

**TYPOGRAFIA**

12/2011 č. 1230 ročník 114

# Editorial

## Co jsem se dočetl o adventní neděli

Je druhá adventní neděle. Jedu koupit vánoční stromeček k našemu Lidlu. Jediný, který se mi líbí, přiměřeně vzrostlý a souměrný, stojí osm set korun. „Jsou snad padlí na hlavu?“, říkám si a odcházím. Narazím na stánek s denním tiskem. Vyzývavá obálka nedělního Blesku na mě zaútočí fotografií nahatého (skoro), známého a pro mne dosud naprosto seriózního herce, který nedávno oslavil sedmdesátiny. Fotografie je doprovázena mnohoslibným titulkem: „Proč se rád svlékám“. Titulní stranu doplňuje unylý obrázek zpěvačky Bartošové, který podtrhuje sdělení, že „...plakala čtyři dny“. „Chudinka“, myslím si, „to bych nevydržel“. Navnaděn sáhnu do regálu a listuji: politik Bárta, magnát Babiš, plejáda tu i cizozemských herců, ale také světoznámý plastický chirurg, uvedený bombastickým titulkem: „Čeká na mě pacientka znetvořená louhem“. O pár stránek dál velké interview s pornohercem, obklopeným hejnem mnohoslibně se tvářících dívek. Je to fakt síla. Na scéně se objevují renomovaný vědec, problematický politik, podezřelý podnikatel, slavný herec i obskurní děvenky z polosvěta tak pospolu, že tu vzniká dojem, že jde o jeden svět. Svět, zprostředkovaný lechtivými obrázky s chytlavými titulky, doplněnými prostinkým jazykem pavlačových drben. Pikantérie, převážně o slavných, úspěšných a bohatých. Pokřivený obraz světa naší přítomnosti, který konzumuje denně několik set tisíc čtenářů. Svět bezobsažný, bez nároku na lidský intelekt. Masový voyerismus.

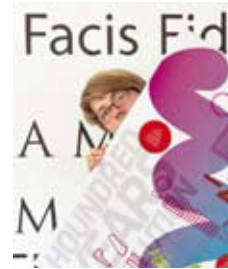
Řeknete si: co se rozčiluje, vždyť je to bulvár, ten chce jen bavit. Nemá ambici být vkusný a objektivní. A každý rozumný člověk ho tak bere. OK. Ale přesto: nepřipadá vám takhle zploštělá a optikou klíčové dírky nazíraná podoba naší přítomnosti, servírovaná 365 dnů v roce, nebezpečná? Doma mne zaujaly minipříběhy v Lidových novinách. Do malého nakladatelství nastoupila čerstvá středoškolačka. Ukradla zaměstnavateli tři balíky papíru a divila se, že je musela vrátit. Vždyť v práci je papíru plno! Ač nedotčena zkušeností reálného socialismu, kde „kdo nekradl, okrádal rodinu“, jakoby si geneticky přenesla nulový respekt k cizímu majetku od svých předchůdců. Porušováním lidských práv dokonce hrozili zaměstnanci reklamní agentury, když jim majitel začal kontrolovat e-maily, protože zjistil, že navštěvují webové stránky s rozehranými gameskami, za které musel zaplatit. Dočetl jsem se i to, že nekradou jenom politici, ale že nejčastějším typem hospodářské kriminality je zpronevěra majetku firmy jejími zaměstnanci! A dokonce stoupla oproti loňskému roku z 24 na 29 procent. Takže suma sumárum: třetina českých firem trpí nepoctivostí svých zaměstnanců. Nepoctivost v naší společnosti se promítá do hospodářských ztrát v řádu stamiliónů korun ročně. A vlastní zaměstnanci se na ní podílejí z neuvěřitelných 67 procent! Lidová moudrost praví, že ryba smrdí od hlavy. Nelze se však tvářit, že nám dnes zavání jen hlava, když už i ocas hnije. Zdaleka zde neplatí, že jsou to jen Oni, ti „nahoře“, co za všechno mohou. To je optika zploštělé a pokřiveně vnímané reality, kde úspěch a bohatství jsou automaticky spojovány s podvodem. A zároveň s vědomím, že poctivost se mívá s úspěchem a čestné jednání si mohou dovolit jen úspěšní a bohatí. Zkrátka optika bulváru! Proto tolerujeme bulvarizaci každodenního života, kde lze dnes ustát jakýkoli skandál. Tolerujeme, že ho za několik dnů překryje nějaký další. Jsme líní vyhledávat a vyhodnocovat informace. Jsme líní prosazovat a bránit svůj názor. Místo toho sledujeme stupidní seriály a místo názorů a zpráv si čteme o „celebritách“. Masochisticky se vyžíváme v tom, jak hrozné panují poměry, ale sami pro jejich změnu neděláme nic. Chceme být „za vodou“, ať to stojí, co chce. Ze zákazníka nás zajímá jenom jeho kupní síla. Ten prodavač vánočních stromků před naším Lidlem, ten o tom ví svoje.

Ještě se vám zdá, že bulvár je jenom zábavný?

Naštěstí nemám ambici házet všechny lidi do jednoho pytle. Podvečer adventní neděle je vymezen koncertu, jehož smyslem je získat prostředky pro potřebné hendikepované lidi. Půldruhou hodinu jsem se těšil z altruismu lidí, kteří svou práci chápou jako poslání pomáhat druhým. Činí tak s neokázalou samozřejmostí těch, kteří jsou zvyklí žít ve službě pro lidi kolem sebe. Ten zážitek byl umocněný znovu potvrzeným vědomím, že i v dnešním veskrze konzumním světě je potřeba lidské sounáležitosti a solidarity mezi našimi spoluobčany živá a životaschopná. Mnozí z nich jsou pro to ochotni podělit se i o své peníze. A to nejen v době adventní a vánoční.

Všem lidem dobré vůle, za které čtenáře Typografie považuji, přeji krásné, pohodové Vánoce, štěstí, zdraví a pozitivní energii.

Jan Sehnal



Obálku pro prosincové číslo časopisu Typografia navrhl Marek Fanta (\*1986), který je absolvent Soukromé vyšší odborné školy umění a reklamy, Orange Factory v Praze. Má hodinky s Mickeyem, nosí brýle (samo že designový), ujíždí si na teniskách (nejlepší jsou ZXka), občas i něco cvakne na starou špatnou 8Mku, řídí R5, ale žádné tuňák, fučáky už moc ne, ale ty písmenka pořád...

Typografia *digitální* 12/2011 je vytištěná na novém stroji Xerox DocuColor 8080 a na polyesterovém materiálu Xerox Premium Never Tear. Více čtěte v Typografii *digitální*.

Vánoční pohodu,  
dobré zdraví,  
a mnoho úspěchů  
v novém roce  
vám přeje  
TYPOGRAFIA

Obsah

Contents

1 Ed Boogard

Řízení pohyblivých dat správným směrem

Driving movable data in the right direction

4 Inovace/novinky/racionalizace, Efektivnější a rychlejší tisk

Innovation/news/rationalization, More efficient and faster printing

5 Media Mundo @ drupa 2012 Oborová iniciativa pořádá speciální přehlídku „Trvalost“

Media Mundo @ drupa 2012 Industry initiative organises the special show „Sustainability“

6 drupa 2012 World Tour vstupuje do klíčové fáze: Přibližně

60 drupa akcí ve více než 40 zemích

The drupa 2012 World Tour is entering its crucial phase:

Around 60 drupa events in more than 40 countries

7 Anketa Web-to-print v tiskárnách

Questionnaire Web-to-print in printing houses

8 drupa innovation park 2012 s inteligentním řešením

pro tiskový, reklamní a on-line průmysl

drupa innovation park 2012 with smart solutions

for the print, advertising and online industry

9 PR Böttcher

PR Böttcher

10 Ondřej Sedláček

Vtipně a kreativně. Jak ostatně jinak!

Funny and creative. How else indeed!

12 Jednou větou, třemi větami

One sentence, three sentences

13 Milan Lelek

Budoucí šance tiskového průmyslu

Future chances of printing industry

16 Rozhovor s panem Koji Ishii ze společnosti Ryobi

Interview with Mr. Koji Ishii from the Ryobi

18 Stránky Mistrů #19 500 let od narození Jiřího Melantricha z Aventina

Pages of Masters #19 500 years since the birth of Jiří Melantrich z Aventina

20 Jana Vránková

Knihy potřebnější než ty ostatní

Books needed more than others

21 Aktuality z domova a ze zahraničí

Actualities from printing industry

24 Kolegium Typografie představuje své členy

Kolegium Typografie introduces its members

## Typografie digitální

Příloha o digitálním tisku tištěná digitálním tiskem

Více uvnitř čísla

## Typografie 12/2011/1230/ročník 114

Odborný časopis českých polygrafů a typografů

Vydavatel Digirama s.r.o., Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

Adresa redakce Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

www.typografiaz.cz

Fax 220 961 441

Manažerka časopisu Zdeňka Maršová, 776 664 427

marsova.typografia@tercie.cz

Šéfredaktor Vladislav Najbrt

Redakce Jitka Böhmová, 776 613 647

bohmova.typografia@tercie.cz

Předseda redakční rady Milan Maršo

Redakční rada Jaroslav Hruška, Jan Král, Milan Maršo,

Zdeňka Maršová, Vladislav Najbrt, Jan Opletal, Jan Sehnal,

Alan Záruba, Jiří Zápotocký

Zahraniční partner Thomas Helbig, Kurt K. Wolf,

Lubomír Krátky

Obálka: Marek Fanta, Orange Factory

Soukromá vyšší odborná škola umění a reklamy

Předtisková příprava Tercie servis s.r.o.

Tisk Tercie Praha spol. s r.o.

Příjem inzerce v redakci Tuchoměřická 343, Praha 6, 164 00

Cena čísla 60 Kč, Předplatné v redakci, Roční předplatné 700 Kč

Název a číslo účtu Digirama s.r.o., č.ú. 51-2279360247/0100

Komerční banka, pob. Praha 6

ISSN 0322-9068, Registrováno pod MK ČR 7504

Podávání zásilek povolila Česká pošta pod č.j. nov. 6084/96

Vydavatel a redakce neodpovídají za obsah autorských

článků.

Toto číslo je tištěno barvami dodanými firmou

Michael Huber CZ

# Řízení pohyblivých dat správným směrem

„Tisk s použitím pohyblivých liter“ se změnil na „tisk s použitím pohyblivých dat“. Je to již téměř osm let, co Bernhard Schreier, ředitel Heidelbergu, parafrázoval Gutenbergův vynález, aby popsal transformaci oboru. A od té doby se data pohybují stále rychleji a do stále více směrů.

„Vše, co může být online, bude online“, prohlásil v září Bernhard Schreier – nyní jmenovaný prezidentem drupy 2012 – ve svém projevu na GraphExpu 2011. A to „vše“ samozřejmě zahrnuje také polygrafický průmysl. Kdo by si před pouhými třemi roky uměl představit, že bude možno mít přístup ke všem potřebným informacím z tiskárny prostřednictvím určité aplikace na smartphonu? Nebo že vaši zákazníci si budou moci prohlédnout, okomentovat a schválit zakázku na svých iPadech? Když firma Apple ohlásila nový iPhone s použitím 3G, konala se právě drupa 2008. A iPad v té době ještě neexistoval.

**Zvolte si aplikaci** Nyní aplikace Heidelbergu Prinect Mobile spojí váš smartphone přímo s pracovištěm, kde si můžete zkontrolovat stav zakázky, sledovat výkazy ze všech strojů a dokonce analyzovat výrobu během směny. Aplikace společnosti Agfa Apogee Prepress vám zajistí rychlou kontrolu konkrétní pracovní operace během výroby na vašem iPhone, iPadu nebo iPod Touch. „Tato aplikace umí zobrazit jednoduchý přehled stavu zařízení na prepress, včetně nátisků, systému CtP a dalších výstupních zařízení,“ říká Erik Peeters, marketingový manažer pro Apogee společnosti Agfa Graphics.

A aplikace společnosti Fujifilm XMF Remote mění způsob, jakým tiskárny a jejich zákazníci spolupracují, jak na UK Publishing Expo 2011 vysvětlil John Davies, manažer pro řešení pracovních toků Fujifilm Europe: „Ti, kdo kupují tiskové materiály, jsou především kreativní lidé a jsou to právě kreativní osoby, které velmi brzy přijaly technologii iPad a začaly ji používat jako profesionální obchodní nástroj. Pokud chceme rozšířit zkušenosti kreativců, kteří jsou odpovědní za zadání a schválení tiskové zakázky, musíme jim poskytnout nástroje, se kterými chtějí pracovat.“

**Posun k softwaru** V období mezi poslední drupou a ročníkem 2012 dopadla na kapitálové investice globální krize. Polygrafické společnosti jsou nuceny hledat nové způsoby, jak inovovat a zlepšit svou činnost bez velkých investic do strojů nebo vybavení. Přesun zájmu k softwaru a zaměření se na manipulaci s daty a informacemi umožnilo nabízet dostupná řešení, která zvýší produktivitu, efektivnost i marže. Kromě toho je možno nabídnout zákazníkům nové služby a produkty, což může zároveň otevřít nové trhy. Jak ukazuje software, jako např. DirectSmile a XMPie, variabilní data



**drupa**  
2012  
▶ official  
media  
partner

neznamenají pouze, že můžete tisk personalizovat, ale můžete ho propojit s e-mailem, osobními webovými stránkami a zprávami přes mobilní telefon.

**Informace a technologie** Drupa 2012 má za cíl ukázat, že tisk jsou dnes opravdu informace a technologie. Jak se z řádků olava staly proudy bitů a bytů, digitální informace dramaticky mění polygrafický průmysl. Umožňují, aby se výrobní proces stal vysoce automatizovaným a standardizovaným na základě tvorby propojených pracovních toků od začátku do konce. Tisk není díky propojení obchodních a výrobních dat pouze rychlejší a výkonnější, ale je také pružnější a efektivnější tím, že používá kreativní data na digitálních tiskových strojích, které vyrábějí vysoce segmentované nebo dokonce personalizované tištěné výrobky.

Digitální informace mění polygrafický průmysl tím, že mění způsob, jakým se vzájemně ovlivňují tiskárny a jejich zákazníci, jak komunikují a spolupracují. „Web-to-print“, představuje nový způsob vyžádání a podávání nabídek, výměny informací o zakázce, aktualizace záznamů, provádění nátisků a sledování zakázky. Posilují spolupráci, protože z tiskáren se stávají poskytovatelé řešení pro zákazníky. Oslabují spolupráci, protože zákazníci se obracejí na vysoce transparentní internetový trh.

A digitální informace mění tvar a formu současně s tím, jak se objevují další a další nové alternativy tisku, jako jsou e-knihy a tablety. Ty přitahují stále větší část pohyblivých dat, protože jak tiskárny, tak spotřebitelé začínají dávat přednost pixelům před papírem.

**Automatizace výroby** „Nejvýznamnějším trendem na drupě 2008 byla snaha všech firem –

v oblasti předtiskové přípravy, tisku a dokončujícího zpracování – vyvíjet IT řešení zaměřená na automatizaci a řízení celého grafického workflow“, říká italská odbornice na předtiskovou přípravu Ester Crisanti.

„Mnohá řešení se zaměřují na zajištění výměny složek, jiná se specializují na kontrolu barevné reprodukce na tiskovém stroji a kromě toho zde je technologie JDF. Crossmedia publishing a hybridní workflow byly na drupě 2008 novinkou a současně s tím se zde objevily různé zajímavé nabídky, které se nyní po 4 letech stávají mocnou realitou.“

Nejdříve společnost Fujifilm začlenila Adobe PDF Print Engine do srdce XMF workflow na bázi JDF. A brzy následovaly další, jako např. ApogeeX od firmy Agfa, TrueFlow od firmy Screen, Prinergy od firmy Kodak a FreeFlow Print Server od Xeroxu. Tato komplexní PDF řešení workflow nyní zaručují konzistentní výkon a umožňují pracovat se skutečně hybridním workflow, kombinovat klasický a digitální tisk, umožňují crossmedia workflow, včetně všech druhů elektronických médií.

**Hybridní workflow** „Na drupu 2012 přijdou hybridní workflows“, říká Gareth Ward, editor časopisu Print Business (VB), když hodnotí vývoj od poslední drupy: „Ony ve skutečnosti neexistují, spíše jde o kombinované workflows a není tady žádná velká chuť je opravdu používat. Kupředu jde MIS, ale s různými požadavky v různých zemích nelze říci, že by průmysl nějak změnil. Nejvýznamnějším prvkem je web-to-print, i když ani ten se nepoužívá ve všech zemích způsobem, jakým se využívá v Německu. A automatizace zůstává ve většině provozů stále spíše ve formě koncepce než praxe.“

Eddy Hagen ve VIGC, Vlámském středisku inovací v grafické komunikaci, také volí „hybridní workflows“ jako hlavní téma drupy 2012, protože většina tiskáren bude nabízet jak klasický tak digitální tisk. Také JDF/JMF zůstane důležitým tématem, ale bude ještě trvat, než jeho potenciál bude plně využit, myslí si E. Hagen. Chce také zdůraznit význam MIS: „Každá společnost musí být schopná analyzovat své náklady a výnosy u každé jednotlivé zakázky. Musíte přece vědět, která zakázka vám přinesla peníze a která ne, abyste svou společnost mohli správně nasměrovat. Finanční krize jasně ukázala, že klíčová je efektivnost a automatizace. Proto nyní mnoho tiskáren obrací pozornost k web-to-print.“

**Manažerské informace** Řešení workflow se vyvinula od jednotlivých systémů řízení výrobního procesu (nebo jeho části) k řízení všech informací souvisejících s činností. Například řešení společnosti Kodak Unified Workflow Solution umožňuje spojit všechny systémy dohromady a integrovat a sjednotit všechny dostupné informace. O něco později společnost Screen představila Equisnet, „univerzální workflow prostředí“, které poskytuje komplexní automatizaci „od prvotní nabídky až po fakturaci dokončeného projektu.“

JDF a JMF umožnily, aby výrobní pracovní postupy sloučily okolní informační systémy. Data musí být k dispozici během celého procesu – všem pracovníkům, kteří je nějakým způsobem potřebují. Proto na začátku roku 2011 učinil Heidelberg akvizici specializované softwarové společnosti CERM za účelem rozšíření svého portfolia manažerských informačních systémů. Marcel Kiessling, člen představenstva odpovědný za Heidelberg Services, vysvětlil strategii převzetí: „Naším

Ester Crisanti, italská odbornice na předtiskovou přípravu



Eddy Hagen z VIGC, Vlámské středisko inovací v grafické komunikaci



Pascale Ginguené, konzultantka a školitelka digitálních technologií pro polygrafický průmysl

