

## ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ ПОДБОРА ЦВЕТОВ

При заказе на печать полиграфической продукции дизайнеры или менеджеры типографии произносят такие непонятные слова, как Pantone, CMYK и RGB. Эти понятия означают определенный цвет или его оттенок. Базовые цвета полиграфии это CMYK (Magenta, Yellow, Cyan), смесь которых дает все остальные цвета палитры. Это названия цветов «пурпурный», «желтый» и «голубой». Если к ним добавить еще и черный, то разнообразные смеси этих цветов между собой как раз и будут той цветовой гаммой, которую способен различать человеческий глаз. По первым буквам этих цветов и названа цветовая модель CMYK. Последняя буква «K» в названии имеет не совсем выясненное происхождение. Большинство склоняется к мысли, что это первая буква слова «Kontur» – контур, который обычно делается черным цветом. Цветовая модель, которая также создана по первым буквам названий цветов – это RGB (Red – красный, Green – зеленый, Blue – синий). Для того, чтобы вывести цвет на экран компьютера, телевизора или другого электронного устройства, дизайнеры-полиграфисты пользуются этими цветами. На экране или мониторе мы видим пиксели – крошечные двухмерные элементы матрицы, которые формируют изображение. Они выглядят светящимися точками, которые человеческий глаз воспринимает в общем как определенный цвет.

Pantone или Пантон – это определенный цвет, созданный с помощью смеси нескольких цветов и имеющий свой собственный номер по классификации Pantone Matching System. Назвав номер пантона, вы можете быть уверены на 100%, что получите то, что заказали, потому что во всем мире признана классификация цветов института Pantone. И неважно, где вы находитесь – в Минске, Чикаго или в Бангкоке – номер цвета и его полиграфическое воспроизведение будет везде одинаковым. Для каждого цвета пантона указано, каково процентное соотношение базовых цветов CMYK следует взять, чтобы получить

именно этот цвет или оттенок. Выбрать нужный пантон можно по каталогу, который обязательно присутствует в каждой типографии.

Правильное сочетание цветов в полиграфии – одна из главных задач дизайнеров типографии. Запоминающиеся сочетания формируют имидж бренда, создают фирменный стиль и способствуют продажам. Система подбора цветов Pantone (далее – PMS) предоставляет дизайнерам возможность подбирать правильные сочетания цветов, когда дизайн запускается в производство, независимо от оборудования, на котором они создавались. Система подбора цветов Pantone – усовершенствованная версия СМΥК и других современных технологий цветопередачи. Так как СМΥК использует четыре краски – пурпурную, голубую, желтую и черную – это стандартизированный способ цветной печати. Такая технология используется для создания подавляющего большинства печатных материалов. В случае с Pantone речь идет о смешивании пигментов для получения новых оттенков, известных как плашечные цвета. С помощью этого подхода можно создать множество «уникальных» цветов, например, металлики и флуоресцентные. Цвета, которые можно имитировать с помощью СМΥК, отмечены в справочниках, хотя большинство из них выходят за рамки печатной гаммы СМΥК.

Для идентификации цветов Pantone применяются присвоенные им номера, которые часто обозначают аббревиатурой «PMS 130». PMS – цвета, которые постоянно используются в брендинге, даже попали в официальные документы. Традиция выбирать цвет года появилась в 2000 году. Этот цвет определяет главные тренды в маркетинге, брендинге и других творческих областях, поскольку многие креативные специалисты включают его в свои персональные и коммерческие проекты. Менее чем за десять лет выбор главного цвета года стал устоявшейся традицией. Каждый декабрь дизайнеры, художники и даже международные компании с нетерпением ждут объявления цвета предстоящего года, которое в настоящее время сопровождается презентацией актуальных цветовых палитр и вдохновляющих идей.

Цвет, ежегодно выбираемый Институтом цвета Pantone, традиционно определяет тренды нового сезона: как цветовые решения и сочетания, так и эмоциональную составляющую проектов. Таким образом, настроение социума и культурные явления прошлого года напрямую влияют на новейшие работы дизайнеров, музыкантов, художников и, что самое главное, брендов. Pantone выбирает цвет, опираясь на то, что произошло в мире за год, поэтому его можно смело назвать зеркалом времени.

Так цвет 2022 года по версии Pantone: 17-3938 Very Peri (барвинок), а в качестве главного цвета 2023 года институт Pantone выбрал Viva Magenta 18-1750. Это естественный оттенок из семейства красных, выражающий силу и внутреннюю энергию. Он воспеваает человеческую храбрость и привносит новую энергию, сильные эмоции и радость. Институт цвета Pantone объявил главный цвет 2024 года – им стал 13-1023 Peach Fuzz, нежный персиковый. По словам представителей Pantone, Peach Fuzz выражает стремление к единению с другими людьми. Теплый и уютный оттенок является свежим подходом к новой мягкости, вызывает чувство нежности и передает послание заботы и обмена, общности и сотрудничества. Всеобъемлющий дух бархатного нежного персика призван обогащать ум, тело и сердце человека.

Палитрами Pantone пользуются в текстильной промышленности, полиграфии, дизайне интерьеров и digital-дизайне. Декораторы, оформители жилых и коммерческих помещений, пространств для мероприятий и выставок также используют в работе палитры Pantone и аналитические отчёты этой компании.

PMS – один из основных инструментов дизайнеров одежды, аксессуаров, производителей тканей и даже косметики. Перевод в «пантоны» позволяет точно передать сложные оттенки, цветовые схемы и эффекты в полиграфическом производстве. Например, для качественной печати градиентов часто подходит только система Pantone.

При стандартной офсетной печати любой цвет получают из смеси четырёх красок: жёлтой, голубой, пурпурной и чёрной – в разных соотношениях. Если цвет нужной насыщенности из четырёх красок получить не удаётся, дизайнер в графическом редакторе сам назначает для него номер из палитры «пантонов». Тогда недостающий цвет печатают отдельной пятой краской – его называют «плашечным». Печать «пантонами» делают для тех цветов, которые предельно важно сохранить без искажения. Обычно это фирменные цвета брендов, которые нельзя передать с помощью смеси четырёх стандартных красок.

Добавление лишних красок делает печать дороже. Стандартную печать на основе четырёх цветов выполняют за четыре прогона. Добавить один плашечный цвет – это пятый прогон. Если в изображении сотня оттенков и все нужно печатать «пантонами», прогонов сделают сто – счёт из типографии будет большим.