

HP рекомендует Windows® 7 Профессиональную.



## HP Z1. Новый взгляд на рабочую станцию.

С появлением HP Z1, первой в мире рабочей станции – моноблока с экраном с диагональю 68,9 см (27"), небольшие размеры приобрели новое значение. Это более высокая производительность и быстрый рендеринг благодаря процессору Intel® Xeon® серии E3-1200. Это более высокое разрешение благодаря экрану высокой четкости с диагональю 68,6 см (27") и с поддержкой миллиарда цветов. А также больше удобства благодаря легкому доступу к комплектующим. И все это в компактном корпусе, который не займет много места.

**Больше мощности без системного блока.**  
Подробности на [hp.ru/z1](http://hp.ru/z1)



©2012 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Представленная здесь информация может быть изменена без предварительного уведомления.  
Intel, логотип Intel, Intel Inside, логотип Intel Inside, Xeon и Xeon Inside являются торговыми знаками корпорации Intel в США и других странах.  
Microsoft и Windows являются торговыми знаками группы компаний Microsoft.

Реклама

publish  
7-8 [149] июль-август 2012

ТЕМА НОМЕРА: ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

www.publish.ru

# publish

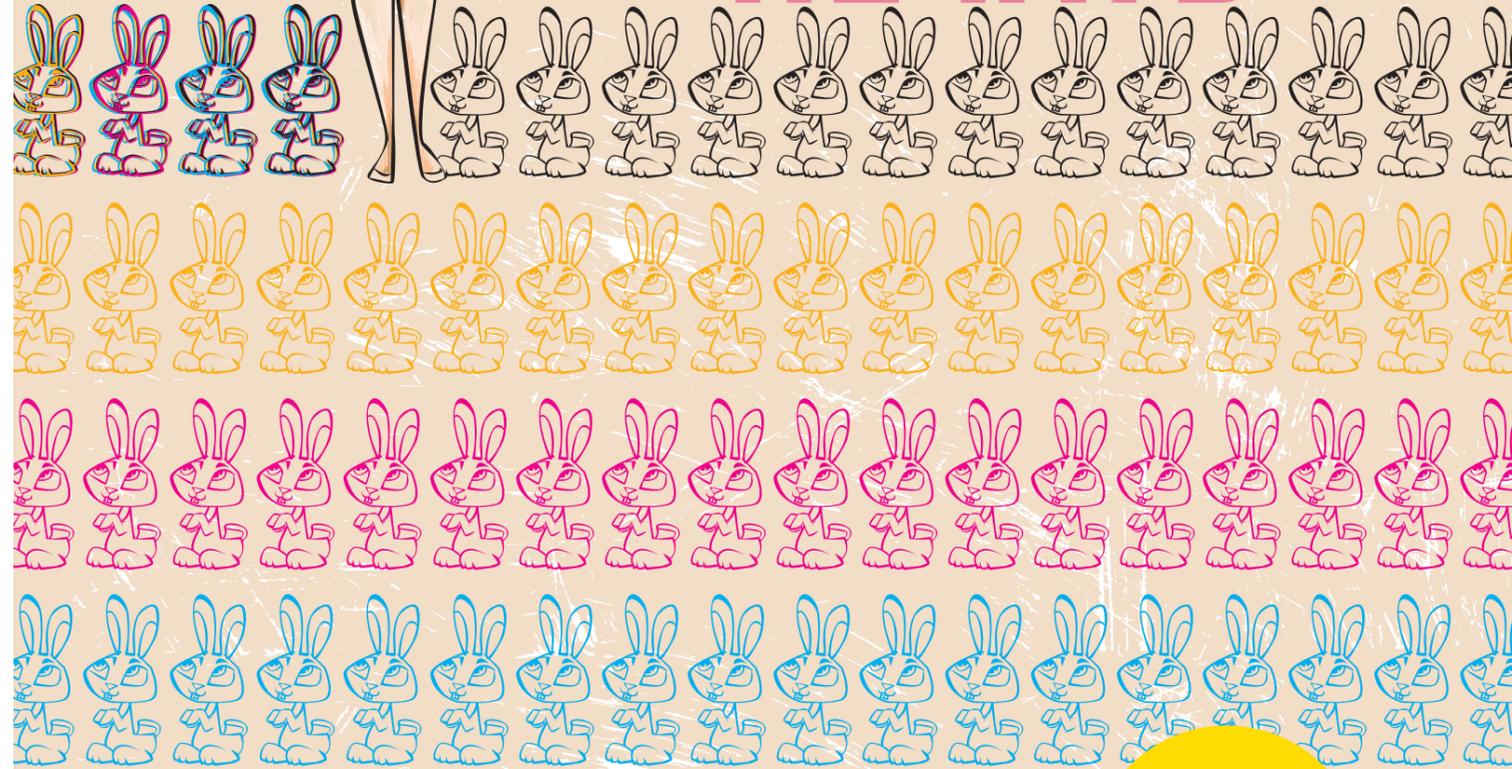
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

7-8



ТЕМА НОМЕРА:

# ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ



ISSN 1560-5183



9 771560 518007

12007

В номере:

**Тенденции в цифровой печати**

Инструменты для создания лентичулярных (стерео/варио) эффектов

**Листовой офсет на Drupe-2012: новинки и тенденции**

Широкий формат на Drupe (FLAAR)

**Идеальная послепечать для рулонных типографий (ч. 3)**

Выбираем пластик для лентичуляров

**УФ-лакирование для «цифровиков»**

**Обзоры**  
Adobe Illustrator  
**CS6**

А

УЖНА...  
 КЛАМА, ШИ...  
 РАНДМАУЭРЫ, ВЫД...  
 ВИДЕОСТЕННЫ, ВИДЕОСТ...  
 ПОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМА

РЕКЛАМА

20-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ  
 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

**РЕКЛАМА**

25—28 сентября 2012

Реклама

ЧАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МО...  
 ОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕ...  
 ВЕВ-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ...  
 САЙТОВ, PR-КАМПАНИИ, П...  
 ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, П...

[www.reklama-expo.ru](http://www.reklama-expo.ru)

Место проведения:  
 Россия, Москва,  
 ЦВК «Экспоцентр»,  
 павильон №1

Организатор:  
 **ЭКСПОЦЕНТР**  
 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
 МОСКВА



2012 Specialty Printing & Imaging Technology  
**SGIA EXPO**  
 Лас-Вегас • 18–20 октября 2012 г.

**IMAGING INDULGENCE**  
 We're back in Vegas, Baby! \*

**Красиво печатать не запретишь**  
 Самое инновационное мероприятие отрасли возвращается в Лас-Вегас, чтобы представить игрокам рынка широкоформатные технологии, полиграфию, декор одежды, трафаретные и цифровые решения и др.

<p><b>Экспертные зоны</b></p>  <p>Говорят сами за себя:        опытом делятся        лидеры отрасли</p>	<p><b>Выставка</b></p>  <p>Самое интересное и перспективное мероприятие для вашего бизнеса</p>	<p><b>Общение</b></p>  <p>Готовьтесь к встрече с друзьями и коллегами на SGIA Expo 2012</p>
--	---	--

**Register Now**  
**SGIA.org**

\* Шикарная печать  
 Мы снова в Вегасе, сынок!

Platinum Sponsors  
**AGFA**   **durst**  **efi** **EPSON** **FUJIFILM**  **hp**  **SGIA**  
 Specialty Graphic Imaging Association

## ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Consistent SD .....	13
HP .....	4 обл.
Konica Minolta .....	23
Nissa Centre .....	7
SGIA .....	3 обл.
Апостроф .....	41
Мак Центр .....	5
Паритет .....	11
ППК .....	50/55
Реклама-2012 .....	2 обл.
Терем .....	9
ЯМ Интернешнл .....	21

## НАШ ОПРОС

### Какое свойство для Вас важнее при выборе ЦПМ?

Всего ответов: 62

Формат	/ 5 (8.1%)
Скорость	/ 4 (6.5%)
Разрешение	/ 3 (4.8%)
Цветовой охват	/ 6 (9.7%)
Равномерные плашки	/ 10 (16.1%)
Спектр запечатываемых материалов	/ 5 (8.1%)
Себестоимость оттиска	/ 19 (30.6%)
Другое	/ 5 (8.1%)
Стоимость ЦПМ	/ 5 (8.1%)

www.publish.ru

# publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

7-8 [149] июль-август 2012

**Выходит ежемесячно**

<b>Руководитель проекта</b>	Денис Самсонов denis@publish.ru
<b>Главный редактор</b>	Игорь Терентьев tim@publish.ru
<b>Зам. главного редактора</b>	Юрий Захаржевский yz@publish.ru
<b>Редактор новостей</b>	Олеся Зайцева pnews@publish.ru
<b>Корреспондент</b>	Татьяна Фархат
<b>Дизайн и вёрстка</b>	Дмитрий Войтов
<b>Литературный редактор</b>	Сергей Чертков
<b>Корректор</b>	Наталья Данилова
<b>Производственный отдел</b>	Галина Блохина, bgv@osp.ru
<b>Реклама</b>	ООО «Рекламное агентство "Чемпионс"» Александра Козлова — директор kozlova@osp.ru Екатерина Милешина mileschina@osp.ru

**Распространение**

**Адрес редакции**

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

**Телефоны**

редакции: (495) 725-4780

рекламы: (499) 253-9228, (495) 725-4780

отдела распространения: (495) 725-4785

**Факс** (495) 725-4783

© ЗАО «Издательство «Открытые системы»», 2012.

Все права защищены.

**Учредитель и Издатель**

ЗАО «Издательство «Открытые системы»».

Адрес: 123056 г. Москва, Электрический пер., д.8, стр.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**

Михаил Борисов

Галина Герасина

Татьяна Филина

Редакция прилагает все возможные усилия к тому, чтобы публикуемая информация была точной. Если вы заметите ошибки, пишите по адресу [publish@publish.ru](mailto: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». Фотографии и изображения, источник которых не указан, созданы сотрудниками редакции Publish и опубликованы с разрешения авторов.

Адрес в WWW <http://www.publish.ru> Обновляется ежедневно

publish  
**№9**

**SGIA JOURNAL**

**АВТОМАТИЗАЦИЯ**

**В ШИРОКОМ ФОРМАТЕ**

**ЮРИЙ ЗАХАРЖЕВСКИЙ**

**СТР ДЛЯ ОФСЕТА**

**(СПРАВОЧНИК**

**ПОКУПАТЕЛЯ)**

**ADOBE MAGAZINE № 2**

**ТВОРЧЕСТВО БЕЗ ГРАНИЦ**

**РЕДАКЦИЯ PUBLISH**  
**ПРАКТИКА МОДЕРНИЗАЦИИ**

**ИГОРЬ ТЕРЕНТЬЕВ**  
**ПРОГРЕСС**  
**В ЭТИКЕТНОЙ ПЕЧАТИ**

**А ТАКЖЕ НОВОСТИ, ВАШИ**  
**ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ И**  
**МНОГОЕ ДРУГОЕ**

**НОМЕР ВЫЙДЕТ В СЕНТЯБРЕ 2012 Г.**



18



29



45



14



64

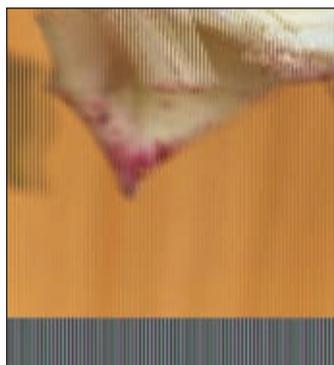
## Publish № 7-8, 2012



### 18 ТЕМА НОМЕРА ЦИФРОВОЕ ЗАВТРА УЖЕ СЕГОДНЯ

Тенденции в области листовой и рулонной цифровой печати.  
**игорь терентьев**

### 28 ОПРОС НОМЕРА КАКОЕ СВОЙСТВО ДЛЯ ВАС ВАЖНЕЕ ПРИ ВЫБОРЕ ЦПМ?



### 30 ДОПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ СТЕРЕО/ВАРИО ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

В попытках привлечь внимание потребителя создатели печатных продуктов, особенно рекламных, всё чаще экспериментируют с необычными визуальными формами. Одна из них, известная ещё с 80-х годов прошлого века по «переливающимся» календарикам, обязана своим существованием специальным ленточным пластикам.

**михаил борисов**

### 36 ФОРУМ ДОСТУПНЫЙ ВЫВОД

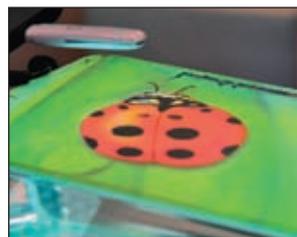
В то время как на российском рынке уже второй год активно продаются доступные китайские СТР, «НИССА Центр» со своими датскими партнёрами из Glunz & Jensen (G&J) подготовили асимметричный и ещё более доступный ответ. «Нет ли здесь подвоха?» — поинтересовались мы у регионального менеджера G&J **Биргера Йенсена** и руководителя направления офсетного печатного оборудования «НИССА Центр» **Артёма Автономова**.

Дизайн-обложки: Алексей Шлеменко

### 38 ПЕЧАТЬ ЛИСТОВОЙ ОФСЕТ: ТАКТИКА И СТРАТЕГИЯ

Производители листового офсета вязались в сложные боевые действия: тактически отступают с уязвимых позиций малого формата, сохраняя небольшие плацдармы в виде специальных ниш, и укрепляются на полноформатных высотах, параллельно заключая стратегические соглашения с разработчиками ЦПМ.

**юрий захаржевский**



### 45 ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ DRUPA-2012: АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ШИРОКИЙ ФОРМАТ \*

Как прошла выставка? Стоила ли она созданного вокруг неё ажиотажа? Следует ли ехать на Drupa-2016?

**николас хельмут, flaar reports**



### 50 ПОСЛЕПЕЧАТЬ ИДЕАЛЬНАЯ ПОСЛЕПЕЧАТЬ ДЛЯ РУЛОННЫХ ТИПОГРАФИЙ (Ч. 3)

Руководство для рулонных офсетных типографий.

**web offset champion group**



### 62 НАПРИМЕР ЕСЛИ ГОРА НЕ ИДЁТ К МАГОМЕТУ...

Обычное полиграфическое предприятие обрабатывает материал — от обычной бумаги до сувенирной продукции — на своём оборудовании, а затем доставляет или отдаёт клиенту. Но как быть, если нужно нанести изображение на... здание?  
**юрий захаржевский**

### 64 СПЕЦИАЛЬНЫЙ ОБЗОР ЛАК ПО ТРЕБОВАНИЮ

Цифровые отиски нередко нуждаются в лакировании, но делать это с помощью аналоговых способов не всегда разумно, особенно если тираж невелик, а хочется каких-то креативных изысков. Поэтому до последнего времени цифровые типографии были ограничены в способах отделки. Но теперь это отставание от аналоговых способов печати стремительно сокращается, а в чём-то цифровые системы лакирования даже ушли вперёд — они могут то, на что не способны традиционные лакировальные машины.

**юрий захаржевский**

### РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (приложение)

### 56 НОВОСТИ



### 57 ЛЕНТИКУЛЯРНЫЙ ПЛАСТИК «ЧЕЧЕВИЧНЫЙ» ВОПРОС, ИЛИ КАК ВЫБРАТЬ ЛИНЗОВЫЙ РАСТР?

Как получают стерео/вариокартинку? Линзовый растровый пластик совмещают с закодированным изображением. И если работу с ним можно смело доверить автоматике, то ленточный требует повышенного внимания.

**татьяна фархат**

### 60 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

## обзоры

### 14 ADOBE ILLUSTRATOR CS6 владислав осипов

## новости

### 7 КОНТРАКТ НА 11 ЦПМ

### 8 ОВАЛЬНЫЙ «ТРАФАРЕТ»

### 11 ВОЗВРАЩЕНИЕ BASYSPRINT

## колонки

### 3 ОТ РЕДАКТОРА

### 29 ДЕТАЛИ С ЮРИЕМ ЗАХАРЖЕВСКИМ

### 34 КНИГИ

### 35 ДЕТАЛИ С МАКСИМОМ ДОБРОВЕНСКИМ

### 68 ПОРТФОЛИО

### 72 ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА



Игорь Терентьев

# Задачи оптимизации

В эпоху интернета, «Гугла» и «Википедии» всё стало проще. В том числе — танцевать от печки. Поиск по названию этой колонки сразу выводит на мудрёное определение: «Оптимизация — в математике, информатике и исследовании операций задача нахождения экстремума (минимума или максимума) целевой функции в некоторой области конечномерного векторного пространства, ограниченной набором линейных и/или нелинейных равенств и/или неравенств». Переводя это на обычный язык и в приложении к бизнесу — как, потратив меньше, заработать больше. Задача приобрела особенную актуальность в момент завершения эпохи «тучных годов» — осенью 2008 г. И не потеряла таковую до сих пор...

Решать задачу оптимизации постоянно приходится и руководителям сотен больших и средних типографий, оснащённых традиционным печатным оборудованием (офсетным, флексографским и т. п.), и тысячам «кроликов» от полиграфии — цифровикам. Не то чтобы мы хотели обидеть наших коллег, трудящихся на ниве оперативной полиграфии. Просто эта метафора хорошо отражает суть их бизнеса по отношению к более крупным и менее разворотливым коллегам — тех можно сравнить с коровами. А луг-то — общий!

Свои задачи оптимизации решаем и мы — с оглядкой на запросы читателей. Не стремясь объять необъятное, выбираем отдельные «срезы» и исследуем происходящее в них, сравнивая успехи и достижения индустрии, пытаясь разглядеть, что стоит за маркетинговым «туманом». В этом номере вы найдёте несколько таких сравнительных обзоров по следам Dgpa-2012.

Конечно, первым делом — цифровая печать. Хотя выставка показала настоящий прорыв в секторе B2, массового наступления таких ЦПМ на позиции офсета в ближайшие год-полтора ждать не приходится. Поэтому есть смысл лучше присмотреться к прогрессу в современных электрофотографических ЦПМ меньшего формата, остающихся главными инструментами. Многие модели уже позволяют печатать на удлинённых листах, расширяется ассортимент доступных материалов и спецэффектов, повышается стабильность печати. Всё это даёт в руки цифровикам дополнительные

инструменты оптимизации — без грандиозных затрат, коих потребовал бы выход в формат B2, расширить ассортимент и привлечь новых клиентов.

А ещё не забывайте о специализированных системах цифрового лакирования! Именно с них начинается реальная экспансия струйной печати в оперативную полиграфию. Эти удобные в обращении машины идеально соответствуют цифровой идеологии — нет формных процессов, а приладка минимальна, становятся доступны экономически выгодные малые тиражи и возможности персонализации. Теперь не придётся терять время на ожидание возврата тиража с лакирования у субподрядчика. Первые российские типографии уже обзавелись цифровым лаком...

Тем временем собственные задачи оптимизации решают производители офсета. Мой коллега Юрий Захаржевский потратил немало времени на сбор и анализ информации о подвижках в листовой офсетной печати. Не обошлось и без споров с поставщиками. Надеюсь, это как раз тот случай, когда в спорах рождается истина — читайте статью «Листовой офсет: тактика и стратегия» на стр. 38...

Нам нередко говорят, что форма опроса на сайте с заранее заданными опциями — слишком простая и не отражает реалии жизни. И вопросы, мол, слишком однозначные. А что вы хотели — это тоже оптимизация! Но даже в этой простой форме опрос даёт хорошую пищу для размышлений. Особенно когда среди ответов есть явные лидеры. Оказывается, для трети респондентов решающим фактором выбора ЦПМ является себестоимость оттисков. Впрочем, специалисты с большим опытом работы на «цифре» всё чаще говорят о том, что себестоимость у большинства производителей примерно одинакова. Видимо, всё дело в том, как считать...

Мы будем продолжать. Ставить и решать задачи оптимизации, помогая вам находить правильные ориентиры. Подсказывайте интересующие вас «срезы» — мы ими обязательно займёмся. И постараемся не забывать об оптимизации как миссии — внушать обоснованный оптимизм нашим читателям. Полиграфия не умрёт! ■