**Преимущество неона**

Олег Петров Инструктор по неоновой технологии фирмы "Гельветика-Неон"

Неоновая вывеска - мощное выразительное средство наружной рекламы. Советы профессионала помогут сделать ее безопасной, надежной и простой в эксплуатации.

Что мы видим? …

Как только наступает вечер, неон сразу виден в городе. И его невозможно спутать ни с чем. Все видят, что только неон дает действительно сочное свечение в любом из своих оттенков. Может быть, в этом и кроется его загадка? Может быть, поэтому неоновые вывески так притягивают взгляд, часто даже вопреки их дизайну? Может быть, поэтому так велика тяга к неону даже тех, кто выступает против него? В чем причина? Все известные технологии световых вывесок построены по принципу: источник света плюс светофильтр. Причем, источником света (кроме люминесцентных ламп) является нить накаливания. Неон же "работает" принципиально по другому. Во-первых, источником света является светящийся газ, а во-вторых, вместо светофильтра, который пропускает свет определенного участка спектра (а остальные поглощает), – цветные люминофоры, которые вследствие их возбуждения ультрафиолетом, сами становятся источником излучения, к тому же, одинаково эффективного во всех участках спектра. И это отличие особенно заметно при получении сине-фиолетовых оттенков. Чистота светового спектра, или сочность цвета, и обеспечивает именно в неоновых установках несоизмеримо более мощный визуальный результат – притягательную силу неона, магию огней большого города.

**Преимущество неона.**

Неон имеет преимущество только перед неоном. Хороший неон имеет преимущество только перед плохим неоном. А теперь посмотрим, при каких условиях это преимущество становится бесспорным. Условие первое: из чего делать? Стекло Tecnolux (Италия), EGL, Voltarc (США) отличается стабильной долговечностью люминофоров, имеет несколько десятков тонких цветовых оттенков, а цветное стекло с напылением позволяет добиваться особо сочного свечения неоновой рекламы. Трансформаторы Tecnolux, f.a.r.t., Siet (Италия) превосходят американские Transco тем, что имеют меньшие габариты и могут использоваться даже при прямом воздействии атмосферных осадков. Условие второе: как делать? Прежде всего – чистота. Стеклянная трубка должна быть защищена от попадания пыли на всех стадиях ее превращения в неоновую деталь (ведь недаром на каждую трубку фирмы Tecnolux с обеих сторон надеты защитные колпачки). Грязь в трубке катастрофически влияет на цвет готового изделия.

**Откачка и зарядка .**

Среди компактных и недорогих устройств особенно интересен пост EGL ( США). Он позволяет создавать разрежение до 10-6, а это означает, что срок службы готового изделия увеличивается до 50-ти лет. Конечно, если электроды , газ, ртуть тоже от производителей с мировой репутацией. Хотя, часто приходится видеть примеры сомнительной экономии. Условие третье: кто делает? И это – самое главное условие. Хороший неон-мастер – это не только стеклодув с большим опытом, который "чувствует" стекло как материал и не допускает перекаливания, уменьшения диаметра трубки даже в очень сложных загибах. Хороший стеклодув – это неон-мастер, который "чувствует" неоновую рекламу, а это означает, что слово с высотой букв 4 сантиметра и неоновая установка высотой 4 метра исполняются с одинаковым искусством. Причем, в обоих случаях идея принадлежит ему.

]Условия четвертое: дополнительное. Неон не висит в воздухе, даже в витрине. Он обязательно крепится на что-то и при помощи чего-то. Лучше использовать высоковольтные провода, изоляторы, держатели тех марок, которые утверждены Международной инспекцией по электробезопасности. А основа для неона, спроектированная с учетом критических расстояний электропробоя, плюс расчет электроцепей, адаптированный к погодным условиям данной местности, позволяет "спокойно спать" и изготовителю и заказчику. И, наконец, – цена. Мы также долго жили с мыслью о том, что неон – это дорогая реклама. Однако, расчеты, сделанные нами в последнее время, показали, что неон не столь категорично отличается по цене от "дюралайта" и "лайтбоксов", а в некоторых установках более мощный визуальный результат рекламы достигался именно за счет неона и при меньшей цене. Кроме того, цена световой рекламы складывается не только из стоимости изделия, но и из стоимости энергопотребления в процессе эксплуатации. Считайте сами: 9 метров неоновой трубки потребляют 166 Вт. Не говоря уже о том, что неон безразличен к количеству включений-выключений (что особенно важно при анимации).

Все эти условия, а также обучение, компьютерное обеспечение, поставка оборудования и многое другое реализованы в фирме Гельветика-Неон. Фирма возникла совсем недавно, но на основе коллектива специалистов, известных по таким крупным работам: "Gallina Blanca", что у Киевского вокзала, "Philips", что у Белого Дома, "Indesit" и "Hitachi" на Садовом кольце, "Samsung" на Ленинградском шоссе, "Ariston" на Тверской улице и другим, которые хорошо знакомы профессиональным "неонщикам". Ну а то, что хороший неон с успехом используется для витринных панно, надписей, как лицевая и контражурная подсветка букв, – кто этого не знает?