

ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ:

	Обрезной формат (мм)	Дообрезной формат (мм)
¼ (полоса)	210×275	220×285
¾ (разворот)	420×275	430×285
½ горизонтальная	210×135	220×145
½ вертикальная	105×275	115×285
⅓ вертикальная	65×275	75×285
⅓ горизонтальная	210×89	220×99

Материалы рекламных модулей (неполных форматов) принимаются на дисках с приложенной цветной распечаткой.

Обязательно предоставление цветной распечатки рек-

ламной публикации, подписанной в печать, а масштабе 1:1, с указанием даты выхода в издании. Распечатка должна соответствовать электронной версии макета.

ЦВЕТНАЯ РАСПЕЧАТКА НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЦВЕТОПРОБОЙ!

НОСИТЕЛИ ИНФОРМАЦИИ

КОМПАКТ-ДИСКИ CD-R (СТАНДАРТ ISO9660)

- На диске должно быть указано:
- Издание, в котором печатается рекламный макет.
- Дата выхода (номер), в котором выйдет рекламный макет.
- Бренд рекламного макета.

CD-диски с рекламными макетами хранятся не более 6-ти месяцев после того, как они были переданы в отдел по работе с рекламодателями.

ВНИМАНИЕ! НА ДИСКЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ТОЛЬКО ТЕ ФАЙЛЫ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ПЕЧАТИ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ!

ИМЕНА ФАЙЛОВ

- Имя файла не должно превышать 12 знаков.
- В именах файлов могут использоваться только латинские буквы a-z и цифры 0-9.
- Для разделения слов и знаков должен использоваться знак подчеркивания «_». Использование других знаков не допускается.
- Имя файла (или архива файлов) должно содержать в себе название издания (можно в сокращенной форме) и месяц (номер выхода) публикации. Например: 5 GHK_brand.sit

АРХИВИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Архивы рекламных материалов рекомендуется присылать в форматах .sit, .zip или .rar.

При архивации шрифтов для платформы MAC, следует учитывать, что их позволяет сохранить, при передаче или пересылке, только архивация .sit

ПЕРЕДАЧА РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Пожалуйста, при передаче рекламного макета через FTP-сервер, учитывайте:

1. Файлы **ОБЯЗАТЕЛЬНО** архивировать (zip, rar, sit),

а шрифты для Макинтоша архивировать только на Макинтоше как SIT архив (в противном случае, в процессе передачи они могут быть повреждены)

2. Длина имени архива 8 английских букв.
3. В названии (имени) заархивированного файла не допускается использование спецсимволов (слеш, и т. д.)
4. Название архива должно содержать в себе
 - название издания (можно в сокращенной форме)
 - месяц (номер выхода) публикации.
 - бренд рекламного материала, например: 5RR_brand.sit
5. Файлы с датой создания (Creation date) старше 10 дней от текущей даты уничтожаются автоматически! (Архивирование файлов позволяет избежать повреждения, пропажи файлов, а также экономит интернет-трафик) Поэтому архивирование перед передачей файлов спасает от всяких недоразумений (пропажа файлов) и экономит интернет трафик.

РЕКВИЗИТЫ FTP-СЕРВЕРА

ftp://ad:pokazuka@ftp.imedia.ru

HOST: ftp.imedia.ru

USERNAME: ad

PASSWORD: pokazuka

ТИПЫ ФАЙЛОВ, ПРИНИМАЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВО

1. В формате Macintosh:
 - QuarkXPress (версия до 4.1 (включительно))
 - Adobe Illustrator (EPS, версия до 8.x (включительно)), со шрифтами, переведенными в кривые и встроенными (embedded) изображениями.
 - Adobe Photoshop в формате TIFF (версия до CS)
2. В формате PC:
 - Adobe Illustrator (версия до 8.x (включительно), со шрифтами, переведенными в кривые и встроенными (embedded) изображениями.
 - Adobe Photoshop в формате TIFF (версия до CS)

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА

1. Верстка в файлах программы QuarkXPress 4.1.
2. Все файлы (текст, растровые и векторные изображения), относящиеся к публикации, должны находиться в одной папке. Все шрифты, используемые в публикации, должны быть собраны в одну общую папку, допустимо наличие отдельных папок шрифтов для рекламных материалов. В публикации не должно быть никаких лишних файлов (в т. ч. промежуточных результатов работы).
3. В самом файле недопустимо наличие объектов, не использующихся в верстке, расположенных за полями документа.
4. При использовании каких-либо нестандартных расширений программы QuarkXPress (Extension) необходимо заранее предупредить координатора по рекламе и передать эти расширения вместе с файлами публикации.
5. Растровые изображения, кроме обтравок (Clipping Path), должны быть заверстаны в непрозрачные окна (Box Color – White).
6. Все цвета должны иметь статус «Process separation» (не «Spot Color») в «Edit Colors. «Новые цвета», используемые в программе QuarkXPress, должны иметь свои, «оригинальные» имена.
7. При выполнении сборки из программы QuarkXPress (команда «Collect for Output») все иллюстрации должны иметь статус «Ok» в окне «Picture Usage».
8. Специальные установки в файлах (QuarkXPress, EPS) по трепингу и Overprint необходимо указывать явным образом, координатору по рекламе, при передаче материалов.
9. Учитывайте, что при печати растровых Grayscale изображений, заверстных и покрашенных в QuarkXPress, результат получается разный (может меняться цвет покрашенного Grayscale изображения).

ТРЕБОВАНИЯ К ШРИФТАМ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫМ В ИЗДАНИИ

В работу принимаются только оригинальные лицензионные шрифты PostScript.

Все шрифты должны быть в формате PostScript Type 1. Используемые начертания шрифтов (Plain, Bold, Italic, Outline...) должны иметь соответствующие версии файлов в комплекте шрифтов на диске. Проверить наличие требуемого начертания можно в программах ATM, FlightCheck, Adobe Illustrator.

Недопустимо использование функций «All caps» и «Small caps» (капитель) для перевода строчных букв в заглавные и наоборот.

В публикации должны содержаться все использованные в верстке и во внедренных EPS-файлах шрифты.

В верстке не должны быть использованы системные шрифты (которые устанавливаются в систему при инсталляции Windows или MacOS).

При использовании для верстки программ векторной графики, шрифты должны быть преобразованы в кривые и удалены все StrayPoints.

ТРЕБОВАНИЯ К ФАЙЛАМ ИЛЛЮСТРАЦИЙ.

Принимаются растровые и векторные цветоделенные (цветовая модель CMYK) изображения в форматах: EPS, TIFF;

Иллюстрации должны иметь разрешение 300 dpi для цветных и полутоновых изображений (CMYK, Duotone, Grayscale) и не менее 1200 dpi для черно-белых иллюстраций (B/W, Bitmap).

Векторные изображения, подготовленные в программе CorelDraw или других пакетах векторной графики, должны быть пересохранены в программе Adobe Illustrator в формате EPS.

Недопустимо использование векторной прозрачности (transparency) в любом виде, в том числе во встроенных стилях и символах программы. К эффектам группы drop shadow, feather, inner/outer glow и т. п. перед сохранением файла необходимо применять команду Object/Expand appearance.

Не допускается использование LZW-компрессии в формате TIFF.

Недопустимо сохранение в файлах неиспользуемых путей обтравок и дополнительных каналов (Path и Alpha Channel), также недопустимо использование дополнительных слоев.

Принимаются векторные изображения в формате Adobe Illustrator EPS версий 5.0–8.0: все шрифты должны быть переведены в кривые (Text to Curves, Create Outline); избегайте внедрения растровых иллюстраций в векторные изображения; используемые в файлах триадные цвета должны быть сохранены в пространстве CMYK;

ТРЕБОВАНИЯ К ИСПОЛНЕНИЮ
ЭЛЕКТРОННОГО МАКЕТА

Формат верстки модуля должен строго соответствовать обрезному формату издания или обрезному формату рекламного модуля.

При верстке иллюстраций в край или навывлет (края иллюстрации находятся за полями документа) необходимо оставить запас под обрез по 5 мм с каждой стороны за обрезным форматом документа. Учитывать, что видимое изображение в готовом издании будет располагаться в формате 211×285 мм в связи с 4 мм проклейкой корешка издания.

Для изданий, скрепляемых способом клевого бесшвейного скрепления (КБС), при расположении макета на первом и последнем разворотах журнала необходимо учитывать существующую боковую промазку клеем, которая служит для увеличения прочности скрепления обложки с блоком:

При расположении макета на первом развороте журнала (2-я стр. обложки и 1-я стр. блока) необходимо делать отступ при расположении значимых элементов макета:

- для левой полосы – 7 мм от правых обрезных крестов,
- для правой полосы – 6 мм от левых обрезных крестов.

При создании макета для внутреннего блока, необходимо учитывать, что видимое изображение в готовом из-

дании будет располагаться в формате 206×275 мм. Пожалуйста, обратите внимание на схему:



При расположении макета на развороте избегайте расположения близко к корешку сложного и/или значимого иллюстрационного или текстового материала, а также других элементов дизайна. Отступ значимых элементов от корешка должен быть не меньше 7 мм. Желательно, чтобы слова, логотипы и иные значимые элементы дизайна не делились корешком и не располагались на стыке страниц. Отдельные буквы не должны попадать в корешок. Учитывайте, что плашки, заголовки и изображения, разбиваемые корешком, могут не совпасть при фальцовке и брошюровке (по 3 мм в любом направлении).

Текст, иллюстрации, другие элементы верстки, если это не предусмотрено требованиями дизайна, должны отстоять от линии обреза не менее чем на 7 мм. При верстке иллюстраций в рамках необходимо, чтобы кадрированное изображение имело запас не менее 1 пункта (1 pt = 0.352 мм) со всех сторон.

Все иллюстрации должны быть заверстаны в 100%-ном масштабе, в противном случае возможно появление муара или зубчатых краев на изображении. Все операции с иллюстрациями (изменение размера, поворот, зеркальное отображение) должны быть выполнены в программе подготовки изображений (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator). Все цветные полутоновые иллюстрации должны быть сохранены в цветовом пространстве CMYK. Черно-белые полутоновые изображения должны быть сохранены как grayscale.

Толщина линий должна быть не менее 0,25 pt, минимальная толщина негативных линий (выворотки) 1 pt. Не рекомендуется использовать линии с атрибутом Hairline, так как на различных выводных устройствах они выводятся по-разному. Тонкие цветные элементы должны быть толщиной не менее 0,5 pt

Минимальный размер шрифта – 6 пунктов. Текст, вос-

производимый в несколько триадных красок или вывороткой на составном цветном фоне, должен быть набран шрифтом не менее 8 пунктов. Ширина штрихов в этом случае должна быть не менее 0,26 мм (0,75 pt).

Не допускается использование опции non-white area при настройке обтекания иллюстраций QuarkXPress.

Все графические объекты должны быть размещены в публикации с обязательной связью с исходными файлами. Недопустимо помещение элементов в верстку через Clipboard или с помощью команды Insert Object.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦВЕТА (МОДЕЛЬ CMYK)

Для получения глубокого черного цвета на черных плашках (не содержащих выворотных элементов) рекомендуется кроме черной краски использовать полную триаду CMYK

В областях или элементах сплошного черного цвета (содержащих выворотные элементы) необходимо добавлять 60% Cyan. Для цветных плашек, содержащих выворотные элементы не рекомендуется заливка более, чем в две краски.

По умолчанию композитные PDF- и PS-файлы обчитываются в типографии с установками «black overprint». При таком обчёте большинство установок треппинга, использованных при создании файла, игнорируются, а на все объекты чёрного цвета (чёрный текст и векторные объекты чёрного цвета) принудительно ставится опция «overprint».

Объект считается черным если K = 100%, процентка других цветов не имеет значения. Пример: K = 100% C = 55% M = 55% Y = 40%; если K = 99% и меньше, объект сохраняет то значение «overprint», которое ему было присвоено при вёрстке.

ПРИМЕР: K = 99% C = 55% M = 55% Y = 40%.

Чтобы избежать искажений при использовании двухкрасочных полутоновых иллюстраций, правильно задавайте угол установки растра.

Основные триадные цвета (Cyan, Magenta, Yellow, Black) не должны переопределяться и использоваться в качестве дополнительных цветов, то есть нельзя создавать в документе копии основных CMYK-цветов и использовать их для оформления издания.

Все используемые цвета должны быть переведены в цветовую модель CMYK с установкой процесса Separation и отключением опции Spot Colors. При использовании цветов палитры Pantone обязательно отключить опции Spot Colors. При этом необходимо помнить, что не все цвета Pantone переводятся корректно в цветовую мо-

дель CMYK.

Для определения сочетания триадных красок наиболее близких к смесевым краскам можно использовать атлас Pantone Solid to Process. При выборе цвета по атласу нужно иметь в виду, что на репродукции возможны незначительные отличия цвета от представленного в атласе. Это обусловлено множеством причин: возрастом атласа, отличием цветов красок у разных производителей, типом бумаги, наличием лакового покрытия и т. д.

Для обеспечения ровного цвета в больших областях, лучше использовать цвета только в две краски. При использовании более 2-х красок при печати может возникнуть разнооттеночность.

ПАРАМЕТРЫ ЦВЕТОДЕЛЕНИЯ

	Линиатура растра	Растискивание растровой точки	Общее красочное покрытие
Для обложки	175 л/дюйм	10-14%	До 280%
Для блока	152 л/дюйм	20-22%	До 320%

Тип цветоделения GCR либо UCR.

Для повышения качества цветоделения, используйте ICC-профили печатающей типографии.

ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ

Обязательно предоставление цифровой цветопробы. Цветопроба должна изготавливаться с окончательных версий файла.

Для контроля качества цветоделения, и в качестве эталона цвета для печатника – может использоваться только цветопроба (аналоговая или цифровая). Оттиски с принтера или цифровой машины эталоном цвета служить не могут, равно как и оттиски с другой печатной машины. При сравнении печатных оттисков с цветопробой всегда нужно учитывать следующие факторы:

- цветопроба не учитывает влияние бумаги на печатный оттиск;
- не все оттенки цифровой пробы идентичны печатным оттискам;
- оттенки цвета на аналоговой цветопробе всегда насыщеннее, чем на печатных оттисках;
- цветопроба не может моделировать печатный процесс, например, явление растискивания или процесс переноса краски;
- при двусторонней печати изображение, напечатанное на обороте листа, может оказать значительное влияние на цвет изображения на лицевой стороне.

1. В качестве цветопроб принимаются RIP-обработанные оттиски с профессиональных аналоговых или цифровых пробопечатных устройств.
2. Цветопробы должны быть изготовлены в соответствии с требованиями ISO 12647-1 и ISO 12647-2 (Second Edition 2004-11-15).
3. Для контроля качества изготавливаемых цветопроб и оценки возможности применения их в существующем в типографии технологическом процессе:
4. На аналоговых пробах должны присутствовать контрольные шкалы, рекомендуемые производителями

данных цветопробных устройств.

5. На цифровых пробах должна стоять метка о типе используемого выводного устройства, используемом профиле и дате калибровки, а также контрольные шкалы, содержащие следующие поля:
 - покрасочные градационные поля;
 - поля основных и бинарных цветов;
 - поля трёхкрасочных наложений;
 - поле цветового баланса.
6. Рекомендуем при выводе цветопробы использовать контрольную шкалу «Almaz_Proof.eps» (шкалу и файл с описанием можно получить в отделе главного технолога).
7. Цветовые координаты основных цветов, бинаров и трёхкрасочных наложений должны соответствовать ISO 12647.
8. Предоставленные цветопробы должны учитывать градационные характеристики применяемого печатного процесса или при отсутствии соответствующей информации использовать градационные характеристики, представленные стандартом ISO 12647-2 для соответствующего технологического процесса печати.
9. Использование других цифровых проб допускается только после согласования с технологами типографии.

Подрядчик гарантирует совпадение цветопроб с печатным оттиском в случае, если цветопробы соответствуют международному стандарту ISO 12647-1.

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ:

1. Предоставляемая реклама должна отвечать положениям закона о рекламе, принятого в Российской Федерации. По требованиям Государственного Антимонопольного Комитета вся реклама, печатающаяся в нашем издании должна соответствовать стандар-

там сертификации и лицензирования рекламируемой продукции.

2. Каждый рекламный макет должен содержать пометку «реклама» или «на правах рекламы». Надпись размещается видимым и читаемым шрифтом в любом месте макета. В случае если в макет не включена вышеуказанная фраза, ИД ИМ оставляет за собой право включить ее без согласования ее вида и места с рекламодателем (при этом ИД ИМ исключает возможность предъявления претензий в связи с таким приведением макета в соответствие с Законом).

ВНИМАНИЕ! ИСКАЖЕНИЯ И ОШИБКИ, ПОЯВИВШИЕСЯ В ПУБЛИКАЦИЯХ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ В РЕЗУЛЬТАТЕ НЕСОБЛЮДЕНИЯ НАСТОЯЩИХ ТЕХНИЧЕСКИХ ТРЕБОВАНИЙ, НЕ МОГУТ СЧИТАТЬСЯ ОСНОВАНИЕМ ДЛЯ КОМПЕНСАЦИИ.

ВНИМАНИЕ! В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ СРОКОВ ПОДАЧИ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ИЗДАНИЕ НЕ НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА КАЧЕСТВО РЕКЛАМЫ В ПЕЧАТИ!

Если у Вас возникнут вопросы, пожалуйста, свяжитесь со мной.

С уважением,

Алена Соколова

Координатор рекламного отдела

232 32 00 (доб. 1221)