

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

3

3 [115] март 2009

Adobe Magazine №1

Тема номера:

Создай будущее 49

Гамма-коррекция 52

Выбирайте выражения! 55

Читайте «Детали» 64

СТР: Антикризисный сервис 26

Математика

для оптимальной послепечатки 31

Краски: отчет за год 34

Несекретная формула 42

Почувствуйте аромат прибыли 44

Обзоры

Adobe Photoshop CS4 12

Epson P-6000 17

Тема номера:

УФ-печать



9 771560 518007

02009

www.publish.ru
ЕДИНЬЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТАЛ

Самые горячие новости полиграфии

Посиделки с коллегами на форуме

Проверенные рецепты экономии
Ароматные идеи развития бизнеса



ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

1ПК.....	39
Adobe.....	51
ATDesign.....	27
CENTREXPO.....	37
Consistent Software.....	23
Heidelberg.....	35
HGS.....	25
KBA.....	61
NBZ.....	29
Nissa Centre.....	9
Nissa DigiSpace.....	21
Offset Print Service.....	62
Ассоциация EDP.....	4 обл.
Берег.....	Вклейка 16/17
Берег.....	33
Реклама и Дизайн.....	40
КНТ Синема принт.....	62
ЛИР.....	7
Мак Центр.....	5
ПолиграфИнтер 2009.....	3 обл.
Типография АртельСервис.....	62
Типография Парадиз.....	62
Фотофорум 2009.....	17, 18
Центр обучения Специалист.....	62

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 Науменко
Редактор раздела «Типографика» Владимир Ефимов
Куратор рубрики «Портфолио» Валерий Голыженков
Дизайн и верстка Дмитрий Войтов
Литературный редактор Сергей Чертков
Корректоры Людмила Черткова
 Наталья Данилова

Отдел рекламы Наталья Балова — директор balova@osp.ru
 Екатерина Милешина mileschina@osp.ru
 Лия Скворцова lika@osp.ru
 osp@osp.ru

Отдел распространения

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»», 2009.

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
№ 4

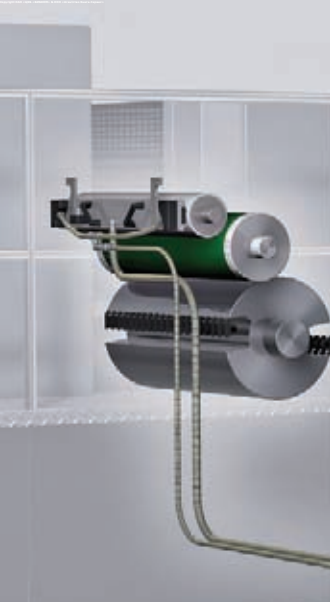
ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ
ОДНОНОЖЕВЫЕ РЕЗАЛЬНЫЕ
МАШИНЫ (СПРАВОЧНИК
ПОКУПАТЕЛЯ)

БИЛЛ ЭСЛЕР
ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ В
ЛИНИЮ И АВТОНОМНО
COREL MAGAZINE № 1
ОЛЬГА ГОРИНОВА
ДИЗАЙНЕРСКАЯ БУМАГА:
НОВИНКИ И ТЕНДЕНЦИИ

ТЕМА НОМЕРА:
ЭКОНОМИЯ
ОЛЕГ ДАВИДОВИЧ
ЭКОНОМНАЯ ТИПОГРАФИЯ
ДЭВИД САВАСТАН
ПЛАНШЕТНЫЕ
УФ-ПРИНТЕРЫ:
БЕЛЫМ ПО ПЛОСКОМУ

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

НОМЕР ВЫЙДЕТ В АПРЕЛЕ 2009 Г.



Publish № 3, 2009



- 20 **ТЕМА НОМЕРА**
УФ-ОТВЕРЖДЕНИЕ
В ЛИСТОВОЙ ПЕЧАТИ *
Флексографские системы лакирования камер-рачельного типа быстро набирают популярность.
джоанн уитчер



- 26 **ДОПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ**
АНТИКРИЗИСНЫЙ СЕРВИС
Обсуждаем сервис и антикризисные предложения на российском рынке СТР для офсета.
игорь терентьев

Microsoft Excel - Книга1.xls

	А	В	С
	число мест	тираж	сумма
2	1	60000	427,56
3	2	60000	225,12
4	4	60000	135,24

- 31 **ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ**
МАТЕМАТИКА ДЛЯ
ОПТИМАЛЬНОЙ ПОСЛЕПЕЧАТИ
Оптимизируем стоимость высечки математическими методами, не заставляя заказчика ждать.
саид азизов

Дизайн обложки: Евгений Кантаржи

- 42 **НАПРИМЕР**
НЕСЕКРЕТНАЯ ФОРМУЛА



- 44 **НАПРИМЕР**
ПОЧУВСТВУЙТЕ
АРОМАТ ПРИБИЛИ

- 60 **ФОРУМ**
СОСТОИТСЯ
ПРИ ЛЮБОЙ ПОГОДЕ!
Чтобы ни случилось, президент Межрегиональной ассоциации полиграфистов (МАП) Борис Александрович Кузьмин никогда не теряет оптимизма.
игорь терентьев

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

(приложение)

32 НОВОСТИ

- 34 **РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**
КРАСКИ ЗА ГОД
Для производителей полиграфических красок 2008 г. закончился на минорной ноте — виной тому и экономическая обстановка, и ситуация с сырьём. Но некоторый оптимизм в прогнозах всё же сохранился: перспективы расширяют «зелёные» решения и новые технологии.
дэвид савастано

41 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

Adobe Magazine № 1 | 2009

47 НОВОСТИ, ОТ РЕДАКТОРА

- 49 **ТЕМА НОМЕРА**
ИНТЕРВЬЮ С ПАВЛОМ
ЧЕРКАШИНЫМ И РОМАНОМ
МЕНЯКИНЫМ

- 52 **РАБОЧИЙ ЦЕХ**
ГАММА-КОРРЕКЦИЯ
Как изменение параметров цветового пространства можно использовать при цветокоррекции.
модест осипов



- 55 **РАБОЧИЙ ЦЕХ**
ВЫБИРАЙТЕ ВЫРАЖЕНИЯ!
Использование регулярных выражений при работе в Adobe InDesign CS3 и CS4 в 7-ми задачах с прологом и эпилогом.
юрий павлов

обзоры

- 12 **ADOBE PHOTOSHOP CS4**
александр миловский
- 17 **EPSON P-6000**
дмитрий старцев

НОВОСТИ



- 5 **СТАМБУЛЬСКИЕ**
ГАСТРОЛИ EDP
- 6 **ВЕСЕННЯЯ КОЛЛЕКЦИЯ**
ОТ CANON
- 7 **СКАЖИ «НЕТ»**
ЛОМКИМ ВОЛОКНАМ

КОЛОНКИ

- 3 **ОТ РЕДАКТОРА**
- 11 **БЛОГ**
ИРИНЫ ИОАННЕСЯН
- 19 **КАК НАЙТИ ДЕНЬГИ**
В СОБСТВЕННОМ КАРМАНЕ
- 30 **СТОХАСТИКА С**
АЛЕКСАНДРОМ
ШНАЙДЕРОМ
- 58 **ПОРТФОЛИО**
- 64 **ДЕТАЛИ**

содержание «жёлтых страниц»

Полиграфическое оборудование	61
Типографии, репроцентры	62
Обучение	62

Вклейка между страницами 16 и 17 публикуется на правах рекламы.



Игорь Терентьев

Дорогие наши инновации...

«Всё это разводка», — думает бывалый полиграфист, читая в журнале об очередной супер-мега-машине, или разглядывая её почти готовый прототип на выставочном стенде, или изучая замечательные выставочные оттиски. «Лучше подожду, пока это чудо техники не выйдет в серию и не окажется у кого-то из знакомых. Они с ним намучаются, а через полгода-годик можно будет спокойно и взвешенно принять решение», — примерно такая стандартная последовательность мыслей разумного и трезвомыслящего человека, вынужденного решать тысячи гораздо более насущных и неотложных задач на производстве. И не желающего лишних проблем на свою голову...

Всё верно — настоящих «буйных» и раньше было мало, а нынче они почти вымерли. Покупать самые передовые решения — большой риск, ведь даже производитель бывает не до конца уверен в работоспособности и надёжности инновационного продукта... То есть да, конечно, — чем имя более уважаемо и известно, тем больше реальные параметры устройства будут соответствовать заявленным. Но даже самый-самый уважаемый производитель не застрахован от неудач — и проекты, в которые вложены десятки, даже сотни миллионов долларов, не обязательно ждёт рыночный успех.

Другая проблема с новейшими продуктами — за них обычно просят ну очень премиальную цену. Нужно «отбивать» расходы на исследования и разработки, да ещё и заработать. Хотя, если речь идёт о самых первых машинах, а ваши акции у производителя и поставщика котируются высоко, да ещё какая-нибудь выставка на носу, — это шанс заполучить новинку на весьма интересных условиях. То есть вы соглашаетесь, чтобы машина сначала постояла на стенде, а после запуска время от времени вас будут просить демонстрировать чудо своим коллегам-конкурентам уже на собственном производстве. Это будет стоить вашего времени и нервов, но окупится хорошей скидкой на машину и более внимательным отношением сервисной службы — ведь поставщик особенно заинтересован в успешном запуске новинки и благоприятном первом впечатлении о ней.

Для кого я всё это пишу? Для тех немногих «буйных»-прагматиков, которые, только глядя на новинку, уже видят, как именно они смогут на ней заработать. Для тех, кто готов рискнуть, предвидя возможность занять пока ещё пустующую нишу. Для тех, кто в состоянии отличить действительно полезные и перспективные инновации от «новшеств», где маркетинг торжествует над здравым смыслом. А мы и наши европейские коллеги постараемся вам помочь...

Недавно я вернулся из Турции, где проходила ежегодная ассамблея Европейской ассоциации изданий о цифровых технологиях в полиграфии — European Digital Press Association (EDP). Ассоциация объединяет 14 ведущих изданий — по одному от каждой страны, Россию в ней с прошлого года представляет Publish. Главное, ради чего редакторы и издатели каждый год собираются на ассамблею, — принять окончательное решение о вручении премий EDP Awards. Идея в том, чтобы выбрать наиболее инновационные продукты по разным направлениям цифровой печати — от систем автоматизации и ЦПМ до широкоформатных принтеров и специализированных цифровых решений для послепечати. Номинируются продукты, серийные поставки которых начались не позже февраля текущего года, — мы не принимаем во внимание выставочные прототипы, многие из которых так и не превратятся в коммерческие продукты. Важно, что в силу широкой географии и богатого опыта изданий-членов EDP мы рассматриваем и оцениваем продукты, о которых знаем не понаслышке. Итог — родившийся в непростых дебатах над короткими списками самых-самых в каждой категории окончательный состав победителей. Увы, под угрозой штрафа в 10 000 евро, я не имею права объявить их ранее 14 часов средневропейского времени 11 марта. С этим у нас строго.

Зато вы теперь предупреждены и знаете дату. Особенно «буйные». В этот день вы получите множество подсказок, на какие продукты для цифровой печати следует обратить особое внимание. Как знать, может быть, в списке обладателей EDP Awards найдётся машина или софт вашей мечты... ■