

**ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ  
ИЗДАТЕЛЬСТВА «СЕМЬ ДНЕЙ»**

Волоколамское шоссе, д. 4, корп. 24

Координаторы по рекламе: 753 41 28 / 45/ 46

**Технические требования для рекламных макетов  
для журналов:  
«Караван историй», «Коллекция Караван историй»,  
«Семь Дней ТВ-программа»**

Технические требования размещены на сайте издательства:  
**www.seven-days.ru**

**1. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:**

По всем вопросам, связанным с макетами, пожалуйста, обращайтесь к координаторам по рекламе:

**Журнал «Семь дней ТВ-программа»:**

Юлия Комарова, e-mail [maket7days@7days.ru](mailto:maket7days@7days.ru)

**Журнал «Караван Историй», «Коллекция Караван историй» и спецпроекты:**

Екатерина Девятова, e-mail [maketkaravan@7days.ru](mailto:maketkaravan@7days.ru)

**2. СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ:**

**2.1 Макет на диске.**

Вместе с диском обязательно предоставление распечатки рекламной публикации (желательно цветной), подписанной в печать с указанием даты выхода в журнале. Распечатка должна соответствовать электронной версии.

Цветная распечатка не является образцом цвета.

**Внимание! CD-диски с рекламными макетами хранятся не более 2-х месяцев после того, как они были переданы в отдел рекламы.**

**2.2 Файлообменный WEB-сервис**

При выкладывании макетов на файлообменный WEB-сервис просим Вас придерживаться следующей последовательности действий:

1. Выложить макет на НАШ WEB-сервис. Мы не забираем макеты с чужих серверов.

2. Обязательно сообщить по e-mail координатору по рекламе точное название выложенного файла, название клиента и дату выхода в журнале. К этому же письму необходимо прикрепить превью в формате jpg или pdf.

Адрес WEB-сервиса: <https://store.7days.ru/>

**2.3 E-mail**

В случае передачи рекламной публикации по e-mail, передаваемый файл и превью надо «прикрепить к письму» (attachment). В письме необходимо указать название клиента и дату выхода в журнале.

Если размер пересылаемого файла превышает 10МБ, лучше выложить его на FTP-сервер или программой DropSegment разбить на части размером меньше 10МБ.

Вся передаваемая информация должна быть заархивирована в ZIP архив.

**3. ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННОМУ МАКЕТУ, ПОДГОТОВЛЕННОМУ НА MAC:**

**3.1 Реклама, подготовленная на MAC, принимается в следующих форматах:**

- **PDF 1.4** высокого разрешения.

**Внимание!**

При использовании эффекта «тени» (Drop Shadow) под элементами дизайна, необходимо чтобы эти «тени» были высокого разрешения (300 dpi).

- **Adobe Indesign CS6** (или в более ранних версиях).
- **Adobe Illustrator CS6** (или в более ранних версиях).

### **3.2 Общие требования к макетам:**

- Формат документа должен соответствовать формату рекламы.
- В документе не должно содержаться никакой служебной/технической информации (название, дата, обрезные метки и т.п.).
- При использовании каких-либо нестандартных расширений (Extention) необходимо предупредить об этом в письменном виде координатора Отдела рекламы или технолога Издательства и передать эти расширения вместе с рекламным макетом.
- В верстке допускается использовать изображения, записанные в форматах TIFF или EPS.
- Растровые изображения, кроме сохраненных в формате EPS с Clipping Path (обтравленных), заверстываются в непрозрачные окна.
- При манипуляциях со шрифтовыми начертаниями bold, italic и т.п. обратите внимание на наличие в комплекте шрифтов соответствующих версий шрифта.
- Недопустимо использование «Капителя» для перевода строчных букв в заглавные.
- При проверке файлов издательство самостоятельно устанавливает необходимые значения треппинга. При создании публикации следует учитывать, что все установки треппинга (в т.ч. оверпринт) в макете, при обработке будут изменены на стандартные. **При наличии специальных требований по треппингу** необходимо сообщать в письменном виде координатору Отдела рекламы принимающему заказ.
- Для всех цветов, кроме registration, обязательна установка process separation в edit color.

### **3.3 Иллюстрации:**

- Иллюстрации должны быть подготовлены в программах **Adobe Photoshop CS6, Adobe Illustrator CS6** (или в более ранних версиях этих программ).
- Допустимыми форматами файлов иллюстраций являются: TIFF или EPS.
- Цветные файлы должны быть записаны в модель CMYK.
- При использовании TIFF-формата файлы должны быть записаны без использования LZW-компрессии.
- При использовании EPS-формата файлы должны быть записаны композитными (DCS off).
- Растровые иллюстрации в необходимом размере должны иметь разрешение не ниже 250 dpi, а bitmap – 1200 dpi. Не рекомендуется в программе верстки увеличивать и уменьшать растровые изображения более чем на 20%.
- Максимальная общая сумма красок:
  - журнал «Семь Дней ТВ-программа» – 270%;
  - журнал «Коллекция Караван историй»
    - внутренний блок – 270%;
    - обложка – 320%;
  - журнал «Караван историй» – 300%.
- Минимальный процент содержания каждой краски в самых светлых цветах должен быть:
  - журнал «Караван историй» – не менее 6%;
  - журнал «Коллекция Караван историй» – не менее 8%;
  - журнал «Семь Дней ТВ-программа» – не менее 10%.
- Растискивание – 20%.

### **3.4 Шрифты:**

- Обязательно предоставление полного комплекта «оригинальных» шрифтов, использованных в макете. Не забудьте приложить шрифты, использованные при создании элементов макета, включенных в него как единый объект (например, eps-файл, созданный в Adobe Illustrator).
- Во избежание возможных ошибок рекомендуется переводить шрифты в кривые при создании элементов макета в Adobe Illustrator.
- Не допускается использование TrueType-шрифтов.
- Для каждого Postscript-шрифта комплект должен состоять из файла-suitcase и файлов-postscript для каждого начертания (plain, bold, italic и т.п.). Обратите внимание: **bold, italic и bold-italic** и т.п. – это не программные эффекты и требуют специальных шрифтовых postscript-файлов. Программы верстки не проверяют наличие этих шрифтов и создают программными средствами эффект, видимый только на экране. При отсутствии необходимого postscript-файла шрифта используется его bitmap-версия (что является ошибкой).

## **4. ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННОМУ МАКЕТУ, ПОДГОТОВЛЕННОМУ НА РС:**

### **4.1 Реклама, подготовленная на РС, принимается в следующих форматах:**

- **PDF 1.4** высокого разрешения.

#### **Внимание!**

При использовании эффекта «тени» (Drop Shadow) под элементами дизайна, необходимо чтобы эти «тени» были высокого разрешения (300 dpi).

- **Adobe Indesign CS6** (или в более ранних версиях): в этом случае макет должен содержать только растровые и векторные элементы. Все шрифты, используемые в векторных элементах макета, должны быть переведены в кривые.
- **EPS, ai**: созданный в пакете CorelDraw макет обязательно экспортируется в формат ai (Adobe Illustrator) и в формат EPS (для дублирования); шрифты при этом необходимо конвертировать в кривые; растровые изображения прилагаются отдельно в необходимом размере. Не допускается использование внутренних заливок (Pattern) CorelDraw, т.к. они не экспортируются. Реклама, созданная в CorelDraw и не экспортированная в формат Adobe Illustrator или в формат EPS, не принимается.

### **4.2 Общие требования к макетам:**

- Формат документа должен соответствовать формату рекламы.
- В документе не должно содержаться никакой служебной/технической информации (название, дата, обрезные метки и т.п.).
- В верстке допускается использовать изображения, записанные в форматах TIFF или EPS.
- Растровые изображения, кроме сохраненных в формате EPS с Clipping Path (обтравленных), заверстываются в непрозрачные окна.
- При проверке файлов издательство самостоятельно устанавливает необходимые значения треппинга. При создании публикации следует учитывать, что все установки треппинга (в т.ч. оверпринт) в макете, при обработке будут изменены на стандартные. При наличии специальных требований по треппингу необходимо сообщать в письменном виде координатору Отдела рекламы принимающему заказ.
- Для всех цветов, кроме registration, обязательна установка process separation в edit color.

### **4.3 Иллюстрации:**

- Иллюстрации должны быть подготовлены в программах **Adobe Photoshop CS6, Adobe Illustrator CS6** (или в более ранних версиях этих программ).
- Допустимыми форматами файлов иллюстраций являются: TIFF или EPS.
- Цветные файлы должны быть записаны в модель CMYK.
- При использовании TIFF-формата файлы должны быть записаны без использования LZW-компрессии.
- При использовании EPS-формата файлы должны быть записаны композитными (DCS off).
- Растровые иллюстрации в необходимом размере должны иметь разрешение не ниже 250 dpi, а bitmap – 1200 dpi. Не рекомендуется в программе верстки увеличивать и уменьшать растровые изображения более чем на 20%.
- Максимальная общая сумма красок:
  - журнал «Семь Дней ТВ-программа» – 270%;
  - журнал «Коллекция Караван историй»
    - внутренний блок – 270%;
    - обложка – 320%;
  - журнал «Караван историй» – 300%.
- Минимальный процент содержания каждой краски в самых светлых цветах должен быть:
  - журнал «Караван историй» – не менее 6%;
  - журнал «Коллекция Караван историй» – не менее 8%;
  - журнал «Семь Дней ТВ-программа» – не менее 10%.
- Растискивание – 20%.

## **5. СПОСОБ ПЕЧАТИ:**

Журналы «Караван историй», «Коллекция Караван историй»:  
обложка – листовой офсет, основной блок – ролевой офсет.  
Журнал «Семь Дней ТВ-программа» – ролевой офсет.

## **6. Способ брошюровки:**

Журнал «Семь Дней ТВ-программа» – шитье проволокой (на скрепку).  
Журналы «Караван историй» и «Коллекция Караван историй» – бесшвейное с использованием термоклей (клеевое)

## **7. Последовательность наложения красок при печати.**

Black, Cyan, Magenta, Yellow.

### **Внимание!**

При изготовлении аналоговых цветопроб рекомендуем придерживаться этой последовательности наложения красок.

## **8. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ:**

### **8.1 Запас под обрез**

При изготовлении рекламы навывлет следует оставить под обрез по 5 мм с каждой стороны за обрезным форматом.

### **8.2 Отступ значимых элементов от обрезного края**

- При изготовлении рекламы навывлет, идущей в издания со способом брошюровки на скрепку, отступ значимых элементов рекламы (логотип, текст, рамка, изображение не навывлет и т.д.) от обрезного края внутрь полосы должен быть не менее 5 мм со всех сторон.
- При изготовлении рекламы навывлет, идущей в издания с клеевым способом брошюровки, отступ значимых элементов рекламы (логотип, текст, рамка, изображение не навывлет и т.д.) от обрезного края внутрь полосы должен быть не менее 5 мм со всех сторон для рекламы, размещенной не в корешок, и не менее 5 мм сверху и снизу и не менее 10 мм справа и слева для рекламы, размещенной в корешок.

### **8.3 Раздвижка значимых элементов на развороте в изданиях с клеевым скреплением**

- Для продукции с клеевым скреплением следует учитывать влияние корешка на тексты и изображения, проходящие через разворот. Для разворотных сюжетов располагаемых на 2 стр. обложки и 1 стр. блока, а также на последней стр. блока и 3 стр. обложки, необходимо применять раздвижку для значимых элементов макета. Величина раздвижки для каждой страницы не превышает 4 мм.
- При дизайне и верстке разворотного макета (вне зависимости от места размещения макета в журнале) необходимо учитывать реальные возможности полиграфического оборудования:
  - не рекомендуется использование тонких линий совмещаемых на развороте;
  - не рекомендуется использование совмещаемых на развороте значимых элементов и портретов;
  - не рекомендуется использование распашных элементов расположенных с наклоном.

### **8.4 Минимальная толщина линий (или областей, образующих линию) и рамок**

В соответствии с требованиями типографии толщина линий и рамок должна быть не менее нижеуказанных значений. При несоблюдении этих значений качественное воспроизведение рекламы не гарантируется.

- минимальная толщина одноканальной (100%) линии – 0,3 pt;
- минимальная толщина одноканальной (не 100%) линии либо окрашенной более чем в одну краску – 0,7 pt;
- минимальная толщина негативных линий (выворотки) для трех и более красок – 0,75 pt.

### **8.5 Минимальный размер кегля шрифта**

Для определения допустимого минимального размера шрифта рекомендуем руководствоваться требованиями изложенными в п. 8.4.

В соответствии с требованиями типографии размеры кегля гротескных (рубленных) шрифтов должны быть не меньше нижеуказанных значений. При несоблюдении этих значений качественное воспроизведение рекламы не гарантируется.

- минимальный размер одноканального (100%) текста – 6 pt;
- минимальный размер одноканального (не 100%) текста либо окрашенного более чем в одну краску – 7 pt;
- минимальный размер негативных шрифтов (выворотки) на фоне из трех и более красок – 8 pt.

При использовании эффекта Scale, начертаний Condensed, Light и т.п. (уменьшающих толщину штрихов шрифта), а также использование антиквенных (с засечками) или акцидентных (декоративных) шрифтов необходимо руководствоваться требованиями изложенными в п. 8.4.

### **Внимание!**

Текст в макете должен быть читаемым. Помимо толщины линии и величины кегля шрифта, минимальные значения которых приведены в п.п. 8.4, 8.5, на читаемость текста могут влиять и другие факторы – начертание шрифта или фон, на котором он стоит. На пестром фоне или на фоне, близком по цвету, текст теряется и становится не читаемым. Необходимо учитывать это при изготовлении макета.

## **8.6 Использование черного цвета**

### **8.6.1 Черный цвет на значительной площади**

Для получения глубокого черного цвета, который используется на значительной площади (в тексте большого размера или в плашках (заливках)), рекомендуется применение составного черного цвета (например, C60-M40-Y40-K98) для избежания возможного брака при печати (эффект «выщипывания»).

### **8.6.2 Черный текст с использованием цветных составляющих**

При использовании в рекламе мелкого черного текста не рекомендуется применение составного черного цвета из-за возможного несовмещения красок (в пределах полиграфических норм).

### **8.7 Архивирование рекламных материалов**

Архивы рекламных материалов рекомендуется присылать в форматах .sit или .zip (см. также п. 2).

### **8.8 Требования к макетам блоков в рубрику «Объявления» в журнале «Семь дней ТВ-программа»**

Цветовая модель – CMYK;

Форматы файлов – PDF, TIFF (разрешение 300 ppi), JPEG (разрешение 300 ppi, максимальное качество сжатия);

Черный цвет текста не должен быть составным.

## **9. ЦВЕТПРОБЫ:**

### **Внимание!**

Цветопробы принимаются в работу и могут служить образцом цвета только при условии соблюдения следующих требований и сроков предоставления.

Все цветопробы должны соответствовать цветовому охвату и градациям цветопередачи согласно требованиям ISO 12647-2:2004.

### **9.1 Сроки предоставления цветопроб:**

«Семь Дней ТВ-программа» – за 21 день до выхода;

«Караван историй» – около 26 дней до выхода (точная дата совпадает с дедлайном и указана в графике выхода журнала);

«Коллекция Караван историй» – около 35 дней до выхода (точная дата совпадает с дедлайном и указана в графике выхода журнала).

### **9.2 Цифровая цветопроба**

Цветопроба должна отражать градационные характеристики процесса печати, иметь цветовой охват, соответствующий данному процессу. На цифровых пробах должна стоять метка о типе используемого выводного устройства, используемом профиле, должна быть шкала оперативного контроля Ugra/Fogra Mediawedge 2.0, максимальное отклонение при измерении которой должно не превышать 5 Delta E. Цветопроба и контрольные шкалы должны быть обработаны в единых условиях цветопередачи (Rendering Intents).

### **9.3 Аналоговая цветопроба**

На цветопробе обязательно должна присутствовать цветовая шкала, позволяющая измерять чистые CMYK цвета, а также растискивание растровой точки. Данные измерения должны соответствовать ISO 12647-2:2004.

Отпечатки, не имеющие контрольные шкалы и информацию об условиях вывода, цветопробами не являются.

### **9.4 Профили печати:**

Опираясь на исследования и заключения международного института FOGRA, ECI (European Color Initiative) рекомендует к использованию следующие профили:

- PSOcoated\_v3.icc – страницы обложки журнала «Караван Историй»;
- PSO\_LWC\_Improved\_ECI.icc – страницы внутреннего блока журнала «Караван Историй»;
- ISOcoated\_v2\_ECI.icc – страницы обложки журнала «Коллекция Караван историй»;
- SC\_paper\_eci.icc – страницы внутреннего блока журнала «Коллекция Караван историй»;
- SC\_paper\_eci.icc – журнал «7 Дней ТВ-программа».

ICC-профили, а также информация о них, находятся в свободном доступе на сайтах [www.eci.org](http://www.eci.org), [www.fogra.org](http://www.fogra.org).

### **Примечание:**

**Издательство не несет ответственность за качество печати рекламы, предоставленной с нарушением сроков и технических требований.**

**РАЗМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ**

<b>Журнал «Семь дней ТВ-программа»</b>				
Объем	Навылет Необходимо доб. 5 мм с каждой стороны		В полосе набора	
	Гор., мм	Верт., мм	Гор., мм	Верт., мм
<u>Реклама на обложке</u>				
блок	248,3 x 19 + по 5 мм вылет влево-вправо-вниз + экстендер (см. схему)			
<u>Реклама в блоке журнала</u>				
1/1	-	270 x 337	-	-
2/3	-	171,5 x 337	-	-
1/2	270 x 163	130 x 337	244 x 150	116 x 306
1/3	270 x 114	89 x 337	244 x 102	75 x 306
1/4	270 x 94	-	244 x 81	116 x 152
1/6	-	-	120 x 102	75 x 152
1/8	270 x 41	-	120 x 81	-
1/16	-	-	-	58 x 83
Плашка в рубрике на полосе	270 x 41 + по 5 мм вылеты			
<u>Реклама в сетке TV</u>				
1/4	270 x 78	-	-	-
1/8	-	-	120 x 71	-
1/6	-	-	-	84 x 153
1/16	-	-	-	58 x 71
1 блок	-	-	41 x 40	-
2 блока	-	-	84 x 40	-
3 блока	-	-	127 x 40	-
Большой блок	-	-	84 x 70	-
Плашка в сетке	270 x 40,5	-	-	-
<u>Реклама в рубрике «Объявления»</u>				
Маленький блок	-	-	58 x 25	-
Большой блок	-	-	58 x 40	-
<u>Реклама в рубрике «Торговый ряд»</u>				
1/4	-	-	244 x 73	120 x 148,5
1/8	-	-	-	120 x 73
1/16	-	-	-	58 x 73

<b>Журнал «Караван историй»</b>				
Объем	Навылет Необходимо доб. 5 мм с каждой стороны		В полосе набора	
	Гор., мм	Верт., мм	Гор., мм	Верт., мм
1/1	-	210 x 275	-	-
1/2	210 x 133	102,5 x 275	180 x 117	88 x 241
1/3	210 x 84,5	71 x 275	180 x 77	57 x 241
Реклама в рубрике «Classified»				
1/4	-	-	-	87,5 x 122
1/8	-	-	87,5 x 66	-
1/16	-	-	-	41 x 66

<b>Журнал «Коллекция Караван историй»</b>				
Объем	Навылет, мм Необходимо доб. 5 мм с каждой стороны		В полосе набора	
	Гор., мм	Верт., мм	Гор., мм	Верт., мм
1/1	-	175 x 225	-	-
1/2	175 x 110	-	-	-
1/3	175 x 72	57 x 225	-	-
1/6	-	57,7 x 111	-	45,7 x 94,5
1/32	-	-	45,67 x 45	-