Marvetaarium/X

Tõenäoliselt viies Marvetaarium läbi aegade **Mai 2003**

Kuivõrd seekordne Marvetaarium levib harilikust veidi laiemalt on vist kohane alustada päris algusest ja seletada lahti, millest selline isikukultuse-maiguline pealkiri... ja üleüldse – miks peaks keegi peale trükikodade ja AD-assistentide neid prepressi-asju teadma?

Kunagi ammu-ammu oli Uniprindil kliendi-ajakiri, mis üldise tava kohaselt käsitles firma ajalugu, tegemisi, väärtusi ja kõike muud sellist,
mis aitab luua head muljet, aga tegelikult ei ole kellelegi eriti huvitav lugeda. Vähemalt minu meelest. Samas praktikuna oli minul maailmaparanduslik vajadus edastada võimalikult laiale seltskonnale mõningaid tõdesid trükiettevalmistuse vallast, sest klientide lihtsalt lahendatavad probleemid kippusid päevast päeva korduma ja äärmiselt laisa inimesena oli mulle füüsiliselt vastuvõtmatu mõte neid ikka uuesti ja uuesti lahendada ning selle pealt rahulikult head raha teenida. See, kuidas minule mitte raha maksta, peaks ju ometi kõigile huvi pakkuma.

Alustuseks üritasime me kliendiajakirja ja minu seisukohti ühtede kaante vahele mahutada, aga see eksperiment lõppes juba tükk maad enne trükkiminekut ning õnneks inimohvriteta. Otsustasime teha nii, et kliendiajakirja vahele läheb nõuandev väljaanne, mille huvilised saavad sealt välja võtta ja kas (a) ära visata, (b) anda teemat enam valdavale kolleegile lugemiseks, või (c) kuulutada oma töökorralduse alustalaks ja vaieldamatuks pühakirjaks.

Tulemus on minu meelest märkimisväärselt hea. Marvetaarium on tuntud ning selle juurde kuuluv PDF-teema lehekülg www.uniprint.ee/tsirkus meie veebi peamiseks sisenemis-punktiks.

Lahushoidmise strateegial on aga teisigi eeliseid. Näiteks pidasin äsja peda reklaamitudengitele loengut ja tegin trükikoja-ekskursiooni olles loengus "vabamõtleja Peeter Marvet", ekskursiooni juhtides aga "Peeter Marvet, Uniprindi kvaliteedijuht". Põhjuseks see, et prepressi töökorraldusest rääkides võib minu juttu tõlgendada kriitikana meie klientide – reklaamifirmade, disainitubade jne – aadressil. Ja seda ei saa ma paraku endale firma värvides esinedes lubada.

Ja siit siis tulebki nimeks Marvetaarium, mis küll sageli viitab Uniprindile (eelnevas tekstis näiteks sees keskmiselt igas teises lõigus) aga kajastab minu seisukohti. Lisatuna EPL Markting&Reklaam või mõne teise ajakirja vahele võib Marvetaatriumit loodetavasti lugeda "tasuta kaasa-andeks" ja mitte "reklaami-inserdiks".

Kui M&R juba jutuks tuli... siis on see kaas-levi minu meelest ka mõne mitte-väga-levinud marketingi-strateegia tõestuseks. Ma pean nimelt väga oluliseks mõtlejaks veebiguru Philip Greenspun'i, kes oma raamatus "Philip and Alex's Guide to Web Publishing" võrdleb kahe suurfirma veebisaite: Merck ja General Motors. GM omalt leiab autode värvilisi pilte ning meditsiinifirma saidist raamatu, kus muuhulgas kirjas kuidas äärmise vajaduse korral endale ise pimesooleoperatsiooni teha.

Philip ja mina ei esinda kindlasti publiku valdavat enamust, aga me oleme veendunud, et Merck'is töötab suur hulk oma töösse himuga suhtuvaid spetsialiste ja GM'il on lihtsalt suur marketingiosakond.

Marvetaariumi funktsioon marketingi-tööriistana on nimelt selline... *smart marketing*. Tõestuseks näiteks see, et mõtte Marvetaariumi-sisu M&R vahele integreerida taga ei ole sugugi meie surve, vaid sellega tuli välja Aavo Kokk.

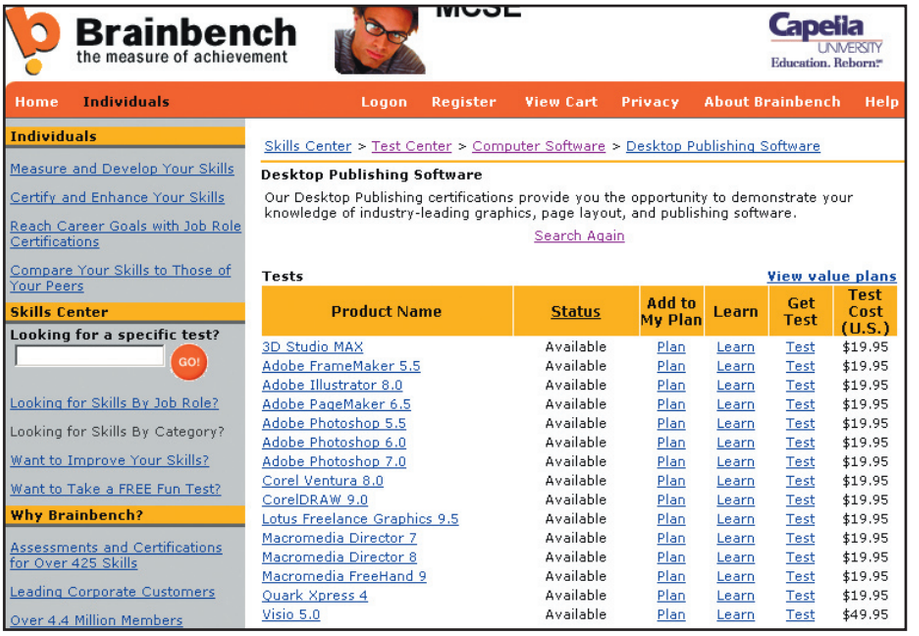
Luban endale siinkohal ühe pisikese õlle tähistamaks minu marketingiteooria paikapidavust ja jätkan pöördel. ... ➤

Foto: Christian Johannes Kask

Impressumi asemel: aastast '97 ebaregulaarselt ilmuv Marvetaarium on Uniprindi väljaanne, mis kajastab Peeter Marveti seisukohti trükiettevalmistuse osas. Tekst, graafika, küljendus, repro, auto juhtimine jne Peeter Marvet. Trükk Uniprint. Paber: Galerie One Silk 100gsm, MAP Eesti AS

Sisukorra asemel:

Aja lugu	**(vt vasakule, üles)**
Käsulaud #1, toimetajale	**3**
Õppind mehed, rootsi riistad ehk millega mida teha tasub	**4-5**
Lugu salatilehest ehk pilditöötlus	**6-7**
Kuidas tõmmata AD-assistendil vaip alt ehk Photoshop, profiilid ja värvilahutus	**8-9**
PDF/X ehk üks väga lihtne asi, aga kahjuks keerulise nimega	**10-12**
Kuidas kõike seda kontrollida ehk Pitstop ees ja Pitstop taga	**12-13**
Soovisime parimat, aga läks nigu ikka	**14-15**
Viimane lehekülg, mis räägib proovitrükist ja õigest valgusest	**(keera siit üks leht tagasi)**



Minu siirad vabandused kõigi nende ees, kes ennast seekordses Marvetaariumis leiduvate ebakompetentsuse-vihjete tõttu puudutatud tunnevad. Lohutuseks pakun välja ühe väga lihtsa võimaluse kõikuma löönud enesehinnangut tõsta ja oma teadmisi endale, kolleegidele või klientidele tõestada: www.brainench.com pakub teste enamiku kujundustöös kasutusel olevate programmide tundmise kohta. Vastavalt kogemusele panevad Brainbenchis saadud punktid kompetentsitaseme üsna täpselt paika.

[... algus esilehel]

* * *

Muideks, õlu oli kaluugalaste Tri Bogatõrja, mille ostsin mõni tund tagasi gastronoomist Krasnopresneskaja Naberežnaja ääres, kohe venelaste Valge Maja kõrval. Nimelt olen ma hetkel Moskvas kliendituuril tegemas Marvetaariumi live-ettekannet: ma teen endale selgeks kliendi töökorralduse, võrlden minu seisukohtadega ja siis me arutame ühiselt läbi, mida nemad võiksid minu soovitustest omaks võtta ja mida mina peaksin oma õpetustes muutma.

Trükindus on nimelt unikaalne ala oma tööjaotuse poolest: mul ei ole võimalik panna paika meie kvaliteedistandardeid ilma tagamata, et ka klient neid järgib. Kui ma toodan kooli-laudu, on minu kliendiks kool ja allhankijateks vineeri- ja torutootjad. Klient tahab minult lauda mis on kenasti vinklis ja liiga kergelt ära ei lagune, probleemide korral on mul põhjust visata kivi kas oma töötajate või allhankijate kapsaaeda.

Trüki puhul on sageli kliendiks reklaamifirma, paraku saab minu kogemuse kohaselt valdav enamus trükiprobleeme alguse originaalidest... mis on tehtud kliendi, st sellesama reklaamifirma poolt. Ning sellise olukorra lahendamine on pehmelt väljendudes delikaatne teema. Hoopis lihtsam oleks juba alguses kõigile vähemalt olulisemad mängureeglid selgeks teha ning hiljem õnne või ebaõnne korral hoopis sisukamat vestlust arendada – näiteks teemal, et miks trüki- või reprokoda võttis nõuks kliendi vea omal käel ära parandada ja sellega lõppkokkuvõttes hoopis suurema supi kokku keetis, selle asemel et töö otsejoones valju noomitusega ”tagasi peegeldada”.

Kõigest eeltoodust tingituna on selles Marvetaariumis oluliselt rohkem pilte ja vähem teksti, sest minu eesmärgiks on õpetada võimalikult laiale seltskonnale seda, kuidas bluffida ennast prepressispetsiks. Ma loodan, et keegi ei kasuta seda vahendina Peteri Printsiibi kohaselt ettemääratud ebakompetentsuse tasemele pääsemiseks, vaid pigem oma kolleegide ja allhankijate tausta kontrolliks.

Ma ise olen pisibluffi tasemel näiteks veini-maitsja: kuigi ma ei suuda eristada kõiki neid kahtteist nüanssi mis lisaks ”tammisele järelmaitsele” suvalisest punasest veinist Hea Veini teevad oskan ma vähemasti seltskonnas veiniklaasi enam-vähem õieti nuhutada ning mõtlikul ilmel suu kaudu sisse ja nina kaudu välja hingata. Ja kui keegi peaks korki uurides teatama, et on ikka hea aastakäigu vein küll, siis rakendub minus koheselt bluffi-alarm, sest kuuldavasti pidavat nii kontrollitama hoopis ega vein ebaõnnestunud naturaal-korgi tõttu päris ropuks ole läinud.

Minu veini-teadmistega sarnasel määral peaksid prepressi jagama reklaamifirmade projektijuhid, firmade marketingipealikud jt trükiostjad, praktika näitab aga seda, et sageli jääb isegi tegeliku töö tegijatel teadmistest puudu. Tulemuseks probleemid, mille lahendamine on äärmiselt keeruline, sest teadmatu tegija meelest on alati keegi teine kõiges süüdi.

Teadmatusega käivad aga kaasas ka kliendi-trükikoja naginatest oluliselt laiemad probleemid. Üha vähem kasutatakse piltide skannimiseks kogemustega reprofirmasid, üha enam “laenatakse” materjali internetist, üha suurem hulk piltidest liigubki ainult digitaalsel kujul. Sellest tulenevalt trükime me iga päev aina suuremal hulgal trükiseid, mis kunagi aasta ‘92 paiku, mil trummelskannerid ja spetsialistid olid au sees, oleksid repropraagiks loetud.

Kohati morjendab mind aga kvaliteediprobleemidest isegi rohkem see, et osakamatusest kasutatakse töö tegemisel valesid riistu ja kuigi tulemusel pole nagu vigagi on aja ülekulu mitmekordne ning ... keegi maksab selle ju kobisemata kinni.

Ehk et jõudsimegi tagasi selle juurde, miks ma seda kõike tahan sedapuhku veidi laiemale ringile selgitada. Kui ostjad teavad, mida tegijad teevad, ning tegijad teavad, et ostjad teavad, siis peaks see kõiki osapooli oluliselt distsiplineerima ning vähendama märgatavalt vaidlustele kulutatava sooja õhu hulka.

Seega võtakski ette kõigepealt töökorralduse toimetaja seisukohalt (vt käsulaud paremal), siis graafika-pilditöötluse-küljenduse töökorralduse, siis pilditöötluse ja värvilahutuse põhitõed ning lõpuks väljundi ehk digitaalsed originaalid ja nende kontrollimise.

Käsulaud #1
ehk toimetaja vaade

Enamus probleeme saab alguse mitte kehvast pilditöötlusest või trükiveakuradist vaid sellest, et töö on kehvalt korraldatud. Kui küljenduse alguses pole teada, kuhu mis pilt läheb; kui teksti korrektuuri hakatakse tegema alles pärast kujunduse heakskiitmist; kui enda või teiste vigade parandamisele kulub rohkem aega kui tööle endale – siis on paras hetk tuletada meelde oma esimest ratsutamis-tundi, kui hobune ei olnud sugugi veendunud selles kumb teist kummale korraldusi jagab. Mistahes trükiprojekti tuleb juhtida nagu hobust: vaja on enesekindlust ja täpset ettekujutust sellest, mis hetkel mida on vaja teha ja kuhu minna.

Ettevalmistus

1. Kontrolli, et kõik materjal on koos ja vigadeta. Loe kokku slaidid (või leia need ketastelt), vaata üle tekstid. Kas kõik artiklid on olemas ja läbinud korrektuuri? Kas kõik reklaamid on olemas? Kui midagi on puudu, tee nendest asjadest nimekiri ning pane sinna kirja, mis ajaks hiljemalt sul neid vaja on, et saaksid oma tööd teha. Trüki välja 2 ex, üks jäta endale ja teine anna/faksi kliendile. Riputa enda koopia nähtavale kohale ja kui umbes poole tähtaja peale pole materjalid kohal, siis helista ja nõua.
2. Jaga töö komponentideks – nt pane paika tööpõhi ja stiilid, töötle Wordis algtekstid ja märgi stiilid, puhasta/kontrolli slaidid, joonista logod ja graafikud. Tee töö täpselt kokku seatud kava järgi. Kui vaja ja võimalik, anna osa terviklikke töölõike kellegi teise teha, seletades talle eelnevalt täpselt, mida vajad.
3. Ära tegele korraga toimetamise ja küljendamisega!

Töö ise

1. Tee küljendusprogrammis põhi või telli see kogenud kujundusfirmast. Pane paika masterid ja stiilid.
2. Kui töös on pilte, siis hiljemalt nüüd on sul ettekujutus, mis on vajalikud suurused (1-veeruline, 2-veeruline jne). Märgi piltidele peale suurused ja kadreeringud ning saada skaneerimisele koos juhistega piltide töötlemiseks, näiteks et värvid võiksid olla kirkad ja pildid teravad (kui sul on väga hea skanner ja koolitus, võid ka ise skannida-töödelda-lahutada).
3. Puhasta tekstid Wordis isehakanud masinakirjutajate ilutegemisest ja pane paika stiilid, olles eelnevalt kõik failid üheks kokku liitnud.
4. Kui vaja, trüki pikk tekstifail välja, anna kliendile esimesse korrektuuri. Saa parandused tagasi, vii Wordis sisse (või anna pikk fail kliendile parandada, säästad oma aega).
5. Jaga Wordi suur fail jälle juppideks (kui vaja), nimeta need endale ja teistele arusaadavalt, nt lk10linnapeaintervjuu.doc.
6. Käi üle / tee graafika. Tööta graafikaga joonistusprogrammis samal suurusel, millel see käiku läheb.
7. Käi üle skaneerimisest saadud pildid. Teades plaanitavat küljendust (veerulaius jne) vaata, et kõik pildid oleksid sobivas suuruses, ilusate värvidega jne.
8. Pane trükis küljendusprogrammis kokku – place'i tekst (.doc), pildid (.tif) ja graafika (.eps). Unusta ära, et on olemas Copy ja Paste.
9. Trüki PostScript laserprinteril välja makett, kontrolli / lase kontrollida. Ära unusta kõigile rõhutada, et selles faasis (ja hiljem kah) toimuvad kõik tekstimuudatused ainult lisaraha eest. Kui oli muudatusi, siis trüki välja uus makett ja anna see uuesti kontrolli, jne.
10. Digitaalseks trükioriginaaliks tee trükikoja poolt soovitatud parameetreid kasutades komposiit-PostScript printafail ja sellest (jällegi soovitatud parameetritega) PDF kasutades Adobe Acrobat Distillerit. Valmis PDF kontrolli üle visuaalselt ja mõne preflight-tarkvara abil (näiteks Enfocus Pitstop Professional). Kui avastad probleeme, paranda need küljendusprogrammis ja tee uus PDF... ja kontrolli uuesti.

Õppind mehed, rootsi riistad ehk millega mida teha tasub

Sõltumata sellest, mida reklaambrošüürid ühe või teise programmi kasutusvaldkondadeks kokku luuletavad, on igaühel neist siiski täpselt üks roll: tekstitöötlus, fototöötlus, graafika või küljendus. Võtame näiteks graafikaprogrammid nagu Freehand ja CorelDraw – ma olen korduvalt kohanud neis tehtud mitmekümneleheküljelisi brošüüre ja isegi terveid ajakirju. Paraku on sellistel töödel küljes higi ja vere lõhn, sest kuna need programmid pole otseselt küljenduseks mõeldud kipuvad nad suuremahulisemate tööde jaoks aeglaseks jääma, lisaks puuduvad elementaarsed mugavused nagu näiteks automaatne poolitusalgoritm eesti keele jaoks.

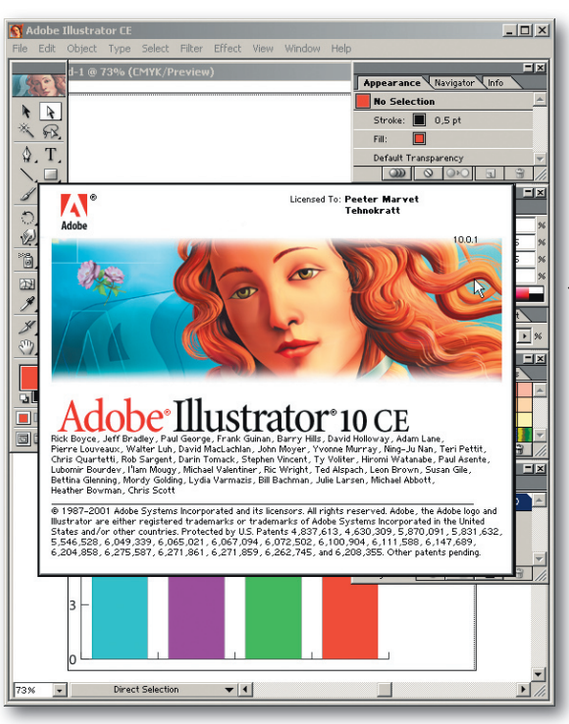
Praktikas on kõik graafika-ala programmid loodud asendama mõnda lõiku klassikalises, pruunide ümbrike ja filmitükikeste abil toiminud töökorralduses: Photoshop tegeleb fotodega; Illustrator, Freehand ja Corel graafikaga (nagu näiteks logod, joonised, diagrammid); Word tekstiga (seal tasub paika panna ka tekstistiilid) ning kõik need komponendid saavad kokku küljendusprogrammis milleks on reeglina kas InDesign, QuarkXpress või Pagemaker.

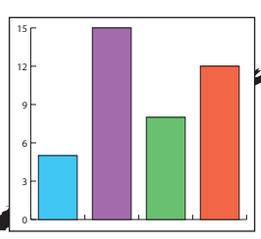
Sellel lehel oleva pildi lahtiseletamisega alustan ma muideks absoluutselt igat prepressiloengut, olgu teemaks sissejuhatus või mõne konkreetse programmi õpetus. Ja selle pildiga võiksid ka sina alustada oma töökorralduse kontrolli: kui liiga suur hulk mõne programmi põhifunktsioonidest tehakse ära mõnes teises programmis, siis suure tõenäosusega ei ole töökorraldus optimaalne.

Graafika: Adobe Illustrator, Macromedia Freehand, CorelDraw

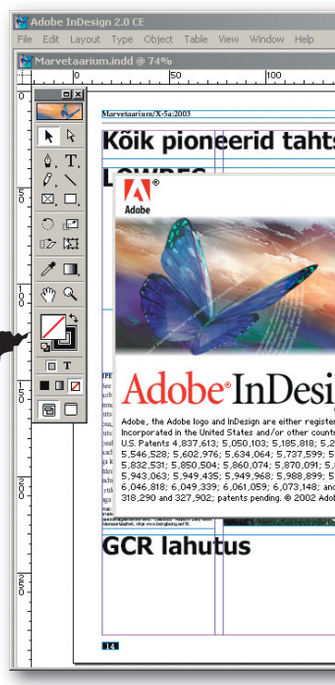
Nendes programmides tehakse kogu vektorgraafika: joonised, diagrammid, logod jms. Programmi valik on harilikult maitseküsimus, kuigi üldiselt kipuvad proffid valima Illustratori või Freehandi, sest nende töövahendid on kunstniku-hingele sobivamad. CorelDraw seevastu pakub meeletutes kogustes lisavõimalusi ning seda eelistavad sageli need, keda disaini-andega pole koormatud: Corel võimaldab selle lihtsalt erieffektidega asendada. Loomulikult on teatava mõõdutunde puhul ka CorelDraw's võimalik profitööd teha.

Graafikaprogrammide väljundiks on EPS-fail ehk Encapsulated PostScript mille küljendusprogramm saab muutmata kujul PostScript-printerisse või Distillerisse saata.





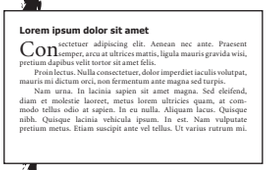
graafik.eps



Küljendus:
Adobe InDesign, QuarkXpress, Adobe Pagemaker

Võimaldavad teistes programmides loodud komponentidest lõpliku kujunduse kompileerida. Olulisemateks omadusteks tekstijooksutustehnika, tabelid, valemid, sisukorra ja indeksi koostamine ning oskus teistest programmidest pärit .doc, .tif ja .eps faile kasutada.

Erinevalt tekstitöötlusprogrammidest, mille esmane eesmärk on tagada, et kasutaja alati teksti lugeda saaks (oluline pole näiteks sama font), on küljendusprogrammi peaülesanne tagada vahendeid valimata töö samal kujul avanemine igal korral ja igas keskkonnas.



tekst.doc

Tekstitöötlus: Word

On mugav tarbida *copy* loomisel ja töötlemisel, produtseerib voolavat lõikudeks jaotatud teksti mida küljendusprogramm probleemideta loeb ja võimaldab selles ära märkida mõningaid omadusi, nagu lõigustiili nime, teksti keskel üksikut sõna bold'i jne tõsta. Lisaväärtuseks makrokeel (kiirendab tööd), tugi õigekirjakontrollile jms

Mõistliku töökorralduse puhul on enne teksti küljendusse toomist pealkirja- ja lõigustiilid tekstitöötlusprogrammis juba paika pandud (oluline on vaid see, et stiilinimed mõlemal pool samad oleksid). Nii saab teksti toimetamisega tegeleda näiteks klient või korrektor oma arvutis ja täiesti tavalises Wordis, oluliselt kallim kujundustöökoht võib aga rahulikult oma põhitööga tegeleda.

Tekstitöötluse väljundiks on pea alati Wordi DOC-fail, nii Mac- kui PC-arvuteid sisaldava töökorralduse puhul võib aga olla õigem kasutada RTF-faili.

TAUSTAINFOKS: POSTSCRIPT

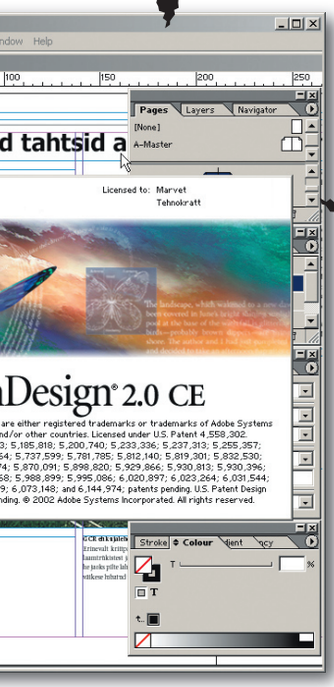
Kõik filmiprinterid, plaadiprinterid, värviprooferid, digitaalsed trükimasinad jne mõistavad PostScript-printerikeelt, PDF on selle veidi kaasaegsem inkarnatsioon. Kogu siinkirjeldatud töökorraldus on orienteeritud nimelt PostScript-printeritele ja PDF-väljundile, näiteks EPS-graafika on juba trükivalmis PostScript-kood millega küljendusprogramm enam midagi tegema ei pea.

Fototöötlus: Adobe Photoshop

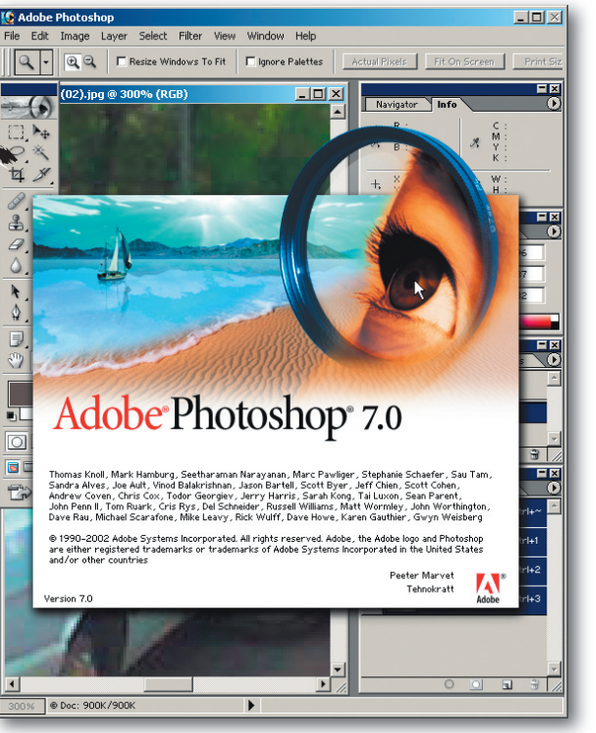
Fotode värvikorrektsioon, värvilahutus, retušš ja montaaž, oskab ekraanil näidata pilti enamvähem trükile vastavate värvidega (eeldusel, et monitor ja Photoshop on õigesti häälestatud). Vajadusel toimub siin ka pildi taustast välja lõikamine kasutades *clipping path*'i (erinevalt veebigraafikast ei saa trükiettevalmistuses veel kasutada läbipaistva taustaga pilte). Lisaväärtustena ei loe probleemiks suuri pilte, on mugav ja intuitiivne tarbida, suudab arvutiressursse efektiivselt rakendada, käib kiiresti.

Adobe Photoshop on ainus praktikas pilditöötluseks kasutatav programm.

Valmis pildid salvestatakse lahutatud ehk CMYK TIFF failina (vajadusel koos *clipping path*'iga), kasutatakse küljendusprogrammis. Erandjuhul (näiteks duotone-pildid) võib TIFFi asendada EPS-fail.



mingi_CMYK_pilt.tif



Lisaväärtusena võivad küljendusprogrammid sisaldada teatavaid funktsioone teistest programmidest, mis annavad võimaluse mõne pisikorrektsiooni kohapeal teha; samuti võib neisse sisse olla ehitatud töökorralduse seisukohalt olulisi omadusi (nt. Quark'i ajalehe-süsteemid).

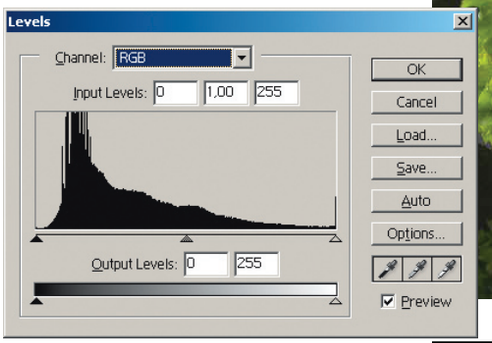
See Marvetaarium on kokku pandud Adobe InDesign 2.0 CE abil, graafikakillud tehtud Illustratoris ning pildid töödeldud-lahutatud Photoshopis. Loomulikult on tööriistade valik maitse-asi, aga: Quark on tuntud oma olematu kasutajatoe poolest ning Adobe on Pagemaker'i arendamise praktiliselt lõpetanud, positsioneerides selle kontori-küljendustarkvaraks.

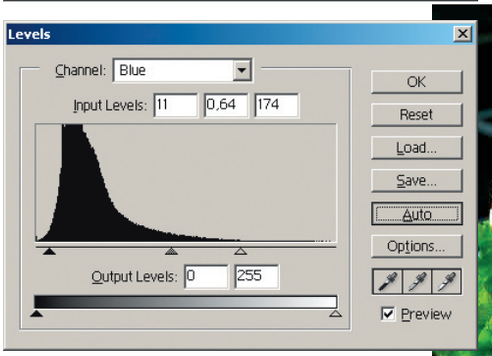
Küljendusprogrammi väljundiks on PostScript-printfail või PDF.

Käsulaud #2
ehk värvilised pildid

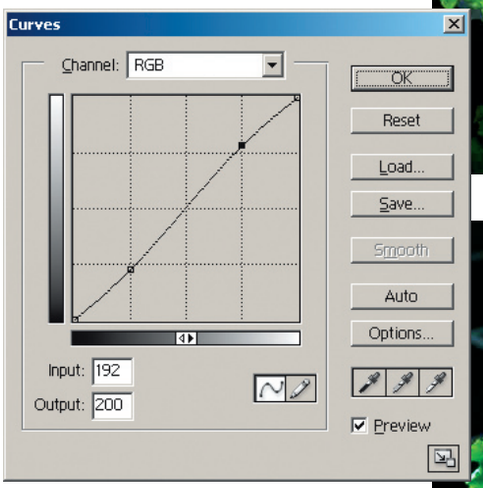
Enamik pildiprobleeme on tingitud kehvast pilditöötlusest. Väite tõestamiseks võtame netist ühe suvalise hamburgerifoto (**ülemine pilt**, lahutus Photoshop ”nagu karbist tuleb” seadetega, järgmised Adobe RGB 1998 RGB-profiil ja Euroscale Coated v2, vt järgmised lehed) ning vaatame, mis eriti kehva originaaliga teha annab.

Kõigepealt **Image -> Adjust -> Levels**. Nagu histogrammilt näha, on millegipärast kasutamata jupike tumedamaid toone, RGB kanalite kaupa vaadates paistab aga sinine olema eriti kurjalt nihestunud. Teen RGB vaates **Auto-korrektsioon**i mis paneb kõigis värvides paika musta ja valge punkti ning seejärel **nihutan sinise keskpunkti** nii, et pilt ekraanil normaalne paistaks (umbes sama tulemuse sain ka valides halli pipeti ja võttes proovi lauakivide vuugikohast). Tulemuseks **keskmine pilt**.

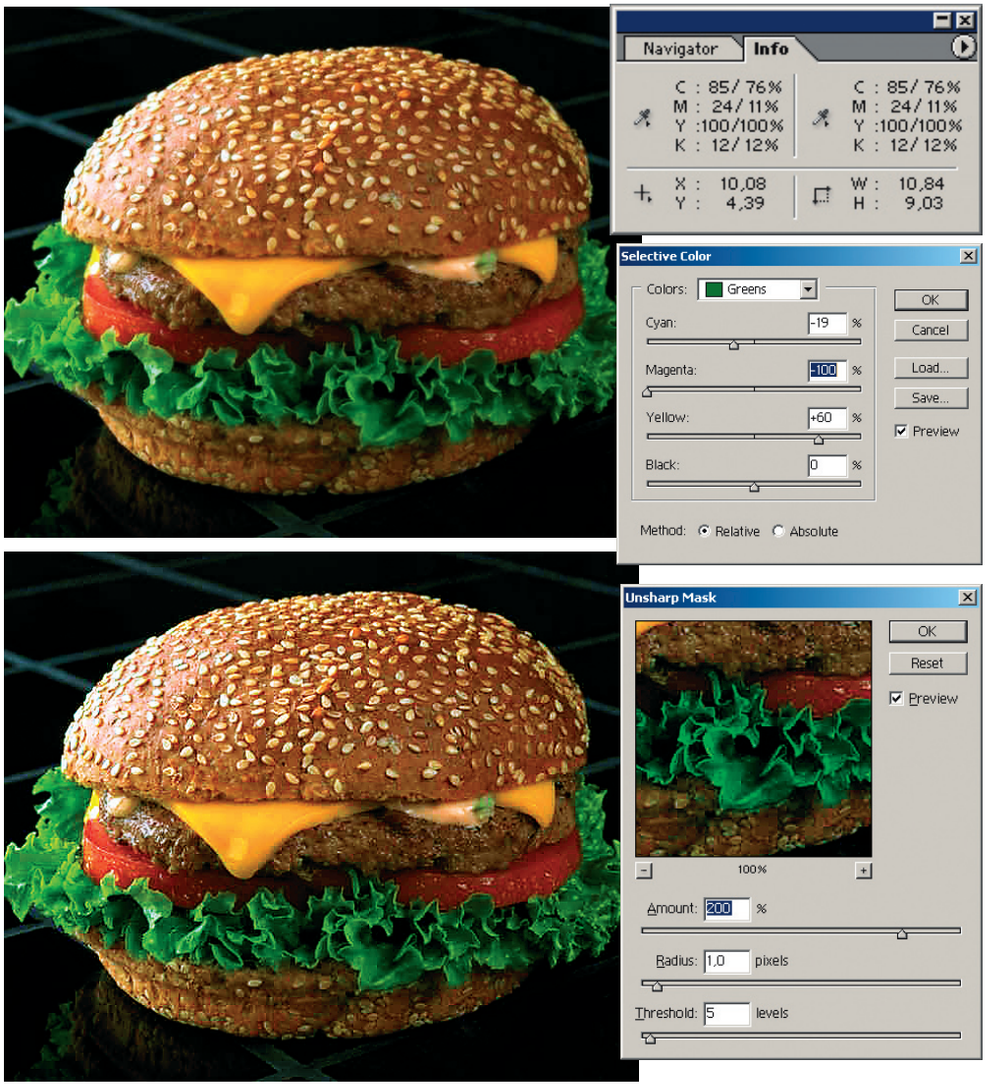




Enamus pilte tahaksid (minu meelest) saada ka veidi lisa-kontrasti. Selleks on **Image->Adjust->Curves** kus reeglina piisab üsna kergest S-kurvist pildi parandamiseks, et kaoks tuhmus ja tekkiks sära. Tulemuseks **alumine pilt**.



Nüüd teen **Image->Mode->CMYK**, sest järgmine liigutus hakkab mängima CMYK-värvidega ja on nimelt see, miks ma seda näidet just hamburgeriga teen. Mõtle rohelise värvi ja salati peale: kui see värvitoon koonseb tsüaanist (nii 60%) ja kollasest (ligemale 100%) peaks värv olema selline kena ja värske roheline. Lisame magentat ja saame männiokka-tooni. Hakkab tsüaani olema võrdselt või enam kollasest, on tulemuseks selline vastik merikapsa-sinine. Rohelist saab aga kergelt parandada: **Image->Adjust->Selective Color** abil.



Jälgides pilti ja Info-paletti tõmban magenta nii maha kui saab, lisan kollast ja ... tsüaani nüüd veel maha veidi. Kuna pilt oli alguses suht suure värvinihkega siis pole saadud värv küll vahest kõige värskema salati värvi, aga soovimata seda selgitust keerulisemaks ajada lepime hetkel selle tulemusega, mis näha **ülemisel pildil.**

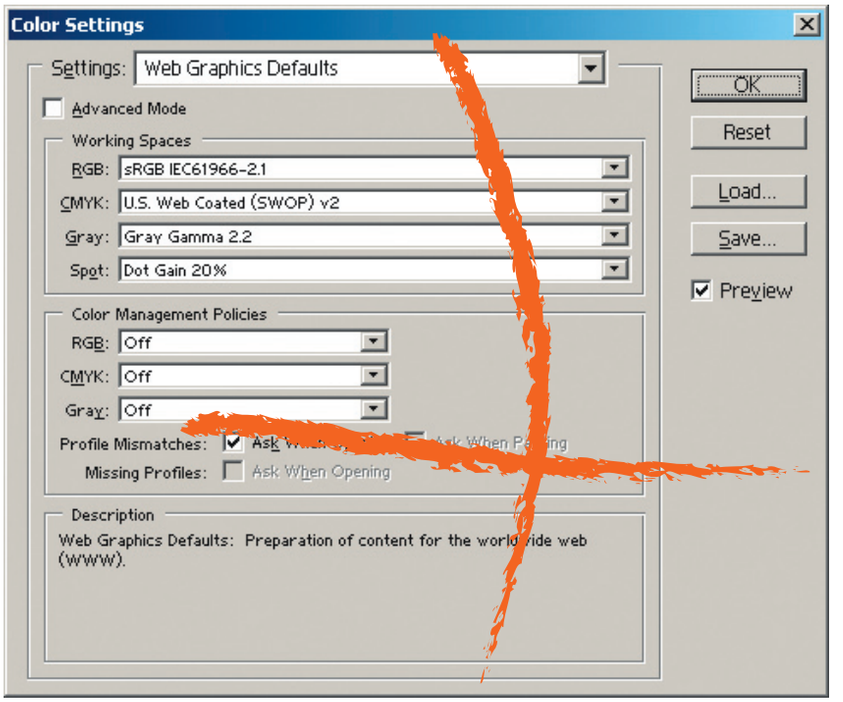
NB: Ära usalda monitori, kontrolli ennast alati mõeldes läbi Info-paletis kirjas olevad protsendid! Eelnevate RGB-töötluste ajal kontrolli, et View->Proof Colors oleks sees ja kasutataks õiget CMYK-profiili!

Ja ongi käes viimane liigutus ehk pildi teravustamine. **Filters->Sharpen->Unsharp Mask** lubab pildile valida sobiliku teravustamise astme. Amount on ”tugevus”, Radius tekitatava ”üleminekuvao” laius ning Threshold’iga saab ära näidata millisest toonierinevusest alates teravustamine rakendub.
Ja ongi kõik!

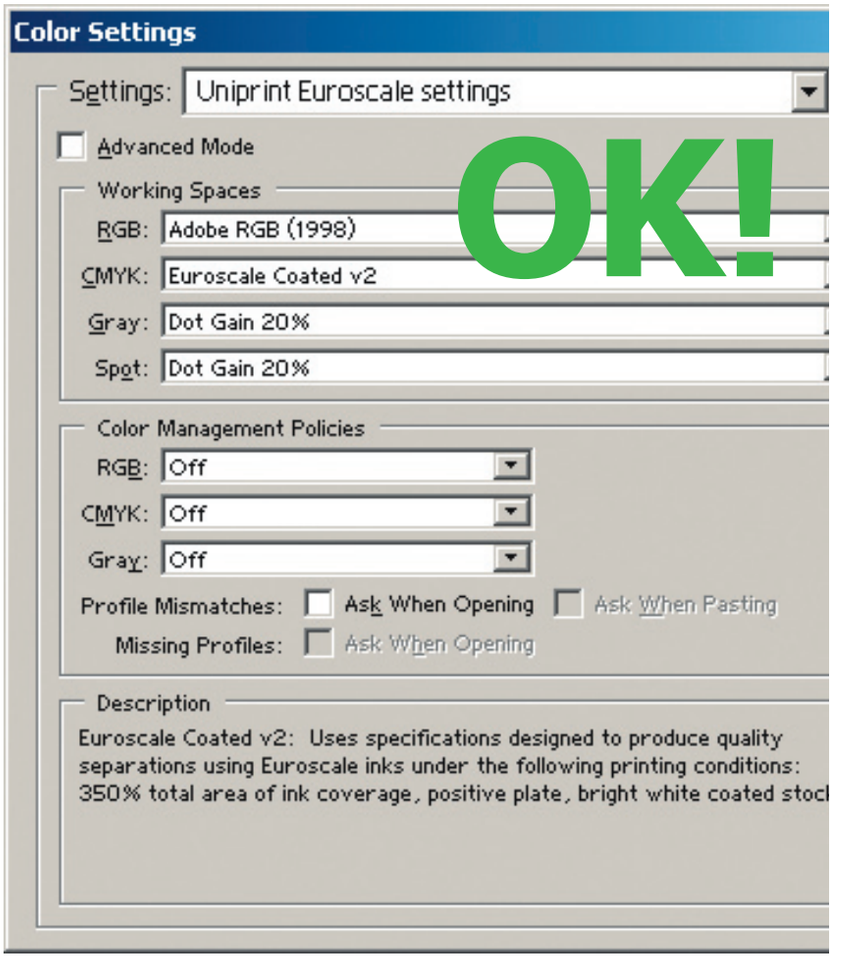
Loomulikult tasub kõike seda teha ka piltidele, mis pärit mitte veebist vaid reproskannerist: vasakul originaal ja paremal töödeldud pilt nii, nagu see kasutusele läks (foto Lembit Michelson / www.akriibia.ee, töötlus ”tädi Tiina” Roomere / www.ddb.ee)

Käsulaud #3
ehk värvi lahutus

Ma pean tunnistama, et hamburgeri-töötluse erinevuste paremaks väljatoomiseks lahutasin ”originaali” kasutades Adobe Photoshop 7.0 vaikeseadistusi, mis väga hästi sobivad veebigraafika jaoks. Paraku pole tegu endale ebaausa edumaa tekitamisega, sest ma kohtan pea iga päev kujundusarvuteid, kus enam-vähem needsamad seadistused päris-töö tegemisel kasutusel on... ehk puldis istub diletant. Kui tahad oma kolleegi kompetentsust kontrollida ava Photoshopis **Edit->Color Settings** ja vaata, mis seal kirjas on. Need siin paremal, rist peale tõmmatud, on selgelt valed: RGB profiiliks on sRGB ehk ”kodutehnika” (odavad monitorid, skaneerid, printerid”) värviruum ning see muudab kõik meie pildid jupp maad tuhmimateks. CMYK on aga SWOP ehk Ameerikas kasutatav standard, ning mustvalgetele piltide puhul arvestatakse nende kasutuskohaks ekraan ning mitte trükipaber.



Sellised alumisel pildil olevad seadistused on aga OK, kuigi kindlasti võib sõltuvalt rakendusest olla teisigi sobilikke kombinatsioone.



RGB profiiliks on valitud Adobe RGB 1998, nii nagu Adobe ise soovitab. Kui oleks olemas kasutatavale skannerile ja slaidifilmile vastav profiil tasuks siin seda kasutada. Kindlasti ei tohi siia valida monitori-profiili.

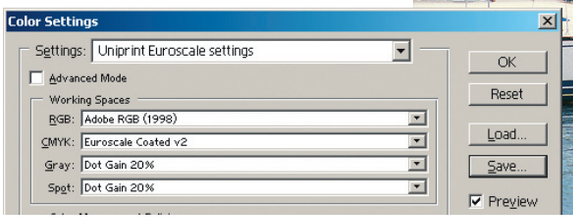
CMYK-profiiliks on Euroscale Coated v2, mis sobib poogna-offsetis kriitpaberile trükkimiseks ja on tõenäoliselt etem enamusest trükikodade endi tehtud profiilidest.

Mustvalge ja spot-värvide punktikasvuks on 20%, sest kui keskmine punktkasv on värvidel 17-18%, siis mustal on see harilikult 2-3% kõrgem.

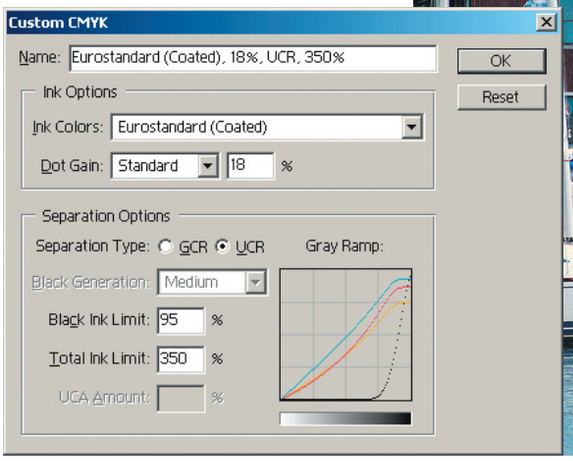
Lisaks on ära keelatud kõik Photoshopi katsed tegeleda värvihaldusega lisades piltidega kaasa värviprofiile: nii väheneb tõenäosus, et keegi vähem kompetentne kolleeg, klient või allhankija kogemata lahtihüpanud hoiatavas dialoogis ”Convert color?” nupule vajutab ise päris täpselt teadmata, milleks ta seda teeb.

Kinnitamaks eelmisel lehel antud soovituste paikapidavust tegin lk 7 oleva pildi töödeldud versioonist kolm erinevat ”ümberlahutust” (originaal on eeldatavasti Crossfieldi skanneri lahutus).

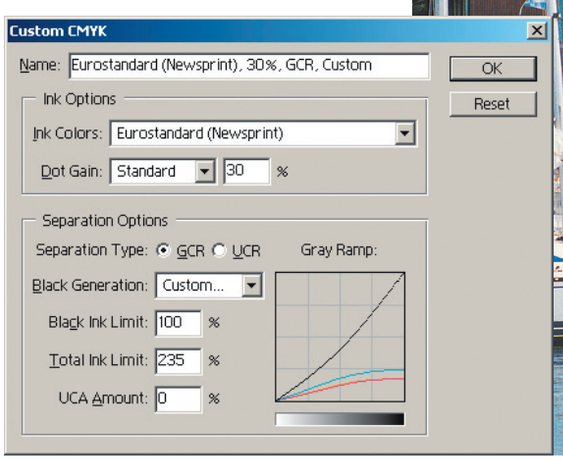
Esimene neist on tehtud Euroscale Coated v2 profiiliga, mida soovitaksin kriitpaberi puhul alati kasutada, kui pole just kindlat põhjust teisiti teha.



See pilt on lahutatud ”käsitsi pandud parameetritega”, mina ise kasutan sageli nimelt seda valikut. Ainus oluline erinevus rulli-offseti jaoks on Total Ink Limit mis peaks olema 300.



Lisaks näide Kroonpressi soovitatavast akromaatilisest lahutusest ajalehe tarbeks, mis kriitpaberile trükituna paraku eriti hea ei paista, ajalehes aga vältimatu. Vt www.kroonpress.ee



Lihtne-keeruline PDF/X

Hästi lühidalt öeldes on PDF/X ISO standard 15930 mis kirjeldab trükiettevalmistuseks sobilikku PDF-faili – milliseid võimalusi tohib kasutada ja milliseid mitte. Kui seni üritas igaüks ise välja mõelda nõudeid prepressisüsteemidest probleemideta läbi minevale PDFi loomiseks ja kontrolliks, siis nüüd on need üheselt paika pandud ning PDFi tegijatel, kasutajatel, kontrollijatel jne on olemas standard, mille alusel oma tööd korraldada. Kui seni oli ainus töökindel lahendus kasutada Acrobat Distillerit praktikas kontrollitud parameetritega, siis nüüd võivad küljendus- jms tarkvara loojad kirjutada programme, mis ilma Distilleri abita PDFi genereerivad.

Et asja tausta veidi pikemalt lahti seletada tuleb aga alustada ajaloost.

Kuidas sündis PDF/X

PDF on teadupoolest Adobe portable document format ehk edasiarendus Postscript-printerikeelest, selle loomise eesmärgiks oli üldkasutatav dokumendistandard, mis toimiks erinevatel platvormidel (st PC, Mac, Unix jne) ning suudaks erinevalt senistest failiformaatidest oma sisu ka igal pool täpselt ühel moel esitada. PDF on virtuaalne paber mille peale trükitakse virtuaalse printeriga ning kuna kõik programmid oskavad suvalise printeri peale trükkida siis järelikult saab nende väljundit ka PDFiks teha. Enamus sellisest trükkimisest toimub kontorites ning seega oli ka PDF mõeldud kontori-kasutuseks.

Mõistagi leidus PDFile rakendus ka trükiettevalmistuses, sest nii sai trükiste-reklaamide kujundusi saata kliendile, kelle tõenäoliselt ei olnud kasutada küljendusprogrammi ega Postscript-printerit, ülevaatamiseks ja kommenteerimiseks. Paraku oli ekraani peal pildi näitamine PDFi esimese versiooni puhul ka ainus trüki-protsessi sobiv rakendus, sest PDFi ei säilitanud enamust trükiettevalmistuses olulistest parameetritest nagu CMYK- ja spot-värvid, ületrükk, kõrgemad resolutsioonid piltidel jne.

Kontoritöös ei lähe neist ju ühtegi vaja, olid PDFi loojad arvanud. Aga meil on kõike seda hädasti vaja, kurtsid Adobe suurim klient ehk graafiline tööstus.

Alates Adobe Acrobat'i versioonist 3.0 (ehk PDF versioon 1.2) ongi PDF kasutatav ka trükiettevalmistuses, tõsi küll alul teatavate mööndustega – näiteks oli kehvapoolne et mitte öelda puudulik spot-värvide tugi, Acrobat'i seadistamine nõudis keerulisevõitu õpetuste järgimist ning eriala-konverentsidel oli lööklauseks "PDF isn't silver bullet" ehk "PDF ei ole võlukuul, mis tapaks kõik sinu probleemid".

Põhjuseks see, et kuigi PDF on "igati tsiviliseeritud keel" sa ka selles "ropendada", mis trükiettevalmistuse puhul tähendab näiteks vale resolutsiooniga ja trükiks ettevalmistamata piltide kasutamist, fontide mitte-kaasa-panemist ja ... veel vähemalt sadat pisiasja.

Samas on neid vigu (a) kerge vältida järgides teatavaid käitumisreegleid (b) üsna lihtne ka avastada, kasutades nn preflight-tööriistu ning (c) uuemad Adobe Acrobat'i versioonid on oluliselt kasutajasõbralikumad.

Näiteks on Enfocus pakkunud juba pikka aega Acrobat'i juurde käivat Pitstop'i, mis lubab trüki- või reprokojal PDF-faile kontrollida ja vajadusel ka muuta. Sellele on lisandunud Certified PDF töökorraldus, mis lubab reklaami- või disainifirmal ilma nüanssidesse süvenemata trükkida oma tööd otse sobivate parameetritega PDFiks kasutades Instant PDF'i.

Kõige selle juures oli aga üks probleem – igaüks üritas välja töötada oma soovitusi PDFi tegemiseks ja elu hakkas kasutaja jaoks vaatamata suhtelisele lihtsusele aina keerukamaks minema. Kas ajaleht P võtab vastu ajalehe Ä profiiliga kontrollitud reklaami? Mida peaks trükikoda K tegema trükikoda U jaoks loodud PDFiga? Kas repros P olev filmiprinter ikka tunnistab kõiki repro K jaoks sobilikke PDF-faile?

Vastuseks kõigile neile küsimustele sündiski ISO standard 15930 ehk PDF/X, mille loojateks on ... enam-vähem kõik need tegelased, kes on PDFi trükikõlbulikuks muutmise nimel viimasel ajal sõna võtnud, olgu siis tegu sõltumatute konsultantide, seadmetootjate (Agfa, Heidelberg, Screen, Harlequin, HP, Adobe jpt), progressiivselt meelestatud meediakontsernide (Time Inc, RR Donnelley jpt) või rahvuslike ajalehereklaami-seltsidega (DDAP, NAA) ja eriala-institutsioonidega (UGRA, IFRA, FOGRA jpt).

Milleks PDF/X sobib?

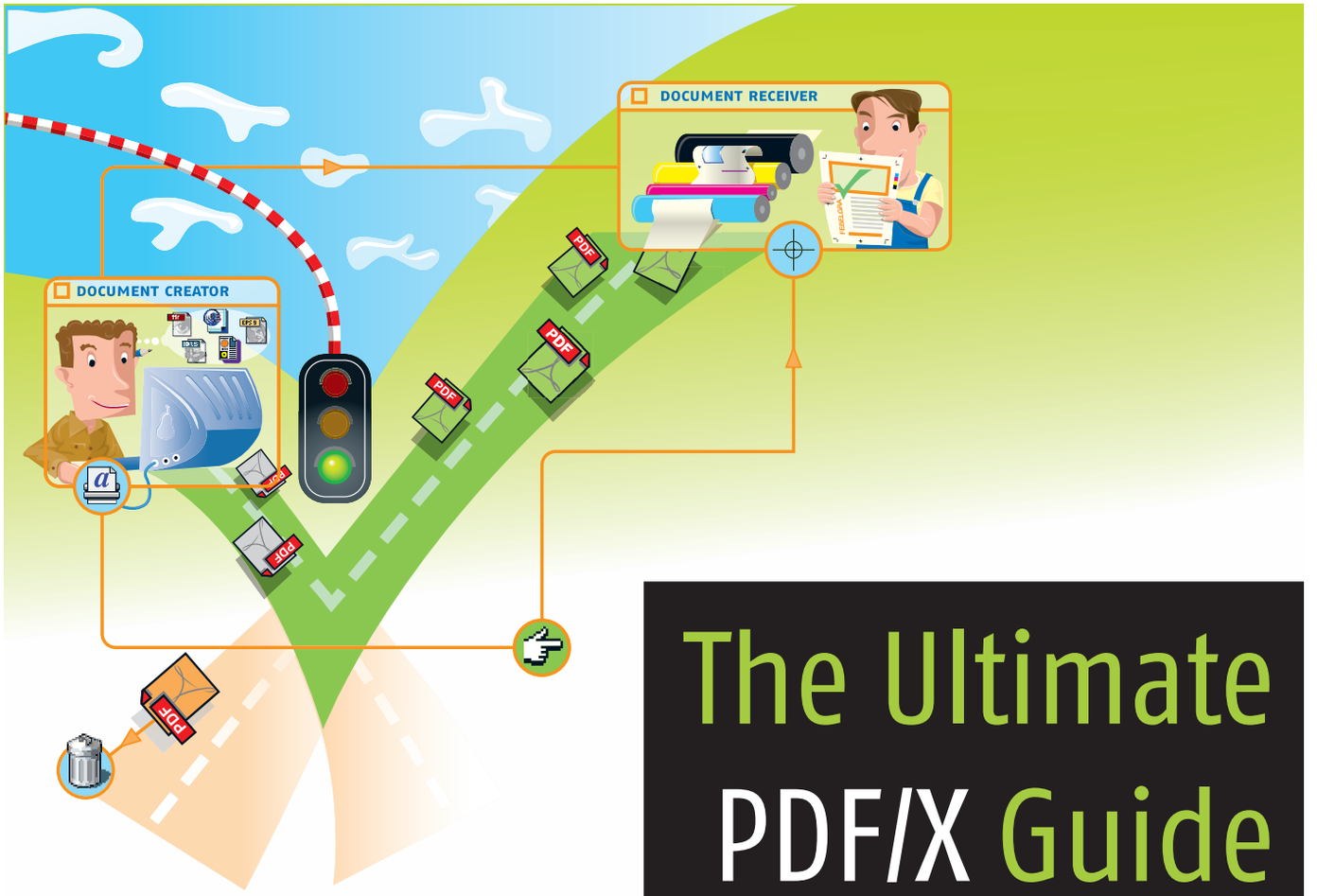
The Ultimate PDF/X Guide jagab peatükis Why PDF/X? trükiettevalmistusega seotud nõudmised kolmeks tasandiks:

- Fail peab probleemideta läbima kogu trükiettevalmistuse-protsessi
- Fail peab olema ettevalmistatud kasutatava trükiprotsessi jaoks sobiliku kvaliteediga (piltide resolutsioon, trükile vastav CMYK lahutus jne)
- Fail peab vastama tehtavale trükisele (lehekülje suurus, bleed jne)

PDF/X standard tegeleb neist esimesega, st kirjeldab PDF-faili, mis peaks läbima suvalise PDF/X trükiettevalmistuse probleemideta. Teine tasand sõltub juba konkreetsest trükikojast / trükimenetlusest ning vastavad nõudmised on üsna lihtsalt kirjeldatavad (nt "pildid 300dpi, Euroscale CMYK UCR lahutus"), kolmas on aga iga trükise jaoks individuaalne.

Sageli on aga PDF/X töökorraldust võimaldavates programmides vahendid ka teise ja kolmanda tasemega arvestamiseks: näiteks Pitstop'i profiil PDF/X-1a:2001 PLUS Commercial CMYK kontrollib ka piltide resolutsiooni ning üsna lihtne on sellele soovi korral lisada lehekülje suuruse kontroll. Kõiki teise ja kolmanda taseme probleeme ei pruugi aga olla võimalik automaatselt kontrollida: kui CMYK-pildi juures pole märget lahutusparameetrite kohta on üsna keeruline öelda, millist punktikasvu on selle lahutamisel arvestatud.

Kokkuvõtteks võiks öelda, et PDF/X



The Ultimate PDF/X Guide

Jätkulugemist: The Ultimate PDF/X Guide seletab selle, mis siin umbes 4lk võtab, lahti 232 lehel: lisaks ”asja enda” tutvustusele ka suuremate ajalehe-reklaami-organisatsioonide juhtide toetusavaldused PDF/X’ile, erinevate firmade PDF/X toega tarkvara tutvustused, Enfocus’e CertifiedPDF jpm. Saadaval aadressil www.ipa.org/ProdServ/PDFX.php3
Käesoleva artikli leiab koos kõigi vajalike hüperlinkidega aadressilt marvetaarium.uniprint.ee/pdfx

koos oma laiendustega on hetkel parim ja samas ka ainus standard, mis tegeleb digitaalsete trükioriginaalidega. Kui sul on vaja korraldada tööd reklaamifirmas, kirjastuses, repros või trükikojas siis tuleks hoolitseda, et sinu töökorraldus tuleks PDF/X failidega toime ning seejärel asuda seda propageerima ka oma klientide ja allhankijate seas.

Ajame nüüd lihtsa asja veidi keerulisemaks

PDF/X teema sissejuhatust üle lugedes avastasin ehmatusega, et olin väitnud nagu oleks tegu “ühe ja lihtsalt mõistetava standardiga”. No vot nii selged need lood ISO standarditega ikka ka ei ole – kuniks PDF/X-1 osas konsensusele jõuti oli Adobe saanud valmis PDF’i uue versiooni spetsifikatsiooni ja kasutajate survel tuli mõistagi järele anda. Lõpptulemuseks on mõistagi lühendite sigri-migri mis vajab pikemat lahtiseletamist. Põhjaliku selgituse leiab **Martin Bailey PDF/X FAQ**’st, siinolev tekst on koostatud paljuski selle FAQ alusel.

Kui sa aga allolevat läbi lugeda ei viitsi, siis jäta meelde need kaks olulist nimetust:

- **PDF/X-1a:2001** on hetkel värskeim CMYK- ja spot-värvidega töökorraldusse sobiv versioon mis toetab PDF versiooni 1.3 ning välistab OPI-piltide kasutamise
- **PDF/X-3** on selle edasiarendus, mis lisaks CMYK- ja spot-värvidele tunnistab ka Lab’i, kalibreeritud RGBd, ICC profiile jms (sobib kasutamiseks värvihaldusega töökorralduse puhul)

Lisaks võid kokku puutuda nimetustega nagu **PDF/X-1a:2001 PLUS Commercial** – kuna PDF/X standardid ise ei sisalda nõudmist piltide resolutsioonile jms, siis “plus trükimenetlus” viitab kasutatavale standardile, nt PLUS Commercial eeldab 300dpi pilte ning pahandab, kui need on oluliselt suurema või väiksema resolutsiooniga.

PDF/X-1, PDF/X-2 ja PDF/X-3

ISO 15930 ehk PDF/X on loodud mitmeosalise standardina, sest ühelt poolt lähevad lahku kasutajate tahtmised ja ... teiselt poolt pole ei kasutajad ega tehnoloogia veel päris valmis kõigeks selleks, mida vaja oleks. Alustame lihtsamast:

Osa 1 ehk PDF/X-1 käsitleb PDF-faile, mis sisaldavad kõiki trükiks vajalikke komponendte ja mis kasutavad ainult CMYK- ja sport-värve

Osa 3 ehk PDF/X-3 lubab lisaks ka

[järgneb pöördel ...]

[... algus pöördel]

kolmekomponentseid värve nagu Lab ja kalibreeritud RGB ning sobib seega rakendusteks, kus trükimenetlus pole faili tegemise ajal teada (nt reklaam, mis läheb korraga mitesse ajalehte) või kus kasutatakse värvihaldust; PDF/X-3 valmis 2002 aasta hiliskevadel

Osa 2 ehk PDF/X-2 hakkab käsitlema PDF-faile, mis ei pruugi sisaldada kõiki komponente, st näiteks fondid ja pildid võivad erinevatel põhjustel (autorikaitse, faili suurus, töökorraldus vms) liikuda sihtkohta PDF-failist eraldi; PDF/X-2 saab olema ühilduv nii PDF/X-1 kui PDF/X-3 standardiga. Kuna tegu on alles loomisel oleva standardiga mille järgi keegi minuteada Eestis vajadust ei tunne, siis jätame ta sedapuhku mängust päris välja.

PDF/X-1:1999, PDF/X-1:2001 ja PDF/X-1a:2001

Lisaks jagunemisele kolmeks osaks peab ISO 15930 jälgima ka PDFi arengut mis üldjoontes käib nii: Adobe mõtleb välja uuendused; Adobe võtab need kasutusele mõnedes oma programmides; Adobe ootab veel veidi; Adobe avalikustab uuenduste spetsifikatsiooni; möödub aasta kuni kaks; tasapisi hakkavad uuendused jõudma ka prepressis kasutatavatesse seadmetesse ja programmidesse.

PDF/X-1:1999 oli standardi esimene inkarnatsioon mis lähtus PDF versioonist 1.2 ehk sellest, mida tegi Adobe Acrobat 3.0; loomulikult peeti siis ainsaks lubatud lahenduseks CMYK-värvide kasutamist

PDF/X-1:2001 ja **PDF/X-1a:2001** on edasiarendused, mis toetavad PDF versiooni 1.3 (Acrobat 4.0) ning on sama standardi erineva rangusega versioonid: nimelt lubab PDF/X-1 üht spetsiifilist OPI lahendust, mille puhul "muud failid" võivad olla salvestatud PDFi sisse. Paraku muutis see standardi rakendamise keerukamaks ja kallimaks (sest enamus programme seda ei tunnistanud) ning nii otsustatigi luua vastavustaseme 1a, mis välistab OPI kasutamise ja keelab ühtlasi ka PDF-failide krüpteerimise.

Kõigest sellest tulenevalt on mõtet soovitada nimelt PDF/X-1a:2001 kasutamist vähemalt nii kaua, kuniks osapooled pole suutelised kasutama värvihaldust (*color management*).

PDF/X-3

PDF/X-3:2002 on PDF/X-1a:2001 edasiarendus, mis lisaks CMYK- ja spotvärvidele lubab ka seadmesõltumatute ja kalibreeritud värviruumide kasutamist: näiteks on PDF/X-3 puhul võimalik kasutada reklaamis CIELab või profiiliga varustatud RGB-pilti, mis lahutatakse CMYK-kujule alles väljatrüki faasis vastavalt konkreetse ajalehe/trükikoja parameetritele.

PDF/X-3 kasutamine eeldab seega värvihalduse kasutamist nii faili looja kui ka kasutajate poolel, minu kogemuse kohaselt on see aga Eestis hetkel veel kaardistamata territoorium.

PDF/X Plus

Kuna PDF/X paneb paika ainult nõudmised PDF failile ja ei tegele trükiprotsessi vajadustega nagu näiteks piltide resolutsioon, on sinna kõrvale tekkimas veel üks haru üldnimetuseks on PDF/X Plus, näiteks PDF/X-1a:2001 Plus Commercial, või ... Plus for Flexo. Sellisel moel on lihtne lahus hoida kahe erineva taseme nõudmisi: näiteks on trükikoja töökorraldus võimeline vastu võtma PDF/X-1a faile, aga sõltuvalt tööst ja kasutatavast trükimasinast peaksid need vastama kas Commercial või Newspaper nõumistele.

Kuna PDF/X Plus ei ole standard, siis võib igaüks kehtestada omad soovid, näiteks PDF/X Plus Uniprint võiks erinevalt Enfocuse programmidega kaasa tulevast PDF/X-1a:2001 Plus Commercial profiilist nõuda piltide minimaalseks resolutsiooniks 150dpi asemel 200dpi.

Mõned näited võimalikest PDF/X Plus nõudmistest leiab IPA PDF/X Guide'ist ja neid tasub kindlasti PDF/X failide tegemisel ja kontrollil jälgida.

Tahaksid ISO 15930 ehk PDF/X'i või mõne teise trükialase standardiga (näiteks ISO 12647-2) originaalis tutvuda? Neid saab osta aadressilt www.iso.ch PDF-failina, ingliskeelsena mõistagi.

TÖÖ-RIISTAD

Pika teoreetilise jutu juurde käib järgmine hästi lihtne ja lühike praktiline selgitus: kõik siiamaani korralikult tehtud PDF-failid (st kasutatud CMYK-pilte, fondid kaasas jne) on oma olemuselt vastavad PDF/X nõudmistele, puudu on vahest vaid konkreetsed viited PDFi sees. Samas... ei maksa välistada tõenäosust, et midagi on töö käigus nihu läinud, keegi sinu arvutis Acrobat Distilleri seadeid näppinud vms.

Kõige selle kontrolliks on juba aastaid olemas programmid, mis oskavad PDF-faili sisu üle kontrollida. Selle ala üldiseks nimetuseks on preflight (ehk lennueelne kontroll) ning Eestis (ja ka mujal) tuntuim nimi on Enfocus'e Pitstop Professional.

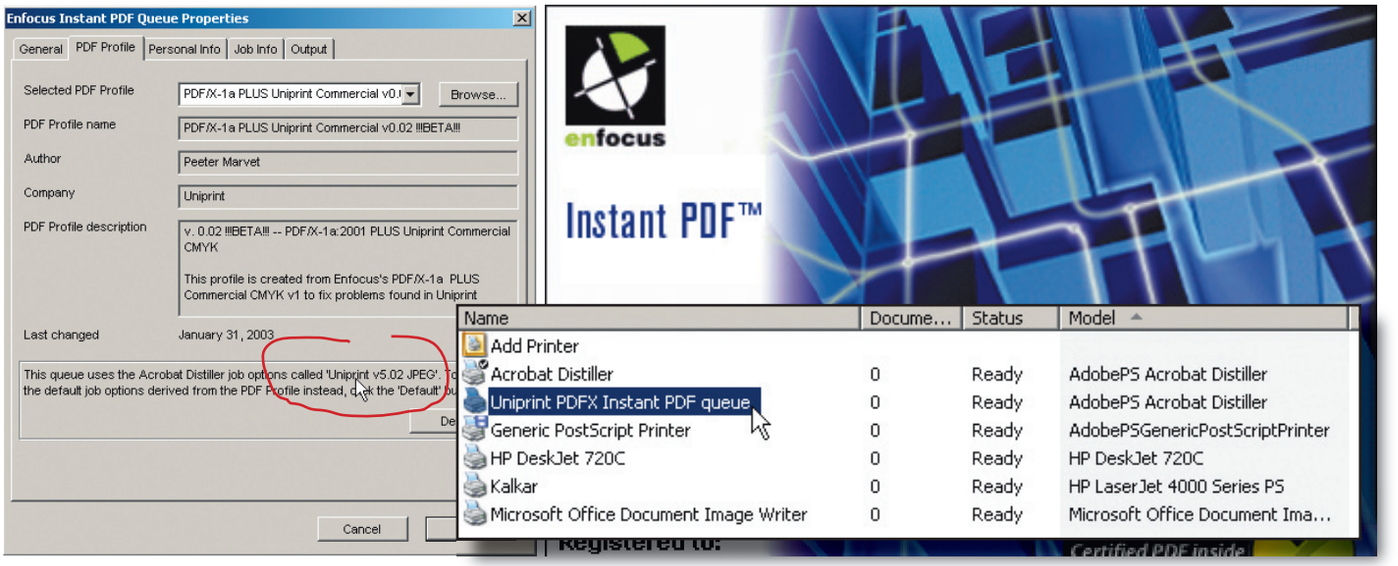
Igas varasemas Maretaariumi numbris on osa lehekülgi pühendatud selgitustele selle kohta, kuidas ühest või teisest programmist korralikku PDF-faili teha. Sedapuhku teeme teisiti: aadressilt www.uniprint.ee/tsirkus leiab levinumate programmide jaoks printeristiilid, Distiller'i jaoks joboptions'id ja Enfocuse programmide jaoks preflight-profiilid.

Meie nõuded originaalidele ütlevad aga nüüdsest, et korrektseks digioriginaaliks on ilma lõikemärkideta komposiit-PDF mis rahuldab preflight'il **Uniprint PDF/X-1a:2001 PLUS Commercial** nõudmised, mille pildid on lahutatud kasutatavat trükiprotsessi ja -paberit arvestades ning mis jätab trükise puhta formaadi ümber 3-5 mm bleedi ehk lõikevaru.

Kõik. Vsjoo. Kaputt. 300$ InstantPDF eest ei ole midagi võrreldes keskmise originaali-probleemi hinnaga. 300$ teenib üsna ruttu tagasi ka kulleri või AD-assistendi aja arvelt: miks saata faile trükikotta, oodata sealt kommentaare ja siis parandusi sisse viia kui kõik saab kohe ja oma arvutis korda teha?

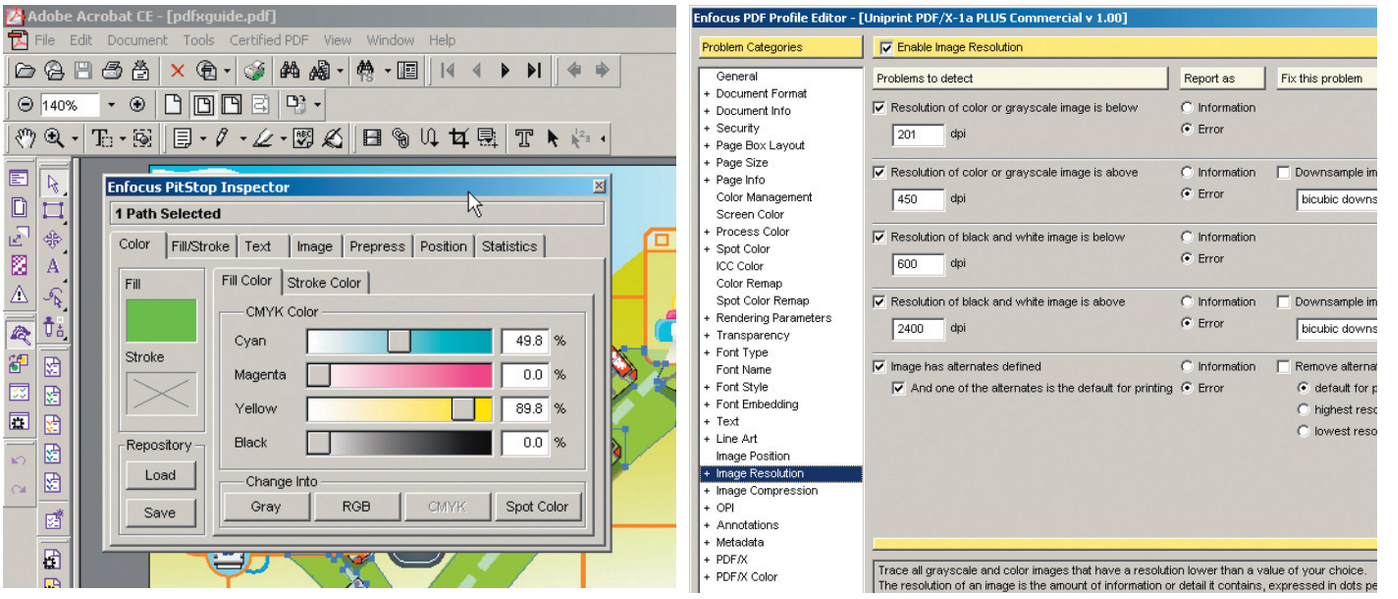
InstantPDF

Loob virtuaalsed printerid, mille peale trükkides töö distillitakse ja preflight'itakse etteantud parameetritega. Sobib PDF tegijatele. ca 300$



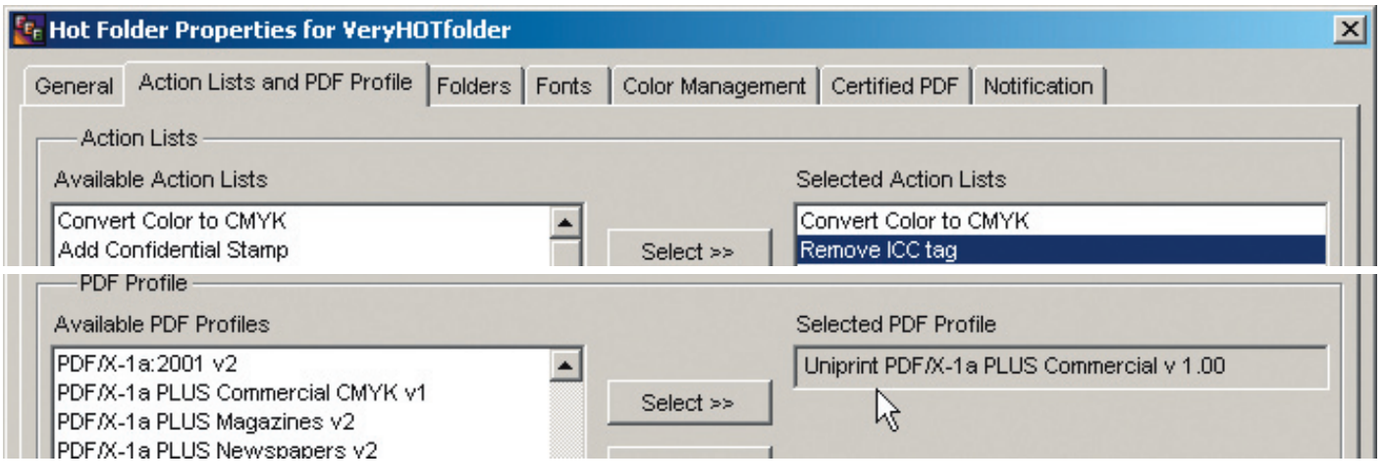
PitstopPRO

PDF-failide preflight, vajadusel muutmine käsitsi või eelnevalt salvestatud Action List'ide abil. Sobib PDF faili vastuvõtjale (trükikoda). ca 600$



PitstopServer

PDF-failide preflight ja muutmine Action List'ide abil. Sobib suuremma hulga PDF failide vastuvõtjale (trükikoda). ca 2000$



Kõik pioneerid tahtsid anda end

Häda number 1 ehk liiga madal resolutsioon: trüki jaoks on normaalne resolutsioon 300dpi, 150lpi rastri (tüüpiline trükiraster) puhul kannatavad mõned pildid siiski ka madalamat. Kindlasti ei ole mõtet madalama resolutsiooniga pilti arvutis parandama hakata: tulemuseks on igal juhul udupilt.

JPEG-pilt netilehelt

See pilt oli arvutiekraanil vaadates täitsa kobe, aga trükisesse panduna äärmiselt mudrune. Lisaks ülal kirjeldatud resolutsiooni-probleemile (vt pildi alumine osa, ca 50dpi; ülemisel poolel on resolutsiooni kunstlikult tõstetud 300dpi peale) on kõik netis olevad fotod pakitud kadudega JPEG-kompressiooniga, millega käib alati kaasas kerge mudru järskude üleminekute juures ja 8x8 pikslised ruudud. Ekraanil jääksid need märkamata, trüki jaoks pilti suurendades tõusevad aga esile.

Pildil: Jaapani usulahk Pana Wave Laboratory katmas ümbruskonda valge riidega, mis pidavat kaitsma nende liidrit elektromagnetlainete eest. "Laenatud" Mainichi Daily News 'i fotoreportaažist, vihje www.boingboing.net'ilt.

GCR ehk ajalehe-lahutus

Nagu eelnevatel lehtedel juttu, tuleb erinevalt kriitpaberile trükitavatest reklaamtrükistest ja ajakirjadest ajalehe jaoks pilte lahutades leppida suhteliselt väikese lubatud värvikogusega ning kasutada ohtra mustaga akromaatilist lahutust. Kui see lahutus kriidile panna, on tulemus aga selline... nagu koloreeritud mustvalge pilt.

GCR lahutus satub kriidile reeglina kas kogemata (pilt oli taotluslikult ajalehe jaoks lahutatud, suht harva) või kogemata (Photoshop oli seadistamata: vaikimisi on seal valikuks veebigraafika, USA ehk SWOP trükivärvid ja GCR lahutus).

dast parima, aga läks nigu ikka

Vaata siia: kui poogna voltimisel on millimeetriga eksitud, võib siit selja juurest kaduma minna 2 mm teksti või pilti. Vahel võib see väga kole välja näha.

Lisaks on paksemate brošüüride puhul tavaks poognamontaaži käigus keskmisi lehekülgi veidi keskele-poole nihutada, et kompenseerida paberi paksusest tingitud lehtede välja-poole nihkumist. Näiteks 64 lehekülje puhul võib see nihkumine ja seega ka kompensatsioon olla ca 2mm lehe kohta, ehk siis brošüüri keskmiste lehtede vahelt läheb kaduma tervelt 4mm samas kui välimised jäävad paigale. Nii ehk naa, kujundus peab sellega arvestama kas leheküljelt teisele ulatuvat kujundust vältides või kujundades välisserva nii, et selle vähenemine paari millimeetri võrra silma ei riiva.

See siin on aga kolme-värvi-hall, milles kasutatud 50%C ning 40% M ja Y. Saada sellised toonid lehelt lehele klappima on paras kunst-tükk, eriti kui lisaks taustale tuleks jälgida veel ka piltide-reklaamide vastavust värviproofile.

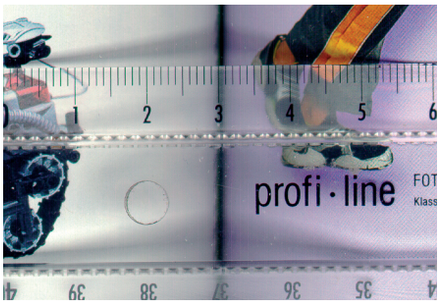
Pane tähele ka seda, et kui kõik värvid on rastris siis kipub kirja serv udune olema. Vähemalt üks kasutatatud värvidest võiks olla 100% ehk täis-pinnana

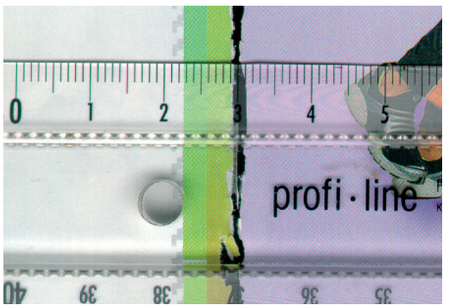
See probleem siin on õnneks vähem esinev: teksti must on läbi nelja värvi.

Paksu kirja puhul pole väga hull, aga peenikese puhul muudab lugemise raskeks, lisaks kulub trükkalitel tõenäoliselt oluliselt lisa-aega, et kokkutrükk klappima saada. Sama aega võiksid nad kasutada näiteks selleks, et värvid paremini paika keerata, tiraaži kestel sagedamini proovipoogent võtta vms.

Mulle tundub, et selle probleemi põhjus peitub CorelDraw's, mille paletis on üks selline mitme-värvi-must sees.

Liimköite puhul tuleb trükise seljas aga arvestada "pimeda alaga" mis osa kujundusest ära sööb, liiga väikeste veeriste puhul aga ka teksti loetmatuks muudab. Allolevatel piltidel on vabalt skanneril lesiv ajakiri ja näha olev lehekülg väljarebituna.Nagu näha, on umbes 7 mm kujundust kummaltki leheküljelt sama hästi kui läinud. Brošüürköites Marvetaariumi sise-veeris 10 mm oleks aga mõnusalt loetava teksti jaoks liiga vähe.





See roheline teksikast pidi tegelikult ulatuma kenasti lehe servani, aga Ameerika Ühendriikide, Poola ja vabastatud Iraagi teadlaste äsja avaldatud uurimustöö kohaselt unustatakse 23,14% lehekülgedest vajadus servani ulatuvad kujunduselemendid 3-5mm jagu suuremaks venitada ehk jäetakse *bleed* lisamata. Pisemgi kõikumine köitmisel jätab aga serva valge riba vilkuma.

See teine lõik on aga ilma ületrüki ehk overprindita, kerge möödatrükk tekitab teksti ümber valge randi. Kuna me oleme juba aastaid üritanud overprindi vajadust asjatult selgitada lisame selle nüüd automaatselt kõigile mustadele objektidele ja ei arvesta kliendi poolt lisatud overprindiga, sest kohati unustatakse see sisse mitte-mustadele objektidele.

Trükkali halb unenägu: valge tekst sügavmustal taustal, mis parema tulemuse nimel lisaks mustale ka ülejäänud kolme trükivärvi sisaldab. Kokku on siin 400% värvi, mis kipub määrima nii trükkimise kui köitmise käigus mitmel eri moel ning lisaks on tõeliseks väljakutseks kokkutrükki osas, eriti kui sellist negatiivis teksti esineb rohkem kui ühes poognanurgas.

Probleemi illustreerimiseks püüame teha kõik endast sõltuva, et seda poognanurka vajalikul määral lahku trükkida ning temaga midagi ära määrida.

Alternatiiviks on must, kus lisaks 40% tsüaani (vasak pool) või 40% tsüaani ja 30% magentat (parem).

Sellisel mustal on üks hea lisaomadus: nimelt lisame me alati täis-mustale overprindi ja nii võiks musta kasti alt näiteks slaid läbi paistma jääda (vt ->). Lisavärviga mustal seda probleemi pole.

Mina ja minu HP Designjet 50ps

Alates aastast 1998 olen sattunud katsetama erinevaid värviprintereid, mille väljatrükk peaks üheselt vastama trükijäljele ning mis seejuures on soodsamad kui mistahes alternatiiv. Reeglina on nende testimise ja käimasaamise peale kulunud kuid ning ma pole kunagi tulemusega eriti rahul olnud.

HP Designjet 50ps on esimene ja seni ainus, mida ma teatavate reservatsioonidega oleksin ka ise nõus edasi müüma hakkama: tänu sisse-ehitatud enesekalibratsioonile sain ma ta aktsepteeritavat tulemust andma praktiliselt esimesel katsel. Mis on ka ainus kriteerium, mis minu jaoks oluline on.

Reservatsioonid:

- Hind: üle 60 tuh krooni
- RIP: soft vajab Mac/Win serverit
- Kulumaterjalid: 1 A3plus maksab ca 50-60 krooni (paberi + tint)
- Proofi pleekumine: soovitav kasutusaeg 2 nädalat
- Metamerism: proofi tuleks vaadata päevavalguses või 5000K valguses

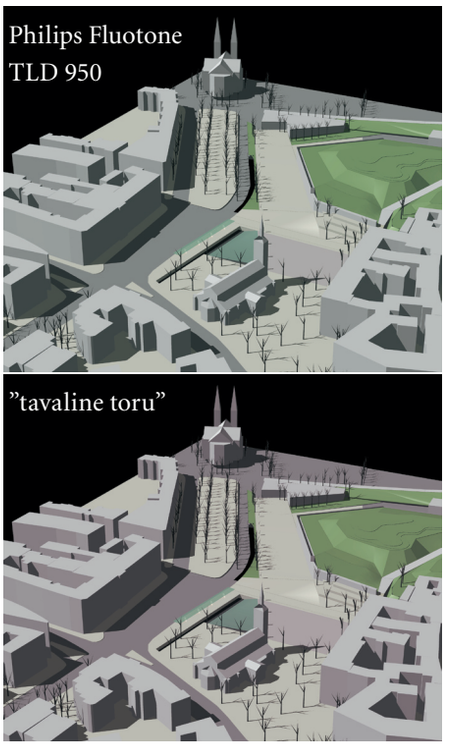
Mina ja minu Philips TLD 950

See lugu on tegelikult eelmise, HP Designjet 50ps kohta käiva, jätkuks. Nimelt olen ma alati teadnud, et värvist rääkides tuleb arvestada valgustusega: näiteks on trükimasinate kohal traditsiooniliselt väga head valgustid milles on kasutusel päevavalgusele vastava spektriga (ehk ca valguse temperatuuriga 5000K) luminofoortorud. Kui võrrelda trükiseid mõnes muus valguses võivad ilmneda olulised erinevused, sest näiteks hõõglamp võimendab vigu ühtedes toonides ja väga sinist valgust andvad ”päevavalguslambid” jälle teistes. ”Õigetest värvidest” ei saa rääkida arvestamata repros piltide töötelmisel ja pärast kvaliteedi hindamisel kasutatud valgustust.

Probleemi tõsidust märkasin ma esimest korda aga nimelt 50ps testimisel: kontorivalguses neutraalsetes toonides analoog-proofist erinevana tundunud väljatrükk muutus pea ideaalselt klappivaks kohe, kui astusin sellega trepikoja suure akna juurde või läksin trükimasina õige valgustemperatuuriga valgusti alla.

Veidi uurimist-puurimist ja ilmnes, et trükimasina valgustis olevad torud on ostetud lihtsalt hästivarustatud elektrikaupade poest (näiteks Elektroscandia hulgi Pärnu mnt 148, kui läheb suuremaks vahetamiseks), margiks **Philips TLD 950**, hind tõsi ca 2x (lühikeste 18W torude puhul mõnikümmend krooni) kallim ”tavalisest torust”.

Soovitan soojalt võtta kasutusele kõigis ruumides, kus toimub värvitundlik töö: disain, kliendikohtumised, repro, trükk jne.



Valgustite erinevust on raske paberile trükkida, selle illustratsiooni tarbeks olen ühte pilti meie testpoognalt muutnud Photoshopis nii, et erinevus silmaga nähtule sarnaneks.