

نوشته‌های نامرئی

Invisible Text

در طول کار حرفه‌ای، شاید برای شما (طراح گرافیک) پیش آمده باشد که در یک کار چاپی متنی را با رنگی خاص نوشته باشید یا در پس زمینه رنگی دیگری قرار دهید. ممکن است از دیدن این طرح لذت ببرید و بینندگان دیگر نیز شما را تحسین کنند، و در نهایت با خیال راحت و مطمئن کار را برای چاپ آماده کرده و مراحل مختلف را همچون تهیه فیلم و زینک و سپس چاپ را طی کنید ولی در کار چاپ شده با کمال تعجب اثری از نوشته‌ها نیابید.

این اتفاق حتی در کارهای طراحان گرافیک حرفه‌ای نیز اتفاق می‌افتد و تصور و گمان آن است که بسیاری از اوقات وقتی می‌خواهیم طرح ما از وقار و شخصیت قابل توجهی برخوردار باشد و اطلاعاتی از چاپ نداریم دچار این معطل می‌شویم.

چندی پیش آگهی فراخوان دوسالانه‌ای را در یکی از نشریات معتبر می‌دیدم. هر چه نگاه کردم غیر از عنوان دوسالانه که در بالای آگهی چاپ شده بود چیزی دیده نمی‌شد. با تعجب از اینکه این چه فراخوانی است و چه آگهی‌ای که اطلاعاتی نمی‌دهد، مجله را کناری گذاشتم، چندی بعد شماره بعدی همان مجله منتشر شد و باز همان فراخوان دوسالانه به شکل آگهی در آن درج شده بود اما این بار در پایین صفحه اطلاعاتی در خصوص چگونگی ارسال آثار و ... نیز آمده بود. متعجب به شماره قبل نشریه مجدداً سری زد و همان صفحه

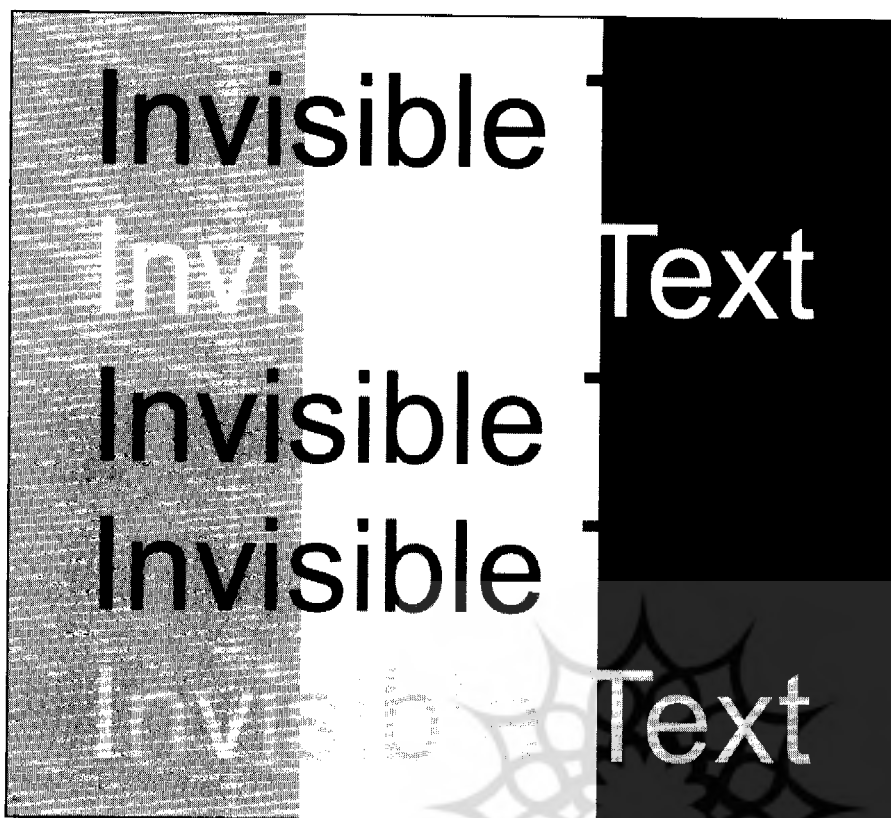
را باز کردم. با دقت که به آگهی نظر انداختم، دیدم اطلاعات فراخوان در زیر این آگهی نیز آمده است اما رنگها و نوشته‌ها تقریباً نامرئی شده است. از این دست اتفاقات که گاهی به باطل شدن کارهای چاپی می‌انجامد کم و بیش اتفاق می‌افتد.

با ذکر چرایی این مسئله به راه حل‌های این مشکل نیز می‌پردازیم.

مشکل از کجا ناشی می‌شود؟

به طبیعت که نگاهی بیاندازید، رنگهای بسیاری در آن می‌بینید این فضای رنگها که توسط چشم ما قابل رویت است، فضای رنگی بزرگی را می‌سازد، اما همه طیف رنگها را نمی‌توانیم بطور کامل شبیه سازی کنیم. برای مثال، اگر بخت داشته باشید و در معدن طلا بروید رنگ سنگ طلا را می‌بینید و این در حالی است که آن را نمی‌توان بر روی مانیتور شبیه سازی کرد، در حال حاضر هیچ صفحه نمایشی نمی‌تواند رنگ طلایی سنگ طلا را به نمایش بگذارد به همین خاطر وقتی فیلمی از معدن طلا یا طلاهای موجود در طلا فروشی گرفته می‌شود از واقعیت رنگی به دور است. همچنین است بسیاری از رنگهای دیگر که قابل شبیه سازی نیستند این محدودیت در رنگهای چاپ یا به عبارت دیگر CMYK بسیار شدیدتر است بطوریکه شبیه سازی رنگ به وسیله رنگهای سایان، مژنتا، زرد و مشکی یا CMYK محدود به بسیار کوچکتری را شامل می‌شود. طراح گرافیک به هیچ طریق نمی‌تواند همه رنگهایی را که در طبیعت می‌بیند در چاپ ایجاد کند و درست به همین دلیل رنگهای Pantone یا به عرصه میدان گذاشتند بدین ترتیب رنگهای پنتون فضای رنگی قابل شبیه سازی ما را در چاپ افزایش دادند و با افزوده شدن آنها امکان ایجاد محدوده رنگی بزرگتری مهیا شد. این محدوده هر چند از محدوده رنگهای RGB کوچکتر است اما برخی از رنگهایی را که بر روی صفحه قابل نمایش نیست (همچون طلایی، نقره‌ای و ...) را پوشش می‌دهد.

اکنون تصور کنید که پشت میز کامپیوتر نشسته‌اید و نوشته‌ای را در پس زمینه رنگی



بخصوصی ایجاد کرده‌اید.

بر روی کامپیوتر دو رنگ به شکلی انتخاب شده‌اند که در فاصله رنگی زیاد و اختلاف رنگ بیشتر قرار گرفته‌اند. بنابراین بر روی صفحه نمایش کامپیوتر، واضح و مشخص دیده می‌شوند و می‌توانید به راحتی متن نوشته شده را در پس زمینه مورد نظر بخوانید. گاهی نیز اختلاف رنگ کمی برای رنگ نوشته و پس زمینه در نظر می‌گیرید. اما از سرنوشت کار غافلید.

با توجه به اینکه محدوده رنگ CMYK بسیار محدودتر از RGB است بنابراین پس از تهیه فیلم یا به عبارت دیگر با تبدیل شدن به مد CMYK هر دو رنگ نوشته و پس زمینه در محدوده کوچکتر و نزدیکتر به هم قرار می‌گیرند. در واقع اختلاف رنگ نوشته و پس زمینه کم می‌شود و بدین ترتیب در چاپ CMYK نوشته در پس زمینه دیده نمی‌شود.

چه باید کرد؟

با چنین تجربه‌ایی به نظر می‌رسد بهتر آن باشد که هیچگاه بطور کامل خود را در اختیار رنگهای صفحه مانیتور نگذاریم و بطور کامل به آن اعتماد نکنیم. آنچه بر روی صفحه مانیتور دیده می‌شود گاهی از یک نرم افزار به نرم افزار دیگر، همچنین از یک مانیتور به مانیتور دیگر تغییر می‌کند. پس چگونه می‌شود به آن اعتماد کرد.

بهترین کار این است که تمامی رنگهای خود را با استفاده از نمونه‌های چاپی قیاس کنیم. اگر توان تشخیص درصد تراهما را کسب کنید و بتوانید در مواضع مختلف یک کار چاپی درصد هر رنگ را معین نمایید قدم بزرگ برای جمع آوری نمونه‌های کاربردی و مرجع برداشته‌اید.

در اطراف ما موارد چاپی بسیاری وجود دارد، آگهی نشریات، جعبه‌ها و ... همگی می‌توانند موارد مناسبی برای این کار باشند البته از این دست اشکالات بیشتر در آگهی نشریات دیده می‌شود. در واقع موارد و اشکالات چاپی اینگونه تجدید چاپ شده و پس از رفع اشکال وارد بازار می‌شوند. بنابراین نمونه‌های خراب در همان چاپخانه به باطله تبدیل می‌شوند و

هیچگاه در دسترس قرار ندارد. اما در آگهی نشریات، چون طرح آگهی‌ها تنوع بیشتری دارند و کمتر تکراری‌اند، اشکالات شبیه به مورد ذکر شده را بیشتر نمایان می‌کنند.

بنابراین، آگهی‌های نشریات را به قصد جمع آوری نمونه‌هایی که نمایش نوشته در پس زمینه رنگی می‌باشد تهیه و با استفاده از لوپ درصد رنگ نوشته و رنگ پس زمینه را در کنار آن بنویسید.

نمونه‌های جمع آوری شده را با ذکر مشخصات و درصد رنگ‌ها در زونکنی نگهداری کنید تا در زمان طراحی با مراجعه به آنها از ایجاد اشکال در کارتان جلوگیری شود.

دقت کنید که وضوح نوشته‌ها در پس زمینه رنگی به اندازه حروف نیز بستگی دارد چه بسا اینکه یک نوشته با اندازه بزرگ وضوح نسبتاً خوبی داشته باشد در حالی که همان نوشته با همان رنگ اما در اندازه کوچکتر در پس زمینه رنگی به خوبی دیده نشود. ■