

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

9

9 [130] сентябрь 2010

В номере:

Итоги конкурса «Corel — это тема!» 16

Цвет в журнальной типографии 22

Зачем «газетчикам» сочная печать? 26

Тенденции и инновации в формных процессах для флексографии 32

Специальность — ламинирование 38

Особый взгляд на «цифру» 40

СТР для офсета (справочник покупателя) 42

Год в красках: трудности с листовым офсетом 53

Бумага особой ценности 56

Обзоры

Wacom Cintiq 21UX 18

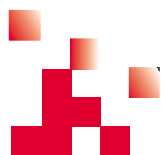
Techkon SpectroJet 20



Тема номера:
Управление цветом

На сайте
открыта
бесплатная
регистрация
на выставку

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И КРОСС-МЕДИЙНЫЕ СИСТЕМЫ В ПОЛИГРАФИИ И ИЗДАТЕЛЬСКОМ БИЗНЕСЕ



ON DEMANDTM CONFERENCE & EXPOSITION

www.ondemandexpo.ru

RUSSIA

Организаторы:



Конференция:

18-19 октября 2010

Выставка:

19-22 октября 2010

Международный выставочный центр
«Крокус Экспо», павильон 2, зал 5, Москва,
Россия

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

Понедельник, 18 октября 2010

Открытие конференции

Программное выступление:
Возможности печати в интерактивном мире

| Секция 1: Построение Вашего бизнеса: осмысление и выбор технологии | Секция 2: Как заработать с помощью цифр: развитие бизнеса, области применения и деловые возможности |
|---|---|
| Семинар 1: Введение в технологию печати по требованию | Семинар 2: Введение в бизнес печати по требованию |
| Сессия 1: Как правильно выбрать технологическое оборудование для цветной промышленной печати | Сессия 2: Работа с кадрами, занятыми продажей цифровой печати |
| Сессия 3: Программное обеспечение цифровых рабочих потоков; организация совмещенных (гибридных) рабочих потоков для производства на основе офсетной и цифровой печати | Сессия 4: Правильное позиционирование и продвижение бизнеса цифровых услуг |
| Демонстрации возможностей программного обеспечения для промышленной печати | Демонстрации возможностей программного обеспечения для промышленной печати |
| Сессия 5: Как правильно выбрать технологическое оборудование для монохромной (черно-белой) промышленной печати | Сессия 6: Деловые возможности печати малых тиражей этикетки |
| Сессия 7: Каким образом цифра может расширить рыночные возможности на рынке коммерческой офсетной печати | Сессия 8: Зарождающиеся области применения печати по требованию: малотиражное книгоиздание, фотослужбы, каталоги и так далее... |

Платиновые спонсоры:



Canon

Kodak

КОМЛАЙН®

LORD

Серебряные спонсоры:

Вторник, 19 октября 2010

Открытие экспозиции

Программное выступление:
Перспективные тенденции технологии и их применение для улучшения Ваших финансовых результатов

| Секция 1: Построение Вашего бизнеса: осмысление и выбор технологии | Секция 2: Как заработать с помощью цифр: развитие бизнеса, области применения и деловые возможности |
|--|--|
| Сессия 9: Деловые возможности многоканальных и кроссмедийных коммуникаций (Интернет, электронные книги, Web-to-Print и так далее...) | Сессия 10: Финансирование и приобретение аппаратных и программных решений для цифровой печати |
| Сессия 11: Как найти точные соответствия на рынках бумаги, печатной продукции и оборудования. Система управления качеством | Сессия 12: Вертикальные рынки: повышение конкурентоспособности |
| Демонстрации возможностей программного обеспечения для промышленной печати | Демонстрации возможностей программного обеспечения для промышленной печати |
| Сессия 13: Тенденции и возможности при печати малых тиражей этикетки | Сессия 14: Деловые возможности, связанные с подачей бумаги, послепечатной обработкой и комплектованием заказов |

Круглый стол с экспертами отрасли:
2 пути развития бизнеса на базе цифровых технологий. Что первично: технологические возможности или цели и задачи Вашего бизнеса?

Информационные партнеры:

PrintCom Russia

Книжная индустрия

ПЕЧАТНИК.com

ФОРМАТ

ЕВРО

Полиграфический журнал

ГОРОД ПЕЧАТНИКОВ

ПОЛИГРАФИЯ

реклама и полиграфия

РЕКЛАМА

ПЕЧАТНИК

PrintWeek

полиграфия

publish

РЕКЛАМА

Узнайте подробности на
www.ondemandexpo.ru
или по тел.: +7 495 645 83 37

Пять дней конференции-выставки ON DEMAND Russia принесут Вам больше, чем несколько месяцев других маркетинговых усилий!

ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

| | |
|--|--------|
| AGFA | 9 |
| Consistent Software Distribution | 29 |
| GMP Russcom | 17 |
| HGS | 27 |
| Heidelberg | 53 |
| Konica Minolta | 13 |
| On Deman | 2 обл. |
| On Deman | 33-34 |
| SIGNISTANBUL | 4 обл. |
| UPM | 31 |
| Внешмалтиграф | 62 |
| ЛИР | 7 |
| Мак Центр | 5 |
| Паритет | 43 |
| Полиграфист | 50 |
| Реклама 2010 | 3 обл. |
| Реклама.Полиграфия. СМИ | 47 |
| Терем | 45 |
| Типография Астер | 62 |
| Типография Парадиз | 62 |
| ЯМ Интернешнл | 15 |

НАШ ОПРОС

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

Каков главный цветовой ориентир для печатников в вашей типографии?

Всего ответов: 75

Плотности плашек СМУК на шкалах / 30 (40.0%)

Баланс серого / 10 (13.3%)

Памятные цвета / 4 (5.3%)

Цветопроба клиента / 23 (30.7%)

Как получится, зато дешево / 8 (10.7%)

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

9 [130] сентябрь 2010

Выходит ежемесячно

Руководитель проекта Денис Самсонов denis@publish.ru
Главный редактор Игорь Терентьев tim@publish.ru
Заместитель главного редактора Дмитрий Старцев sdn@publish.ru
Редактор новостей Олеся Зайцева pnews@publish.ru
Корреспондент Ольга Чурина
Редактор раздела «Типографика» Владимир Ефимов
Куратор рубрики «Портфолио» Британская высшая школа дизайна
Дизайн и вёрстка Дмитрий Войтов
Литературный редактор Сергей Чертков
Корректор Наталья Данилова
Реклама ООО «Рекламное агентство «Чемпионс»»

Александра Козлова — директор kozlova@osp.ru
 Екатерина Милешина milesina@osp.ru
 ООО «ОСП-Курьер» (495) 725-47-85

Распространение

Адрес редакции
 Россия, 127254, Москва, ул. Руставели, д. 12а, стр. 2, Publish

Телефоны
 редакции: (495) 725-4780
 рекламы: (495) 253-9228, 725-4780
 отдела распространения: (495) 725-4785
Факс (495) 725-4783

© ЗАО «Издательство «Открытые системы»», 2010.
 Все-права защищены.

Учредитель и Издатель

ЗАО «Издательство «Открытые системы»».
 Адрес: 109072, Москва, ул. Серафимовича, д. 2, к. 3.
 Издание зарегистрировано в Государственном комитете РФ по печати.
 Дата регистрации 25.06.1998. Рег. № 015103.
 Подписные индексы по каталогам:
 — 64117 (дополнение к каталогу «Пресса России», с. 23)
 — 40915 (каталог Агентства «Роспечать»)
 — 99487 (каталог «Почта России»)

Цена свободная.
Отпечатано в ООО «Богородский полиграфический комбинат»
 142400, Московская обл., г. Ногинск,
 ул. Индустриальная, д. 406
 Тираж 10 000 экземпляров.



ОТКРЫТЫЕ СИСТЕМЫ
 Open Systems Publications

ЛЕГАЛЬНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
Para(-)Type
 IN LEGAL USE



Президент
Генеральный директор
Коммерческий директор
Директор по маркетингу

Михаил Борисов
 Галина Герасина
 Татьяна Филина
 Елена Сыбачина

Редакция прилагает все возможные усилия к тому, чтобы публикуемая информация была точной. Если вы заметите ошибки, пишите по адресу publish@publish.ru или звоните (495) 725-47-80. Мнения авторов именных колонок, а также статей в рубрике «Форум» не всегда совпадают с мнением редакции. Полное или частичное воспроизведение или размножение каким бы то ни было способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издательства «Открытые Системы»

Адрес в WWW <http://www.publish.ru> **Узел обновляется ежедневно**

publish

№10

ТЕМА НОМЕРА:
АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЛЯ
ТИПОГРАФИЙ
МАРСЕЛЬ ШАРИФУЛЛИН,
ЮЛИЯ ЗАРЯ
НУЖНА ЛИ ТИПОГРАФИЯМ
АВТОМАТИЗАЦИЯ?

АЛЕКСАНДР ШНАЙДЕР
ИСТОРИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ
КНИГ

ДЭВИД ЭТКИНСОН
(FLEXOTESH)
БОРЬБА ЗА ВЛИЯНИЕ:
ВНИМАНИЕ УПАКОВЩИКОВ
ДОРОГОГО СТОИТ
РОБЕРТ ЛАРСОН
СИСТЕМЫ ВЫСЕЧНЫХ
ПРЕССОВ
ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ
ИНСТРУМЕНТЫ КОНТРОЛЯ
КАЧЕСТВА ДЛЯ ПЕЧАТНОГО
ЦЕХА

А ТАКЖЕ НОВОСТИ, ВАШИ
ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ И
МНОГОЕ ДРУГОЕ

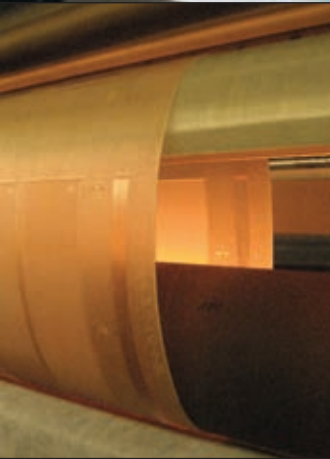
НОМЕР ВЫЙДЕТ В ОКТЯБРЕ 2010 Г.



22



20



32



42



60

Publish № 9, 2010



22 ТЕМА НОМЕРА

**К ОЖИДАЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ
С МИНИМАЛЬНЫМИ ПОТЕРЯМИ**
Организация управления цветом
в современной журнальной типо-
графии.

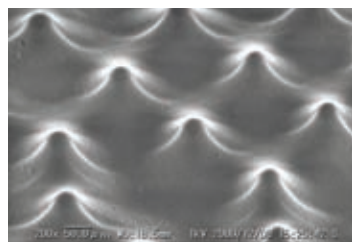
мария кондрашова



26 ТЕМА НОМЕРА

**ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД
НА «КОЛОР МЕНЕДЖМЕНТ»**
Проблемы организации управления
цветом в газетной типографии.

алексей иванов



32 ДОПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ

**ПЕЧАТНЫЕ ФОРМЫ:
ФОРМИРОВАНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ
И ОБРАБОТКА**

За последние годы возможности
для получения высококачествен-
ных печатных форм и гильз для
флексграфии стали несоизмеримо
шире — благодаря множеству новых
и модернизированных технологий,
нацеленных на оптимизацию кра-
скопереноса и увеличение оптиче-
ской плотности красочного слоя.

дэвид аткинсон

Дизайн обложки: Андрей Попов

38 ФОРУМ

**ВОЗРАСТ — 25,
СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ —
ЛАМИНИРОВАНИЕ**
дмитрий сибильский

40 ФОРУМ

**ЦИФРОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ
IPEX: ТОЧКА ЗРЕНИЯ**
«ЯМ ИНТЕРНЕТ»
**игорь ржешевский,
дмитрий эпштейн**



42 СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ

СТР ДЛЯ ОБЩЕГО СЛУЧАЯ
Выбираем СТР
для офсетной печати.

дмитрий старцев

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (приложение)



52 НОВОСТИ



53 КРАСКИ

**СЛОЖНОСТИ РЫНКА
ЛИСТОВЫХ КРАСОК**
Рынок листовой офсетной
печати в последние годы пере-
живает колоссальное давление.
Глобальная рецессия привела к
консолидации и закрытию пред-
приятий. Тем временем цифровая
печать продолжает наращивать
обороты, и в основном за счёт
офсетного сегмента.

дэвид савастано

56 ФОРУМ

**ПОЛИГРАФИСТЫ
СТАЛИ БОЛЬШЕ ПЕЧАТАТЬ**
иван иванов

58 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

обзоры



18 WACOM CINTIQ 21UX
мария мотова



20 ТЕХНКОН SPECTROJET
андрей лыгун

НОВОСТИ



5 PANTONE С ПЛЮСОМ

6 ROLAN ОБЪЕДИНЯЕТ

8 ОТКРЫТИЕ RISO

КОЛОНКИ

3 ОТ РЕДАКТОРА



16 КОНКУРС

**51 СТОХАСТИКА С
АЛЕКСАНДРОМ
ШНАЙДЕРМ**

60 ПОРТФОЛИО

**64 ДЕТАЛИ С ДМИТРИЕМ
СТАРЦЕВЫМ**



Игорь Терентьев

Color Incognita

Собственно, придумав ударное название для колонки, дальше можно смело передавать слово другим авторам журнала. И сама колонка остаётся красивым белым полем, так любимым дизайнерами. А ещё про обилие белого в журнале знающие люди говорят, что это сигнал читателю («месседж», по-новомодному): мол, деньги не проблема. Но это было бы редкостной наглостью — когда во всей полиграфической отрасли они остаются проблемой, негоже быть белой вороной и рассекать в белом фраке на белом коне. Будем рачительнее...

А вообще белый — очень хороший цвет, с ним меньше всего проблем. Идеально воспроизводится, будучи исходным цветом бумаги, хотя, как только попытаешься положить на него какое-то количество пресловутого циана, мадженты и йеллоу, да ещё блэка добавить... Вот тут-то и начинается настоящее веселье — вечная история под названием «управление цветом».

Казалось бы, тянется она ещё со времён Гёте и его «Учения о цвете», могли бы уже довести всё до идеала. Ну хотя бы для самого распространённого способа печати — офсетного. Но жизнь устроена гораздо сложнее. Возьмём результаты нашего опроса на сайте Publish.ru: «Каков главный цветовой ориентир для печатников в вашей типографии?» Даже в пределах всего пяти опций для ответов (а можно было поставить и больше) плюрализм замечательный. И те 10%, что ответили «Как получится, зато дёшево», скорее всего, правдивы или... слегка приукрашивают действительность. Я подозреваю, что это число соответствует доле типографий, вообще не располагающих никакими объективными инструментами контроля качества цветопередачи. Хотя тут продавцы денситометров и прочих измерительных инструментов могут меня поправить. Только в какую сторону?..

Ещё одна иллюстрация разброса мнений — статьи в теме номера, написанные уважаемыми специалистами, работающими в крупных российских типографиях (журнальной и газетной). Идея у обоих одна — управление цветом в типографии должно быть направле-

но на удовлетворение цветовых ожиданий заказчиков. Спорить с этим бессмысленно. Но как только дело доходит до деталей, мы снова видим — единственного общепринятого и тщательно отлаженного решения не существует. Доходит до того, что некоторые наработки типографии считают собственным ноу-хау, которым ой как не хочется делиться с коллегами. Если это действительно ноу-хау — увы, имеют право.

А ещё российская специфика порой заставляет типографии поступиться принципами, то бишь стандартами. Потому что работа даже по современным стандартам от ISO и Fogra иногда приводит к результатам, которые заказчикам не нравятся. И как быть? Смотри пункт первый — удовлетворять заказчика. Даже ценой выхода за пределы правового поля. (Это не я пишу, это коллеги из типографии так решили.)

Так что реальное управление цветом для очень значительной части нашей индустрии всё ещё остаётся настоящей «терра инкогнита». Именно так когда-то обозначали на географических картах неисследованные области.

А как было бы хорошо иметь типографию-принтер! Поставил дизайнер или специалист по препрессу драйвер под названием «Типография А, машина Б, бумага В» — и знай себе выводи на него макеты с полной уверенностью, что в печати будет точно то же, что на экране...

В принципе, не такая уж фантастика. Нечто похожее я наблюдал за границей. А коллеги из Enfocus даже придумали приближающий мечту инструмент PitStop Connect. Но большинству россиян по обе стороны баррикад — в дизайн-студиях и типографиях — пока ещё предстоит совершить немало открытий, прежде чем на их картах *почти* исчезнет пресловутая color incognita.

Да-да, именно «почти», ведь приближение к идеальному управлению цветом не предполагает завершения пути. Никогда... Что-то постоянно меняется — от требований заказчиков и стандартов до состояния оборудования и расходников, а значит, нужно следить за изменениями и на них реагировать. По-другому не выйдет. ■