

## Требования к рекламным материалам (PDF)

«Афиша» принимает рекламные макеты в готовом к сдаче в печать виде — в формате PDF. Файлы должны соответствовать приведенным требованиям по формату и геометрии полосы, параметрам изображений, шрифтов, управлению цветом. «Афиша» на редактирует клиентские PDF-файлы и только производит их автоматизированный входной контроль на формальное соответствие требованиям; при выявлении нарушений файлы подлежат доработке заказчиком и повторной сдаче, за исключением случаев, перечисленных в разделе «Исправление ошибок». По согласованию с рекламным координатором возможна сдача в форматах Illustrator EPS (предпочтительно) или TIFF (нежелательно) согласно отдельным техтребованиям по подготовке файлов в этих форматах.

### Требования к геометрии

- **Дробные форматы:**  
Размер PDF-документа (media box) должен быть равен заявленному формату рекламного модуля. Crop box, trim box, bleed box должны либо отсутствовать, либо совпадать с media box
- **Полосные макеты:**  
Со всех четырех сторон полосы должны присутствовать вылеты под обрез, по 5 мм. Размер PDF-документа (media box) должен быть равен обрежнему размеру полосы издания плюс 10 мм по горизонтали и 10 мм по вертикали; служебные метки должны отсутствовать. Crop box должен совпадать с media box; желательно наличие bleed box (равного media box) и trim box, уменьшенного относительно него на 5 мм в каждую сторону.

### Препресс-требования к элементам файла

- Версия PDF-спецификации: PDF 1.3 (совместимость с Acrobat 4, без поддержки прозрачности)
- Все элементы полосы (текст, векторные и растровые объекты) должны быть представлены строго в цветовых моделях CMYK и Grayscale
- В документе должны отсутствовать ICC-профили и спот-цвета (при наличии output intents они будут заменены)
- Все используемые в документе шрифты должны быть встроены в документ полностью, а не в виде выборки задействованных символов (subset)
- Суммарная плотность красок как в векторных, так и в растровых объектах — не более 300%. Цветоделение в блок журнала и на обложку — [ISOcoated\\_v2\\_300\\_eci.icc](#). Для цветоделения ч/б-изображений доступны дополнительные профили (по запросу).
- Разрешение полутоновых растровых изображений должно быть в диапазоне 230...300 dpi, в качестве оптимального рекомендуется 250 dpi. В случае превышения разрешения «Афиша» понизит его до 250 dpi; при недостаточном разрешении макет принимается только с согласия заказчика отказаться от претензий к качеству изображений

- Разрешение однобитных (lineart/bitmap) растровых изображений должно быть в диапазоне 600...1200 dpi. Для контурных изображений рекомендуется 1200 dpi, для имитирующих градации — 600 dpi
- Для полутоновых растровых изображений используется JPEG-сжатие максимального качества; для однобитных — сжатие CCITT или ZIP
- Градиентные и mesh-заливки должны быть представлены как объекты типа smooth shading или в виде полутоновых растров. Претензии к плавности передачи градиентов, представленных набором граничащих линий, не принимаются.

### Подготовка файлов

- Файлы рекомендуется готовить через Acrobat Distiller из PostScript с помощью настроенного «Афишей» [файла joboptions](#). После импорта в Distiller эти настройки также доступны в Adobe InDesign и Adobe Illustrator, и могут использоваться для сохранения PDF напрямую из этих программ (не забудьте выставить корректные параметры вылетов).
- Соответствие цветопередачи предоставленной *цветопробе* (в рамках технологических допусков) гарантируется только для проб, откалиброванных под указанные профили цветоделения. Из общедоступных калибровок приемлемое приближение обеспечивают пробы по стандарту FOGRA 39L, но для блока журнала они могут использоваться лишь в качестве ориентира при печати (для обложек подходят без ограничений). Попадание в цветопробы, адекватность которым условиям печати не подтверждается спектрофотометрическим контролем по шкалам Ugra/FOGRA 2.x, не гарантируется.

### Исправление ошибок

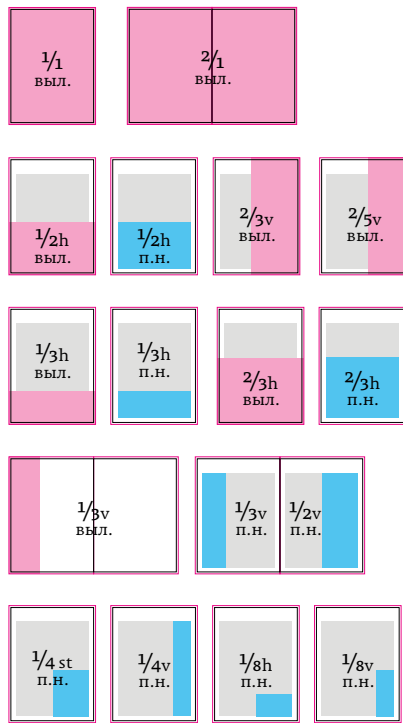
Следует иметь в виду, что в процессе приемки рекламного макета производится безусловное автоматическое исправление распространенных ошибок:

- Конвертация оставленных в документе спот-цветов в CMYK процесс согласно CMYK-формуле, заложенной дизайнером в определение цвета или согласно каталожной Lab-формуле
- Задание установки overprint для чисто черного текста/снятие оверпринта со всех белых объектов
- Задание всем векторным объектам максимального значения сглаживания
- Удаление из документа ICC-профилей и output intents (без модификации изображений)
- Оптимизация алгоритмов сжатия (приведение к JPEG max quality)

С согласия и под ответственность заказчика в автоматическом режиме без вмешательства оператора также возможны:

- цветоделение RGB-объектов в CMYK-пространство «Афиши» (в качестве RGB будет принято sRGB)
- понижение суммарной плотности красок до 300%.

# Форматы рекламных модулей в журнале «Афиша»



## Обложки

Полосные макеты на обложке имеют разный формат в зависимости от места размещения! Будьте внимательны, выбирая свой вариант! Уточняйте наличие гейтфолда в текущем номере у рекламных менеджеров!

- Гейтфолд (разворот на 1-й полосе обложки и отгибном клапане справа от нее — см. иллюстрацию ниже):  
левая половина — 194 мм, правая — 197 мм<sup>2</sup>, итого ..... 391×290
- 2-я полоса обложки (при отсутствии гейтфолда),  
3-я полоса обложки, первая полоса блока<sup>3</sup> ..... 206×290  
(разворот «обл.2-стр.1» сдается постранично с вылетами в корешок; расстав не нужен!)
- 4-я полоса обложки (= 1/4 полоса под обрез) ..... 212×290

## Блок журнала

1/4 под обрез	.....	212×290
1/2 под обрез (полный разворот) <sup>4</sup>	.....	419×290
2/3 горизонт. в поле набора (только в «2 недели в городе»)	.....	187×158,7
2/3 горизонт. под обрез (только в «2 недели в городе»)	.....	212×170,4
1/2 горизонт. под обрез (только в фичерах)	.....	212×130
1/2 горизонт. в поле набора (только в фичерах)	.....	187×118,2
2/3 вертикал. под обрез (только в «2 недели в городе»)	.....	128,7×290
2/5 вертикал. под обрез (только в фичерах)	.....	81,3×290
1/3 вертикал. в поле набора (рядом с выходными данными и в «2 недели в городе»)	.....	52,4×243,3
1/3 вертикал. под обрез (только рядом с выходными данными)	.....	64,2×290
1/3 вертикал. под обрез (только в «2 недели в городе»)	.....	65,3×290
1/3 горизонт. в поле набора (только в «2 недели в городе»)	.....	187×77,5
1/3 горизонт. под обрез (только в «2 недели в городе»)	.....	212×87,2

## Форматы Active Life (“Classified”):

1/2 вертикальная в поле набора	.....	92×243,3
1/2 горизонтальная в поле набора	.....	187×119,7
1/4 в поле набора	.....	92×119,7
1/4 вертикальная колонка в поле набора	.....	44,5×243,3
1/8 в поле набора (может идти только в паре с другой восьмушкой — единым блоком, занимающим площадь одной четвертой)	.....	92×57,9
1/8 вертикальная в поле набора	.....	44,5×119,7

## Форматы вклеек:

1/4 под обрез	.....	212×290
1/2 горизонтальная	.....	212×150



Вылетные макеты показаны розовым; макеты в поле набора — голубым. Само поле набора — серым.

## Примечания

- Размеры в мм; первый — по горизонтали (ось X), второй — по вертикали (ось Y). Все размеры указаны для послеобрезного/видимого формата, именно они должны использоваться в настройках document setup. То., для макетов с пометкой «под обрез» необходимо дополнительно обеспечить вылеты (запас) по 5 мм с каждой обрезной стороны. Расстояние от линий реза до значимых элементов внутри макета (текст, логотипы и т.п.) должно быть не менее 5 мм.
- См. иллюстрацию. Обратите внимание, что зона от корешка до левой границы рекламного модуля (черный пунтир) всегда остается белой, без изображения. Благодаря этому при наличии в макете слева белой рамки или пустого поля дизайнеру есть смысл отказаться от этого поля и поставить крайние левые элементы непосредственно в край макета.
- В случае размещения макета на 2-й или 3-й обложках журнала или первой полосе блока эффективная ширина полосы уменьшается на 6 мм за счет области приклейки обложки к блоку. Вылеты под обрез необходимы со всех сторон, в т.ч. в корешок. Для разворота «обл.2-стр.1» расстав не нужен!
- Для макетов, пересекающих корешок (1/4), Афиша обеспечит расстав в 2,5 мм. Приведенные размеры уже учитывают этот момент в расчете, что клиент не будет делать расстав самостоятельно и даст разворот единой полосой, поэтому не являются суммой размеров одиночных полос. При желании обеспечить расстав самостоятельно клиент должен предоставить две отдельные полосы стандартного размера. Расстав — это прием для корректного восприятия изображения, пересекающего корешок разворота. Его суть в дублировании узкой полоски изображения на стыке двух полос. На практике половинки изображения для правой и левой полос готовятся разрезанием не по линии корешка, а с заступом в 2,5 мм на соседнюю полосу. Нарезанные половинки смещаются вглубь «своей» полосы на те же 2,5 мм; лишние 2,5 мм на противоположном конце маскируются или подрезаются.
- В любых рекламных материалах обязательны пометки «реклама» или «на правах рекламы». Не допускаются к размещению макеты неэтичного и нарушающего законодательство содержания. Если рекламируемый товар или услуга подлежат обязательной сертификации, макет должен содержать надпись «Товар/услуга сертифицирована». Если рекламируемые услуги подлежат лицензированию, макет должен содержать номер, серию и дату выдачи лицензии и наименование выдавшего ее органа.
- Не допускается имитация или прямое заимствование элементов фирменного стиля либо торговых марок издательского дома «Афиша», в частности, использование элементов оформления размещающего издания и/или упоминание названия размещающего издания в заголовках и содержании рекламного материала. Любая реклама должна содержать в себе логотип рекламодателя (рекламируемого бренда), не являющийся частью фотографической (иллюстративной) части макета, а также текст рекламного сообщения или другой сопроводительный текст.
- В случае, если объем текста в модуле превышает 30% его площади:
  - Шрифтовое оформление не должно напоминать макет журнала. Рекомендуется избегать шрифтов с засечками 9-го кегля. Редакция оставляет за собой право попросить изменить оформление не соответствующих данному пожеланию макетов.
  - Обязательно использование цветной или серой подложки интенсивностью не менее 15%;
  - Обязательно наличие логотипа рекламируемого продукта, услуги или компании площадью не менее 1/32 общей площади модуля.