

**25-28 ноября 2010 г.**

Выставочный центр TÜYAP — Стамбул / Турция

www.**signistanbul**.com

**краеугольный  
камень знаний**



Краеугольный камень — незыблемая основа, на которой покоится всё сооружение. Для наружной рекламы краеугольным камнем знаний стала выставка SIGN ISTANBUL. Рекламные компании и создатели рекламного наполнения знакомятся на SIGN ISTANBUL с полным спектром материалов и технологий для наружной и интерьерной рекламы и дизайна.

РЕКЛАМА

Incooperation with  
**AREDA**  
ACIKENAVVA  
REKLAMCILARI  
BIRLESIKI  
SIGN ASSOCIATION  
OF TURKEY

Organization  
**IFO** 20<sup>th</sup> YEAR  
Istanbul Fuar Hizmetleri A.Ş.  
Istanbul Fair Organization

Supported By  
**KOSGEB**

Sectoral Press Sponsor  
**Dijital**

Official Airline  
**STAR ALLIANCE**  
THE WAY THE EARTH CONNECTS

THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY ACCORDING TO THE LAW NUMBERED 5174.

# publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

10

10 [131] октябрь 2010



## В номере:

Зачем типографиям автоматизация?	28
Приходите на ON DEMAND и РЕКЛАМУ	16
История электронных книг	42
Конкуренция технологий в печати упаковки	48
Системы высечных прессов (продолжение)	54
Секреты работы с калькой	63

## Обзоры

HP DesignJet Z5200 22





На сайте  
открыта  
бесплатная  
регистрация  
на выставку

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

## ON DEMAND<sup>™</sup> CONFERENCE & EXPOSITION

www.ondemandexpo.ru

**RUSSIA**

Организаторы:

InfoTrends

МПК

MVK

МПА

МПА

### 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 цифры: 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: Рождающиеся области применения печати по требованию: малотиражное книгоиздание, фотослужбы, каталоги и так далее...

Платиновые спонсоры:



Canon

Kodak

КОМЛАЙН®

LORD

Серебряные спонсоры:

PrintCom Russia

Книжная индустрия

ПЕЧАТНИК.com

ФОРМАТ

ВЕР

Полиграфическая индустрия

ГОРОД ПЕЧАТНИКОВ

ПОЛИГРАФИЯ

реклама и полиграфия

publish

ПЕЧАТНЫЙ

PrintWeek

полиграфия

publish

publish

РЕКЛАМА

Информационные партнеры:

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!

Конференция:  
18-19 октября 2010  
Выставка:  
19-22 октября 2010

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

**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 цифры: 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?



www.reklama-expo.ru

# РЕКЛАМА

25—28 октября 2010

## 18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

Место проведения:  
Россия, Москва,  
ЦВК «Экспоцентр»,  
павильон №2

Организаторы:

ЭКСПОЦЕНТР  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

национальная  
рекламная  
ассоциация

ufi  
Approved  
Event

ASSOCIATION OF  
EXHIBITION  
CENTERS

РОССИЯ

ТПП РФ

РЕКЛАМА

## ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

AGFA	9
Apostrof	7
Dyna Soft	23
GMP Russcom	11
Heidelberg	39
HGS	25
HP	33
Konica Minolta	15
LRT	35
Nissa Centre	13
OnDemand	2 обл, 17/18
Print MIS	41
SIGNISTANBUL	4 обл
ГРАС	Вклейка 64/65
Легион	27, 70
МАР ANTALIS, ООО «МАП Мерчант»	Вклейка 56/57
Мак Центр	5
Мидэкспо 2010	61
Монди	63
MT Инвест	31
Паритет	21
Регент	67
Реклама 2010	3 обл
Терем	6
Типография Парадиз	70
ФАСТ-XXI	54/57
Фотофорум 2010	51
ЯМ Интернешнл	19

## НАШ ОПРОС

### РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

#### Насколько далеко зашла автоматизация в вашей типографии?

Всего ответов: 28

Бухгалтерия, да еще цену заказов считаем в электронных табличках	/ 10 (35.7%)
Бухгалтерия, заказы, плюс плюс препресс (АСУ ТП или workflow)	/ 4 (14.3%)
Все вышеуказанное плюс CRM-система	/ 2 (7.1%)
Автоматизированы от и до	/ 1 (3.6%)
А зачем? Нам этого не надо	/ 11 (39.3%)

www.publish.ru

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 mileschina@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](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»

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

publish

# №11

**ТЕМА НОМЕРА:**  
**ПЕЧАТЬ ПО ТРЕБОВАНИЮ**  
**ИГОРЬ ТЕРЕНТЬЕВ**  
**ПРАКТИКА ПЕЧАТИ**  
**ПО ТРЕБОВАНИЮ**  
**РОБЕРТ ЛАРСОН**  
**СИСТЕМЫ**  
**ВЫСЕЧНЫХ ПРЕССОВ**

**ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ**  
**ИНСТРУМЕНТЫ**  
**КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА**  
**ДЛЯ ПЕЧАТНОГО ЦЕХА**  
**ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ**  
**ПЛАСТИНЫ ДЛЯ**  
**ИЗГОТОВЛЕНИЯ ОФСЕТНЫХ**  
**ФОРМ: НОВИНКИ И**  
**ТЕНДЕНЦИИ**  
**ADOBE MAGAZINE № 4**

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

**НОМЕР ВЫЙДЕТ В НОЯБРЕ 2010 Г.**





42



22



66



52



68

## Publish № 10, 2010



### 16 ВЫСТАВКИ ON DEMAND RUSSIA-2010/ ЭТИКЕТКА-2010

В этом году On Demand снова проходит в «Крокус-Экспо», теперь она условно объединена с выставкой «Этикетка»...



### 20 ВЫСТАВКИ РЕКЛАМА-2010

Как и всегда, вас ждёт настоящий разгул рекламных страстей: множество интересных и жадных до знаний людей, феерические презентации оборудования и аттракционы невиданной щедрости с раздачей тестовых образцов и рекламных материалов. Традиционно это главная выставка года для «широкоформатчиков».

### 28 ТЕМА НОМЕРА ВРЕМЯ АСУП

О полезности и перспективах внедрения автоматизации управления типографией.  
**марсель шарифуллин, юлия заря, сергей пенов**

### 38 ОПРОС НОМЕРА КАК ДАЛЕКО ЗАШЛА АВТОМАТИЗАЦИЯ НА ВАШЕМ ПРЕДПРИЯТИИ?



### 42 ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ Возникновение, развитие и перспективы е-книг. **александр шнайдер**

Дизайн обложки: Екатерина Петрова, Tomatdesign.



### 48 ПЕЧАТЬ У КОГО ДОЛЯ БОЛЬШЕ: БОРЬБА ЗА ВЛИЯНИЕ МЕЖДУ ПЕЧАТНЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ Заказчикам печатной продукции уже не столь важно, каким способом напечатают их заказ. А вот для упаковочных производств вопрос по-прежнему актуален — в свете принятия верных инвестиционных решений. **дэвид аткинсон**



### 52 НАПРИМЕР НЕЗАМЕТНЫЕ ПОМОЩНИКИ Это оборудование в глаза не бросается и относится к классу вспомогательного. Но без него не наладить эффективную работу на последнем участке серьёзной типографии. **дмитрий старцев**



### 54 ПОСЛЕПЕЧАТЬ ТРИ ОСНОВНЫХ ТИПА СИСТЕМ ВЫСЕЧНЫХ ПРЕССОВ Гл. 12 из книги Роберта Ларсона «Мир высечки» (The World of DieCutting).

### 58 ФОРУМ ЭКСПЕРТЫ В РЕЗКЕ Управляющий партнёр компании Perfecta Schneidemaschinenwerk, известного немецкого производителя резального оборудования, д-р Бернфрид Моосманн посетил Москву в конце августа и ответил на наши вопросы.

## РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (приложение)

### 62 НОВОСТИ



### 63 БУМАГА ИЗЯЩНАЯ НЕДОТРОГА Кальки, в отличие от других видов бумаги, редко используются сами по себе. И если думать только о функциональности полиграфического продукта, в большинстве случаев легко обойтись обычной бумагой. Однако воздушная полупрозрачная калька придаёт дизайну неповторимый шарм. **коробцова мария**

### 66 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

## обзоры



### 22 HP DESIGNJET Z5200 POSTSCRIPT Дмитрий Старцев

## НОВОСТИ

### 7 ПРАКТИКА ПЕЧАТИ ПО ТРЕБОВАНИЮ

### 10 СТРАТЕГИЯ MANROLAND



### 14 ЛАБОРАТОРИЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ПО EFI

## КОЛОНКИ

### 3 ОТ РЕДАКТОРА

### 50 СТОХАСТИКА С АЛЕКСАНДРОМ ШНАЙДЕРОМ

### 60 КНИГИ

### 68 ПОРТФОЛИО

### 72 ДЕТАЛИ С ДМИТРИЕМ СТАРЦЕВЫМ



Игорь Терентьев

# Охота на мамонтов по науке

Хотя кое-где можно встретить и противоположные мнения, древние люди, видимо, жили в одно время с мамонтами и охотились на них. Учитывая размер добычи и скудные средства её убийства, сама по себе охота была делом крайне рискованным. Однако колоссальная маржа (то бишь количество мяса, шкуры и ценных бивней на единицу зверя) при удачном исходе предприятия раз за разом толкала наших предков на охотничью тропу. Разные племена, рассеянные на обширных пространствах без современных средств коммуникаций, постепенно вырабатывали собственные ноу-хау по охоте на мамонта.

Нужда в повышении эффективности этого занятия была очевидна. Понятно, что начинать пробовали с банального tool rush. Специалисты по игре Age of Empires сразу всё поняли, для остальных объясню просто — это обыкновенный навал. Собираем всех мужчин племени, способных держать что-то в руках, предлагаем им занять руки как можно более убийственными орудиями — от копий с каменными наконечниками до крупных булыжников — и посылаем за добычей. Положительная сторона метода только одна — простота. Недостатков слишком много — уговорить крупных особей отдать своё мясо, кожу и бивни вообще невозможно, да и мужики с охоты возвращаются не все, а вернувшиеся бывают злы почище мамонта...

Понимая, что навал обыкновенный приносит успех разве что в сокращении собственной популяции, древние из всех сил напрягали мозги и придумывали более изощрённые способы. Судя по строго научным источникам, типа голливудского кино, наиболее популярным методом охоты был загон стада в теснину с заранее подготовленной засадой. Мужики выбирали подходящие цели и забрасывали их сверху тяжёлыми камнями, добавляя (инстинктивно — теории ещё не было) к своей силе броска ускорение свободного падения. Преимущества очевидны — вероятность успеха намного больше, охотники целее, следовательно, гораздо выше показатель выживаемости племени.

Вот только гнать равнинных зверей к далёким горам было не всегда сподручно. Приходилось придумывать ещё более изощрённые способы. Одно дело, когда ты

пуляешь в мамонта камнем, пусть даже с высоты, — надо ещё попасть, да и весовые возможности бросающего ограничены. Совсем другой расклад, когда массивная туша выступает в роли собственного могильщика. И вот наш предок родил гениальную идею — ловушка! На популярной у мамонтов тропе рыли яму, а в дно втыкали острые колья. Затем место маскировали и ждали дичь. Или торопили её сами, загоня проверенными методами стадо в нужном направлении.

Если оценить шансы на выживание племён, занимающихся охотой вышеописанными методами, то у первых (самых тупых) вообще не было никакой перспективы. Племена же, использующие «автоматизацию», благоденствовали. Чуть позже подобные выводы систематизировал и научно обосновал старина Дарвин, рассуждая об эволюции и причинах вымирания отдельных видов.

Можно спорить о теории Дарвина — креационисты имеют массу аргументов против, — но отрицать связь между автоматизацией и конкурентоспособностью бессмысленно. Наши коллеги-дизайнеры, делавшие обложку для этого номера, рассказали, что на идею их натолкнул богатый опыт общения с типографиями. Уровень автоматизации большинства из них, увы, находится где-то, э-э-э... когда банальным навалом мамонтов уже не убивают, но до ловушек пока не додумались. Похожие результаты дал и наш опрос на сайте — почти три четверти ответивших не видят у себя никакой автоматизации, кроме бухгалтерии да электронных табличек.

Вот вам пища для размышления: в типографии Vistaprint, имеющей производственные площадки в Голландии и США, в IV квартале 2010 финансового года ежедневно выполняли 54 000 заказов. Большинство — от представителей малого бизнеса. Им нужна традиционная продукция оперативной полиграфии — визитки, бланки, листовки, папки и т. п. Представьте, как обработать такую махину очень мелких заказов на двух производственных площадках и не ошибиться? Это пример того, до какой степени можно развить автоматизацию. А сколько их конкурентов за это время постигла невесёлая судьба наименее развитых племён, никто не подсчитывал... ■