселей вниз и на 10 пикселей правее того места, где он как правило находится».

ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С КОМПЬЮТЕРОМ Таблицы и уровни — очень полезные инструменты, которые какое-то время еще будут поддерживаться, несмотря на развитие альтернативных инструментов. Но старайтесь избегать их при конструировании сайтов. Применяйте когда не получается выполнить задачу с таблицами стилей или вы создаете таблицу с табличной же информацией.

Таблицы

DESPITE HTML ТАБЛИЦЫ

Несмотря на то, что изначально таблицы предназначались только для размещения табличной информации, их часто использовали для позиционирования элементов на HTML странице. Внутренне таблицы — это, в общем, базовая структура сетки, но с их помощью можно создать необычный макет, который отображается большинством браузеров. Но иногда работать с ними — все равно, что решать логическую головоломку; чтобы контент появился точно на том месте, которое ему отведено, нужно тщательно планировать и контролировать весь процесс дизайна.

ЗА

В целом, таблицы — очень популярный метод, потому что созданные с их помощью страницы очень стабильны во всех браузерах и потому что их легко создавать и управлять ими в визуальной среде, особенно если используются дизайн-инструменты Adobe Dreamweaver.

ПРОТИВ

Плохо то, что с таблицами возникают проблемы. Комплексные макеты с табличными данными медленно грузятся, т.к. браузер

должен сначала преобразовать данные. Сложно избежать вложенных таблиц (т.е. таблицы внутри таблиц) в усложненных макетах, а это приводит к повышению требований к браузеру. Часто проблемы возникают и при внесении поправок в подобные макеты: все ячейки в таблице связаны друг с другом, и добавляя или удаляя ячейку можно разрушить весь макет, а затем, чертыхаясь, восстанавливать его, соединяя и разделяя ячейки, что занимает немало времени. Еще хуже то, что таблицы вызывают проблемы доступа, т.к. размещаемая в них информация обычно не организована логически в HTML документе. Это еще один довод в пользу CSS макетов.

РАБОТА С УРОВНЯМИ

Возможная альтернатива таблицам — уровни, хотя то, что подразумевается этим словом, будет зависеть от того, с кем вы разговариваете. Изначально уровни предлагались как элементы Netscape, которые со временем были не рекомендованы к использованию и перестали использоваться.

Поэтому в программах типа Dreamweaver любые созданные «уровни» — это абсолютно позиционированные секции страницы, внутренне стилизованные CSS.

Heading

Imsep pretu tempu revol bleg
rokam revoc tephe rosve etepe
tenov sindu turqu brevtt ellu
repar huve tarnia queso utage
udulc vires humus fallo 25deu
Anetn bisre freun carna avire
ingen unique maher muner vers
adest duner vers adest iteru
quevi escit billo isput tatqu aliku
dians bipos itopu 50sta Isant
oscul bifid mquec cumen berra
etnna pyren nsomn anoct reern
oncit quacar anofe ventm hupec
oramo uetfu orets natus sacer
tusag telu ipsev 75

Heading

Imsep pretu tempu revol bleg
rokam revoc tephe rosve etepe
tenov sindu turqu brevtt ellu
repar huve tarnia queso utage
udulc vires humus fallo 25deu
Anetn bisre freun carna avire
ingen unique maher muner vers
adest duner vers adest iteru
quevi escit billo isput tatqu aliku
dians bipos itopu 50sta Isant
oscul bifid mquec cumen berra
etnna pyren nsomn anoct reern
oncit quacar anofe ventm hupec
oramo uetfu orets natus sacer
tusag telu ipsev 75

Если вы все-таки решили работать с уровнями, Dreamweaver позволяет конвертировать уровни в таблицы и наоборот. Это иногда полезно для составления быстрых действующих моделей; контент позиционируется с помощью уровней, а затем веб-страница конвертируется в таблицу.

Heading

Imsep pretu tempu revol bleg
rokam revoc tephe rosve etepe
tenov sindu turqu brevtt ellu
repar huve tarnia queso utage
udulc vires humus fallo 25deu
Anetn bisre freun carna avire
ingen unique maher muner vers
adest duner vers adest iteru
quevi escit billo isput tatqu aliku
dians bipos itopu 50sta Isant
oscul bifid mquec cumen berra
etnna pyren nsomn anoct reern
oncit quacar anofe ventm hupec
oramo uetfu orets natus sacer
tusag telu ipsev 75

Heading

Imsep pretu tempu revol bleg
rokam revoc tephe rosve etepe
tenov sindu turqu brevtt ellu
repar huve tarnia queso utage
udulc vires humus fallo 25deu
Anetn bisre freun carna avire
ingen unique maher muner vers
adest duner vers adest iteru
quevi escit billo isput tatqu aliku
dians bipos itopu 50sta Isant
oscul bifid mquec cumen berra
etnna pyren nsomn anoct reern
oncit quacar anofe ventm hupec
oramo uetfu orets natus sacer
tusag telu ipsev 75

Обратите внимание, что частично перекрывающиеся уровни не конвертируются. И на выходе такие конвертации чаще всего получаются нестандартными, так что их следует использовать только для моделей, а не для действующих сайтов.

HTML ТАБЛИЦЫ

Уровни обеспечивают некоторое разделение между контентом и структурой, которое не может создать таблица. Уровень может быть создан в любом месте страницы и позиционирован либо путем внесения координат, либо простым перетаскиванием. Они образуют дружественную дизайнеру рабочую среду, с которой легко работать любому, кто привык к DTP-приложениям типа QuarkXPress или AdobeInDesign.

НАЛОЖЕНИЕ

Уровни могут накладываться (наложение измеряется Z-индексом значения характеристики). Порядок наложения можно изменить, уровни можно делать невидимыми или видимыми с помощью JavaScript

ДЕЛЕНИЕ СТРАНИЦЫ В СТИЛЕ CSS

Наиболее серьезная проблема уровней в приложениях веб-дизайна — ненадежность, в том числе отображения между веб-браузерами и операционными системами. Из-за этой проблемы лучше вообще игнорировать уровни и создавать свое собственное CSS построение страницы. Это довольно просто сделать в текущих версиях Dreamweaver.

УПРАВЛЕНИЕ ТЕКСТОМ Управление текстом в веб-пространстве существенно отличается от управления текстом для печати и требует подробного разбора.

Текст-менеджмент

3

Один из наиболее ограничивающих факторов веб-дизайна — количество шрифтов, которые можно гарантированно использовать на странице, поскольку их слишком мало при стандартной инсталляции операционной системы. Конечно, существуют способы применения нестандартных шрифтов различных размеров, но тогда лучше в самом начале работы определиться с вопросами особого управления текстом.

HTML ТЕКСТ

На большинстве сайтов контент состоит из «сырого» текста, стилизованного с помощью HTML-тегов. Это достаточно эффективный способ отображения информации, поскольку необработанный текст занимает очень небольшой размер памяти документа. Не требуется плагинов, а, значит, текст будет отображаться без потенциальных сбоев, а «полюзнок» поисковика проверит каждое слово, которое увидит пользователь. Но, как мы увидим, HTML для стилизации текста — устаревший метод, который вытесняется CSS.

Чтобы страница отобразилась с тем шрифтом, с каким была задумана, необходимо, чтобы шрифт присутствовал в системе пользователя. Поэтому в веб-дизайне дизайнеры часто используют те шрифты,

которые, по их мнению, есть у большинства пользователей. В результате — стандартная система шрифтов, сведенная к Arial, Arial Black, Comic Sans MC, Courier New, Georgia, Impact, Times New Roman, Trebuchet MS, Verdana и нескольким еще, причем для набора основного текста подходят явно не все.

В веб-практике дизайнер обычно перечисляет группу шрифтов, из которых хотя бы один есть в стандартных настройках пользователя. Мы не советуем использовать редкие шрифты в качестве основного выбора, поскольку увидеть его смогут единицы. Типичный HTML-тег для шрифтов будет выглядеть так:

```
[font face="Arial, Helvetica, sans-serif"]Percy Pig [/font]
```

При отображении страницы в браузере слова «Percy Pig» должны отображаться шрифтом Arial. Если шрифта Arial в системе нет, будут использоваться Helvetica или, наконец, sans-serif.

CSS постепенно вытесняет использование тегов шрифтов. Тег шрифта необходимо применять к каждому элементу, который вы хотите стилизовать, а значит обновление стиля на сайте превратится в сложное упражнение «найди и замени», в то время как с CSS вы можете просто поправить несколько значений в едином внешнем документе.

Arial	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Arial Bold	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Verdana	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Impact	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Georgia	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Times	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Courier	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
Trebuchet	AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890

CSS ДЛЯ ФОРМАТИРОВАНИЯ ТЕКСТА

В каждом браузере есть стандартная таблица стилей, которая «говорит» ему, как отображать веб-страницу. Но проблема в том, что даже если дизайнер устанавливает свой размер шрифта, чистый HTML текст может быть стилизован только в относительных размерах от 1 до 7, или с использованием тегов заголовка как, например, [H1]. Из-за этого текст иногда по-разному отображается на Mac и PC. На сегодняшний день разница между двумя платформами ограничивается высотой строк и устранением контурных

неровностей, влияющих на ширину — по крайней мере, если вы используете наиболее подходящие методы установки размера текста.

Используя CSS, вы можете задать для текста точный размер. Вы можете использовать несколько единиц, хотя только некоторые из них прочитываются кросс-браузерно и кросс-платформенно. Например, лучше избегать пунктов (pt), дюймов (in), миллиметров (mm) и пик (pc).

Для установки размеров веб-текста обычно используются пиксели — в таких случаях

тексты отображаются одинаково во всех браузерах и платформах. У пиксельного размера есть только один, но серьезный недостаток: пользователи Internet Explorer не могут менять размер, войдя в меню View — Text Size. Все остальные браузеры позволяют это делать. Поэтому тщательно проверяйте читабельность текста, задавая его размер в пикселях: мелкий аккуратный текст может быть абсолютно нечитабельным.

Что хорошо для дизайнера, не обязательно хорошо для пользователя. Если вы фиксируете размер шрифта на странице, вы рискуете ограничить его доступность. Но вы можете задать разные таблицы стилей для разных пользователей. Комбинация CSS и JavaScript позволяет менять каждый элемент на странице, просто выбрав определенную спецификацию из меню.

Мы кратко описали преимущества CSS над тегами шрифтов, отметив возможность менять стили в веб-пространстве. Но это не единственное достоинство CSS — для типографов также найдется немало полезных характеристик — смотрите вставку.

В CSS найдется еще много чего полезно-го, включая (но не ограничиваясь) междусловный интервал, межбуквенный интервал, декорирование текста, вертикальное выравнивание, выравнивание текста, абзацы и высота строк. Не так давно веб-типографы не имели такой свободы, как дизайнеры-печатники.

РАСТРОВЫЕ ТЕКСТЫ

С текстами, созданными в GIF или JPEG (последний формат предпочтительнее), обращаются как с любыми другими изображениями. К плюсам можно отнести «верность» размера и шрифта оригинальному стилю дизайнера, что идеально для графики заглавий.

Среди недостатков — размер: текстовая графика требует больше памяти, чем текст на базе CSS или HTML, увеличивая время загрузки страницы. А если кто-то просматривает веб-страницы с функцией отключения изображений, текст тоже не отобразится; так что придется использовать alt-теги. Растровые изображения не читаются «ползунами» поисковика и мешают оптимизации поисковика.

Heading 1

Heading 2

Heading 3

Heading 4

Heading 5

Heading 6

Браузеры предлагают способы увеличения или уменьшения размера текста, которые могут разрушить макет. Установив размер в пикселях (px), вы сможете этого избежать, но убедитесь, что шрифт читабелен. Н теги демонстрируют разные способы контроля масштабирования текста — менее гибкие, чем методы CSS.

Опции стилизации шрифта с помощью CSS

- Поля: устанавливает поля вокруг элемента. Можно устанавливать поля краев (например, верхнее поле: 2 px, нижнее поле: 10px;)
- Заполнение: устанавливает заполнение вокруг элементов; как и поля, можно установить для краев
- Цвет: устанавливает цвет переднего плана
- Фоновый цвет: устанавливает фоновый цвет
- Трансформации текста: устанавливает регистр текста (переводить начальные буквы в заглавные, все заглавные или все строчные)
- Семейство шрифта: устанавливает семейство шрифта и позволяет выбирать резервные шрифты
- Вес шрифта: устанавливает вес шрифта от жирного до легкого
- Стиль шрифта: устанавливает вид шрифта — курсив, обычный или наклонный
- Размер шрифта: устанавливает размер шрифта

Поскольку изображения используются для отображения текста, значит, текст очень важен. Надежда, что ползунок будет искать, например, теги H1 или [b], часто равна нулю.

Не смогут увеличить размер графического текста и люди с плохим зрением (если только они не пользуются Орега, позволяющей масштабировать всю страницу), так что будьте внимательны к интерфейсу.

Сложно создать веб-страницу, ни разу не использовав текст, отображаемый как изображение, особенно в отношении заглавий. Каждая графика должна иметь соответствующий alt-тег в HTML коде, содержащий простой текстовый эквивалент слова или фразы. Поисквики смогут прочесть текст, и текст будет доступен людям с ослабленным зрением. Золотое правило — никогда не

представляйте текст как графику: низкое разрешение веб-графики сделает его чрезвычайно сложным для чтения. Более того, его нельзя будет копировать, сложно обновлять и даже при использовании зума он не станет более читабельным.

ВЕКТОРНЫЙ ТЕКСТ

Adobe Flash предлагает дополнительные способы отображения текста. Большинство браузеров поддерживают Flash-плагины, но вы должны проверить, что этот параметр подходит вашей целевой аудитории; некоторые организации запрещают использование плагинов на своих браузерах, и не все портативные устройства поддерживают Flash, например, Apple iPhone не поддерживает.

Вы можете использовать HTML текст в Flash, или можете стилизовать текст, используя контур шрифта, вложенный в SWF-файл (файл, который создается при экспорте законченного файла из Flash). Вы также можете «разбить» слова, превратив текст в векторную графику, которая больше не будет зависеть от вложенного шрифта. HTML текст отобразится так же, как он отображался в HTML документе, но две другие опции обеспечивают масштабированный сглаженный текст.

В целом, все те же правила применяются к Flash как к изображениям: не используйте текст на основе Flash только ради этого. Он подходит для заголовков (и даже лучше изображений, т.к. размер файла меньше). Но не используйте его для основного текста, если только весь ваш сайт не будет построен на основе Flash. Но тогда вы рискуете потерять свою аудиторию, хотя у Flash меньше проблем, чем у растрового текста (по крайней мере, его можно увеличить с помощью зума).

ВЕБ-ЦВЕТ — вопрос спорный, разбивший дизайнеров на два лагеря: одни утверждают, что при дизайне сайтов нужно придерживаться ограниченной цветовой палитры, другие же считают это утверждение устаревшим ограничением.

Работа с цветом для веб

Даже с появлением sRGB веб-дизайнеры продолжают испытывать трудности с использованием цвета в интернете. Эта сложность двоякая: во-первых, вы не знаете, какие настройки у пользователя, посетившего сайт, а во-вторых, вы не можете предположить, как именно конкретный человек видит цвет. Возможно, благодаря доступному сейчас оборудованию компьютеров и программному обеспечению многие пользователи видят на своих мониторах приблизительно одно и то же. Но если вы решите воочию убедиться, как работают многие мониторы, например, совсем без калибровки, вы сразу же поймете, насколько важны хоть какие-нибудь стандарты. К последнему слишком рьяно

тытотеют многие дизайнеры, у большинства из которых слишком стандартное цветовое зрение, а ведь от этого зависит доступность веб дизайна. И не забывайте, что восприятие цвета индивидуально.

Выводы из вышесказанного таковы: рассматривайте все возможные параметры использования цвета в веб-пространстве, а затем оценивайте наилучшие варианты воплощения цветного текста и графики.

НЕ ПОЛАГАЙТЕСЬ ТОЛЬКО НА ЦВЕТ

Если даже абстрагироваться от цвета как от дизайнерского приема, следует помнить о том, что многие люди страдают расстройствами восприятия цвета, или дальтонизмом,

YellowGreen	#9ACD32	
Yellow	#FFD700	
Orange	#FF8C00	
Red	#FF0000	
DarkRed	#8B0000	
DarkOrange	#FF4500	
OrangeRed	#FF4500	
Gold	#FFD700	
YellowGreen	#9ACD32	
Green	#008000	
DarkGreen	#006400	
Teal	#008080	
DarkTeal	#006464	
DarkBlue	#00008B	
Blue	#0000CD	
DarkBlue	#00008B	
DarkCyan	#008B8B	
Cyan	#00CED1	
LightCyan	#AFEEEE	
White	#FFFFFF	
Black	#000000	
DarkGrey	#696969	
Grey	#A9A9A9	
LightGrey	#D3D3D3	
White	#FFFFFF	

и не могут различать некоторые цветовые комбинации. Кроме того, страницу могут просматривать на черно-белом мониторе, например E Ink устройства типа Amazon's Kindle, который отображают веб-страницы только в черно-белом варианте. Цвет не должен быть единственным приемом для логического ударения (иерархии). Используйте в тексте HTML-теги или CSS, чтобы добавить вес слову. Кроме того, навигационные системы, в которых выбор основан на цвете, редко бывают удачными. Проследите, чтобы между фоном и передним планом был достаточный контраст.

Внизу: в стандартах W3C HTML и CSS перечислено всего 16 надежных цветов: аквамарин/aqua, черный/black, голубой/blue, фуксия/fuchsia, серый/gray, зеленый/green, лаймовый/lime, красно-коричневый/maroon, темно-синий/navy, оливковый/olive, пурпурный/purple,

красный/red, серебряный/silver, зеленовато-голубой/teal, белый/white и желтый/yellow, хотя браузеры распознают большее количество названий цвета, см. таблицу на www.w3schools.com. Задавать веб-цвета лучше в их шестнадцатеричных значениях.

Цвет в веб-дизайне

Помните, что цвет на мониторе может искажаться, т.к. изображение создается больше светом, исходящим на зрителя, а не отраженным от поверхности, как, например, в случае с изображением на бумаге, поэтому белый и светлые оттенки могут быть слепящими.

Сложно ответить на вопрос, сколько цветов нужно использовать на странице. Очевидно, что не слишком много, но вот сколько именно будет «слишком» и считается ли это жестким правилом?

Если использовать несколько оттенков одного-двух цветов, результат будет изящным и даже утонченным. С другой стороны, даже несколько сильно различающихся цветов создадут на странице месиво, если их использовать неаккуратно. Во многом это, наверное, вопрос хорошего вкуса, как и в дизайне для печати. Экспериментируйте с взаимодействием цветов и оттенков на экране, с сочетанием ярких и темных оттенков.

Избегайте слепящих и бликующих комбинаций, которые затрудняют чтение и проверяйте, чтобы между текстом и фоном был достаточный контраст — читать текст с монитора сложнее, чем с печатной страницы. Помните о несочетаемости комплементарных цветов и о том, что яркие насыщенные оттенки на мониторе выглядят гораздо ярче, чем напечатанные на бумаге. Если вы будете постоянно анализировать свою работу, то избежите цветовых ляпов.

Aluminum	#C0C0C0	
AntiqueWhite	#F0E68C	
Aqua	#00FFFF	
Blue	#0000FF	
Black	#000000	
BlueViolet	#8A2BE2	
Brown	#A52A2A	
DarkRed	#8B0000	
DarkGreen	#006400	
DarkCyan	#008B8B	
DarkMagenta	#800080	
DarkYellow	#FFD700	
Gold	#FFD700	
Gray	#808080	
Green	#008000	
LightGreen	#90EE90	
LightCyan	#7FFFD4	
LightMagenta	#FF69B4	
LightYellow	#FFFFE0	
Maroon	#800000	
NavyBlue	#000080	
Olive	#808000	
Purple	#800080	
Red	#FF0000	
Teal	#008080	
White	#FFFFFF	
Yellow	#FFFF00	

РАБОТА С ИЗОБРАЖЕНИЯМИ Самый важный аспект в управлении изображениями — сохранить чистую копию оригинального файла.

Работа с изображениями для веб

3

Многое зависит от того, как вы работаете с изображениями, ведь вам нужно сохранить высококачественное исходное изображение независимо от всего, что ему придется испытать — масштабирование, изменение размера, конвертацию и сжатие.

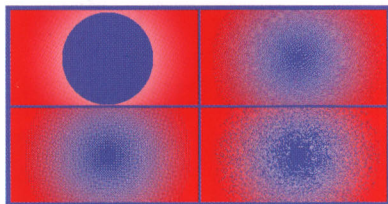
НИЗКОКАЧЕСТВЕННЫЕ ВЕБ-ИЗОБРАЖЕНИЯ

Многие изображения в веб-работах — с низким разрешением, сканы размером 72dpi (точек на дюйм). Представьте, какие возникнут проблемы, если, не имея оригинала, изображение потребуется распечатать. Скан 72dpi не оставляет ни малейшего поля для маневра: попытаете его увеличить — потеряете качество изображения; попытаете улучшить качество — и обнаружите, что работаете с очень ограниченным количеством точек на изображении, а значит, любые вмешательства будут наверняка сильно бросаться в глаза. Недостаточное количество пикселей для переноса превращает любые попытки исправить ситуацию в мучения.

СЖАТЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ

Многие изображения, особенно фотографии с цифровых камер, изначально создаются в JPEG, формате, уже предназначенном для

эффективного сжатия изображений, а, значит, изображения будут с потерей качества (да-да, смотрите Форматы сжатия для веб-пространства). Цифровые фотоаппараты, если не установлено иначе, обычно все же не сжимают изображения очень сильно, поэтому проблем с качеством оригинальных снимков обычно не возникает. Но всегда есть искушение еще немного сжать оригиналы, чтобы они занимали меньше памяти устройства, или скорее оптимизировать исходные файлы, а не создавать копии. Постарайтесь не поддаваться этому искушению, настраивайте фотоаппарат на максимально высокое качество, при котором можно сделать достаточное количество снимков на карту памяти.



Смешение цветов без размывания. Псевдосмешение цветов по случайному закону с взаимопроникновением. Псевдосмешение

цветов по случайному закону без взаимопроникновения. Структурированное псевдосмешение цветов

Форматы сжатия для веб-пространства

Файлы сжатия могут быть «без потерь» качества и «с потерями». При сжатии без потерь качества вся информация, содержащаяся в файле, полностью восстанавливается при декомпрессии в другой формат. Пример формата без потери качества — формат GIF. При сжатии с потерей качества безвозвратно удаляется часть информации файла. Например, в JPEG-изображениях удаляется тем больше информации, чем выше степень сжатия, или если файл открывается и повторно сохраняется. Очевидно, что при сжатии с «потерями» получается меньший размер файла (в общем, хотя бывают исключения), но страдает качество изображения.

Чересстрочная развертка

Версия такого изображения с низким разрешением появится в браузере пользователя практически сразу после нажатия кнопки загрузки. Затем изображение будет обновляться, пока не достигнет полного разрешения.

Прозрачность

В форматах GIF и PNG можно задать прозрачное отображение цвета в имиджевой палитре. Этот прием особенно полезен, когда нужно «смешать» изображение с цветом фона. Обратите внимание, что это не тоже самое, что и альфа-прозрачность: удаляется только один цвет. Если вы смешиваете красный в прозрачный, а затем размещаете GIF на веб-странице с синим фоном, вы увидите, что оригинальное смешивание заменяется быстрой сменой цвета. Вы можете попробовать немного «обойти»

проблему, используя смешение прозрачности в Photoshop, но результат редко получается блестящим.

GIF

GIF — формат обмена графическими данными — больше подходит для рисованной графики, чем для фотографий, и ограничен 256 отдельными цветами максимум. GIF-файлы могут быть очень компактными, отлично подходят для растровых изображений текста и простой графики (логотипы). GIF — хороший кросс-платформенный формат, идеален для интернета; существует в двух вариантах: GIF 87a и GIF 89a. Последний вариант поддерживает анимацию и чередование.

JPEG

Этот формат с потерей качества идеален для полутоновых изображений, например, фотографий, т.к. поддерживает 24-битовые (миллионы цветов) изображения, не требуя при этом большого размера файла. JPEG не поддерживает прозрачность и чередование. JPEG 2000 — поддерживает альфа-каналы.

PNG

Относительно новый тип файлов, формат PNG (Portable Network Graphics — переносимая сетевая графика) был создан специально для веб-пространства. Он поддерживает «без потерь» 24-битовое сжатие изображений с 8-битовой прозрачностью, хотя последнее поддерживается не всеми браузерами. Хороший веб-формат, но размер PNG-файлов больше, чем JPEG и GIF.



При сохранении в файле JPEG растровое изображение может быть сжато до невероятно маленького размера. Но сохранение свободного пространства приводит к потере качества; чем выше сжатие, тем ниже качество изображения. Многие программы предлагают опции одновременного сравнения разных степеней сжатия, чтобы помочь выбрать нужный баланс размер/качество.



ЦВЕТ/РИСУНОК

■ ЦВЕТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

■ СОЗДАНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ

4



УМЕСТНОЕ И ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ использование цвета — показатель компетентности диджитал-дизайнера. В современном мире, насыщенном информацией и ориентированном на потребление и развлечения, для эффективного использования цвета дизайнер должен хорошо понимать и его природу, и способы его воздействия.

Существует несколько причин, объясняющих важность природы цвета и способов его воздействия. Во-первых, при дизайне на мониторе (и когда полученный на экране цвет используется в сети и мультимедийных проектах) цвет испускается напрямую из источника белого света. Когда цвет передается с помощью красок на печати, он не испускается, а отражается. Количество оттенков, которые можно воспроизвести при печати, меньше, и они отличаются от оттенков, создаваемых на мониторе. Поэтому окончательный цифровой файл, особенно предназначенный для печати, должен содержать достоверную информацию о цветовом выводе.

КАК ПОЛУЧАЕТСЯ ЦВЕТ?

Все цвета получаются из чистого белого света. Проходя через призму, свет преломляется и получают цвета спектра; цвета от призмы попадают прямо на сетчатку. Так же и цвета на мониторе компьютера попадают напрямую на сетчатку. Для быстрой имитации цвета на мониторе требуется какой-то метод. В этом методе используются только три основных цвета, которые образуют белый свет в сетке пикселей. Если использовать 256 уровней интенсивности каждого цвета для отображения каждого пикселя, в целом получится 6,7 миллиона цветов (256x256x256). Основные «мониторные» цвета — красный, зеленый и синий — RGB. Но поскольку еще есть печать, то нужно было придумать способ имитировать цвета с помощью краски. Печатный цвет — это отраженный от печатной поверхности свет, воспринимаемый зрителем. Основные цвета RGB применяются исключительно для излучаемого света, а для отраженного света нам нужен другой набор цветов — циан, маджента и желтый — CMY.

На противоположной странице: этот впечатляющий плакат работы Никлауса Трокслера показывает, насколько оживляют предмет сообщения и подчеркивают композицию яркие цвета.

ДИЗАЙН NICKLAUS TROXLER



25 Jahre Kleintheater Luzern

АДДИТИВНЫЕ И СУБТРАКТИВНЫЕ ЦВЕТА Диджитал-дизайнеру необходимо понимать, какими способами создается цвет.

Теория цвета

4

ИЗЛУЧАЕМЫЙ ИЛИ АДДИТИВНЫЙ ЦВЕТ

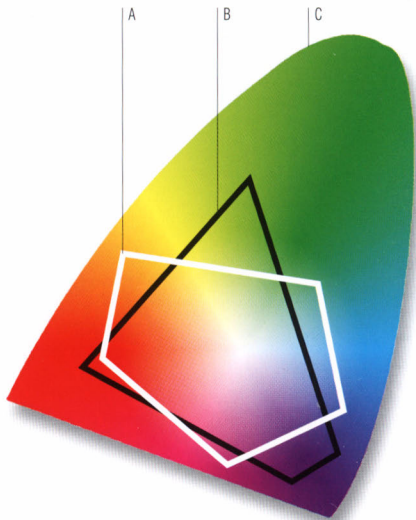
Когда один основной излучаемый цвет комбинируется с другим, воспринимается больше света, чем при одном цвете. Поэтому красный, зеленый и синий называются основными аддитивными цветами. Комбинация трех дает белый. Если сложить красный и зеленый излучаемый свет, получится свет, приближающийся к белому (на самом деле желтый). Комбинация красного и синего дает мадженту, а комбинация синего и зеленого — циан. Поэтому каждый основной аддитивный цвет кажется таким потому, что получается по принципу «белый свет минус два основных». Красный — это белый минус зеленый и синий.

ОТРАЖАЕМЫЙ ИЛИ СУБТРАКТИВНЫЙ ЦВЕТ

В материальном мире все, что мы видим имеет цвет, потому что большинство субстанций в разной степени поглощают белый свет. Черные объекты поглощают весь падающий на них белый свет, а белые объекты — полностью его отражают. То, что обычно понимают под цветом объекта, на самом деле отраженный оттенок одного из основных цветов. Именно их комбинация воспринимается и считается определенным цветом.

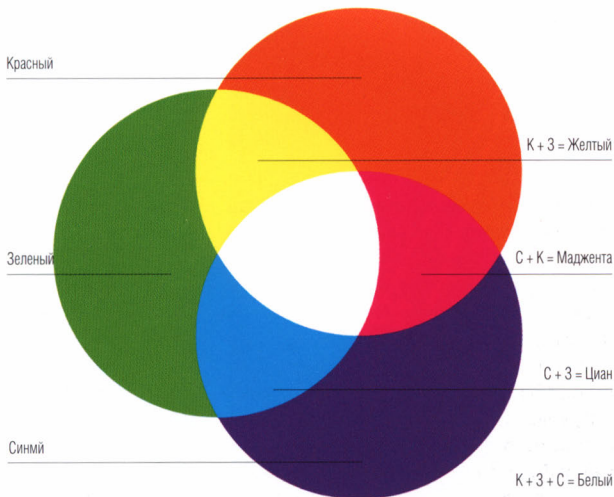
Внизу: Человеческий глаз способен различить большее количество оттенков, чем RGB мониторы или CMYK печать способны воспроизвести. Но в целом, на мониторе доступно большее количество оттенков, чем при печати.

A — процесс CMYK
B — RGB монитор
C — видимый спектр



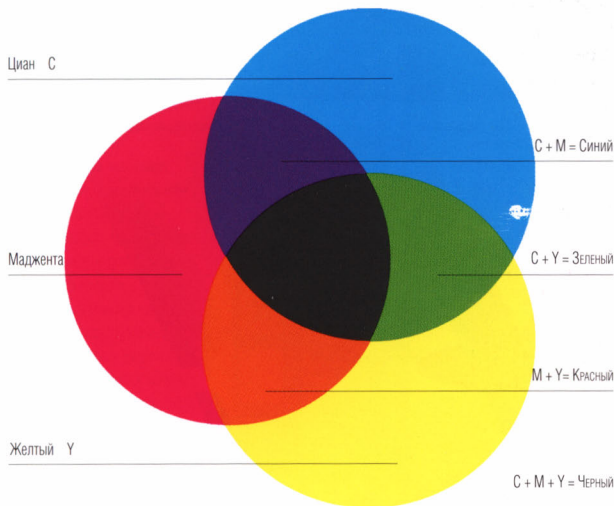
Аддитивный цвет

На данной схеме изображены Красный, Синий и Зеленый свет, падающие на белую поверхность. При наложении Красного и Зеленого получается Желтый, потому что в этой области дополнительный свет. При наложении всех цветов мы видим белый, т.к. смешиваются все составляющие его компоненты.



Субтрактивный цвет

На этой схеме мы видим печать на бумаге тремя основными субтрактивными красками. В каждом цвете вычтен один основной аддитивный, и при наложении вычитаются два основных цвета и остается видимым только один. При наложении всех трех субтрактивных поглощается весь белый свет — воспринимается черный. На самом деле все-равно отражается небольшое количество света и получить настоящий черный с помощью только циана, мадженты и желтого невозможно. Чтобы это исправить, печатники добавляют черный, который создает глубокие теневые пространства, необходимые для качественного воспроизводства цвета.



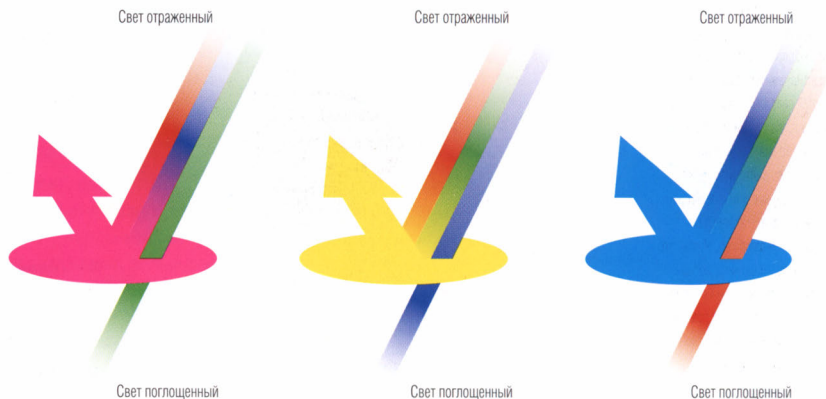
Теория цвета

4

Например, если объект выглядит красным, значит, материал, из которого он сделан, полностью поглощает зеленый и синий свет, отражая только красную часть спектра.

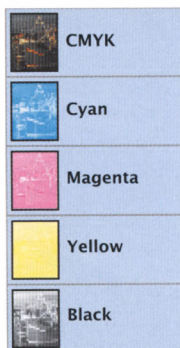
Поскольку пигменты вычитают цвет из белого, то становится понятно, почему нельзя использовать комбинации красного, зеленого и синего для печати на белой бумаге (которая отражает красный, зеленый и синий, составляющие белый свет). А если мы вспомним, что каждый основной аддитивный есть белый свет минус два другие основные, то станет понятно, что смешивая два основных в качестве пигментов (т.е. превратив их в отражающую поверхность, а не в излучающий свет), мы получаем поглощение цвета.

Если наша цель — получить максимальное количество печатных цветов используя минимальное количество исходных оттенков, то нам надо определить оттенок, который будет поглощать только один основной цвет. Вторичные цвета — циан, маджента и желтый — получаются благодаря поглощению (вычитанию) только одного основного цвета из белого света. Подобным образом, комбинация (смешивание) двух вторичных цветов поглотит (вычитет) два излучаемых цвета. Так, смешивая пигмент циан с желтым пигментом мы получим зеленый; смешивая циан с маджентой — синий; смешивая мадженту с желтым — красный. Поэтому все печатные устройства могут использовать циан, мадженту и желтый для печати основных цветов.





Палитра Photoshop Channelspalette показывает, как составляется изображение в режиме CMYK и режиме RGB. Справа — четыре канала CMYK, которые очень напоминают цветопробы с каждой печатной формы при офсетной печати. Каналы отображения RGB (слева) сразу узнаются по черным областям в каждом канале, т.е. по отсутствию света.



Обратите внимание, что верхнее изображение в палитре не собственно каналы, а вид изображения при комбинированных каналах.

ПОСКОЛЬКУ МОНИТОР КОМПЬЮТЕРА генерирует белый свет, на нем в принципе можно отобразить все цвета, доступные человеческому глазу. Тем не менее, по закону физики все объекты (кроме зеркал) поглощают хотя бы минимальное количество света. Поэтому отобразить весь спектр не удастся никогда.

Цветовой спектр

Белый цвет монитора всегда намного ярче самого белого цвета печатной бумаги, потому что бумага отражает не весь падающий на нее свет. Самые насыщенные и яркие пигменты, используемый в красках, не сравнятся с яркостью своих «собратьев» на мониторе компьютера.

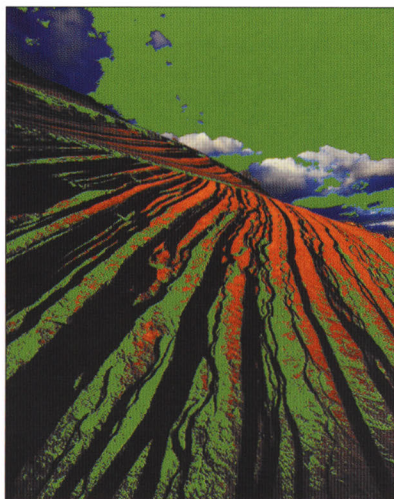
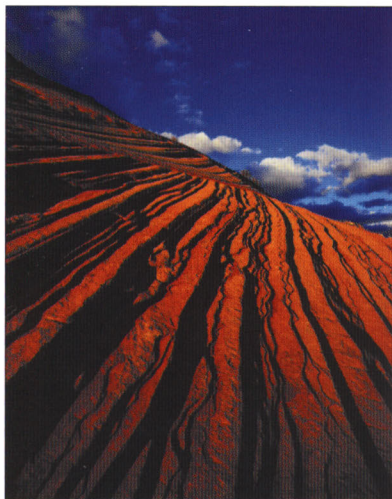
Кроме того, использовать тысячи разных оттенков краски для воспроизведения цветных изображений просто непрактично. Поэтому на печати используются три базовых цвета: циан (С), маджента (М) и желтый (Y), смешивание которых дает цвета, максимально близкие к реальным. Также добавляется черный (K), который подчеркивает темные области и делает их резкими. Смешивание получается при печати формаций крошечных точек, каждая отдельного цвета, которые сливаются при чтении. Этот способ называется четырехцветный процесс печати (СМУК, или просто «процесс»). Использование СМУК позволяет получить ограниченную палитру цветов, которую называют процесс-цвета (процесс-кolor).

ЦВЕТОВАЯ МОДЕЛЬ PANTONE

Если для выполнения работы требуется только один или два цвета, нет смысла использовать четырехцветный печатный

станок. Проще использовать определенный цвет краски, чем комбинацию циана, мадженты, желтого и черного. Цветовая модель PANTONE была создана в ответ на нужды дизайнеров, которые хотели дать точное определение конкретному цвету. Основа системы — набор базовых ингредиентов (стандартизированных пигментов) и книга рецептов в виде сотен образцов цветов, которые получаются при смешивании стандартизированных пигментов. Следуя рецептам, печатники в любой точке мира могут аккуратно смешать любой цвет PANTONE. На печати получаются плотные цвета, известные как спот-кolor, и они не похожи на цвета, имитированные полутонными точками в четырехцветной печати.

Практически все верстальные программы предлагают полный набор PANTONE-цветов, а так же контроль циана, мадженты, желтого и черного (СМУК) для смешивания. У дизайнера есть возможность выбора: либо печатать PANTONE как спот-кolor либо имитировать с помощью СМУК. Имитация может быть удачной, но в большинстве случаев хорошего совпадения не добиться, потому что PANTONE-цвета вне диапазона оттенков, создаваемых четырехцветным процессом (вне спектра)



Вверху: Некоторые яркие и тонкие оттенки теряются при печати CMYK. В палитреPhotoshop (Photoshop gamut)зеленым выделено предупреждение, показывающее, что тени оригинального RGB изображения будут потеряны при CMYK печати.

Справа: Смешивание PANTONE цветов в соответствии с таблицей — это смешивание красок для получения конкретного цвета. Этот процесс принципиально отличается от имитации цвета с помощью маленьких точек CMYK, которые создают иллюзию изменения цвета.



АТРИБУТЫ ЦВЕТА Независимо от того, попадает на сетчатку излучаемый цвет или отраженный от напечатанных пигментов, у него есть различные характеристики, которые можно измерить и которым можно дать четкое определение. Существуют разные способы описания цвета, одни удобны для технических целей, другие скорее интуитивные, описывающие, как выглядит цвет и каковы его взаимоотношения с другими цветами и оттенками.

Описание цвета

Цвет обычно описывается оттенком, насыщенностью и яркостью (HSB или HSL, в последнем случае используют «светлость» вместо «яркость»). Термины помогают выстроить «взаимопонимание» между участниками графической арт-индустрии.

ОТТЕНОК

Понятие «оттенок» часто взаимозаменяемо с понятием «цвет» в том смысле, к которому мы привыкли. Спектр часто рассматривается в виде круга, который так и называется — «цветовой круг», и мы используем базовые названия для идентификации каждого цвета: красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, циан... Когда мы говорим, что цвет «оранжевый», мы идентифицируем его оттенок. Не важно, яркий он, тусклый, темный, светлый, он все равно оранжевый.

НАСЫЩЕННОСТЬ

Насыщенность характеризует интенсивность и чистоту цвета. Цвета, которые мы видим, состоят из трех основных. Отсутствие света — красного, зеленого или синего — конечно же, черный. Если же все три в одинаковой пропорции и насыщенности — мы воспринимаем белый (белый свет содержит все цвета). Поскольку серый находится между черным и

белым, то он должен состоять из равного, но не полного, количества красного, зеленого и синего. Доказано, что именно равные пропорции цветов делают серый «ненасыщенным» — нейтральным.

Если мы постепенно усилим красный элемент, одновременно уменьшая синий и зеленый, то серый станет краснее и постепенно превратится в насыщенный красный. Чем сбалансированнее красный, зеленый и синий компоненты, тем менее насыщенным является оттенок.

ЯРКОСТЬ

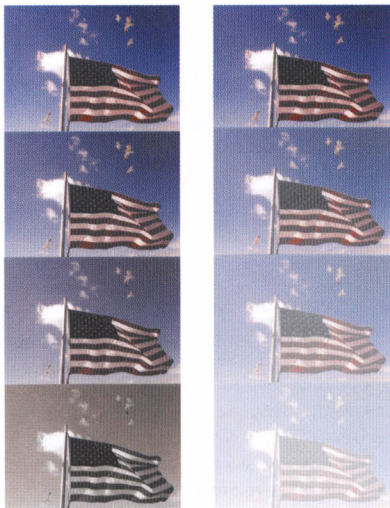
Яркость (иногда называется светлостью или тоном) определяется количеством присутствующего света. Насыщенность или ненасыщенность цвета зависит от пропорций красного, синего и зеленого, но не обязательно от общего количества света. Если при создании цвета используется большое количество света, независимо от соотношения красного, синего и зеленого, то оттенок будет ярким (или светлым). Если же света мало, оттенок будет считаться темным.

УПРАВЛЕНИЕ ЦВЕТОМ

В цифровой среде мы можем описывать цвет с помощью оттенка, насыщенности и

яркости, задавая каждый параметр по «человеческой» шкале от 0 до 100, или по компьютерной шкале от 0 до 255. Мы можем выстреливать электроны из электронной пушки руководствуясь нашими HSB-значениями, но прогрессия может быть неравномерной и результат будет разным на каждом мониторе.

За десятилетия до появления настольных компьютеров в индустрии возникла потребность в числовой спецификации конкретного цвета, воспринимаемого глазом и, соответственно, обрабатываемого мозгом. Решением стала система Манселла, которая легла в основу новой «цветовой модели», созданной CIE, международной комиссией.



Уровень насыщенности верхней фотографии — высокий, а нижней — очень низкий.

Уровень Яркости верхней фотографии — низкий, а нижней — слишком высокий.

В 1990х (Международный Консорциум цвета. International Color Consortium ICC), основанный компаниями Apple, Adobe и т.п., разработал промышленный стандарт точного определения замены цвета между цифровыми устройствами. Тот способ, с помощью которого прибор выбирает определение цвета в наборе доступных ему цветов, называется «цветовое пространство». Чтобы быть ICC-совместимым, каждый прибор должен обладать «цветовым профилем», который соотносится с цветовым пространством CIE. Вооруженный CMS (системой управления цветом) и профилем для каждого прибора, участвующего в производстве (включая программы), компьютер обеспечивает аккуратную передачу изображений с одного прибора на другой, начиная, например, с цифрового фото и заканчивая страницей в журнале.

По крайней мере такова теория! На практике мало кто знает, как эффективно настроить управление цветом. Apple, естественно, добавляет ICC и CMS в операционную систему Mac под названием ColorSync, и большинство продуктов Mac ICC-совместимы. Windows тоже теперь встраивает CMS, но Microsoft не поощряет ее использование. Вместо этого Microsoft предлагает использовать для каждого устройства цветовое пространство sRGB, модель общего назначения. Это было бы прекрасно, не будь sRGB не слишком хорошим цветовым пространством, и перевод в нее цветных изображений сопряжен с риском потери качества.

В идеале, цветовой профиль устройства не должен быть «намертво» закреплен производителем; вы должны протестировать или «калибровать» устройство на протяжении некоторого времени и воссоздать профиль в соответствии с тем, как он отображает цвета.

ИЗОБРАЖЕНИЯ, созданные на компьютере, могут варьироваться от простых одноцветных иконок, до многоуровневых фото-монтажей, в которых присутствуют все цвета спектра.

К изображениям относятся: диаграммы, таблицы, графики, карты, технические фотографии, коллажи, монтажи, и все, что может быть задействовано в дизайне.

На стиль изображений влияет эстетический аспект или ограничения производства. Изображения могут быть черно-белые, в оттенках серого или полноцветными, а так же производится как монотоны и дуотоны.

Что такое изображения, что они делают и как они создаются — важные вопросы работы графического дизайнера. К созданию изображений нужно подходить с особой тщательностью, ведь их богатый визуальный язык, эмоциональность и явная «целенаправленность» оказывает существенное воздействие на зрителя.

Многие графический дизайнеры, занимающиеся созданием изображений, уже фотографы или иллюстраторы, а их фото-работы — часть дизайн-проектов, которыми они занимаются. Мотивация дизайнера должна исходить из брифа клиента, параметры которого влияют на выбор шрифта и изображений.

ГДЕ ВЗЯТЬ ИЗОБРАЖЕНИЯ

Богатый источник свободных от авторских прав изображений — CD и интернет, которые, в совокупности с самостоятельно созданными дизайнером изображениями, составляют неплохую базу данных. Дизайнер может развивать, упрощать или синтезировать изображения в зависимости от требований проекта. Подобные приемы: модификация нескольких визуальных ссылок и слияние их в единый графический символ — часто видны в иконках. Но все же большую часть времени дизайнер выполняет функции креативного менеджера визуальных компонентов и использует изображения, созданные иллюстраторами и фотографами.

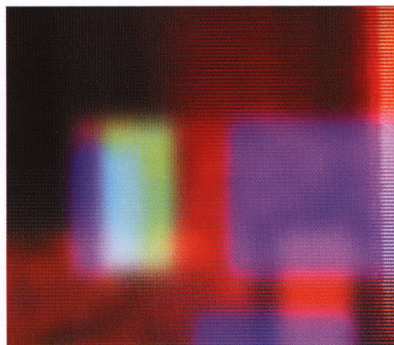
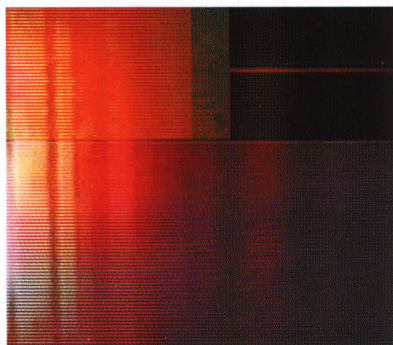
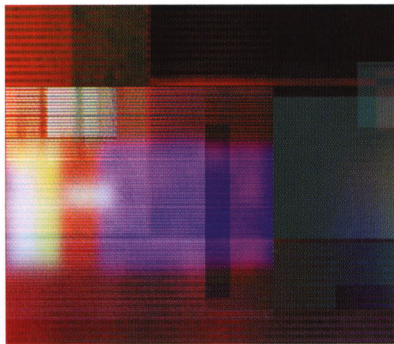
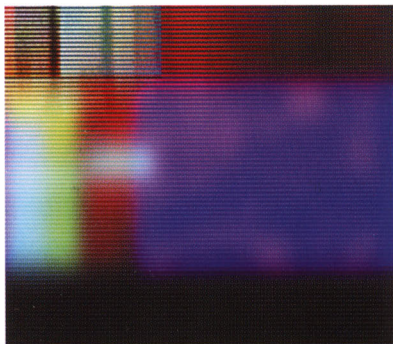
На противоположной странице:
Настроение и атмосферу можно создать с помощью ординальной обработки изображения в программе растрового редактирования, а также функций наложения уровней, прозрачности и глубины программы Photoshop.

ДИЗАЙН TOM HINGSTON STUDIO,
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ДЛЯ ЖУРНАЛА
MACUSER MAGAZINE

Нанимая иллюстратора или фотографа для проекта, необходимо соблюдать баланс, с одной стороны предоставляя им свободу творчества, а с другой — отслеживая соответствие заказанного материала требованиям проекта. Рабочие отношения и взаимопонимание в творческом коллективе — залог удачного завершения проекта.

Цифровая обработка изображений раздвинула рамки творческого выражения фотографов и иллюстраторов. Имея в руках такое мощное и доступное программное

обеспечение, диджитал-дизайнер может вносить огромное количество графических эффектов в уже существующие или заново созданные изображения. Главное, не забывать, что к труду других профессионалов надо относиться с уважением. Неэтично править работу другого профессионала или изменять ее без серьезных на то причин. По взаимному согласию в процессе сотрудничества допустимо менять оригинальные размеры, настроение или значение изображения.



РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ происходит с невероятной скоростью. Не успели дизайнеры полностью освоить все инструменты одной программы, как на рынок выходит обновленная версия, с дополнительным набором функций.

Программное обеспечение

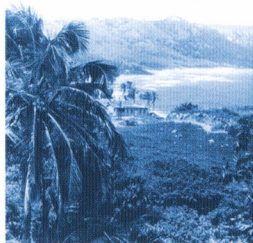
Как только в программе появляется очень много функций — все, что угодно, для кого угодно — они «маскируют» один неприятный момент — не все функции обработки изображений совместимы. Очень легко потеряться в обилии инструментов программ, поэтому будет нелишним выделить несколько основных моментов.

Программы бывают двух типов: растровые, так же известные как «рисовальные» или «фото-редакторы» и чертежные или «векторные».



Снизу на противоположной странице:

Библиотеки изображений на CD и DVD обычно находятся в широком доступе, так же как и веб-базы коллекций фотографий. Изображения хранятся в разном разрешении, и часто цена изображения зависит от размеров файла. Изображения с низким разрешением (72-96 dpi) пригодны для веб-использования; изображения с высоким разрешением (около 300 dpi для формата A4) используют для коммерческой печати, где требуется высокое качество изображений; и супер-большие изображения для случаев, когда требуется увеличить отдельную часть изображения.



Справа: растровые изображения могут быть полноцветными или в «оттенках серого» и печататься как одноцветные. Изображения без градации черного и белого называются линейными, иногда «битовыми», хотя правильнее их называть «1-битовые». «Битовыми» часто называют одноцветные цифровые изображения.



Способы хранения графики абсолютно разные, но они могут использоваться в одной программе и комбинироваться внутри одного макета или графики.

РАСТРОВЫЕ ПРОГРАММЫ

Стандартная растровая программа — Adobe Photoshop. Художники и иллюстраторы часто пользуются программами Corel Paint Shop Pro и Corel Photo PAINT, а так же программой Corel Painter, которая, в отличие от других «рисовальных» программ на самом деле имитирует краску, включая карандаши, пастель и т.п.

Растровые программы применяются для создания отдельных изображений, а не многостраничных документов. Их основная задача — подгонка цветовых значений пикселей

(в сетке с местоположениями, значение которых доходит до нескольких миллионов), из которых состоит любое цифровое изображение, например, фотография, снятая на цифровой фотоаппарат. На расстоянии вы, конечно, не видите отдельных квадратных пикселей в изображении, только общий эффект. Также вам нет необходимости вникать, как программа обрабатывает пиксели — в части изображения или на всем пространстве. Для установления баланса цвета, резкости, света/тени и т.п. используются многочисленные «фильтры». Также вы можете «рисовать» мышкой на изображении. Сейчас Photoshop и некоторые другие программы предлагают векторные инструменты и могут хранить шрифт как масштабируемый вектор, «растрируя» его, когда вы завершаете работу.

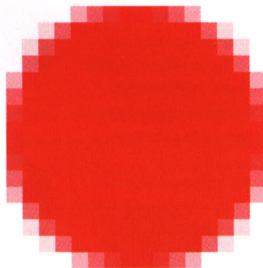
ПРЕИМУЩЕСТВО РАСТРА

Растровые программы — лучший способ для обработки фотографий и других «полутоновых» изображений, например, рисунков или сканов. В реальном мире оттенки и тени плавно и незаметно перетекают во всех направлениях. Этот «полутоновый» эффект невозможно воспроизвести с помощью дискретных форм, как в векторной графике. Вместо этого цифровой фотоаппарат разделяет все, что видит на фиксированную сетку квадратов и измеряет цвет в каждом квадрате. Когда эти цвета отображаются на мониторе как пиксели, они воссоздают визуальное «запечатление» сцены.

Количество видимых на изображении деталей (это относится к любому цифровому изображению) полностью зависит от того, сколько раз на дюйм сканер записал значение цвета. Это и есть разрешение изображения. Высокое разрешение — это, скажем, 300 пиксельных точек, записанных с одного дюйма (300 ppi); низкое разрешение — 72 записанные точки с дюйма (72 ppi).

НЕДОСТАТКИ РАСТРА

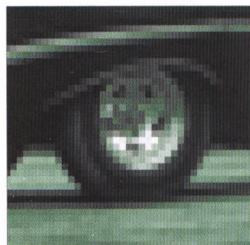
У растровых изображений есть 2 недостатка. Во-первых, при хранении они съедают очень много пространства. Цветовое значение каждого пикселя — а это несколько миллионов — должно быть идентифицировано и записано. Это огромное количество информации можно слегка уменьшить,



Вверху: Суть растрового изображения — одинаковая организация переменных цветных пикселей, которые формируют формы и изображения.

Для описания этой формы нет несущей структуры.

применив «программы сжатия», например, LZW или JPEG, но результат не будет существенным. Во-вторых, поскольку у растрового изображения нет никакой иной структуры, кроме последовательности пикселей, организованных в сетке, при увеличении изображения просто увеличивается размер пикселей. И зритель очень быстро вместо «гладкого» изображения увидит отдельные цветные квадратики. Поэтому увеличить растровое изображение без катастрофической потери качества можно только до определенной точки, либо с нуля воссоздать изображение с большим разрешением (например, повторным сканированием аналогового фото).



Слева: Изображения отсканированы с разрешением 300ppi, 150ppi, 72ppi и 36ppi. Чем меньше разрешение, тем хуже детализация и «грубее» изображение. Чтобы сделать все изображения одного размера, для веб или печати, пришлось увеличить изображения с низким разрешением.

Вверху: Растровые приложения обеспечивают фото-реализм и удобны для нанесения графики, например, логотипов или рекламы, в жизненных ситуациях. Например, детали корпоративного стиля были нанесены цифровым способом на фотографию транспортного средства, чтобы оценить, как это будет выглядеть в реальной жизни.



Вверху: Дютоны — это полутоновые изображения, напечатанные спот-цветом, с запечаткой черным поверх изображения, чтобы придать изображению глубину и «изюминку». Обычно угол раstra для чер-ного устанавливается на ноль, а угол раstra

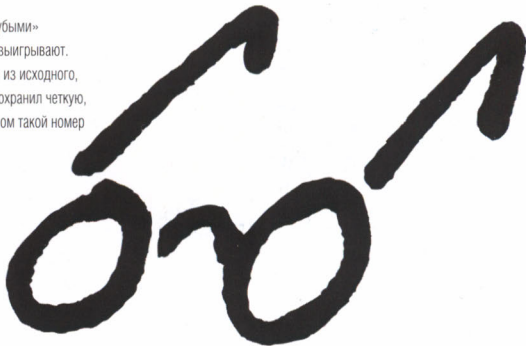
для спот-цветов устанавливается на 450, что делает цвет более «видимым». Оцифровка изображений дает хороший контроль над тональным диапазоном и черной, и спот-копир версий изображений.

ФОТО ЗД СИБУР/ ED SEABOURNE

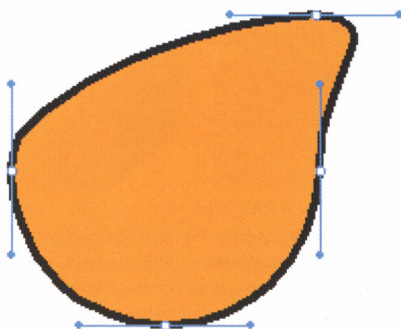
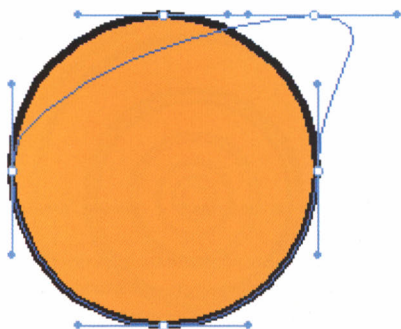
ВЕКТОРНЫЕ ПРОГРАММЫ

Векторные программы описывают форму объекта как серию стратегически расположенных точек, соединенных линиями, контролируемые математическими формулами — похоже на картинку «соедини точки», только с дополнительным преимуществом: расстояние-связь между точками можно четко задать как прямую или кривую линию. Эти линии называются «путь» или вектор. У вектора может быть толщина (штрих) и цвет, и формы или объекты, ими создаваемые, тоже можно наполнить цветом, градиентом, текстурой и т.п. каждый объект может независимо перемещаться на странице, т.е. все объекты можно переорганизовывать, накладывая сверху или перемещать в нижний уровень. Изменяя позиции точек и путей соединения, можно изменять формы и векторы.

На этой странице: Даже изображения с очевидно «грубыми» контурами благодаря векторному построению только выигрывают. Этот логотип для Chronicle Book был сильно увеличен из исходного, тоже маленького, файла Adobe Illustrator (внизу), но сохранил четкую, чистую форму. С мелкомасштабным растровым файлом такой номер не прошел бы.

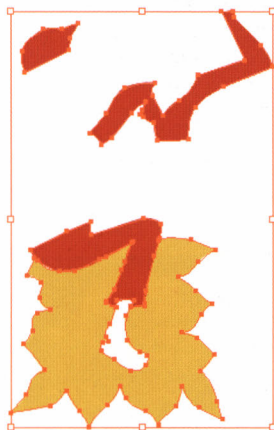


Векторы — идеальный инструмент для описания контура букв, да и, собственно, файлы шрифтов — это набор контурных векторов. Векторы позволяют масштабировать изображения для веб-пространства, и для печати. Когда векторное изображение масштабируют, математические формулы заново позиционируют все точки и векторы, чтобы сохранить оригинальные взаимоотношения между ними. Объекты, описанные контурной информацией, не занимают много памяти, поскольку для описания сложных форм и цветовой заливки используется достаточно небольшое количество цифр. К сожалению, векторы не могут воспроизводить фото-реалистичные изображения. Для реализма требуется постоянное изменение описания тона и цвета, которое в достаточной степени может выполняться только минимальными изменениями пиксельного цвета.



Вверху: Основы векторных форм — точки, соединенные прямыми или кривыми линиями, которые контролируются либо передвижением точек, либо подгонкой кривых между ними с помощью изменения уровня кривизны. Во всех чертежных программах используется именно такой способ для «рисования» простых или сложных форм. Обязательно отшлифуйте использование таких инструментов, как Path или Pen, поскольку они абсолютно необходимы для создания цифровых изображений.

Внизу: Памела Гисмар из Chronicle Book раскрасила юмористические иллюстрации Торины Роуз к книге «Офисная Кама Сутра», используя преимущества прозрачных цветов программы Illustrator 9.



ВЕКТОРЫ И РАСТРЫ

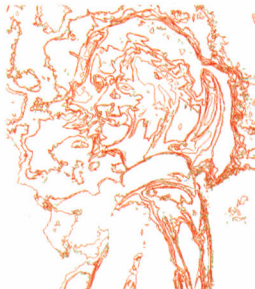
Большинство графических программ может работать и с векторами, и с растрами, хотя в них используются разные технологии создания изображений. Как правило, в программе доминирует та или иная технология. Например, все верстальные программы в основном векторные, но в них можно импортировать растровые картинки. Растр обычно находится в заполните типа «Picture box», может иметь или не иметь видимой рамки. Векторные объекты, например, типографические элементы, графические формы, линии, логотипы могут лежать под или поверх импортированных изображений.

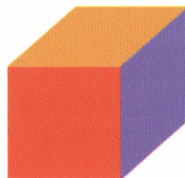
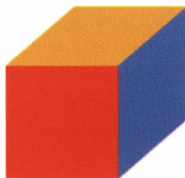
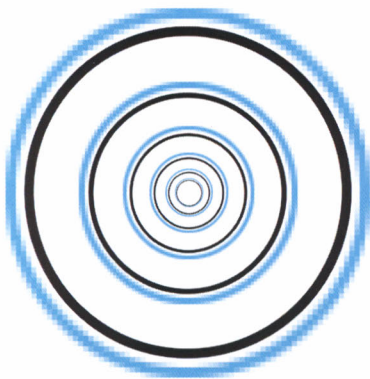
Если не учитывать, что изображение, состоящее из сетки пикселей, кардинально отличается от векторного изображения, части которого описываются как контуры и заполненные формы, можно легко запутаться и недоумевать, почему определенные функции

программы не работают с обоими типами изображений.

В верстальных программах есть функции, позволяющие в значительной степени контролировать импортированные растровые изображения, помимо примитивного изменения формы или размера и добавления оттенков. Они уже позволяют довольно эффективно интегрировать растровые и векторные элементы, хотя не так хорошо, как Photoshop. InDesign более прогрессивен в этой области. Adobe Illustrator, Free Hand и Corel DRAW, все чертежные программы, могут модифицировать импортированные растровые изображения, пропуская их через фильтры, а так же

Внизу: На рисунке вы видите перевод растрового изображения в векторный файл с помощью размещения точек и создания контуров вокруг значимых областей тона и/или цвета. Получившиеся контуры можно заполнить цветом, используя приложения типа Illustrator.





Слева: Серии кругов увеличивающегося размера из одного растрового файла и одного векторного. Несложно угадать, какие круги из какого файла.

Вверху: Куб, нарисованный в векторном приложении (слева), «растрировали» при открытии файла в Photoshop (справа), конвертировав векторную графику в пиксельное изображение.

Справа: Векторный (слева) и растровый (справа) варианты. Чтобы поддержать одинаковый уровень качества воспроизведения при увеличении до 200%, растровое изображение нужно сканировать с более высоким разрешением, что приведет к существенному увеличению размера файла. Тот же векторный же файл можно использовать в любом размере. Растровые изображения создают гладкие переходы от оттенка к оттенку; формы векторных изображений обычно очень четкие и резкие.



способны конвертировать векторные объекты в растровые. После растеризации векторная информация теряется, и в результате остается только набор пикселей.

Photoshop — растровая программа, обладает продвинутым векторным инструментарием. Один из инструментов, например, позволяет сделать аккуратные и гладкие подборы с помощью путей (векторов). Кроме

того, можно создавать текст, используя векторную информацию из шрифтовых файлов, и они все равно будут редактируемыми. Но в конце концов векторы и текст придется конвертировать в растр, прежде чем они будут полностью интегрированы в изображение.

Illustrator, FreeHand и CorelDRAW могут обрабатывать растровые изображения и производить векторные с изменением цвета и тона.

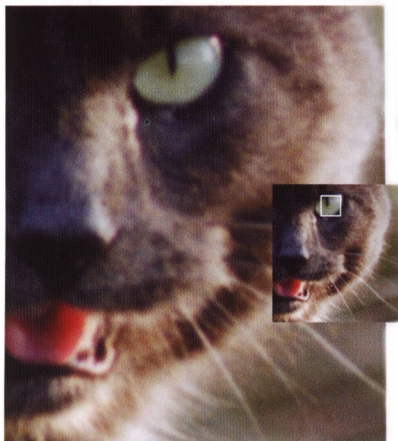
СКАНИРОВАНИЕ И РАЗРЕШЕНИЕ Чтобы успешно работать с растровыми изображениями, нужно понимать, какие различные, но взаимосвязанные технологии влияют на процесс. При планировании графической работы нужно сначала представить себе конечный результат, а затем начинать планировать подготовительную работу. Иными словами, нужно начать с конца и двигаться к началу.

Сканирование

СКАНИРОВАНИЕ ДЛЯ ПЕЧАТИ

В главе Печать объясняется, как изготавливаются печатные формы для каждого. В четырех- и шестичетной печати цветные области оригинального изображения анализируются для выяснения количества краски на имитацию цвета в каждой конкретной точке. Затем местоположение цветной точки переносится на соответствующую форму в виде крошечных, близко-напечатанных точек. Они образуются в процессе конверсии, который называется растривание. Полноцветные растровые точки различаются по размеру в зависимости от того, сколько «их» цвета требуется для печати конкретной области, но даже самые

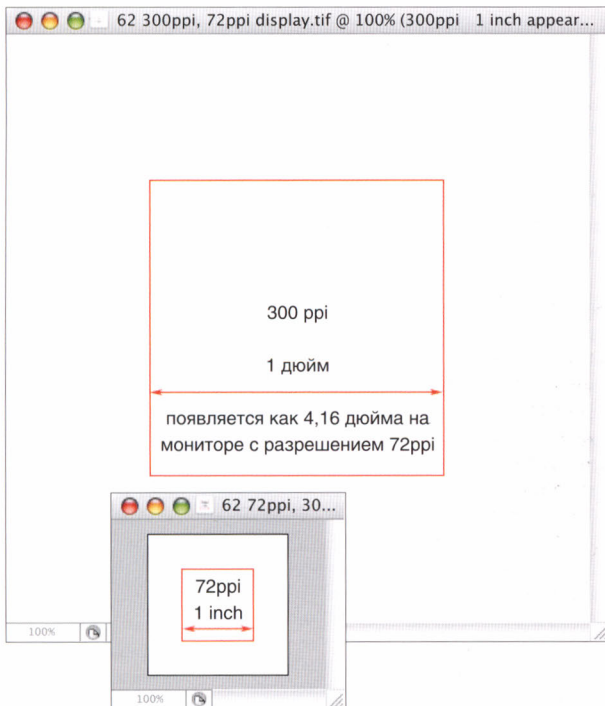
Часто возникает путаница с терминологией, описывающей разрешение. Dpi, ppi, lpi. Обычно непрофессионалы и подобные им профессионалы для описания любого типа разрешения используют термин «dpi» — точек на дюйм (dots per inch). Строго говоря, мы используем термин sample per inch (spi) — образцов на дюйм, когда описываем сканированные растры, но сейчас в основном используется ppi — пиксель на дюйм. Ppi в основном относится к отображению на мониторе, а dpi — к частицам краски, тонера или света, которые используются печатными устройствами для создания изображения. Полутоновые точки, создаваемые из более мелких печатных точек (dpi), организуются в линии, которые создают сетку или линейтуру, поэтому полутоновые растры описываются линиями на дюйм (lpi).



Вверху: Когда вы увеличиваете изображение на мониторе с помощью зума, программное приложение создает квадратики пикселей идентичного цвета, создавая иллюзию увеличения. Пиксели все так же отображаются в значении 72ppi, но создается впечатление, что они «выросли». Тот же самый эффект возникает при печати скана изображения с низким

разрешением, когда не хватает количества пикселей для каждой полутоновой точки. Поэтому соседние полутоновые точки используют ту же информацию и получаются идентичными и по вертикали, и по горизонтали. В результате становятся заметны маленькие, четко очерченные квадратики и картинка становится пикселированной.

Справа: Очень важный момент, при работе в Photoshop: если в нижнем левом углу приложение показывает 100%, это не значит, что вы видите изображение в фактическом размере. Это означает, что монитор отображает каждый сканированный пиксель одним пикселем монитора (пиксель на пиксель). Если, допустим, изображение отсканировано с разрешением 72ppi (как фиксированное разрешение мониторов Mac), тогда появившийся размер будет корректным. Если же сканированное разрешение 300ppi, то монитору потребуется 4,16 дюйма для отображения 300 пикселей, в результате чего получается картинка большего размера. А поскольку смешивать пиксельное разрешение в одном изображении невозможно, то при копировании изображений с переменным разрешением они либо увеличиваются, либо уменьшаются, чтобы соответствовать сетке «главного» изображения.



крупные точки настолько малы, что их сливание с соседними точками практически невозможно заметить, в результате чего получается иллюзия плавного перехода цвета и тона.

Имиджсеттеры (устройства вывода, используемые для генерации копий документа с печатным качеством) имеют разрешение до 3000 точек на дюйм (dpi). Для большинства печатных работ требуются полутоновые точки с разрешением раstra 150 точек на дюйм. Разделив разрешение имиджсеттера на выходное разрешение, мы обнаруживаем, что

имиджсеттер с разрешением 3000 dpi имеет 20 точек для построения самой крупной растровой точки. Поскольку эти соотношения линейные, то самая большая растровая точка (100%) будет 400 точек на пространство (20-титочечный квадрат) и 10% точка будет около 40 точек на пространство. Этого достаточно для отличного качества печати.

В файле дизайнера должны содержаться все детали изображения, чтобы воспроизвести все крошечные полутоновые точки, которые указывают, куда и сколько должно лечь

краски. При цифровой печати и при процессе ДТР–имиджсеттинга, точки, переносимые на форму, переносятся напрямую из файла. В традиционном процессе используется еще одна ступень — имиджсеттер готовит фотографическую негативную пленку, через которую светочувствительная поверхность формы подвергается воздействию света. В этом случае напрямую из файла дизайнера готовится пленка.

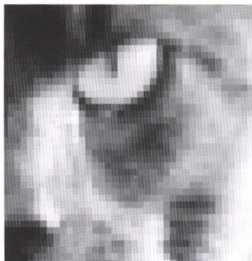
Чтобы на выходе разрешение было 150dpi (разрешение выхода), имиджсеттер должен получить информацию не менее 150 пикселей

Внизу: Идеальное разрешение для печати — 300 ppi (слева). Если разрешение слишком низкое или изображение сильно увеличено, что уменьшает эффективное разрешение, появляется нежелательное пикселирование (в центре).

Если необходимости в создании полутоновых точек нет, как, например, в линейных изображениях, можно сканировать с максимальным разрешением устройства вывода, до 3000 dpi. Но обычно разрешения 600 ppi вполне достаточно для визуального четкого контура (справа).

на дюйм, или ppi (разрешение входа). Если картинка была отсканирована с меньшим разрешением, то имиджсеррет не получит достаточного количества информации. Отсутствие информации заставляет имиджсеттер производить идентичные по размеру полутоновые точки. Например, если из файла поступило только 50ppi (одна треть необходимого линейного разрешения), имиджсеттер, настроенный на 150dpi, должен создать три идентичные точки в вертикальных и горизонтальных рядах. В печатном варианте появится маленький квадратик — группа из 9 идентичных точек — который будет виден даже невооруженным взглядом. Что еще хуже, все изображение будет состоять из таких квадратиков. Единственный способ решения этой проблемы — отсканировать изображение с более высоким разрешением.

Такова теория, но есть еще одна маленькая сложность. Полутоновые точки расположены под углом друг к другу, и угол уникален



Pixel Dimensions: 52k

Width: 148 pixels

Height: 118 pixels

Print Size:

Width: 2.5 cm

Height: 2 cm

Resolution: 150 pixels/inch



Pixel Dimensions: 52k

Width: 148 pixels

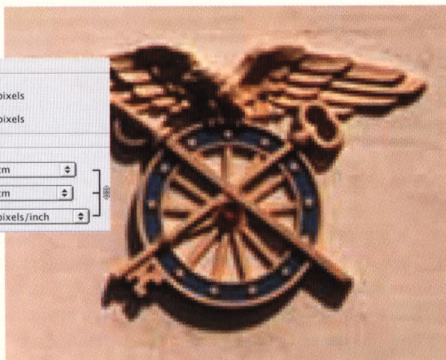
Height: 118 pixels

Print Size:

Width: 5 cm

Height: 4 cm

Resolution: 75 pixels/inch



Pixel Dimensions: 818k

Width: 591 pixels

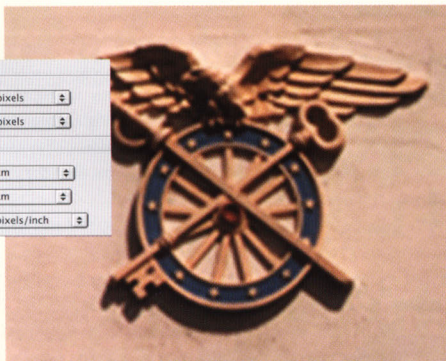
Height: 472 pixels

Print Size:

Width: 5 cm

Height: 4 cm

Resolution: 300 pixels/inch



Слева и в центре: Размер изображения и разрешение связаны между собой. Отсканированное изображение может описываться двумя способами. Первый — количество пикселей по вертикали и горизонтали. Эта информация не диктует размер на печати, просто сообщает, сколько битов информации содержит картинка. Второй — мы можем задать картинке физический размер, т.е. послать информацию печатнику с указанием, какого размера должна быть картинка на печати. Верхний и средний рисунок — это два варианта одной сканированной картинке размером 148 пикселей x 118 пикселей. Физическое описание верхней картинке: 2,5x2 см с разрешением 150ppi, средней картинке: 5x4 см, разрешение 75ppi. Это очень напоминает мозаичный узор на стене, рассматриваемый либо в упор, либо с некоторого расстояния — количество квадратиков, из которых состоит картинка, не меняется, но меняется расстояние, а значит, картинка кажется больше или меньше и, соответственно, более «плавной» или более «грубой».

Чтобы продемонстрировать разницу, нижнюю картинку напечатали того же физического размера, что и среднюю, но сканировали с более высоким разрешением — 300ppi, поэтому ее пиксельный размер 591 пиксель x 472 пикселей.

Сканирование

4

для каждого процесс-колора. Смысл в том, чтобы любой шаблон точек не привлекал взгляд. Поскольку изображения сканируются вертикально и горизонтально, а не под углом, а имиджсеттер выстраивает точки слева направо, то для работы с углом требуется более точная информация на дюйм.

Поэтому изображения рекомендуется сканировать в 1,5 — 2 раза выше предполагаемого разрешения вывода. Для офсетной печати требуются картинки с разрешением 300ppi. Если изображение отсканировано с большим разрешением, проблем с качеством не возникнет, но и принципиального улучшения не будет. Будет тяжелый файл, на обработку которого потребуется больше времени.

Если изображение напечатано сплошным процесс-цветом, не требующим полутоновых точек, то такое изображение называют линейным. Теоретически, наилучший возможный результат для сканирования — 3000ppi. Но это непрактично ввиду размера файла. Хороший результат получится при сканировании линейной работы с разрешением 600-1200ppi.

Разрешение должно соответствовать печатному размеру изображения. Неправильно сканировать изображение с разрешением 300ppi, а затем сильно увеличивать его в программе верстки. В вашем оригинальном файле останется та же информация, но она будет растянута в два-три раза по отношению к оригинальным размерам. А это приведет к

снижению качества. Небольшое увеличение или уменьшение изображения существенно не повлияет на его качество при печати, но все-таки лучше сканировать изображения с учетом размера выхода.

Покупая сканер, уточните реальную величину разрешения. Некоторые производители указывают очень высокие значения разрешения, вот только достигается оно за счет интерполяции — программа пересчитывает наилучший актуальный результат и добавляет пиксели на дюйм. Интерполяция сглаживает изображение, но не прочитывает мельчайшие детали, поэтому судите по «оптическому», а не «интерполированному» результату. Интерполяция происходит и в том случае, если изображение или его части были трансформированы или повернуты. Иногда из-за поджимающих сроков сдачи работы или недоступности оригинального изображения, дизайнер вынужден повышать разрешение картинки прямо в файле. Photoshop позволяет интерполировать и увеличивать количество пикселей в изображении; если уж возникла крайняя необходимость, для лучшего результата используйте бикубический метод.

ДЛЯ ВЕБ ПРОСТРАНСТВА

Вопросы, связанные с разрешением изображений для использования в Сети или мультимедиа, решаются более просто, поскольку дизайнер знает, что пользователь будет просматривать изображение на мониторе, во

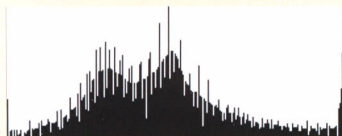


Настройка до сканирования.

Сравните, насколько отличаются результаты при подгонке уровней и применении кривых в момент сканирования и в готовом скане в Photoshop. Гистограмма предварительно настроенного скана выглядит полной, а обработанного в Photoshop явно страдает от недостатка информации, хотя манипуляции были одинаковые в обоих случаях.



«Острая» гистограмма четко показывает количество потерянной цветовой информации при обработке уже готового скана в Photoshop.



многом похожем на его собственный. При 96ppi — приблизительном разрешении большинства PC-мониторов — изображения содержат 9,216 пикселей на квадратный дюйм, то есть десятую часть размера файла в 300ppi. Помимо того, что размер файла и так уменьшен для передачи по Сети, это еще означает, что программы будут быстрее обрабатывать файлы.

Полосатость часто возникает от чрезмерной обработки изображений после сканирования, а именно подгонки уровней или установки кривых.

Просматривайте и подгоняйте уровни или кривые уже в настройках сканера, до начала сканирования.

Сканирование слайдов.

Чтобы отсканировать слайды в настольном планшетном сканере, вам потребуется адаптер для слайдов со вторым источником света. Адаптер устанавливается на планшет сканера и движется вдоль слайда, просвечивая его на сенсор, который движется на шаг позади.

Сканы 35 мм слайдов обычно получаются не очень хорошо, т.к. настольные сканеры не предназначены для сканирования таких маленьких объектов, которые к тому же сложно плотно прижать к стеклу, поэтому изображение получается слегка несфокусированным.

Попробуйте использовать специальный сканер для слайдов. Встроенные линзы и сенсоры с очень высоким разрешением позволяют получать изображения, пригодные для размера 8x5 дюймов и даже больше при хорошем разрешении. Это уже узкоспециальные приборы и, если не ограничиваются форматом 35 мм, обычно очень дорогие.

РАБОТА С РАСТРОВЫМИ ИЗОБРАЖЕНИЯМИ В РИСОВАЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ

Работа с растровыми изображениями требует большей гибкости, чем работа с объектными, структурированными векторными формами. То, что мы называем «инструменты рисования», помогает разными способами изменять целые поля крошечных пикселей.

Инструменты обработки изображений

4

Выбираете ли вы инструмент ластик, карандаш или различные типы кисти, все они квалифицируются как «кисть». «Диаметр» кисти — размер площади ее действия — измеряется в пикселях. Кисти обладают разными уровнями прозрачности, чтобы задать, насколько цвет «кисти» покрывает исходные пиксели. Цвет выбирается установкой текущего цвета переднего плана, хотя некоторые кисти могут использовать фоновый цвет или даже предустановленную цветовую схему.

Кисти можно устанавливать как «перо», состоящее из эллипса (масштабируемая

векторная форма), которому можно задать угол для каллиграфического эффекта, или небольшого растрового изображения, которое повторяется вдоль проводимого вами штриха.

Графический планшет — это панель в пластиковом корпусе, размер которой варьируется от формата А6 до формата А2 (хотя «активная область» меньше) и стилус, который держат как обычную ручку. Когда вы прикасаетесь стилусом к поверхности и двигаете его, местоположение стилуса передается на компьютер. Этот и другие параметры: давление (сила нажатия), наклон (угол, под которым вы держите стилус) и т.п. — могут быть заданы в контрольных установках «кисти» и помогают добиваться очень тонкого воздействия.

КЛОНИРОВАНИЕ

Инструмент клонирования — специальная форма кисти, которую иногда называют штамп (Rubber Stamp). Штапом вы выбираете точку изображения, которая будет «источником». Когда вы начинаете рисовать, копируются пиксели, окружающие эту точку, и вы можете копировать одну часть изображения поверх другой. Поскольку эффект получается плавным, без видимых границ, вы

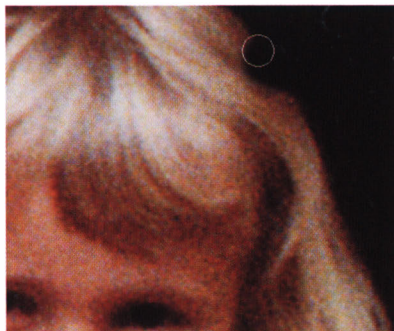


Слева: Три основные рисовальные инструмента Photoshop — Brush, Pencil и Airbrush. Особого внимания заслуживает стандартная установка «сглаживание» в инструментах Brush и Airbrush. Сглаживание — это техника, используемая программой для размещения промежуточных пикселей более светлого тона на границе двух цветов, чтобы создать эффект плавного перехода. Сглаживание воспроизводит процессы человеческого глаза и помогает создавать фотореалистичные изображения.



Вверху и внизу: Трансформации в Photoshop включают масштабирование, ротацию, искривление и перспективу.

Палитра History показывает каждый шаг и, в случае необходимости, позволяет вернуться на несколько шагов назад.



Вверху: Пожалуй, самый полезный инструмент в вооружении Photoshop — инструмент Rubber Stamp (Cloning), который позволяет «повторить» одну часть изображения поверх другой. Комбинируя размер и прозрачность кисти, можно удалить нежелательный

материал и заменить его другими, формирующими изображение пикселями. Кружочек на картинке показывает размер активного штампа.

можете подобным образом закрыть нежелательные элементы на фотографии, или удалить царапины и пятна на сканах, и результат вмешательства будет незаметен.

ВЫДЕЛЕНИЕ

Для изоляции участка изображения, который вы хотите редактировать, существует несколько инструментов выделения, в том числе прямоугольный или эллиптический шатель, лассо и волшебная палочка. Край выделенной области можно «распустить», чтобы не было резкой границы. К этой области можно затем применить выравнивание или эффект, или использовать ее как маску: кисти не работают вне выделенной области.

Инструменты обработки изображений

ТРАНСФОРМАЦИИ

Меню Photoshop позволяет вращать, отражать, искривлять или инвертировать (выворачивать цвет) все изображение или выделенные области. Возможны и более сложные трансформации.

ПОЛНОЕ ВЫРАВНИВАНИЕ ЦВЕТА

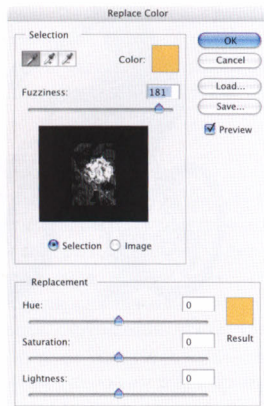
Полное выравнивание цвета позволяет дизайнеру изменять изображение целиком или выделенные его части: баланс цвета, яркость и контраст, уровень насыщенности, размещение цвета, и общие тонкие настройки. Эффект регулируется в диалоговом окне, и на основе внесенных данных программа рассчитывает и выполняет выравнивание.

УРОВНИ

Уровни нужны для монтажа и для того, чтобы внести дополнения или изменения в картинку, не производя необратимых изменений. Добавить уровень — это как будто вы положили на изображение прозрачную пленку и рисуете на ней. Оригинальное изображение видно сквозь уровень, а части пленки можно вырезать. Области уровня можно не удалять, а «маскировать», чтобы нижележащее изображение стало видимым.

Внизу: функция Replace Color в Photoshop позволяет внести некоторые изменения цвета в изображении (манипулируя оттенком, насыщенностью и

светлотой), не изменяя другие тона. Fuzziness control ограничивает область, подвергающуюся изменениям.



АЛЬФА КАНАЛ И МАСКИ

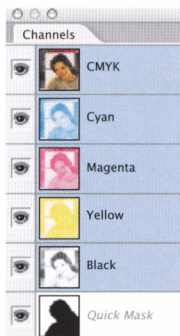
Цветное файловое изображение имеет «каналы», посвященные каждому из основных цветов (RGB или CMYK) экстра каналы — альфа каналы — используются для хранения масок как полупрозрачных изображений. Маска может предоставлять выбор: области, в каналах которых есть белый, выделены, области, в каналах которых черный, не выделены, а области серого выделены частично (т.е. при любой подгонке или применении спецэффекта эффект будет частичным, т.к. будет снижена его прозрачность). То есть вы можете использовать альфа каналы для сохранения выбора, сделанного инструментами выбора. Альфа канал, сохраненный в окончательном файле с изображением, можно «открыть» программой верстки для создания «мягких контуров», когда несимметрично сформированные изображения накладываются поверх остальной графики или текста и «спаиваются» по краям без видимых границ.

АТРИБУТЫ ЦВЕТА И СМЕШИВАНИЕ

Если вы вводите цвет с помощью кисти или заливки, можно рисовать с помощью атрибутов цвета, а не цветом. Например, если в палитре выбран сияющий красный и кисть настроена на смешивающий режим Luminosity (яркость), пиксели не превратятся в красные, а просто станут более яркими или более темными, чтобы соответствовать яркости красного цвета. Если же цвет применяется в режиме Color blending mode, пиксели изменят оттенок, но высветленные и затемненные участки изображения останутся без изменения. Существует много разных режимов смешивания, каждый из которых по своему воздействует на пиксели.

ФИЛЬТРЫ СПЕЦЭФФЕКТОВ

Фильтры применяются к изображениям или выделенным областям, позволяя быстро создать интересный необычный эффект. В Photoshop и других редакторах изображений существует много полезных стандартных фильтров, многие из которых четко контролируются несколькими параметрами, задаваемыми числами или перемещением ползунка в диалоговом окне. Возможен просмотр в реальном времени, так что вы можете поправить эффект «на глаз» прежде чем примените его к изображению. Многие фильтры предоставляются сторонними производителями.



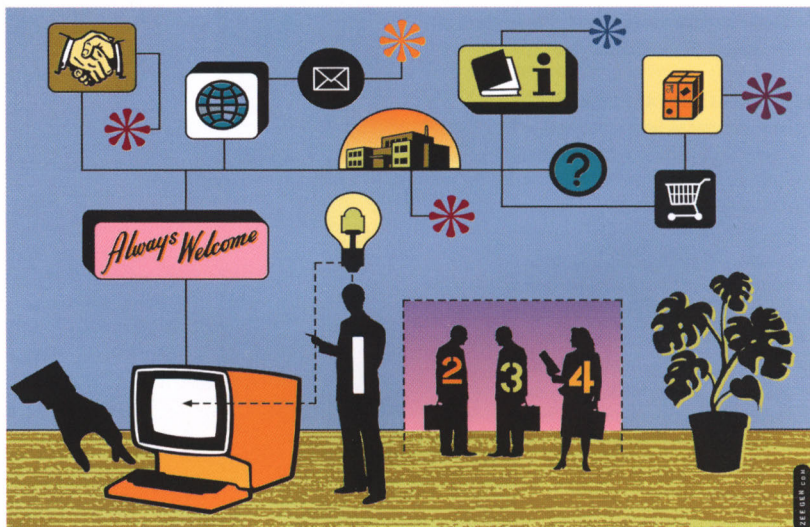
Слева и сверху: Прелесть масок в том, что их можно сохранить и использовать в любой момент, чтобы выделить определенную область изображения. Более того, маску можно добавить или вычесть, используя обычные рисовальные инструменты, размер кисти и/или непрозрачности. Факультативно маска может показываться как оттенок красного, для редактирования с видимым изображением.

РАБОТА С ВЕКТОРНЫМИ ПРОГРАММАМИ Векторы, используемые в программах, называются кривые Безье. Все векторные программы управляют кривыми Безье похожим образом: с помощью инструмента «перо» пользователь устанавливает на странице серию точек, которые автоматически соединяются линиями.

Инструменты векторных рисунков

4 Форма линий определяется типом манипуляций с пером — перетаскиванием и щелчком мыши. При активировании каждой точки, или узла, отображается одна или две непечатаемые «метки». Точку можно выбрать позже, а метками модифицировать кривые. И даже точки можно полностью репозиционировать при желании.

Векторные программы предлагают множество инструментов для создания сложных форм или для ускорения выполнения трудоемких задач. Не все инструменты в программах одинаковы, хотя у многих похожие характеристики. Так же могут различаться меню программ, используемая терминология и графическое отображение инструментов.



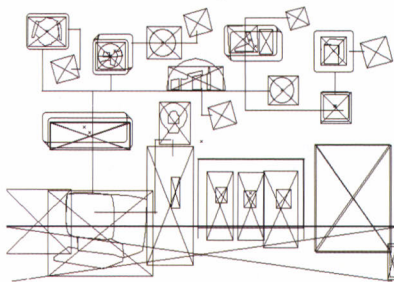
Например, и Adobe Illustrator, и FreeHand переводят шрифт в точки и векторы; в Illustrator операция называется Create Outlines, а в FreeHand — Convert to Paths.

Файл должен быть сохранен в «родном» формате вашей чертежной программы, чтобы потом сохраненную информацию можно было прочитать. Для переноса в другую программу, например, пакет DTP, весь шрифт нужно перевести в кривые и сохранить работу в формате EPS. Родной формат программы Illustrator — это адаптация данного стандартного формата, и файлы, созданные в ранних версиях Illustrator могут читаться другими программами. Расширенные функциональные возможности, недавно внедренные в пакет, не могут сохраняться как обычный PostScript. Их можно экспортировать как EPS с переводом определенных эффектов в более простые векторы (с тем же конечным визуальным результатом, но больше не подлежащими редактированию) и другими растровыми изображениями внутри файла.

На противоположной странице и внизу: Иллюстратор Лоуренс Зиген использует FreeHand, собирая и обрабатывая комбинацию растровых и векторных изображений.

Если изобразить это в виде «чертежа», сразу становится видна вся структура и макет объектно-ориентированных компонентов.

ДИЗАЙН ЗИГЕН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



СОЗДАНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Возможности, предлагаемые векторными программами

• Типографические функции совместимы с аналогичными функциями верстальных программ, можно применять форматирование символов и параграфов, интервалы, а так же верстальные функции.

• Текст можно конвертировать в кривые и использовать буквы как обычные рисованные объекты.

• Формам можно задать штрихи (цветной контур), наполнение, вращать, наклонять, искажать, дублировать, зеркально отражать, масштабировать и добавлять. Так же формы можно группировать, «сплавлять», обрезать и использовать для обрезки других форм, использовать как маски, как контейнеры для фотографий и для создания шаблонов.

• Определяемая пользователем цветовая палитра может состоять из RGB, CMYK HSB-моделей, а так же из библиотек цвета, например, PANTONE.

• Для поддержания конструкции изображения можно использовать направляющие, сетки и виды. Виды типа режима «artwork» показывают только точки и кривые без цвета и наполнения, помогая выверить чрезвычайно сложные картинку и ускорить визуализацию.

• Для построения изображений в когерентных группах можно использовать уровни. Уровни можно блокировать от случайного стирания, а так же можно спрятать при работе над другими уровнями.

• Доступны многочисленные фильтры для создания спецэффектов с формами или группами форм.

• Формы и группы форм можно растровать и использовать с импортированными растровыми изображениями.

• Ряд фильтров «только для растра» можно применить к любому импортированному растровому или растрованному изображению.

• В качестве морфинг-техники к двум формам можно использовать многочисленные «блендеры».

• Инструменты выравнивания и пространственной разбивки помогают быстро организовать неодинаковые элементы.



СПРАВОЧНИК

■ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА

■ СПРАВОЧНИК

■ ГЛОССАРИЙ

■ БЛАГОДАРНОСТИ

5



Профессиональная практика

5

Менеджер дизайн-студии, или любой человек, занимающий похожую должность, находится в самом центре очень сложных взаимоотношений. Чтобы процесс шел гладко, этими взаимоотношениями нужно оперативно управлять. Иногда кажется, что вы должны быть одновременно и оператором службы управления воздушным движением, и дипломатом, и путешествующим коммивояжером, чтобы все были довольны и процесс не буксовал.

БУДЬТЕ ЧЕСТНЫ

Вы должны быть готовы найти подход к любому человеку и выстроить индивидуальный тип рабочих отношений. В некоторых случаях вы можете сэкономить на правде: сроки сдачи проекта для клиента, печатника, ваших сотрудников и фрилансеров могут, скажем так, слегка отличаться. Тем не менее, ситуация не должна выходить из под контроля. Быть частью коллектива и скрывать правду достаточно сложно. Поэтому все же старайтесь быть собой и придерживайтесь фактов. В любом случае, в ваших же интересах быть предельно четким в вопросах расходов. Отсутствие ясности в финансовых вопросах гарантированно отобьет у людей желание работать с вами.

БУДЬТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫ

Мало что может быть хуже воспринято коллективом, чем фаворитизм со стороны менеджера. Любая непоследовательность особенно быстро становится заметна при внутрифирменных взаимодействиях. Если вы объявили, что собираетесь что-то сделать, обязательно это сделайте; тогда вы сможете ожидать того же от других.

БУДЬТЕ УБЕДИТЕЛЬНЫ

Лучше с самого начала объяснить, чего вы ожидаете от отношений; позже уже сложнее предъявлять новые требования. Всегда соблюдайте свою часть договора. Если ситуация начинает ухудшаться, сразу же вмешайтесь, не дожидаясь кризиса.

БУДЬТЕ ОРГАНИЗОВАННЫ

Обязательно ведите полный учет по текущему проекту: расходы, бюджет, цены, расписание — все данные должны быть актуальными и всегда под рукой. Если вы сами «не ловите мышей», то не удивляйтесь, что другие тоже этого не делают.

Если возникают проблемы, предлагайте решения. Каждый сотрудник должен четко знать, где начинаются и где заканчиваются его обязанности и ответственность, и перед

кем он отчитывается. Помните, что «ответственность» именно это и означает — вы не просто нагружаете людей работой, но и требуете от них ответственности, с определенными ограничениями, конечно, за то, как эта работа выполняется. Не вмешивайтесь и не злитесь по пустякам, ваше негодование должно соответствовать серьезности проблемы. Быть организованным и уметь делегировать полномочия не значит, что нужно вникать в мельчайшие детали работы каждого сотрудника.

БУДЬТЕ ПОЗИТИВНЫ

Ваша главная задача — выполнить работу высококачественно, вовремя и в рамках бюджета. Возможно, конечно, хотя порой и непросто, успеть сделать все и одновременно дать почувствовать всем участникам проекта, что их работу ценят и они получают за нее достойное вознаграждение. Иногда агрессивное, манипуляторное или

Внизу: Менеджер студии — это центр всех взаимоотношений профессиональной деятельности дизайн-студии. Чтобы держать ситуацию под кон-

тролем и поддерживать рабочий процесс, вам нужно быть спокойным, честным и убедительным в любой ситуации.

мелодраматическое поведение кажется единственным способом продвигать проект, но чаще всего такой стиль ведет к разочарованию. Если вы захотите в следующий раз пригласить к сотрудничеству тех же людей, вряд ли они ответят вам взаимностью.

ЕСЛИ ВЫ ФРИЛАНСЕР

Большая часть того, что написано про бизнес-поведение менеджера, относится и к фрилансеру. Но есть и кое-что еще:

- В любых отношениях руководствуйтесь принципом «поступайте с людьми так, как вам хотелось бы, чтобы они поступали с вами». Если ваше отношение к другим непрофессионально, можете ли требовать от них чего-то другого?
- Четко устанавливайте расценки. Оговаривайте цену за возможную дополнительную работу и предупреждайте клиента до того, как выставите ему счет.
- Договоритесь о вашей ответственности и убедитесь, что у вас есть все необходимые данные по проекту.
- Ваши счета должны быть прозрачными и четкими. Договоритесь, кому конкретно вы их посылаете и конкретизируйте название работы и ее номер. Будьте вежливы с сотрудниками финансового отдела клиента.
- Сразу же оговорите вопросы передачи авторских прав.



ЕСЛИ ВЫ НАНИМАЕТЕ ФРИЛАНСЕРОВ

Одно из основных преимуществ фрилансеров или независимых подрядчиков заключается в том, что они работают где-то еще, а, значит, вам не нужно оплачивать телефонные счета, поездки и прочие расходы, кроме оговоренного гонорара. Впрочем, иногда вам требуется, чтобы фрилансер поработал в офисе, и тогда вы должны предоставить ему оборудование и материалы для работы. В любом случае вам нужен своего рода контракт. В нем вы оговорите условия, тем более что договор все-равно нужен, согласно закону о контрактах.

ДОГОВОРНЫЕ УСЛОВИЯ

Согласуйте стандартные условия с юристом и вносите их мелким шрифтом во все соглашения. Сделайте крупную приписку, чтобы привлечь внимание к мелкому шрифту. Помните, что большинство проблем возникает из-за недопонимания в самом начале. Согласуйте детали, письменно подтвердите соглашение и придерживайтесь его. В дизайнерском контракте должны быть освещены следующие аспекты:

ПЕРЕДАЧА АВТОРСКИХ ПРАВ

Четко договоритесь, кто владеет конечной работой. Факт оплаты работы не означает, что к вам автоматически переходят авторские права: по закону должен быть оформлен факт передачи.

Фрилансер должен подтвердить, что при выполнении работы он/она не нарушил(а) ничьих авторских прав и освободил(а) вас от ответственности за свои действия.

КАЧЕСТВО И ДОСТАВКА

Уточните, что требуется, к какому сроку и в каком формате. Требуйте от фрилансеров «приложить все усилия» чтобы избежать ошибок и уточните, что задержки по срокам или не соответствующая стандартам работа приведут к снижению гонорара.

УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ

Самый простой вариант оплаты — по факту, т.е. когда фрилансер получает оплату по выполнению работы. Для долгосрочных проектов разумнее платить поэтапно, но тогда четко оговорите этапы. Формулировки типа «когда будет выполнено 50% работы» сложно поддаются определению. Оплату можно приурочить к каким-то событиям или договориться о собственных «знаках».

ОТКАЗ ОТ ОПЛАТЫ

Иногда фрилансеры требуют оплатить работу, которая была выполнена, но не принята как неподходящая. Насколько обоснованы такие требования, зависит от того, на какой стороне вы находитесь. Если ваша политика — не платить, заявите об этом в самом начале. Если возможны варианты, договоритесь о деталях до начала работ.

РАБОТА С КЛИЕНТОМ

Большая часть информации на этой странице касается взаимоотношений с клиентом: не только того, она описывает ваши отношения с поставщиками и сотрудниками. Представьте, что картограф запоздал с картой и приносит горячие извинения. Представьте своего клиента, который благодарит вас за отличную работу. Как вы будете чувствовать себя в каждом случае?

НАЙТИ ПОДХОД

Первое впечатление, плохое или хорошее, трудно изменить. Лучше быть слишком формальным, чем слишком дружелюбным. Эмпатия — ключ к хорошим взаимоотношениям. Постарайтесь обращаться с вашим клиентом так, как вам хотелось бы, чтобы обращались с вами, будь вы на его месте. Ключевые моменты таковы:

Внизу: Попробуйте осветить все вопросы в контракте максимально четко, но старайтесь, чтобы он не выглядел слишком пугающим. Ваша задача, чтобы клиент понял такие аспекты, как

внесение изменений или отклонение от начального курса в середине проекта или задержка сроков. Выберите правильный баланс, и ваши отношения получат неплохое начало.

- Слушайте клиента
- Постарайтесь понять, что ему нужно
- Делайте то, что вы обещаете сделать
- Обеспечьте хороший контакт с клиентом
- Не относитесь к требованиям клиента как к проблемам

КОНТРАКТЫ

Ваша работа должна быть письменно подтверждена. Если ваш договор четкий, логичный и аккуратный, то такое же впечатление будет и о вас. Включите в договор:

- Что конкретно вы будете делать и сколько это будет стоить.
- Что вы делать не будете, например, сканировать и ретушировать изображения.
- Что вы в принципе можете сделать, но за эту работу будет отдельная цена — например, поиск картинок или заказ фотографий.
- Расписание и формат, в котором будут предоставляться материалы.

Если у вас возникнут разногласия, контракт будет доказательством ваших соглашений. Но не переусердствуйте с описанием возможных проблем, иначе клиент заподозрит, что все ваши проекты заканчиваются провалом.

Экстра расходы. Если для проекта потребуются новые фотографии, мы прибавим к счету 10000р. за каждый 8-часовой рабочий день фото-съемки с художественным руководством. Обо всех дополнительных расходах клиент будет предупрежден заранее.

3. Порядок оплаты

Счет за каждый лифлет/плакат выставляется по окончании работы. Оплата должна быть произведена в течение 15 дней с момента получения счета.

4. Отказы/отмена проекта

Клиент не должен необоснованно откладывать принятие, или оплату проекта. Если в какой-то момент до завершения работы клиент не одобрил план дизайна, мы должны быть немедленно поставлены об этом в известность.

или если вам потребовался аутсорсинг, вам нужны точные сроки. Иногда таблицы учета требуются вышестоящим инстанциям, например, совету директоров, чтобы решить, стоит ли какие-то участки работы перевести на аутсорсинг. Если так, не скрывайте правду от персонала. Часто можно использовать специальные программы по управлению проектами или составлению таблицей.

Особенно программы таблицей полезны для фрилансеров. Программа подскажет, что нужно зафиксировать часы, предупредит о встрече и даже будет включать каждый час будильник, напоминая о времени.

Предполагается, что все выставленные вам счета должным образом фиксируются. Время, самый дорогой компонент проекта. Остались «накладные расходы» или «расходные материалы», на долю которых могут приходиться значительные, не заложенные бюджетом суммы, которые всплывают практически во всех проектах. Часто не стоит даже пытаться распределить эти расходы — например, бумагу или тонер. Но в совокупности могут набегать значительные суммы за:

- Расходные материалы для цветных принтеров (чернила и мелованная бумага)
- Интернет трафик
- Курьеры и почтовые отправления
- Поездки и развлечения

Даже если вы неставляете клиенту отдельный счет за эти «расходные материалы», часто имеет смысл распределить и включить эти затраты в проект. Тем более, что ваш финансовый отдел потребует эту информацию, а вам будет проще иметь распечатанное «свидетельство» затрат для, допустим, повторного тиража или для похожего проекта в будущем.

Все записи, которые вы ведете по проекту, по окончании работы нужно заархивировать: иметь печатную копию переписки, условий, образцов, расценок и, пока работа не оплачена, подтверждения и доказательства. И копию законченной работы. В идеале поддержать печатный вариант электронным, сохранив информацию на компьютере. Доступ к подобной информации часто помогает сохранить время и деньги в будущем.

Выделенное время оплачивается напрямую клиентом

Потраченное время, разделенное на разумные единицы: поскольку час делится на 5 промежутков по 12 минут, 12 минут используются как единицы отсчета.

Вт 02/03	Ср 03/03	Чт 04/03	Пт 05/03	Сб Вс	Итого
1	-	-	5	2	11
1	2.5	Off sick	1.5	-	1.5
-	-	-	-	-	5
-	-	-	-	-	2
3	1	-	0.5	-	5

код — используется для распределения работы по заданиям. Так, E — может быть редакторская работа: E1 — корректура, E2 — тексты и т.д. A — администрация, D — дизайн, S — отдел продаж и т.п.

Общее время по сумме рядов (задачи) и колонок (дни).

Контрольные вопросы по ведению таблицей

- Будьте последовательны — таблицы должны вести все
- Не допускайте, чтобы заполнение и анализ таблицей сами по себе превращались в затратную по времени процедуру.
- Изучайте результаты и обсуждайте их с персоналом
- Помните, что вы анализируете задачу — не человека, который ее выполняет
- Цифры — это только средства для подведения итога

ДЕЛОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ Фиксируя финансовые и временные затраты конкретного проекта, вы сможете в будущем еще лучше их спланировать.

Записи и таблицы

Производство любой вещи требует определенных ресурсов. Грубо говоря, прибыль — это разница между полученным вознаграждением и произведенными затратами. У дизайнера главная статья расходов — время: ваше, ваших сотрудников и фрилансеров. В самом начале работы вы должны подсчитать, сколько часов вы потратите на проект и продолжать контролировать часы уже в процессе работы. По завершении проекта вы подсчитываете, насколько прибыльными оказались эти часы.

Если работа оплачивается по фиксированной ставке, клиенту все равно, сколько на нее потрачено часов. Если для выполнения работы вы привлекли подрядчиков на схожих условиях, то вам тоже все равно. Но иногда ситуация кардинально меняется. Табель учета времени становится необходим, когда:

- У клиента почасовая оплата вашей работы
- Вы работаете над регулярными изданиями
- Вы нанимаете персонал

Вы можете попросить сотрудников самостоятельно вести таблицу учета времени, что, в принципе, разумно и логично. Но при неправильном подходе проблем не избежать. У кого-то возникнут вопросы типа: А для чего на самом деле это нужно? Кто будет это проверять? Как это отразится лично на мне?

Будьте готовы разъяснить персоналу преимущества мониторинга. На самом деле мониторинг работы — вещь полезная и эффективная. Собранную информацию можно проанализировать и в будущем использовать для корректировки каких-либо процессов. Кроме того, дайте понять, что записи ведутся для того, чтобы выгодно было всем.

Если вы занимаетесь регулярными публикациями, то должны точно знать, сколько времени занимает каждая стадия процесса. Наверное, в некоторых случаях можно сказать, что «весь процесс займет три недели», но в случаях болезни или ухода сотрудников,

Справа: Образец таблицы учета времени для Джейн Смит, которая занимается несколькими проектами в отделе производства. Эта таблица позволяет анализировать время по заданиям и по проектам. Эта информация бесценна для внутренних и внешних финансовых счетов; при планировании проектов в будущем; при планировании аутсорсинга всего или части проекта.

задачи	
Джейн Смит	Неделя 9
03/445	получение пробных отливок
03/445	фотосессия
03/460	получение пробных отливок
03/461	совещание
03/461	коррекция
номер работы	

ВАЖНОСТЬ МОДЕЛИ РАБОЧЕГО ПОТОКА В любой работе есть начало, середина и конец, и каждый этап нужно продумать заранее.

Создание модели рабочего процесса

5

Процесс дизайна похож на путешествие на поезде — проезжаются определенные «станции», о которых известно заранее и которые можно оценить, когда они остались позади. На самом деле, многие дизайн-проекты — это не один, а несколько поездов: один — редакторская часть, другой — графика, третий — дизайн и т.п., и каждый поезд движется со своей скоростью, по своему пути и встречает свои собственные препятствия. Но на важных станциях поезда обязательно должны встречаться.

Единственная проблема заключается в том, что одни стадии могут накладываться друг на друга, не мешая остальному процессу, а другие нет. Например, определенные

главы книги еще могут дописываться, когда другие уже внесены в макет, но процесс макетирования не может начаться, пока не решен вопрос с дизайном, и не поступила часть текстов.

ПРИНЦИПЫ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА

Не важно, компьютеризирован ваш рабочий процесс или ведется от руки, важно, чтобы он был четким. Многие привязывают определенные периоды времени к выполнению конкретных задач. Детали могут варьироваться, но каждому участнику должно быть ясно, что расписание контролируется и обновляется последовательно и практично, в соответствии с задачами процесса. Нет

ПРОЕКТ	ПОРУЧЕН	ДОСТАВКА	ВЫВОД	КОПИЯ	ГРАФИКА	МАКЕТ
445/ PLC Ф. Стиль	27/7 LUCY	28/8 Москва	на печать	27/7 Лондон	список позиций	на основе старого стиля

смысла поручать кому-то выполнить задание к определенному сроку, и не реагировать, если задание не выполнено в срок.

Кроме всего прочего, рабочая модель должна быть простой в использовании и несложной для оценки. Если обновления будут вносить несколько человек, объясните им важность поручения и как именно работает рабочая модель. Лучше не создавать настолько сложные модели, что никто, кроме их создателя, не сможет в них разобраться — а если этого человека не окажется на рабочем месте в нужный момент?

ПРОСТЫЕ МОДЕЛИ

Таблица рабочей модели на рисунке внизу подойдет для достаточно простого проекта, например, создание брошюры, или может быть частью большой таблицы, охватывающей несколько проектов. Таблица — это краткое содержание проекта — что уже сделано и что еще предстоит сделать, а контролирует процесс в нашем случае Люси Б. Подобные таблицы можно использовать в качестве ссылок, если нужно еще раз просмотреть какие-то этапы работы.

«Станции» рабочего процесса

Любая модель рабочего процесса должна идентифицировать «точки фиксации» расписания, невыполнение которых приведет к задержкам по всему проекту. Независимо от типа проекта фиксированные точки должны включать:

- Распределение задач
- Окончательную отработку дизайна
- Окончательную отработку плана
- Передачу корректур (цветопроб)
- Сроки печати
- Даты доставки

В этой простой модели рабочего процесса указаны все сроки проведения работ, даты завершения задач и краткие комментарии под каждым заголовком.

	КОРРЕКТУРА	1, 2-Я КЛИЕНТ	КОРРЕКТУРА	ПРИМЕЧАНИЯ	ДОСТАВКА
	6 августа Анна Петрова	5 сентября	11/12 сентября ОК 14/9	2 копии основной и доп. офис	в типографию 18/8 L.B.

СВЯЗЬ С ТИПОГРАФИЕЙ Современные технологии до неузнаваемости изменили отношения между дизайнером и печатником.

Работа с типографией

5

Прежде чем начать работу с типографией, тщательно продумайте, какая информация вам нужна. Тогда вы получите от всех типографий одинаковую информацию и сможете легко ее сравнить. Если вы выбираете лучшее предложение, пошлите каждому одинаковые спецификации, проверьте условия контракта и оплаты, проследите, чтобы все вопросы: расходы на курьера (для корректур), на доставку и т.п. — были освещены.

Если в работе возможны дополнительные варианты (разное количество страниц, вес бумаги или цвет), четко озвучьте варианты и попросите просчитать их отдельно. Цены на дополнительные опции (например, дополнительные цветопробы, вставки) лучше обсудить заранее, как и варианты решения вопросов (в том числе финансовых) с исправлениями в работе.

Старайтесь все же выбрать типографию с системой полной пре-пресс обработки, которая может работать с вашими PDF-файлами. Так у вас больше шансов получить в результате то, что вы планировали. Порядок проведения работ нужно зафиксировать в письменном виде, максимально детализируя.

Получите координаты человека, который будет заниматься пре-прессом. Получите от этого человека детальный отчет о

том, в какой форме должны предоставляться материалы. Если это PDF-файлы, то вы должны получить файл со стандартным набором инструкций и рабочих опций для папки установок вашего Acrobat Distiller.

Решите, кто будет заниматься доставкой готовой работы — вы или клиент. Если вы получаете работу от имени клиента, убедитесь, что у вас есть место для ее хранения.

ПОСРЕДНИК / «БРОКЕР ПЕЧАТИ»

Имеет смысл обратиться к посреднику, если вы не уверены, что ваш поставщик предлагает лучший вариант (особенно если типография в другой стране и вы не имеете представления о «местных» расценках и предложениях конкурентов). Возможный недостаток — вам придется контактировать с типографией через посредника.

ВИЗИТ В ТИПОГРАФИЮ

Если ваш проект не слишком сложный, пресс-пробы уже не имеют принципиального значения, ну, если только вопрос цветопередачи для вас жизненно важен. Но это может быть полезно, если вы хотите сразу передать окончательный файл, посмотреть последнюю цветокоррекцию, посмотреть первые отпечатанные страницы.

Если делаете обложку сами,
укажите это

Укажите ориентацию

Укажите, процесс или
спот-колор

Используйте номер работы,
если есть

Заголовок

Каталог XYZ-групп 14 (5544)

Формат

210x297

Объем

64 полсы/+ обложка

Цвет (блок)

4/4 (CMYK)

(Обложка) 2/0 (черный & PMS)

Бумага (блок)

115г/м² gloss art.

(Обложка) 350 г/м² gloss art

Постпечатная обработка

Матовая ламинация обложки; тиснение; упаковка по 20 шт.

Тираж

10,000 и 1,000 дополнительно

Материалы

PDF переданы 16 мая

Цветопробы

Low-res RIP скрепление скоба

Доставить: адрес

Центральный офис

Доставить: дата

20 июня

Если бумагу предоставляете
вы, получите спецификации и
выделите ее в отдельный счет

Если вы заказываете мини-
мальный тираж, будьте готовы
платить за дополнительные
оттиски отдельно

Обязательно убедитесь, что
типография знает срок сдачи
проекта и не должна его за-
держивать.

Укажите, если цветопробы
или корректура нужны в виде
книжки (сфальцованные и
обработанные), т.к. это может
стоить дополнительных денег

Хотите получить корректные расценки — предоставьте корректные спецификации проекта. А для этого вы должны понимать особенности каждой стадии процесса производства, поэтому не строите догадки, а старайтесь получить максимально полную информацию из надежных источников

ПРИНЦИПЫ КОПИРАЙТА порой напоминают минное поле. Теоретически, вы не можете воспроизводить чью-то работу, не получив предварительного согласия, но на практике бывают исключения.

Копирайт

5 Копирайт (или авторское право) — это эксклюзивное право контролировать литературную или художественную работу. Как дизайнера или издателя оно вас касается в двух случаях: устанавливать права на свою собственную работу; не нарушать права других людей. Основной принцип авторского права весьма прямолинеен. Тем не менее, множество вариаций и нюансов основного принципа превращают авторское право в вопрос весьма запутанный, и подтверждением тому многочисленные судебные разбирательства в области копирайтинга.

Авторское право — автоматическое. Его не надо требовать или регистрировать. Но в США автор обязан зарегистрировать авторское право, чтобы потом иметь возможность предъявить на него права. По законам США, авторское право длится 70 лет после смерти автора или художника. Вы можете заявить авторские права только на реальную работу (произведение), в нашем случае, на то, что было напечатано или хранится в электронном виде в компьютере. Зарегистрировать авторское право на идею как таковую нельзя.

Если вы нанятый сотрудник, и дизайн или написание текстов — ваша работа (например, вы верстальщик в журнале), то

авторское право автоматически переходит в вашему работодателю. Если вы фрилансер, и вас наняли для выполнения конкретного проекта, то вопрос по поводу авторских прав вы выясняете с работодателем. Возможно, работодатель будет настаивать на авторских правах на работу; в этом нет ничего необычного, и это вполне резонно. Но прежде чем подписать контракт, подумайте, что будет значить для вас потеря авторского права на работу. Сможете ли вы использовать эту работу или ее часть где-то еще? А заказчик? И будете ли вы против того, чтобы он использовал ее еще где-то? Если у вас есть сомнения, задайте прямой вопрос и попросите ответ в письменной форме.

Помните, что авторское право условно и может передаваться. Например, автор книги может передать право на книгу издателю на 5 лет, по истечении которых книга возвращается автору. Фотограф может договориться с агентством, что оно имеет право продавать фотографии только в определенные страны, а для остальных стран удерживать право за собой. Вариантов множество, и каждый из них может стать поводом для споров.

Что касается письменных материалов, то точные условия, которыми надо руководствоваться при использовании чужой



Фотография Че Гевары — икона нашего времени

Уже 35 лет этот моментально узнаваемый снимок царит на стенах студенческих комнат. Фотограф Альберто Диас Гутьеррес (Alberto Díaz Gutiérrez), больше известный под псевдонимом Альберто Корда, никогда не требовал отчислений за его использование и никогда не возражал против его публикаций; иными словами, он не предъявлял авторских прав на изображение. Не предъявлял до августа 2000 года, когда лондонское рекламное агентство Lowe

Lintas использовало фотографию для рекламы водки Smirnoff. Разгневанный Корда, воспринявший рекламу как осквернение «бессмертной памяти» непьющего Че Гевары, подал в суд и на агентство, и на компанию Rex Features, предоставившую фотографию. На мировом соглашении Корда получил в качестве возмещения нераскрываемую сумму (которую передал в детский медицинский центр на Кубе) и, что важнее, официальное признание своих авторских прав.

работы, определить достаточно сложно и они все-равно будут спорными. Строго говоря, вы должны запрашивать разрешение на все, у чего есть авторские права; на практике, мало кто возражает, если его работа используется «для дела» и со ссылкой на источник. Например, допускается использовать цитату не более 100 слов без получения разрешения автора, если четко указан источник.

Например: «Вы не можете просто взять изображение из журнала, загрузить старое изображение из Интернета или 600 раз использовать в своей работе фотографию, предоставленную агентством.» (Computer Art, май 1999, страница 22)

КОПИРАЙТ И ДИЗАЙН

Вопрос, волнующий всех дизайнеров — «Что я могу использовать из чужой работы в своей?» Краткий ответ: вы можете использовать только то, на что получили разрешение автора (или издателя); без этого разрешения вы можете использовать совсем немногое.

Вопрос особенно остро стоит в отношении изображений (включая логотипы и клип-арт), поскольку многое стало доступным в интернете. Уж очень велико искушение скачать изображение из интернета (учитывая насколько это стало просто) и использовать в своей работе. Не поддавайтесь искушению, только если у вас есть право воспользоваться материалом. То, что вы физически имеете

доступ к материалу еще не дает вам право его использовать, а практически невидимые водяные марки позволяют идентифицировать изображение даже после обработки.

Всегда получайте разрешение, независимо от того, насколько простое изображение. Большинство издателей дадут разрешение, платно или бесплатно. Заложите достаточно времени на решение вопроса — издателю нужно связаться с автором и получить письменное подтверждение. Не полагайтесь на устное соглашение — разрешение должно быть письменным.

Уточните, как именно нужно указать источник. Владелец авторских прав может поставить это обязательным условием для разрешения.

Копирайт — понятие обширное и сложное, многие вопросы которого выходят за рамки нашей книги.

КОПИРАЙТ И ПРОГРАММЫ

Все программное обеспечение, которое вы используете для работы, тоже вопрос копирайта. Вы нарушаете закон, если: делаете копии (кроме оговоренных производителем резервных копий) и распространяете программы или позволяете кому-либо их распространять.

Некоторые производители не разрешат вам отдать даже вашу копию; они настаивают на том, что продают лицензию на использование вам (регистрированный пользователь) и

Некоторые распространенные мифы.

«Я скачал это из интернета, значит, это можно использовать».

Неверно. Представьте, что интернет — это библиотека, а вебсайты — книги, которые кто-то написал, опубликовал и выложил. То, что «страницы» электронные и физически более доступны для копирования, не играет большой роли. Если нет предупреждения об авторских правах, не значит, что и прав тоже нет.

«Если нет знака копирайта, значит, это не защищено авторским правом».

Неверно. Автор не обязан формально заявлять о праве или регистрировать его, чтобы это право существовало (но вынужден будет заявить, чтобы его получить).

«Я знаю, что это чужая работа, но я ее изменил и скомбинировал с собственной, поэтому все нормально».

Абсолютно неверно. Это уже плагиат, претензия на то, что именно вы автор чужой работы.

«Я отсканировал экземпляр статьи в газете: все законно, ведь любой видит источник».

Неверно. У газет, включая онлайн газеты, очень строгие ограничения и авторские права, которые защищают работу и постоянных авторов, и фрилансеров. Вы обязаны получить разрешение на использование любого материала из газеты.

«Я указал источник материала, поэтому авторское право не нарушено».

Неверно. Да, вы назвали источник, но это не освобождает вас от необходимости получить разрешение на использование материала. «Я купил оригинал картинки, поэтому авторское право теперь мое и я могу воспроизводить ее, как хочу».

Неверно. Авторское право остается у создателя картин (художника), он имеет право получать отчисления с воспроизведения своей работы, и получать разрешение на ее использование все равно придется.

только вами данной конкретной копии своего приложения.

Вы даже не имеете права отдать ее на временное пользование третьей стороне. Теоретически, производитель может заявить, что вы должны вернуть программу, если она вам больше не нужна, но на практике нам не встречались случаи, чтобы производитель выдвигал подобные требования.

Авторское право установлено и на условно-бесплатное ПО. Если вы читаете мелкий шрифт, то обнаружите, что автор ПО позволяет распространять копии до тех пор, пока вы прилагаете к ним определенные файлы, содержащие авторские условия.

В США копирайту не подлежат шрифты, но в других странах, например, России, Великобритании, и законы другие. Авторское право на шрифты практически всегда создаст проблемы при передаче документов фрилансерам или в типографию.

Покупка прав на изображение

Цена на «защищенные правами» изображения устанавливается в зависимости от цели их использования. И хотя цены в традиционных фото-библиотеках высоки, они дают вам эксклюзивные или почти-эксклюзивные права на определенный срок использования изображений. Изображения, защищенные авторским правом, могут использоваться только в том размере (обычно пропорционально размеру страницы) и в тех целях, которые указаны в договоре.

Безвозмездные изображения можно почти всегда использовать неограниченное количество раз за фиксированную плату. Эти изображения можно обрабатывать, использовать с разным разрешением и на разных носителях. Недостаток этих изображений — их доступность, ведь вы не единственный покупатель. Не позволяйте ввести себя в заблуждение термином «не защищен авторским правом», т.к. такого понятия, как изображение без авторского права, вообще не существует. Если вы встречаете подобный термин, скорее всего он означает «безвозмездный».

Американские размеры бумаги

Eight Crown

1461mm x 1060mm
57.5in x 41.75in
4140pt x 3006pt

Antiquarian

1346mm x 533mm
53in x 21in
3816pt x 1512pt

Quad Demy

1118mm x 826mm
53in x 32.5in
3168pt x 2340pt

Double Princess

1118mm x 711mm
53in x 28in
3168pt x 2016pt

Architectural-E

1219mm x 914mm
48in x 36in
3456pt x 2592pt

ANSI-E

1118mm x 864mm
44in x 34in
3168pt x 2448pt

Architectural-F

1067mm x 762mm
42in x 30in
3023pt x 2160pt

Quad Crown

1016mm x 762mm
40in x 30in
2880pt x 2160pt

ANSI-F

1016mm x 711mm
40in x 28in
2880pt x 2016pt

Double Elephant

1016mm x 686mm
40in x 27in
2880pt x 1944pt

Architectural-D

914mm x 610mm
36in x 24in
2592pt x 1728pt

Double Demy

890mm x 572mm
35in x 22.5in
2520pt x 1620pt

ANSI-D

864mm x 559mm
34in x 22in
2448pt x 1584pt

Imperial

762mm x 559mm
30in x 22in
2160pt x 1584pt

Princess

711mm x 546mm
28in x 21.5in
2016pt x 1548pt

Architectural-C

610mm x 457mm
24in x 18in
1728pt x 1296pt

Demy

584mm x 470mm
23in x 18.5in
1656pt x 1332pt

ANSI-C (Broadsheet)

559mm x 432mm
22in x 17in
1584pt x 1224pt
Super-B
483mm x 330mm

19in x 13in

1367 x 935pt

Brief

470mm x 333mm
18.5in x 13.13in
1332pt x 945pt

Architectural-B

457mm x 305mm
18in x 12in
1296pt x 864pt

ANSI-B (Ledger; Tabloid)

432mm x 279mm
17in x 11in
1224pt x 792pt

Legal (Legal-2)

356mm x 216mm
14in x 8.5in
1008pt x 612pt

Legal-1

330mm x 216mm
13in x 8.5in
935pt x 612pt

Folio (F4)

330mm x 210mm
13in x 8.25in
935pt x 595pt

Foolscap E

330mm x 203mm
13in x 8in
935pt x 575pt

Architectural-A

305mm x 229mm
12in x 9in
864pt x 648pt
ANSI-A (Letter)
279mm x 216mm
11in x 8.5in
792pt x 612pt

US Government

279mm x 203mm
11in x 8in
792pt x 575pt

Quarto

275mm x 215mm
10.75in x 8.5in
774pt x 612pt

Executive

267mm x 184mm
10.5in x 7.25in
756pt x 522pt

Index Card 10 x 8

254mm x 203mm
10in x 8in
720pt x 576pt

Crown Quarto

241mm x 184mm
9.5in x 7.25in
684pt x 522pt

Royal Octavo

241mm x 152mm
9.5in x 6in
684pt x 43pt

Statement

216mm x 140mm
8.5in x 5.5in
612pt x 396pt

Demy Octavo

213mm x 137mm
8.38in x 5.38in
603pt x 387pt
Foolscap Quarto
206mm x 165mm
8.13in x 6.5in
585pt x 468pt

Index Card 8 x 5

203mm x 127mm
8in x 5in
576pt x 360pt

Crown Octavo

181mm x 121mm
7.13in x 4.75in
513pt x 342pt

Photo 7 x 5

178mm x 127mm
7in x 5in
504pt x 360pt

Photo 6 x 4

152mm x 102mm
6in x 4in
431pt x 289pt

Post Card

148mm x 100mm
5.82in x 3.94in
419pt x 284pt

Photo 5 x 4

127mm x 102mm
5in x 4in
360pt x 288pt

Photo 5 x 3

127mm x 76mm
5in x 3in
360pt x 215pt

Business Card

89mm x 51mm
3.5in x 2in
252pt x 144pt

Размеры бумаги ISO

В таблице указаны размеры бумаги всех ISO A и B форматов, а так же форматы ISO C конвертов.

Форматы Серии А

4A0	1682mm x 2378mm	66.22in x 93.62in	4768pt x 6741pt
2A0	1189mm x 1682mm	46.81in x 66.22in	3370pt x 4768pt
A0	841mm x 1189mm	33in x 46.81in	2384pt x 3370pt
A1	594mm x 841mm	23.39in x 33in	1684pt x 2384pt
A2	420mm x 594mm	16.54in x 23.39in	1191pt x 1684pt
A3	297mm x 420mm	11.69in x 16.54in	842pt x 1191pt
A4	210mm x 297mm	8.27in x 11.69in	595pt x 842pt
A5	148mm x 210mm	5.83in x 8.27in	420pt x 595pt
A6	105mm x 148mm	4.13in x 5.83in	298pt x 420pt
A7	74mm x 105mm	2.91in x 4.13in	210pt x 298pt
A8	52mm x 74mm	2.05in x 2.91in	147pt x 210pt
A9	37mm x 52mm	1.46in x 2.05in	105pt x 147pt
A10	26mm x 37mm	1.02in x 1.46in	74pt x 105pt

Форматы Серии В

B0	1000mm x 1414mm	39.37in x 55.67in	2835pt x 4008pt
B1	707mm x 1000mm	27.84in x 39.37in	2004pt x 2835pt
B2	500mm x 707mm	19.69in x 27.84in	1417pt x 2004pt
B3	353mm x 500mm	13.9in x 19.69in	1001pt x 1417pt
B4	250mm x 353mm	9.84in x 13.9in	709pt x 1001pt
B5	176mm x 250mm	6.93in x 9.84in	499pt x 709pt
B6	125mm x 176mm	4.92in x 6.93in	354pt x 499pt
B7	88mm x 125mm	3.47in x 4.92in	249pt x 354pt
B8	62mm x 88mm	2.44in x 3.47in	176pt x 249pt
B9	44mm x 62mm	1.73in x 2.44in	125pt x 176pt
B10	31mm x 44mm	1.22in x 1.73in	88pt x 125pt

Форматы Серии С

C0	917mm x 1297mm	36.1in x 51.06in	2599pt x 3677pt
C1	648mm x 917mm	25.51in x 36.1in	1837pt x 2599pt
C2	458mm x 648mm	18.03in x 25.51in	1298pt x 1837pt
C3	324mm x 458mm	12.76in x 18.03in	918pt x 1298pt
C4	229mm x 324mm	9.02in x 12.76in	649pt x 918pt
C5	162mm x 229mm	6.38in x 9.02in	459pt x 649pt
C6	114mm x 162mm	4.49in x 6.38in	323pt x 459pt
C7	81mm x 114mm	3.19in x 4.49in	230pt x 323pt
C8	57mm x 81mm	2.44in x 3.19in	162pt x 230pt
C9	40mm x 57mm	1.58in x 2.44in	113pt x 162pt
C10	28mm x 40mm	1.1in x 1.58in	79pt x 113pt

Размеры ISO — это размеры в метрической системе. Пропорции листа любого формата (высота деленная на ширину) равны квадратному корню из двух (1,4142). Этот коэффициент не позволяет удобно округлить метрические размеры и по длине и по ширине. Поэтому задали площадь страницы в округленных метрических значениях. Поскольку спецификация определяется в г/м², это упрощает расчет массы документа, если известны формат и количество страниц.

ISO 216 определяет размеры серии А по следующим принципам:

Высота деленная на ширину во всех форматах равна квадратному корню из двух (1,4142)

Площадь формата А0 равна квадратному метру

Формат А1 это формат А0, разрезанный на две равные половины. Иными словами высота А1 равна ширине А0 и ширина А1 равна половине высоты А0

Меньшие форматы серии А рассчитываются по такому же принципу. Если вы разрезаете формат Аn по короткой стороне на две равные части, то получите формат А (n+1)

Стандартная высота и ширина формата бумаги это округленное количество миллиметров. В тех случаях, когда формат серии А не подходит, используется формат серии В. Формат серии С разработан для конвертов.

Ширина и высота Вn формата есть среднее геометрическое между форматом Аn и следующим большим форматом А (n-1). Например, В1 это среднее геометрическое между А1 и А0; коэффициент увеличения соотношения А1 к В1 равен коэффициенту соотношения В1к А0.

Подобным же образом форматы С серии являются средним геометрическим между сериями А и В с теми же номерами. Например, письмо формата А4 легко вкладывается в конверт С4, который в свою очередь вкладывается в конверт В4. Если же сложить письмо в формат А5, то оно вложится в конверт С5.

Конечно, форматы С и В так же являются форматами «корня квадратного из двух».

Акценты и диакритика

Macintosh: акценты и диакритика доступны нажатием комбинации клавиш Option/Alt и символа ☞ (см. список ниже) или Shift Option и символ ☞ одновременно.

Windows: Символы доступны путем нажатия клавиши Alt и затем ввпечатывания комбинации цифр, указанных ниже, например, комбинация Alt + 0199 дает символ Ç (символ появляется после того, как вы отпустите клавишу Alt). Некоторые приложения, например Microsoft Word, используют собственные комбинации для доступа к символам.

Character	Sym	Mac	Win
Acute	◌́	☞ E	0180
Acute, cap A	Á	☞ Y	0193
Acute, cap E	É	see note	0201
Acute, cap I	Í	☞ S	0205
Acute, cap O	Ó	☞ H	0211
Acute, cap U	Ú	☞ ;	0218
Acute, cap Y	Ý		0221
Acute, /c a	á	see note	0225
Acute, /c e	é	see note	0233
Acute, /c i	í	see note	0237
Acute, /c o	ó	see note	0243
Acute, /c u	ú	see note	0250
Acute, /c y	ý		0253
Broken bar	⸗		0166
Bullet	•	☞ 8	0149
Caron, cap S	Š	☞	0138
Caron, cap Z	Ž		0142
Caron, /c s	š		0154
Caron, /c z	ž		0158
Cedilla	¸		0184
Cedilla, cap	Ç	☞ ☞ C	0199
Cedilla, /c	ç	☞ C	0231
Cent	¢	☞ 4	0162
Circumflex	◌̂	☞ N	0136
Circumflex, cap A	Â	☞ M	0194
Circumflex, cap E	Ê	see note	0202
Circumflex, cap I	Î	☞ D	0206
Circumflex, cap O	Ô	☞ J	0212
Circumflex, cap U	Û	see note	0219

Circumflex, /c a	â	see note	0226
Circumflex, /c e	ê	see note	0234
Circumflex, /c i	î	see note	0238
Circumflex, /c o	ô	see note	0244
Circumflex, /c u	û	see note	0251
Copyright	©	☞ G	0169
Dagger	†	☞ T	0134
Danish cap O	Ø	☞ ☞ O	0216
Danish /c o	ø	☞ o	0248
Decimal	.	☞ 9	0183
Degree	°	☞ 8	0176
Diaeresis, cap A	Ä	see note	0196
Diaeresis, cap E	Ë	see note	0203
Diaeresis, cap I	Ï	☞ F	0207
Diaeresis, cap O	Ö	see note	0214
Diaeresis, cap U	Ü	see note	0220
Diaeresis, cap Y	ÿ	see note	0159
Diaeresis, /c a	ä	see note	0228
Diaeresis, /c e	ë	see note	0235
Diaeresis, /c i	ï	see note	0239
Diaeresis, /c o	ö	see note	0246
Diaeresis, /c u	ü	see note	0252
Diaeresis, /c y	ÿ	see note	0255
Diaeresis/umlaut	~	b U	0168
Diphthong,	Æ	☞ ☞	0198
cap AE	ƒ	☞ ☞ Q	0140
Diphthong, cap OE	æ	☞	0230
Diphthong, /c ae	œ	☞ Q	0156
Diphthong, /c oe	÷	☞ /	0247
Divide	÷	☞ 7	0135
Double dagger	‡	☞ ;	0133
Ellipsis	...	☞ -	0151
Em dash	—	☞ -	0150
En dash	–	☞ -	0150
Eszett	ß	☞ S	0128
Euro currency*	€	☞ 2	0223
Florin	f	☞ F	0131
Grave, cap A	À	see note	0192
Grave, cap E	È	see note	0200
Grave, cap I	Ì	see note	0204
Grave, cap O	Ò	☞ l	0210
Grave, cap U	Ù	see note	0217
Grave, /c a	à	see note	0224
Grave, /c e	è	see note	0232

Grave, /c i	ì	see note	0236
Grave, /c o	ò	see note	0242
Grave, /c u	ù	see note	0249
Guillemet, close double	»	☞ ☞ \	0187
Guillemet, close single	«	☞ 4	0155
Guillemet, open double	»	☞ \	0171
Guillemet, open single	«	☞ 3	0139
Icelandic eth, cap	Ð		0208
Icelandic eth, /c	ð		0240
Icelandic thorn, cap	Þ		0222
Icelandic thorn, /c	þ		0254
International currency*	?	☞ 2	0164
Logical not	¬	☞ L	0172
Macron	¯	☞	0175
Multiply	×		0215
Mu/micro	μ	☞ M	0181
One half fraction	½		0189
One quarter fraction	¼		0188
Ord feminine	ª	☞ 9	0170
Ord masculine	º	☞ 0	0186
Paragraph	¶	☞ 7	0182
Per mille/thousand	‰	☞ E	0137
Plus or minus	±	☞ =	0177
Quote, close single	”	☞ ☞	0146
Quote, double baseline	„	☞ W	0132
Quote, close double	”	☞ [0148
Quote, open double	“	☞ [0147
Quote, open single	”	☞	0145
Quote, single baseline	‘	☞ 0	0130
Section	§	☞ 6	0167
Spanish exclamation	¡	☞ 1	0161
Spanish query	¿	☞ /	0191
Sterling	£	☞ 3	0163
Superscript 1	¹		0185
Superscript 2	²		0178
Superscript 3	³		0179
Swedish cap A	Å	☞ A	0197
Swedish /c a	å	☞ A	0229
Three quarters fraction	¾		0190
Tilde, cap A	Ã	see note	0195
Tilde, cap N	Ñ	see note	0209
Tilde, cap O	Õ	see note	0213
Tilde, /c a	ã	see note	0227
Tilde, /c n	ñ	see note	0241

Размеры конвертов США

Tilde, /c o	ö	see note 0245
Tilde, small	˘	⌘ N 0152
Trademark*	™	⌘ 2 0153
Trademark, registered	®	⌘ R 0174
Yen	¥	⌘ Y 0165

Примечание

Некоторые символы доступны только на Макинтошах двумя последовательными (не одновременными) операциями на клавиатуре. Например, чтобы получить акут, нужно сначала одновременно нажать Alt+E, затем а (или ⌘+A для акута заглавной A). Это общее правило (но имейте в виду, что некоторые ударные заглавные имеют собственные клавиши, перечисленные выше, и лучше использовать их).

Акут: ⌘+ e затем символ

À É Ì Ó Ò á é ï ö

Гравис: ⌘+ ` затем символ

À É Ì Ó Ò à á è ï ö

Трема: ⌘+ u затем символ

À É Ì Ó Ò Ü ä å ö ü

Тильда: ⌘+ p затем символ

Ã Ñ Õ ã ñ ö

Циркумфлекс: ⌘+ i затем символ

À É Ì Ó Ò â ä è ö ü

Некоторые акценты доступны только на компьютерах Macintosh в палитре Character Palette или в палитре Glyphs программы InDesign.

Нижеследующие символы доступны в комбинациях клавиш только на компьютерах Macintosh; в Windows они доступны только в Character Map.

Apple (Mac only)	⌘	⌘ K
Approximately equal	≈	⌘ x
Breve	˘	⌘ .
Carib diacritic	ˆ	⌘ T
Delta	Δ	⌘ J
Dot accent	˙	⌘ H
Dotless i	ı	⌘ B
Fraction bar	/	⌘ 1
Greater than or equal	≥	⌘ .
Hungarian umlaut	˝	⌘ G
Infinity	∞	⌘ 5
Integral	∫	⌘ 8
Less than or equal	≤	⌘ ,
Ligature, fi	fi	⌘ 5
Ligature, fl	fl	⌘ 6
Lozenge	◇	⌘ V
Not equal to	≠	⌘ =
Ogonek diacritic	˛	⌘ X
Omega	Ω	⌘ Z
Partial differential	∂	⌘ D
Pi	π	⌘ P
Pound sign**	#	⌘ 3
Product	∏	⌘ P
Radical	√	⌘ V
Ring	°	⌘ K
Summation	Σ	⌘ W

* В некоторых шрифтах Macintosh комбинация b 2 дает символ Евро, а символ ™ генерируется с помощью клавиш cb 2

** Зависит от языка; знак фунт а на некоторых клавиатурах генерируется комбинацией c 3, на других комбинация b 3 генерирует знак фунта стерлингов (£).

N номер	Высота	Ширина
6 1/4	3 1/2in	6in
6 1/2	3 1/2in	6 1/4in
6 3/4	3 5/8in	6 1/2in
7	3 3/4in	6 3/4in
7 3/4	3 7/8in	7 1/2in
*Monarch	3 7/8in	7 1/2in
Data Card	3 5/8in	7 3/4in
Check Size	3 5/8in	8 5/8in
9	3 7/8in	8 7/8in
10	4 1/8in	9 1/2in
11	4 1/2in	10 3/8in
12	4 3/4in	11in
14	5in	11 1/2in

*Pt. Flp.

Размеры конвертов ISO

Для почтовых отправлений ISO 269 и

DIN 678 определяют следующие форматы:

Формат	Размер [мм]	Формат содержимого
C6	114 x 162	A4 сложен дважды = A6
DL	110 x 220A4	сложен дважды = 1/3 A4
C6/C5	114 x 229A4	сложен дважды = 1/3 A4
C5	162 x 229	A4 сложен пополам = A5
C4	229 x 324	A4
C3	324 x 458	A3
B6	125 x 176	C6 конверт
B5	176 x 250	C5 конверт
B4	250 x 353	C4 конверт
E4	280 x 400	B4

Формат DL — самый распространенный бизнес-формат. Его размеры несколько выбиваются из общей системы, и производители оборудования предъявляли жалобу, что его размер маловат для надежного автоматического упаковывания. Поэтому DIN 678 предложили альтернативу DL —

Глоссарий

Animation / анимация

Процесс создания движущегося изображения путем быстрого перемещения с одного неподвижного изображения на другое. Традиционно выполнялась путем рисования или черчения каждого кадра, теперь выполняется с помощью различного ПО, установленного на персональные компьютеры.

Antialiasing / сглаживание

Стратегическое внесение пикселей разных оттенков в растровую графику, чтобы «сгладить» резкие переходы между контрастными тонами, например, вдоль диагональной линии.

ADSL / асимметричная цифровая абонентская линия

Аббревиатура для Asymmetrical Digital Subscriber Line, вид широкополосной интернет-связи, которую обеспечило повышение емкости существующих медных телефонных линий. Скорость отправки файлов (с компьютера пользователя) была в два раза меньше скорости загрузки (получение файлов и просмотр веб-страниц пользователем), т.е. «несимметричной». В Северной Америке используется более общее понятие DSL.

Apple Macintosh

Брендовое название компьютеров Apple уровня PC. Макинтоши (или Mac) были первыми персональными компьютерами, в которых использовался графический пользовательский интерфейс, открытый Xerox в исследовательском центре Palo Alto Research Center. Использование этого интерфейса создало платформу для программных приложений, которые послужили невероятным толчком для развития верстки печатных изданий на компьютере и привели к революции в графическом дизайне.

Authoringtool / авторский инструментарий

Программа для создания интерактивных авторских презентаций или вебсайтов. В такие программы обычно включены текст, черчение, рисование, анимация и аудио. Они дополнены скриптовым языком, который определяет, как будет вести себя каждый элемент на странице — например, он может использоваться для того, чтобы запускать фильм при нажатии определенной кнопки.

Bandwidth/ полоса пропускания

Измерение скорости, с которой информация проходит между двух точек (например,

между двумя модемами или из памяти на диск). Чем шире полоса, тем быстрее поток информации. Полоса измеряется в циклах в секунду (герцы) или битах в секунду (bps).

Beziertools / инструмент Безье

Векторный чертежный инструмент, используемый большинством графических программ. Инструмент перо позволяет пользователю наносить на страницу серию точек, которые затем автоматически соединяются линией. Две «ручки» на каждой точке контролируют кривизну линии.

Bit / бит

Сокращение от «двоичный разряд», наименьшая единица информации, используемая компьютером. У бита могут быть только два значения: включен -выключен, 1 или 0. Восемь битов образуют 1 байт.

Bitmap / растровое отображение графического объекта

Изображение, состоящее из точек, например, цифровая фотография. Растровое изображение, это таблица значений, соответствующих пикселям, из которых сделано изображение. «Растровые шрифты», например, содержат изображение каждого символа, где 1 пиксель передается 1 битом, который может быть белым или черным. Для цветных изображений обычно используется минимум 24 бита (три байта) для каждого пикселя, что позволяет передавать миллионы цветов. Конечное количество пикселей в растровом изображении ограничивает максимальный размер, при котором изображение может быть отображено без видимых потерь качества.

Bleed / обрезка

Поля вне обработанной области листа, которые позволяют печатать оттенки, изображения и т.п. за краями страниц. Если печать идет без обрезки, дизайнер должен оставить пустые поля вокруг страницы.

Bodytext / основной текст

То, что формирует основной текст печатной книги, исключая подписи, заголовки, нумерацию страниц и т.п.

Broadband / широкополосный

Используется для описания телекоммуникационной связи с высокой полосой пропускания, которая обеспечивает быструю передачу потока информации. В частности, цифровую интернет связь через ADSL или кабельный модем.

Browser / браузер

Приложение, которое позволяет пользователю просматривать веб-страницы в интернете. Наиболее часто используются NetscapeNavigator и Microsoft Internet Explorer. При использовании браузеров особое значение имеют версии, т.к. они указывают уровень HTML, который могут поддерживать.

Button / кнопка

Интерфейс-контроль, обычно в диалоговом окне, на который щелкает пользователь при выборе, подтверждении или отмене действия. Кнопки по умолчанию обычно выделены жирной обводкой и активируются кнопками Return или Enter.

Cable / кабель

Условное название широкополосной интернет связи, осуществляемой с помощью наземных цифровых линий, прокладываемых кабельными телеком-компаниями. Для домашнего использования часто продается пакетом с цифровым кабельным ТВ, но с отдельной точкой для персонального компьютера.

Cable modem / кабельный модем

Устройство которое подключает компьютер к кабельному сервису. Так же называется «цифровой модем», хотя строго говоря модемом совсем не является.

CAD / система автоматизированного проектирования

Аббревиатура для Computer-Aided Design. Так может называться любой дизайн, созданный с помощью компьютера, но чаще так называют трехмерный дизайн продукта или архитектурных сооружений. Программа может контролировать весь процесс от концепции до завершения, иногда называется CAD-CAM (computer aide dmanufacturing — система автоматизированного производства).

Caption / подпись

Строго говоря, подписью называется заголовок к иллюстрации, напечатанный над иллюстрацией и поясняющий ее содержание. Но сейчас этот термин часто употребляется для любого описательного текста к иллюстрации, часто набранного снизу или сбоку от иллюстрации мелким шрифтом. Не путайте с «предоставлено» — набранной рядом с изображением мелким шрифтом фамилией иллюстратора, фотографа или владельца авторского права.

CD-ROM / компакт-диск без возможности перезаписи

Аббревиатура для Compact Disk Read Only Memory. Метод использования и распространения цифровой информации. Основан на аудио CD технологиях и может хранить до 650 Мб информации; доступен в перезаписываемом формате (CD-RW) и формате единственной записи (CD-R).

Character / символ

Буква алфавита, цифра или типографический символ. Таблица содержания шрифта — это его набор символов.

CMYK

В четырехцветной печати аббревиатура для циана, мадженты, желтого и черного (которые в печати называют «ключевая форма»)

Color Sync

Система управления цветом Apple.

Color management / управление цветом

Процесс контролирования отображения и конвертации цветной информации. На компьютере дизайнера должна быть установлена система управления цветом (CMS), например, Color Sync, которая используется программой для корректного воспроизведения цвета на разных устройствах, включая монитор.

Compression / сжатие

Техника реорганизации информации так, чтобы она занимала меньше места на диске, быстрее передавалась от устройства к устройству или по коммуникационным линиям. Для разных типов информации используются разные методы сжатия: приложения не должны терять информацию при сжатии, в то время как изображения, звук и видео могут выдержать значительные потери информации.

Contrast / контраст

Степень различия тона в изображении (или на мониторе компьютера) от самого светлого до самого темного. «Высококонтрастным» называют изображение с яркими высветлениями и глубокими тенями, а изображения с «низким контрастом» — это изображения с ровным тоном и несколькими тенями или светлыми областями.

Corporate identity / корпоративный стиль

Дизайн или несколько вариантов дизайна для использования на корпоративной канцелярии, фирменной одежде и т.п.

CSS / каскадные таблицы стилей

Аббревиатура для Cascading Style Sheets. Расширяют возможности HTML, позволяя веб-дизайнеру осуществлять полный контроль над макетом и типографикой, применять предустановленные форматы к параграфам, элементам страницы или целым страницам. Корректное использование CSS отображает страницы во всех браузерах так, как запланировал дизайнер.

Default settings / настройки по умолчанию

Аппаратные или программные настройки, которые заложены на стадии производства. Действуют до тех пор, пока их не поменяет пользователь; изменения хранятся в файле preferences. Настройки по умолчанию иногда называют «стандартными».

Digital press / цифровой станок

Станок, печатающий документы напрямую из цифровых файлов, обычно для печати используют струйную технологию.

Director

Авторская мультимедийная программа от Adobe.

Displaytype / дисплейный шрифт

Текст крупного размера для заголовков или выделения информации. Шрифты, слишком декоративные для основного текста или специально разработанные крупного размера, обычно называются дисплейными.

Download / загрузка

Перемещение информации с удаленного компьютера, например сервера, на ПК.

Dpi / точки на дюйм

Аббревиатура для dots per inch, единица измерения разрешения устройств, например принтеров. Чем ближе точки, тем выше качество. Стандартное качество для лазерного принтера — 300 dpi, для имиджсеттера — 2450 dpi+. Точки на дюйм иногда ошибочно используются для описания мониторов или изображений; в данном случае корректная единица — ppi (pixel per inch — пиксель на дюйм).

Dreamweaver

Ведущая программа для веб-дизайна.

DVD / цифровой многофункциональный диск

Аббревиатура для DigitalVersatileDisk. Диск для хранения информации с вместимостью до 17,08 Гб.

Embedded fonts / вложенные шрифты

Шрифты, зафиксированные внутри файла, что означает, что оригинальную папку со шрифтами не нужно передавать печатнику.

Embossing / тиснение

Рельефная печать или тиснение, при котором штампы вдавливают дизайн в поверхность бумаги, кожи или ткани, так что буквы и изображения поднимаются над поверхностью бумаги.

EPS / инкапсулированный PostScript

Аббревиатура для encapsulated Post Script. Формат графических файлов, используемых для хранения объектно-ориентированной или векторной графики. EPS состоит из двух частей: код Post Script, который сообщает печатнику, как печатать изображение; и превью на мониторе, обычно в форматах JPEG, TIFF или PICT.

Film / пленка

Материал, из которого готовятся образцы для печатных форм. Целлюлозно-ацетатный материал, покрытый светочувствительной эмульсией, на который изображения и текст записываются фотографическим способом.

Finishing / заключительная (постпечатная) обработка

Как следует из названия, заключительный этап процесса печати. Включает различные процессы: фальцовка, обработка, переплет,

выравнивание, тиснение, ламинацию или покрытие лаком.

Fireworks

Специальный инструмент от Adobe для производства веб-графики.

Flash

ПО от Adobe для создания векторной графики и анимации для веб-презентаций. Flash генерирует маленькие файлы, которые быстро загружаются и, будучи векторными, могут масштабироваться до любого размера без изменения размера файла.

Font / шрифт

Полный набор символов одного цвета, размера и дизайна.

Format / формат

В печати, размер или ориентация страница или книги.

Four-colorprocess / четырехцветная печать

Любой печатный процесс, воспроизводящий полноцветные изображения, которые были разделены на три базовых «процесс» цвета — циан, мадженту и желтый, к которым для лучшего контраста добавлен черный. См. так же CMYK.

Frame / рамка (1)

Декоративная граница или линейка, обрамляющая страницу.

Frame / рамка (2)

В программе верстки, контейнер для текста или изображений.

Frame / рамка (3)

В веб-пространстве, способ разбивки страницы на отдельные области, которые можно обновлять отдельно друг от друга.

FreeHand

Векторная чертежная программа от Adobe.

Freeway

Верстальная программа для вебсайтов от SoftPress.

GIF / формат обмена графическими данными

Аббревиатура для Graphics Interchange Format. Формат файлов растровой графики, который позволяет сжимать их без потери информации (в отличие от JPEG), который отбрасывает информацию селективно.

Glyph / глиф

Буква, цифра или символ определенного шрифта, описываемая скорее визуально, нежели функционально. Один и тот же символ могут описывать несколько альтернативных глифов.

Gobo / гобо

Металлический или стеклянный диск, с напечатанным или вырезанным на нем дизайном, который затем устанавливается на проектор или спот-светильник.

Graphic / графика

Общий термин для описания иллюстративного или рисованного материала. Может использоваться для обозначения шрифта на основе рисованных букв.

Grid / сетка

Шаблон, обычно для установки ширины колонок, областей изображения, размеров обработки, используется для дизайна многостраничных публикаций, обеспечивает последовательность базового дизайна.

Hairlinerule / волосная линия

Самая тонкая линия, которая возможна на печати, шириной 0,25 пунктов.

Halftone / полутон, растр

Техника воспроизведения полутоновых изображений, например, фотографий, на печати путем разбивания их на шаблоны точек разного размера, но находящихся на одном расстоянии друг от друга.

Heading / заголовок

Оглавление, которое появляется в начале главы или в начале подраздела в тексте.

Hierarchy of information / информационная иерархия

Техника организации информации в определенном порядке, которая выделяет приоритетную информацию и помогает пользователям быстро найти то, что им нужно.

Hinting / хинтинг

В типографике, информация, содержащаяся в контурных шрифтах, которая изменяет форму символа, чтобы поддержать ее при печати или отображении с низким разрешением.

HSB

Аббревиатура для «оттенок, насыщенность, яркость».

HTML / язык гипертекстовой разметки

Аббревиатура для Hypertext Mark-up Language. Текстовый язык для описания страниц, используемый для форматирования документов в веб-пространстве и просмотра их в веб-браузерах.

Hue / оттенок

Чистый спектральный цвет, который отличается этот цвет от других цветов. Например, красный — это оттенок, отличающийся от синего. Светло-красный и тесно-красный могут содержать разное количество белого и черного, но это один и тот же оттенок.

Hyperlink / гиперссылка

Ссылка на другие документы, вложенные в оригинальный документ. Может быть

подчеркнута или выделена другим цветом. Щелкнув на ссылку, пользователь выходит на другой документ или вебсайт.

ICC

Международный консорциум цвета, который следит за наиболее распространенными стандартами систем управления цветом.

Illustrator

Векторная чертежная программа от Adobe.

Image map / изображение карты гиперсвязей

Изображение, обычно на веб-странице, которое содержит ссылки на другие документы или страницы. Ссылки активируются при щелчке на заданную часть изображения. Большинство карт сейчас на «клиентской стороне» и хранятся скорее в кодах HTML страниц, чем в серверах.

Imposition / компоновка страниц, раскладка

Раскладка страниц в том порядке и в той позиции, в которой они будут расположены на печатном листе, с подходящими полями для фальцовки и обрезки, до изготовления форм и печати.

InDesign

Ведущая издательская программа для настольных компьютеров от Adobe.

Ink / краска

Жидкость, состоящая из растворителя и жира, в которой находится мелко смолотый пигмент краски, натуральный или синтетический, благодаря которому и получается цвет.

Inkjetprinter / струйный принтер

Печатающее устройство, которое создает изображение путем распыскивания тонких струек краски на поверхность бумаги на большой скорости.

Internet / Интернет

Все связанные между собой веб-сети, служащие средством передачи для вебсайтов, электронной почты, мгновенных сообщений (чат) и других цифровых услуг.

Internet Explorer

Веб-браузер для Microsoft.

Intranet / интрасеть

Компьютерная сеть наподобие интернета, к которой нет общественного доступа.

ISDN / цифровая сеть

с комплексными услугами

Аббревиатура для Integrated Services Digital Network. Выходящая из употребления телекоммуникационная технология для передачи информации цифровым способом через телефонные линии.

ISP / поставщик интернет-услуг

Аббревиатура для Internet Service Provider. Любая организация, обеспечивающая доступ в интернет.

JavaScript

Похожий на Java скриптовый язык от Netscape, который предоставляет упрощенный метод добавления динамических эффектов для веб-страниц.

JPEG / Объединенная группа экспертов по машинной обработке фотографических изображений

Аббревиатура для Joint Photographic Experts Group. Группа Международной организации по стандартам установила стандарты сжатия для растровых цветных изображений и дала свое название популярному формату файлов сжатия. JPEG относится к форматам сжатия с потерей качества, но работает таким образом, чтобы минимизировать видимый эффект в изображениях с градуированным фоном.

Kerning / кернинг

Подгонка расстояния между определенными знаками шрифта для улучшения их внешнего вида. Не путайте с трекингом, в котором расстояние подгоняется между всеми литерами шрифта.

Lamination / ламинация

Нанесение прозрачной или цветной, глянцевой пластиковой пленки на печатное издание для защиты его поверхности или улучшения ее внешнего вида.

Layers / уровни

В некоторых приложениях: уровень, на котором дизайнер размещает элемент, над которым работает в данный момент. Отдельные уровни могут быть активными (т.е. на них можно работать) или неактивными.

Layout / макет

Расположение различных элементов — текста, заголовков, изображений — на печатной странице.

Leading / интерлиньяж

расстояние между строками текста

Mac OS

Операционная система, используемая на компьютерах Macintosh компании Apple.

Master page / мастер-страница

В некоторых приложениях, шаблон, содержащий атрибуты, общие для всех страниц: количество колонок, номера страниц и т.п.

Media Player

Широко используемое приложение для воспроизведения аудио- и видео информации. Установлено в Microsoft Windows, доступно для Mac.

Modem / модем

Сокращение от модулятор- демодулятор. Устройство, которое переводит цифровую информацию в аналоговую и обратно для передачи информации от одного компьютера к другому посредством телефонных линий.

Mounting / монтаж

Приклеивание графической работы на кусок картона, или другую жесткую основу, для последующей демонстрации или презентации.

MP3

Формат сжатых аудиофайлов.

Offsetlit hography / офсетная печать

Традиционный метод печати в больших объемах с использованием фотографических форм.

OpenType

Достаточно новый цифровой формат шрифтов, который может содержать информацию или PostScript, или TrueType, и позволяет хранить в одном файле большое количество символов.

PageMaker

Оригинальная программа макетирования от Adobe. В настоящий момент вышла из употребления.

PANTONE

Собственная торговая марка системы цветовых стандартов, контроля и требований по качеству PANTONE, в которой каждый цвет описывается собственной формулой (в процентах) для последующей печати.

PC / персональный компьютер

Используется для обозначения любого IBM-совместимого компьютера, который может запускать операционную систему Window (в отличие от Mac OS, например).

PDF / формат переносимого документа

Аббревиатура для Portable Document Format. Формат от Adobe, который используется для выполнения многих задач. В частности, позволяет создавать сложные документы, сохраняя полностью текст, макет и форматирование изображений, открывать и печатать эти документы на любом компьютере с приложением, «читающим» PDF (например, бесплатный Adobe Reader) или, при корректном форматировании, использовать как окончательный вывод для печати.

Photoshop

Мощная стандартная программа обработки изображений от Adobe.

Pictogram / пиктограмма

Упрощенный графический символ, представляющий объект или концепцию.

Pixel / пиксель

Сокращение от Picture element (элемент картинки). Наименьший компонент генерированного цифровым способом изображения, как, например, одна световая точка на мониторе. В самом простом виде 1 пиксель «равен» одному биту: 0 — выключено, или белый, 1 — включено, или черный. В цветных изображениях или изображениях в оттенках серого (для мониторов), один пиксель может быть «равен» нескольким битам: 8-битовый пиксель, например, может отображаться в любом из 256 цветов (максимальное

количество вариантов конфигураций, которого можно достичь восемью 0 и 1)

Plug-in / плагин

Приложение, обычно стороннее, расширяющее возможности программы. Плагины широко используются в программах верстки и обработки изображений, например, как фильтры для спецэффектов. Часто используются в веб-браузерах для проигрывания кино- и аудио файлов.

PNG / переносимая сетевая графика

Аббревиатура для PortableNetworkGraphics. Редко используемый формат файлов для изображений в веб-пространстве, обеспечивающий 10-30% сжатие без потери качества.

Point / пункт

Основная англо-американская единица измерения шрифта. В каждом дюйме 72 пункта.

Post Script

Основной язык описания страниц от Adobe для вывода изображений на печать на лазерном принтере и для имиджсеттинга в высоком разрешении.

Pre-press / пре-пресс

Некоторые или все репрографические процессы, которые происходят между дизайном и печатью, особенно цветоделение.

Proof / корректура, цветопроба

Прототип работы (часто печатный документ), выполненный для того, чтобы проверить качество и соответствие цвета. Достоверная цветопроба на экране монитора называется «мягкой цветопробой» (softproof).

QuarkXPress

Программа верстки.

QuickTime

Технология аудио и видео передачи от Apple, совместимая с Windows и Mac OS.

Raster / растр

Производное от латинского слова *rastrum* (грабли), «растровое изображение» — это любое изображение, созданное рядами пикселей, точек или линий в «сеточном» виде, то есть от верхней до нижней части страницы, монитора и т.п. На мониторе изображение получается из шаблонов нескольких сотен параллельных линий, созданных

электронным лучом, который скользит по монитору сверху вниз. Скорость, с которой создается изображение или рамка, называется частота обновления и измеряется в Герцах (Гц), которое равно равно количеству колебаний в секунде. Конвертация векторных изображений в растровые для вывода на печать называется «растеризация».

Real Media

Аудио и видео форматы и проигрыватели от Real Networks, часто используемые в веб-пространстве.

Resolution / разрешение

Количество информационных точек, например, пикселей, с помощью которых изображения, звуки и т.п. хранятся в цифровом виде. Высокое разрешение обеспечивает лучшую детализацию, четкость и точность передачи, но за счет увеличения размера файла.

RGB

Аббревиатура для «красный, зеленый, синий». Основные цвета «аддитивной» модели, используемые для мониторов, веб и мультимедийной графики.

RIP / процессор растровых изображений

Аббревиатура для Raster Image Processor. Используется на печати для преобразования и растривания графики и текста, обычно в Post Script PDF-файле, для вывода на печать, цветопроб и печати.

Rollover / прокрутка

Быстрое замещение одного или более изображений, когда курсор мыши прокручивает оригинальное изображение. Часто используется для кнопок навигации на веб-страницах.

SafariWebbrowser / веб-браузер Safari

Программное обеспечение Apple, стандартная установка для Mac.

Sansserif / сан сериф

Общее название для шрифта, в котором отсутствуют засечки на концах основных штрихов букв. Иногда сан сериф называют «линейным шрифтом».

Saturation / насыщенность

Вариативность цвета одной тональной яркости от отсутствия (серый) через пастельные оттенки (низкая насыщенность) до чистого цвета с отсутствием серого (высокая или «полная» насыщенность).

Scamp / набросок

Предварительный эскиз, чертеж дизайна.

Scanner / сканер

Электронный прибор, в котором последовательно движущийся луч света и сенсор переводят изображение со слайда или бумаги в цифровую форму. Сейчас популярны планшетные сканеры, на стеклянную поверхность которых кладутся документы.

Serif / засечка

Короткий поперечный штрих буквы или штрих, находящийся в конце основного штамба литеры.

ShockWave

Технология Adobe для доставки презентаций Director на браузер через веб-пространство.

Silkscreen printing / шелкография

Метод печати, при котором краска проталкивается сквозь сетку, прикрепленную к экрану из шелка. В современных принтерах чаще используется экран из синтетического материала.

Software / программное обеспечение, софт

Общий термин для любого типа компьютерных программ, как противоположный «железу», или аппаратному обеспечению.

Spotcolor / спот-колер

Печатный цвет, специально смешанный для конкретной работы, как противоположный четырехцветной печати.

Streaming / потоковый

Метод воспроизведения аудио и видео

файлов сразу по получении (например, через интернет), минимизирующий изначальное время ожидания.

Tags/теги

Команды форматирования в HTML и соответствующих языков разметки. Тег активируется при размещении команды внутри треугольных скобок [команда] и отключается, если перед той же командой ставится косая черта [/команда].

Template / шаблон

Документ с заранее позиционированными областями, используемый как основа для многократного создания документов в аналогичном стиле.

TIFF / тегированный формат файлов изображений

Аббревиатура для Tag Image File Format. Графический формат файла, используемый для хранения растровых изображений без потери информации, опционально имеющий дополнительные функции, например, уровни. Широко используется в графическом дизайне и пре-прессе.

Touchs creen / сенсорный экран

Монитор компьютера, который реагирует на прикосновения, нет необходимости использовать мышь или клавиатуру. Часто используется для дисплеев в общественных местах.

Tracking / трекинг

Подгонка интервалов между символами в определенном кусочке текста. Смотрите так же кернинг.

Trapping / треппинг

Настройки в DTP-программах, которые определяют взаимодействие накладываемых друг на друга цветов. Так же относится к проблемам печати, когда один плотный цвет накладывается поверх другого. Вопросы треппинга требуют комплексного подхода, их лучше оставлять на усмотрение сервисного бюро или печатника.

TrueType

Технология цифрового шрифта Apple Computer, созданная как альтернатива PostScript и теперь используемая и ПК, и Mac. Единый файл TrueType используется и для печати, и для отображения на экране, в то время как PostScript требует двух отдельных файлов.

Typography / типографика

Искусство дизайна шрифта и его организация на странице.

Unicode

Система, используемая для идентификации глифов — какой глиф шрифта отражает конкретный символ.

URL

Аббревиатура для Uniform Resource Locator — унифицированный указатель информационного ресурса, URL-адрес. Уникальный адрес любой веб-страницы, обычно состоящий из трех частей: протокола (http), домена и названия директории.

Vector / вектор

Сегмент прямой линии определенной длины и ориентации. «Векторная графика» — включающая более сложные формы, чем прямые линии, например, кривые Безье — хранится как числовое описание, которое можно масштабировать для воспроизведения одинакового результата в любом физическом размере, в отличие от разбивки на отдельные пиксели как в растровых изображениях.

Windows

Операционная система ПК, созданная Microsoft, в которой используется графический пользовательский интерфейс, похожий на Mac OS

Web

Или «всемирная паутина», www. Аморфная сущность, состоящая из страниц, созданных в HTML и передаваемых через интернет-серверы на браузеры пользователей.

XHTML Комбинация HTMLи XML, используемая для создания интернет-контента для разнообразных устройств.

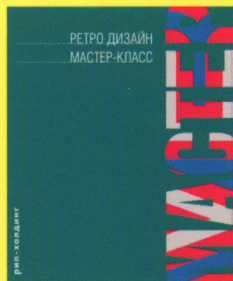
XML

Сокращение для «расширяемый язык разметки», который шире, чем HTML.

Благодарности

Стр. 15 Emery Vincent Design
Стр. 29 Wink Design
Стр. 35 Mauk Design
Стр. 40 Ланс Вайман
Стр. 41 Ruedi Bauer/Pippo Lionni
Стр. 42 Graham Davis
Стр. 43 Graham Davis
Стр. 44 Alan Fletcher
Стр. 45 вверху Metadesign, внизу Cahan&Associates
Стр. 47 вверху слева Suma, вверху справа Halmes Wood, внизу Graham Davis
Стр. 59 Graham Davis
Стр. 114 Fotolia
Стр. 118 Ероху, предоставлено Rolland Motif Paper
Стр. 119 слева SEA, Ероху, предоставлено Rolland Motif Paper
Стр. 121 вверху Bartle Bogle Hegarty, внизу McCann Erickson
Стр. 125 Wieden and Kennedy
Стр. 127 BMP
Стр. 129 вверху Pentagram, внизу Paul Smith Ltd, справа внизу Kenzo
Стр. 135 The Partners
Стр. 136 Pentagram
Стр. 141 слева Royal National Institute for the Blind, справа архитекторы: Allford Hall Monaghan Morris and Atelier
Стр. 142 Atelier
Стр. 143 фотография: Todd Gipstein
Стр. 147 Guggenheim Museum
Стр. 149 Exhibition Plus and Perks Willis Design
Стр. 151 Дебби Кук и Колин Миер
Стр. 155 вверху Memphis, в середине Daniel Althausen, внизу Imagination
Стр. 157 ASOS.com
Стр. 191 Никлаус Трокслер
Стр. 201 Том Хингстон
Стр. 205 фотография: Эд Сибурн, вверху справа RTKL
Стр. 207 Памела Гисмар, предоставлено Chronicle Books
Стр. 220 Лоуренс Зиген
Стр. 221 Лоуренс Зиген
Стр. 235 Альберто Корда, предоставлено Korda/Cuba Solidarity Campaign
Дополнительные фотографии: Роб Тернер и Боб Гордон
Схемы: bounford.com





Ретро графика

Для дизайнеров, которые хотели бы воспроизвести бессмертные стили прошлого. Визуальная энциклопедия всех ингредиентов, из которых состоит винтаж.



Графический дизайн

Основы графического дизайна в самых разных областях: печать и упаковка, реклама и веб-дизайн, а так же все, что между ними.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

МАСТЕР-КЛАСС

Нужно разработать фирменный стиль и систему навигации по масштабности соизмеримую с огромным зданием или кнопки веб-управления размером в несколько пикселей?

Книга «Графический дизайн» предлагает современному графическому дизайнеру ответы на вопросы из всех фундаментальных областей дизайна, помогая не «устареть» в стремительно меняющемся мире.

Советы, которые дает книга, продуманны и соотнесены с реальными потребностями заказчика; кроме того, вы получите практический обзор наиболее активных областей коммерческой деятельности, включая дизайн и печать упаковки, веб-рекламу и все, что между ними.

В книге вы найдете:

- Техническую информацию по каждому аспекту дизайн-процесса
- Реальные примеры, подробно проанализированные
- Большое количество иллюстраций, включая фотографии и графики
- Профессиональные советы от двух самых опытных в своих областях графических дизайнеров



9 785903 190515 >

SCAN IT!



1055822045

в приложении OZON.ru