

Az újság a digitális világban

NÉGYSZÁZ ÉVES AZ ÚJSÁG, A TEKERCSNYOMÓ GÉP PEDIG SZÁZNYOLCVANHÉT.
DE MIT HOZ A JÖVŐ?

Eiler Emil

Milyen az újság jövője és milyen a jövő újsága a digitális korban? Melyik lesz a nyerő: a nyomtatott vagy az elektronikus? Melyek a média-konvergencia hatásai? Mikortól nyomtathatjuk a napilapokat digitális eljárás-sal? Melyek a várható előnyök és a felkészülési teendők? Milyen a hatása az egyes technológiai tényezőknek az újság nyomtatminőségére? A digitális adatbiztonság létkérdés – de megvalósítható-e? Milyen változásokat hoz a műszaki fejlődés és a gazdasági kényszer az újságírói, a szerkesztőségi, a lapnyomdai munkában és a reklámozásban? Milyen a mai rotációs újságyomó, -feldolgozó/-expediáló gép választék, és melyek a következő generációs géprendszerek főbb jellemzői? Milyen forgatókönyvek szerint alakul a jövő? Ilyen és ehhez hasonló kérdésekre kereste a választ „A média-konvergencia trendjei és jövője” tárgyú IfraExpo 2006, és ezzel foglalkozik a nemzetközi sajtó is. Cikkünk ezekből ad összeállítást. Érdeemes elolvasni, mert a sorsunkat és a jövőbeni nyomtatási feladatainkat ezek a változások határozzák meg!

A MŰLT

A nyomtatás és a nyomtatóeljárások története (*The History of Printing and Printing Processes*) című internetes forrás szerint – a világtörténelemben először –, Krisztus előtt 59-ben, Rómában jelent meg egy *Acta Diurna* elnevezésű, újságszerű kiadvány. 1556–1702 között a világ nagyobb városaiban – elvétve – már szinte mindenütt jelentek meg hasonló, újságszerű és -célú próbálkozások. Az első „valódi” *hetilap* megjelenésének időpontja: 1605. Ebből következően a mai értelemben vett újság négyszáz éves múltra tekint vissza. 1704 az időpont, amikor az első „hivatásos” *zurnaliszta* – egy személyben újságíró és kiadó –, *Daniel Defoe*, kiadta a *Review* című lapot. 1819: *Napier* feltalálta a rotációs nyomógépet, ezt továbbfejlesztve hozta létre *William Bullock* azt a rotációs

magasnyomó eljárású géptípust, amely már lehetővé tette a tekercsnyomtatású *napilap* rendszeres megjelentetését. Először 1833-ban a *New York Sun* című lapért már pénzt (egy pennyt) is kértek! 1867-ig egyre több újság látott napvilágot. Az első kéthasábos hirdetés is akkoriban jelent meg. Tónusos fénykép 1880-ban került először újságba. 1892: már működött az első többszínnyomó rotációs gép. 1904: terjed az ofszet-litográfia. 1905: már vonattal szállítják, és naponta terjesztik a lapokat. 1967: Az előállításban megjelent a digitális technika: a lap gyártásához már számítógépet használnak. 1971-től az ofszet nyomógépek üzemeltetése világviszonylatban általánossá vált. 1974: Az ólomszedést felváltja a fény-szedés. (Bővebbet a nyomdaipar történetének az eseményeit korunkig dátumszerűen sorba rendező http://inventors.about.com/od/pstartinventions/a/printing_3.htm honlapon.)

A JELEN

A *QuadTech* és a *QuadGraphics* (www.quadtech-world.com) egybehangzó felmérése szerint, lapzártánk időszakában tízezernél több újságyomó gép üzemel a világon, és naponta több tízmillió lappéldány jelenik meg.

Az üzemeltetők – gazdasági megfontolásból – ma inkább a régi gépek korszerűsítését vállalják, mint az újak beszerzését. Ezért a használtgép-kereskedelem gyümölcsöző üzletág. Az évtized végére így a használt nyomógépek közel 80 százaléka is már valószínűleg el lesz látva a legkorszerűbb digitális folyamatkövető szabályozórendszerekkel. A gépvásárlási és technológiaválasztási döntéseket több – közel egyenlő súlyú – célkitűzés vezérli: a hír mielőbbi eljuttatása az olvasóhoz, a lapok színesebbé tétele (a korszerű színkezelés alkalmazása) és a túlélést biztosító reklámbevételek növelése. Érdekes, hogy a világhálón – a tekercsnyomó gépek látványosan gyors fejlődésével párhuzamosan – számos, az *írvnyomtatás reneszánszáról* szóló cikkel is találkozhatunk. (Pél-

dául *Expressis Verbis*, no. 31. www.man-roland.com.)

Az újság folyamatban lévő fejlődéséről a Financial Times-ban *Chris Lapham: Az újság és a jövő fejlődése* címmel (*The Evolution of the Newspaper and the Future*, laphac@rpi.edu) közölt figyelemre méltó átfogó elemzést. A lényege a következő:

A nyomtatott sajtó jelenét és fejlődését ma a tömegkommunikációs modell alapvető változásai határozzák meg. Pontosabban:

- ◆ a komputerizált világ;
- ◆ az internet és más hálózatok;
- ◆ az információs forradalom hatására formálódó *információs társadalom*;
- ◆ a hírkezelés-technika drámai változása: a hírszerzés, a feldolgozás és a hírelemzés, továbbá a hírterjesztés merőben új eszközei és módszerei;
- ◆ a digitalizáció és a workflow-szoftver alapú korszerű szövegszerkesztés;
- ◆ a nyomtató és a csatolt újságfeldolgozó rendszerek teljes automatizálása;
- ◆ az audio-, az animációs, a video- és a virtuális technika beszűrődése az élet minden területére – így a nyomtatott és az elektronikus sajtóba is;
- ◆ végül – de nem utolsósorban – a gazdasági szemlélet eluralkodása és annak a senki által nem kivédhető durva kényszerhatásai.

A JÖVŐ

Az új média. Új kihívások és kockázatok

Miután a nyomtatott sajtót előállító iparbeli változásokat az ok-okozati láncban is a felsorolt változások határozzák meg, ezért az újság, az azt előállító iparok technológiája és jövője egymástól elválaszthatatlan. A lapelőállítás (tervezés, szerkesztés és nyomtatás) technológiáiban és a lapterjesztésben várható elkerülhetetlen átalakulások is ezek ismeretében válnak igazán érthetővé.

Lapham a fentebb említett cikkében a következő markáns változások bekövetkeztét prognosztizálja:

- ◆ A hagyományos szóbeli és papíralapú írásos közlésmódot követő természetes lépés a *számítógépes tartalomközvetítés* (*Computer-Mediated Communication, CMC*). A Föld – ez a mára globális faluvá törpült bolygó – az információ-technológia szempontjából fejlett, felkészült *virtuális társadalmi számára* – a rádiót, tévét,

az optikai kábeles hírelátást, a nyomtatott magazinokat és újságokat is integráló *világháló* (www) válik az elsődlegesen (ha nem vigyázunk: kizárólagosan!) uralkodó, *valósídejű hírközvetítő közeggé*.

- ◆ A gyorsan változó körülmények között a korábbi módszerek egyre kevésbé válnak be! Ezért a nyomtatott újságok íróinak, szerkesztőinek és az újságokat előállító iparoknak haladéktalanul újra kell fogalmazniuk a jövőbeli küldetésüket, új célkitűzéseket, új nyomtatott információ tartalom szolgáltató feladatokat kell megfogalmazni, és az azok teljesítésére alkalmas tartalomfüggő technológiákat kell honosítani! (A cikk eredeti fogalmazása szerint: *Newspapers Must Redefine Their Mission. Journalism returns to its Roots*, azaz: „Az újságoknak újra kell meghatározniuk a küldetésüket. Az újságírás az eredeti gyökereihez tér vissza.”)
- ◆ Az új feladatok a *hibridmodellek* alkalmazását követelik meg, amelyek ötvözik a régit és az újat, párosítva a nyomtatott és az elektronikus kifejezési formákat. Ilyen megfontolás alapján, aligha lehet kérdés, hogy a virtuális (on-line, elektronikus) vagy a nyomtatott sajtó kerüljön ki győztesen a versenyből. Az egyetlen lehetőség – a kezdetben bizonytalanul indult keresztmédia-kiadás (*Cross Media Publishing, CMP*) eszközeivel – egy úgynevezett *új média* megteremtése. Ami elkerülhetetlenül, az alapjaiban változtatja meg a ma alkalmazott újságírási, szerkesztőségi és lapnyomtatási szokásainkat és technológiáinkat!
- ◆ A nyomdaipar ma még nem rendelkezik ennek a megvalósításához szükséges *minden* eszközzel. Az elméleti alapok azonban tisztázottak. Az élenjáró, fejlesztő, gyártó vállalatok már ütemesen „előredolgoznak”, sorban jelennek meg az *új médiás workflow-szoftverek* és *célhardverek*. Megteremtődött az új típusú *humán erőforrás-beruházás* eszköze is: a kiművelt emberfő felkészítésének, átképzésének a lehetősége az új világ igényeinek megfelelő új médiatechnológiák fogadására, alkalmazására. A többi már „csak” rajtunk múlik! Egyelőre elegendő, ha figyeljük a legfrissebb változások szakirodalmát.
- ◆ Ha a beruházásra képes vállalatok nem akarják hosszú időre kizárni magukat a fejlődésből, akkor *dönteniük kell, hogy mibe fektetik a pénzüket: a digitális jövőbe vagy a korábbi, a most meglévő állapotok konzerválásába!*

Ha nehezen is, de azt tudomásul vettük, hogy a technikai fejlődés következtében a nyomdaipar mára megszűnt művészeti jellegű *termelő* kézműiparnak lenni, és, hogy – lényegét tekintve – átalakult egy korszerű, számítástechnikai alapú digitális kommunikációs *szolgáltató* iparrá. A korábbi *Printing Industry* helyett az új megnevezése a *Printed Text & Graphic Communication Industry* vagy – mivel a betű is egy grafikai elemnek tekinthető – röviden *Grafikai Kommunikációs Ipar* (*Graphic Communication Industry, GCI*). Az új elnevezéssel azonban a dolog nem ért véget, mert nap mint nap olyan változások kialakulásának vagyunk a szemtanúi, amelyekre korábban senki nem számított, amikre – éppen ezért – felkészületlenek vagyunk. Néhány példa:

Virtuális világ, elektronikus újságokkal, napilapokkal és magazinokkal
Új zszurnalisztikai irányzatok

- ◆ A hálózatos technika lehetővé tette a *virtuális*, más néven *on-line újságok* kiadását és terjesztését is. Ezek tartalma bárki számára elérhető a világhálón. Többsége ingyen és egyre gyorsabban. Újabban már a mobiltelefon segítségével is.
- ◆ Az *on-line újságok* és *on-line magazinok* megjelenése alapvetően befolyásolja a hagyományos szerkesztőségek tevékenységét. Nyomtatott magazinjaik és újságaik tartalmát a világhálón is megjelentetik. Van, aki változatlan felépítéssel és tartalommal, de van, aki az internetes böngészés igényeinek megfelelően, linkajánlókkal, linktérképekkel ellátva adja közre az *on-line „termékét”*.
- ◆ Egyre gyakrabban merül fel már most is a kérdés: ha a világhálón úgyszólván minden elérhető, akkor miért adjunk pénzt a nyomtatott újságra? A bulvárlapok kivételével a napilapok iránti igény hazánkban is csökken. Az utóbbi hónapok hazai tartós gazdasági és politikai botrányai is ezt a folyamatot gyorsítják!
- ◆ Szükségszerűen kitermelődött egy új szakma, új foglalkozás: az *on-line újságírás*, az *on-line szerkesztőség* és a gyakorló *on-line újságíró* fogalma is. A világhálón tömegével jelennek meg az *on-line zszurnalisztaképző* tanfolyamok, tematikák, tankönyvek, szemináriumok, konferenciák és új végzettséglehetőségek.
- ◆ Az *on-line kiadvány* esetében – a számítógépes technika segítségével – az óriási tömegű nyom-

tatott lap beszerzése és időrabló tüzetes átnézése helyett – akár évekre visszamenőlegesen is – tematikai alapú keresést lehet végezni. Szinte pillanatok alatt! (Ha jóban vagy a számítógéppel, ezekből hamar összeállít neked egy komplett cikkre, tanulmányra való – kívánságod szerint rendezett – anyagot! Feltéve, ha tudod, hogy mit akarsz!)

- ◆ Erre a hagyományos sajtó nem ad lehetőséget, mert a nyomtatott kiadvány egy a lapzárta pillanatában még éppen érvényes, de a nyomtatás megkezdésekor már visszafordíthatatlanul az elavulás útjára lépő állapotot rögzít! Az *on-line kiadványok* tartalma ezzel szemben automatikusan frissíthető, tehát védett lehet az elavulás ellen. Ez is nagy kihívás a nyomtatott sajtó számára!
- ◆ Az *on-line kiadványok* lehetővé teszik a megtörtént események helyszíné, a szerkesztőségek, a lapelőállítók és az olvasók közötti élő, többoldalú, ún. *interaktív* kapcsolatot, a kölcsönös véleménynyilvánítást, a kérdésfeltevést, a kiegészítést és az ezekkel bővített információ-archiválást is.
- ◆ Megjelent az *on-line újságok* egy új változata is: a zsebben, táskában hordható vékony lap (*Online Newsreader*, röviden *e-Reader*), amely – villamos hálózati csatlakozás nélkül is – bárki számára lehetővé teszi kedvenc lapjainak ingyenes vagy megfizethető áron elérhető, könnyű, vékony képernyőlapon (*on-screen*) bárhol, bármikor (akár járművön is) a laptartalom megtekintését, a szelektív (válogató) olvasását és a fontosabb részek archiválását is. (Az *ábrán* a Microsoft által fejlesztett, könnyű, hordoz-



Microsoft gyártmányú, elektronikus újságolvasó készülék (*e-NewsReader*)

ható, *on-screen rendszerű* újságolvasó lapja látható.) Ha ilyen van, nem kell tehát nyomtatott papír újságot venni, majd kiolvasása után tárolni vagy eldobni. A készülék a fontosat elmenti, akár ki is nyomtatja, ha úgy kérjük.

- ◆ Az *on-line* és az *on-screen* újságokra – a nyomtatott típusoktól eltérően – már most is a multimédiás, grafikai, szöveg-, foto-, virtuális, animációs, video-, audioteknikák együttes alkalmazása is jellemző. A világszerte rohamosan terjedő, ún. *podcasting* technika máris fantasztikusan tovább bővíti az új lehetőségeket. (Lásd a cikk végén, az értelmező szótárunkban.)
- ◆ Az elektronikus olvasógépek a saját képernyő-geometriájuknak megfelelően automatikusan átszerkesztik a beérkező szöveg-, kép-, animáció-, video- és grafikaoldalakat. Így a különféle rendszerű, monitor méretű és -állású gyártmányok mindegyike alkalmas a kényelmes *on-screen* újságolvasásra. A kellemes zenei vagy a hangszöveges háttérrel együtt! (Bővebbet a http://seattletimes.com/cgi-bin/PrintStory.pl?document_id=2002960317&zsection_id honlapon.)

A felsoroltak még akkor is helytállóak, ha – a hazai hivatalos beismerés szerint – a sajátos „magyar információs társadalomban” (ahol az informatikai jövő megoldását újabban a Gazdasági és Közlekedési Minisztériumra testálták!), a háztartásoknak elvileg csupán 40 százaléka rendelkezik internet-hozzáféréssel, és az ország lakosságának a 60 százaléka ma még egyáltalán nem ért a számítógéphez! A reformnak kinevezett fokozott adóbehajtás és a tudatosan felpörgetett infláció elkerülhetetlenül tovább súlyosbítja majd a helyzetet. Ezek azonban olyan műszaki világtendenciák és technológiák, amelyek a hazai szervezett fejlődés-visszafogó körülmények ellenére is – talán – eléri még a mi hazánkat is. Például, a különféle mobil elektronikus olvasólapok, mobiltelefon vételi lehetőségek formájában, amelyek kezeléséhez nem kell különösebb számítógépes tudás.

A digitális lapnyomtatás Igen! De mikortól?

A négyszáz éves újságot érintő – Gutenberg óta valószerűleg a legnagyobb! – kihívás a digitális nyomtatóeljárásra áttérés, amely e téren a hagyományos ofszeteljárás létét is veszélyeztetheti. A lapkiadókra és nyomdákra nehezedő nyomás

egyre nagyobb! Éljenjáró technológiafejlesztő, gépgyártó vállalatok és ötven európai kiadó becsülése szerint, a digitálisan nyomtatott újságok kereskedelmi forgalomba kerülése legkésőbb már 2010-től kezdve fokozatosan megvalósul. A felkészülési, bevezetési idő tehát nem túl hosszú. A lapkiadóknak, szerkesztőségeknek és lapnyomdák fel van adva a lecke: felveszik-e a kesztyűt, döntenek-e, időben teszik-e, jól döntenek-e és kihasználják-e a digitális korszak által kínált új lehetőséget vagy sem? A meghatározó nemzetközi kiállítások kísérőrendezvényei és bemutatói határozottan azt a feltevést támasztják alá, hogy hamarosan új folyamatok indulnak be e téren is.

Mértékadó vélemények szerint, a nyomtatott újság számára – az elektronikus újságok piacelhódító fenyegetése elől – csak a digitalizáció, az automatizált, számítógép-vezérelt, olcsóbb üzemmű, rugalmasabb, postpress-feladatok ellátására is képes nyomógéprendszerek, a fokozott színesség (a színkezelés-technika kiterjedt alkalmazása!), az új lapformátumok bevezetése és a média-konvergencia új műszaki lehetőségei biztosíthatják a menekülő utat, az eddigi pozícióik megőrzését, amit egy gazdaságilag ügyesen szervezett – reklám –stratégia is megalapozhat! Az átállás a szerkesztőségek hírszerzési, kép- és szövegfeldolgozási munkamódszereit is megváltoztatja, amihez új eszközök beszerzésére, használatuk időbeni elszámítására van szükség. A digitális technológia bevezetése – a Heidelberg szerint – „a reklámozás terén is új kihívásokat jelent majd”. (*Digital Technology Presents New Challenges for Advertising*, www.heidelberg.com.)

Érdemes figyelemmel kísérni az *Océ*-, a *Kodak*-, az *MAN-Roland*-, a *Heidelberg*-, a *Müller Martini*- és a *Ferag*-közleményeket és -bemutatókat! A nemzetközi szakirodalom újabban a hagyományos (ofszet) és az új (digitális) médiatechnika előnyhátrány mérlegének a felállításával és a nyomdák előtt álló felkészülési feladatok meghatározásával intenzíven foglalkozik. A digitális nyomtatás előnyeit az alábbiak szerint foglalják össze:

A digitális lapnyomtató eljárás lényege, hogy a vizuális kép- és szöveginformációt – film- és nyomóforma-használat nélkül – a számítógépből a festékszóró (InkJet) eljárás segítségével egyenesen a nyomathordozó felületére juttatja.

Az előnyök:

- ◆ alacsonyabb nyomógépárak (a digitális gépek ára dollárszázazrekben, az azonos kategóriájú ofszetgépeké -milliókban fejezhető ki);

- ◆ rövidebb idejű – akár azonnali – nyomtatásindítás és átállási idők, alacsonyabb nyomógép-üzemeltetési költségek;
- ◆ alacsonyabb nyomdatermékek/nagyobb versenyképesség;
- ◆ nagyobb szerkesztési, tartalomképzési, alkalmazástechnikai szabadság a változóadat-nyomtatás lehetősége révén;
- ◆ a technológia egy fejlettebb szintjén, a média-konvergencia segítségével, a két-/háromdimenziós, multimédiás álló- vagy mozgókép, szöveg és grafika, továbbá a környezettel kapcsolatot teremtő (nyomtatással létrehozott vagy beragasztott) mikroelektronikai elemek, áramkörök, mikrolapkák (microchips), antennák, sőt (!) nyomtatással előállított billentyűzetek is, a már említett podcasting technika alkalmazásával pedig az audio-, video-, animációs elemek juttathatóak be a nyomtatott lapba. (Bővebben: Nyomdatermékek integrált elektronikai elemekkel. Konferencia és kiállítás: *Print Products with Integrated Electronics, Organic Electronics Conference & Exhibition*, www.man-roland.de/en/p0230.);
- ◆ ami a lapminőséget illeti: digitális nyomtatásal nagyobb felbontású, fotóminőségű, éles, színdús és színhelyes képek megjelenése érhető el.

További olvasnivalók ebben a témakörben: *Digitális újságnymotató technológia a Kodaktól*, <http://grap-hics.kodak.com/documents>; *Az újság jövőjének kialakítása: Profitálni a digitalizációból* (Shaping the future of newspaper. Profiting from digital, www.wan.press.org/article5615.html); *Ofszet kontra digitális nyomtatás*, www.heidelberg.com; *Ofszetnyomtatás lemez nélkül* (Offset printing without the plates, www.man-roland.com); *Komplett digitális kisnyomdák az Océ OpenHouse kiállításán*, www.printnet.pds.hu/ujsgok/. *Hurrá! Digitális nyomtatás!* (Hurray For Digital Printing!) *A digitális színes nyomtatás előnyei* (Advantages of Digital Color Printing) és *A közvetlenül a lemezre nyomtatás vagy a digitális eljárás* (Direct-to-Plate Printing Versus Digital Printing) című cikkek mindegyike a <http://printing-guides.com> honlapon található; *Szokatlan felépítésű nyomógép, szokatlan koncepcióra* (Gran Canaria: An Unusual Press for an Unusual Concept, www.man-roland.de/en/p0230).

A felsorolt technológiai lehetőségek az összenyomtasában a jelenlegitől merőben eltérő újságtípusok megjelenését eredményezhetik majd. (Bővebbet a www.brochures.com; <http://printing-guides.com/>; www.man-roland.com; www.océ.com;

www.heidelberg.com; www.kodak.com honlapok [digitalwebfed newspaper printing](http://digitalwebfednewspaperprinting.com) linkjein.)

Újabb világhálós lehetőségek

A mai internettechnika – szerkesztési, tekercsnyomtatási és lapkiadási szempontból – a következőképpen jellemezhető:

- ◆ A www.google.com internetes keresőmotor egymagában több mint négy milliárd oldal közötti hihetetlenül gyors – akár a másodpercek tört része alatti – hírszerzést és tematikai alapú válogatást tesz lehetővé, és ez a kapacitás hamarosan még megsokszorozódik. (Újabbnak már az ingyenes telefonálás és mozifilmek megtekintésének a lehetőségével párosulva!)
- ◆ Az internet a témakör szerinti gyors és szelektív keresést teszi lehetővé. Ezzel szemben a nyomtatott állományban a tematika szerinti keresés költséges, időrabló és néha lehetetlen.
- ◆ Az internet terén várható további változások: a HTML új formáinak a megjelenése; új, valós idejű (*real-time*) szolgáltatások bővülő kínálata; az on-line az üzleti csomópontokon megjelenő jól rendezett információk egyre gyorsabb hozzáférési lehetősége; teste szabott, újabb keresési felületek és a felhasználó által generált tartalmak létrehozása; PC, mobiltelefon-konvergencia; az ingyenes internettelefonálási és videotelefon-kapcsolatok bővülése; a konferencia üzemmód alkalmazás újabb, modernebb változatainak és új keresőgép-generációknak a megjelenése a világhálón.

Olvasóink figyelmébe ajánljuk a *Mark Deuze* által írt, az elsőgenerációs világhálós újságmédia modellezésével foglalkozó 16 oldalas tanulmányát. Címe: *Online újságírás: az újságmédia első generációjának modellezése a világhálón*. (*Online Journalism. Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web*), amely a www.firstmonday.org/issues/issue6_10/deuze/ honlapon található. A tanulmány az on-line újságírás, a hiperszövegben és a hiperszöveg jelölőnyelvben történő gondolkodást (hypertext; *html*: lásd a szótárunkban), az interaktivitás előnyeit, a cikkíró által új fogalommal illetett *multimedialitásnak*, azaz *multimédiás gondolkodásmódnak* nevezett új szemlélet lényegét, eszközeit, módszereit és az új körülmények között egy új stratégiai alakítás szükségességét, az előnyöket, hátrányokat és a kockázatokat elemzi.

Olvasnivalók: *Merre tartanak az újságok? 11 MAN-Roland-szakértő véleménye* (Where Are Newspapers Heading? www.man-roland.de/en/p0300/0310/0010/pr060025/index.jsp); *CMC tanulmányok* (CMC Studies, www.december.com/cmc/mag/); *A média-konvergencia korszaka* (The Age of the Convergence: American Journalism Review, 22–28.); *Crossmedia: a klasszikus és a modern elegáns kombinációja* (www.man-roland.de/en/p0230/p0300/).

Gazdasági kihívások és kényszerek

Az értékteremtő, vevőszerező újság. Szeretjük vagy nem, a reklámokra szükség van.

De a gazdaságilag hatékony reklámozást is meg kell tanulni!

Ma már a lapokkal szemben is a legfőbb elvárás a gazdaságosság! A világon szinte minden médiát a hirdetések tartanak el. Ez a nyomtatott és az *on-line hirdetéstechnika* további, hihetetlen gyorsaságú és mértékű kényszerfejlesztését eredményezi. Új világunkban ez a hatás az internetet sem kerülheti el. A *digitális jogkezelés* (*Digital Right Management, DRM*) nálunk is rendet teremt majd a világhálóról leszedhető tartalmak felhasználását illetően. Egyben megoldja a felhasznált információtartalomért járó ellenszolgáltatás és jogdíjfizetés problémáját is. Olyan szolgáltatók jelennek meg, amelyek pénzért szállítják a megrendelt témák (akár szakszerűen fordított) nyomdaérett kéziratait is (mint pl. a *Mochila*, lásd a www.editorsblog.org/analysis/2006/03/online_newspapers_honlapon).

A reklámközlésmód és -értékesítés terén a következő változások várhatóak (<http://mek.oszk.hu>):

- ◆ újabb reklámkategóriák (pl. szakmai osztályozások, irányítószámok) megjelenése;
- ◆ dinamikus árképzés bevezetése, amely kategóriafüggetlen árképzést eredményezhet; tovább differenciálódhat a reklámköltség a médiabeli megjelenítés helyétől, kivitelezésmódjától, időpontjától, piaci értékétől, a napszaktól (online esetekben a böngésző szoftvertípusától is) függően és így tovább;
- ◆ internetes reklámfogyasztáskor fokozatosan kötelezővé válik a regisztráció: terjedni fog a demográfiai adatok (nem, kor, képzettség, iskolai végzettség, munkahely, beosztás, családi állapot, nyelvismeret, érdeklődési kör stb. szerinti) szervezett gyűjtése – legalábbis a szándékok szerint – a személyiségi jogok tiszteletben tartása mellett.

A digitális adatvesztélyeztetettség Lehet-e teljes körű az adatbiztonság?

Digitális környezetszennyezés: a kétértelmű reklámok, blogok, vírusok, trójai falovak, bosszantórobotok. Ez a 21. század égető információtechnológiai problémája! A „teljes körű” informatikai adatbiztonság és -védelem megvalósításának csekély a valószínűsége! Hamégis, akkor – a magas költségei miatt – súlyos árat kell fizetni érte!

A digitális környezetszennyezők és az adatbázis-feltörők az adatvédelemnél *mindig legalább egy lépéssel előbb járnak*. Az adatok biztonságát sokszor maga a felhasználó veszélyezteti leginkább! Ezért a hardver- és szoftverkörnyezet fejlesztése mellett fontos a felhasználók képzése is. A *legfejlettebb rendszerek sem képesek hozzáértés és felügyelet nélkül megfelelő védelmet biztosítani*. A rendszerintegrátorok, a tartalomszolgáltatók és megoldásszállítók (*Solution Providers*) itthon is mindent megtesznek a hatékony védelem érdekében. A számítógépen dolgozók azonban nem eléggé! A teljes körű adatbiztonság csak illúzió! Ha erre törekednénk, olyan műszaki megoldásokat kellene kidolgoznunk, amelyeket csak a „jó” használhatnak, a „rosszak” pedig nem!

Olvasnivalók: *A Microsoft NYT partner az újság-szoftverek terén* (http://news.zdnet.com/2100-3513_22_6066497.html); *Totálvédelem a Microsoftnál* (www.sg.hu/cikkek/48230); *Az on-line újságírás kialakulása és a szakképzés* (Online Journalism, www.macloo.com/journalism/); *Az írás mellett az audio, a video, a kép és a grafika együttes jelenléte az újságban* (Publishing Utilities for Journalists, www.ojr.org); *A világsajtó trendek adatbázisa/Az értékvizérelt újság* (Database of World Press Trends/The Value Driven Newspaper) – mindkettő a www.wan-press.org/article224.html honlapon; *A nyomtatott hirdetéstechnika jövője* (MIT Advertising Lab. Rethinking of Print Advertising, <http://adverlab.blogspot.com/2006/03/rethinking-print-advertising.html>).

TALLÓZÁS A SZAKIRODALOMBAN

Újság-, tekercsnyomatás és lapfeldolgozás: rövid kivonatok a cikkek, tanulmányok, hírlevelek, a szakkönyvek és a nemzetközi kiállítások és kísérelőrendezvényeinek (konferenciák, szemináriumok) anyagából

IfraExpo 2006. Huszonöt országból 336 kiállító és 80 országból 10 000 újság-előállító menedzser

aktív részvétele fémjelezte azt a nemzetközi rendezvényt, amely bizonyította, milyen gyorsak és mélyrehatóak az újság-előállítás és -kiadói tevékenység terén tapasztalható változások. A kísérő rendezvények központi témái: a jövő lehetséges forgatókönyvei, a média-konvergencia és az elkerülhetetlen digitalizáció várható következményei, előny-hátrány mérlege és a várható kockázatok. (Bővebbet a www.ifra.com honlap A nyomtatott újság a médiacsapat meghatározó játékosa: *The Printed Media is the key player on the Media-Team* című linkjén.) A világhálón elérhető az újság-előállítás technológia tárgyú, *Newspaper Technics* című, öt nyelven megjelenő Ifra Magazin is (www.ifra.com).

A mai tekercsnyomtatás műszaki jellemzőinek az újságbeli szöveg- és képminőségre gyakorolt hatásai (tanulmány). A Nemzetközi Újság-Színminőség Klub (*International Newspaper Color Quality Club 2002–2006*, www.ifra.com) két kontinens 17 országának 56 nyomdája részvételével, szigorúan meghatározott tervek alapján egy közös kísérleti programot hajtott végre. A cél a tekercsnyomtató eljárással előállított újságokban elérhető nyomtatási minőséget befolyásoló tényezők objektív felmérése és a kísérleti eredmények ismeretében a tekercsnyomtató eljárás optimalizálása volt.

A kísérletekben részt vevő lapüzemek mindegyike ugyanazt a két színes eredetit kapta feldolgozásra és saját lapban történő megjelentetésre. A kísérleti nyomtatások folyamán a következő anyag- és gyártásközi műszaki jellemzőket rögzítették: digitális kamera- és szkenneljellemzők; alkalmazott felbontás a szkenneléskor; rács típus és rácsfrekvencia; az akromatikus és a kromatikus színek tartományát érintő színviszavétel (UCR%, GCR%); A RIP rekorder rendszer (pl. Harlequin), az alkalmazott CtP-rendszer; film és lemezanyag; a nyomógép típusa; nyomathordozó papírl jellemzők; festékgyártmány és festékl jellemzők; nyomtatási színrend (CMYK); nedvesítő oldat; nyomókendőgyártmány és -típus, színmérő eszközök és színmérés módok. A vizsgálatok során 170 000 mérési adatot rögzítettek és értékelték ki. A kísérleti terv és a kiértékelés részletes anyaga – regisztrálás után – hozzáférhető a www.ifra.com honlapon. A hiánytalan tanulmány, illetve annak a folytatása (az *International Newspaper Color Quality Club 2006–2008* című kötet) a következő címen kérhető: junglas@ifra.com. Megjegyzendő, hogy a kísérlet keretében, az MAN-Roland-terme-

lőeszközökkel előállított újságokból hat került a díjnyertesek közé!

Az újsághirdetés jövője. Az európai piacokat érintő ötéves stratégiai előrejelzés. (*The Future of Newspaper Advertising. Strategic five year forecast for the European Market*, www.piranet.com; publications@pira.co.uk.) Ez ugyancsak IfraExpo 2006 keltű, és az interneten korlátozott ideig elérhető, terjedelmes Pira-tanulmány.

Újság: nyomtatni is vagy csak szerkeszteni? (*Newspaper: print or publish only?*). Érdekes témaválasztású IfraExpo 2006 cikk, amely az iparunk előtt álló új típusú feladatok megoldásában rejülő háromféle kockázatot: az iparszerkezetből eredő strukturális eredetű, a növekedésből következő változásokat és az iparon kívülről besűrűdő veszélyeket elemzi (www.ibisworld.com.au/riskrating/).

IfraExpo 2006 eredetű szakirodalmak. Felhívjuk olvasóink figyelmét, hogy a www.ifra.com/events_training.com, illetve a www.ifra.com/WebSite/ifra.nsf/html/cont_nav_4_research honlapokon az újság-előállítással kapcsolatos további időszaki kiadványok is hozzáférhetőek az alább közölt angol címek felhasználásával:

- ◆ *Ifra Italia 2006.* Az olasz újság-előállítók nemzetközi rendezvénye a beruházási stratégiákról és a folyamatban lévő fejlesztések eredményeiről;
- ◆ *Scenario Workshop.* Az újság-előállítás jövőjének lehetséges forgatókönyvei (Jövőkutatói műhelytanulmányok);
- ◆ *Business Models for Newspaper Publishers.* Üzleti modellek újságkiadók részére;
- ◆ *Newspaper Today.* Az újság ma (pdf brosúra);
- ◆ *Beyond the Printed World.* Túl a nyomtatott világon (A digitális nyomtatás világa);
- ◆ *News in Printing 2006. Vision of an Industrialised Newspaper Production.* A nyomtatott hír. Az iparszerűen előállított újság víziója;
- ◆ *Newspaper Publishing Conference.* Az újságkiadók konferenciája;
- ◆ *The futures of journalism and news technology.* Az újságírás és az újságtechnológia jövőképei;
- ◆ *The guide to the global newspaper printing industry.* Bevezető a globális újságnyomó iparba;
- ◆ *Standardised Printing.* A szabványosított nyomtatás. Az ISO újságnyomtató szabványai és profiljai;
- ◆ *Cross-Media Advertising.* A keresztmédia (CMP) típusú hirdetés.

Nemzetközi piackutatási és iparelemzési tanulmány. A *Marketresearch.com* nevű cég gondozásában évente kiadásra kerülnek olyan, minden egyes szakterületet átfogóan feldolgozó piackutatási tanulmányok, amelyek célja a nyomda- és kiadóipari döntéshozók tájékoztatása, a stratégiai terveik elkészítéséhez szükséges megbízható információk biztosítása. Egyik ilyen a www.marketresearch.com/map/prod/1192155.html honlapon érhető el.

Részletes ismertetése reménytelen vállalkozás lenne, mert az apró betűfokozattal szedett és az internetről letölthető tartalomjegyzéke már önmagában 62 oldal terjedelmű. A tanulmány kontinensenként, országoként, kutató-, fejlesztő- és gépgyártó cégenként, nyomtatóeljárásokként tételesen és összesítetten is ismerteti a nyomdaipari alap- és segédanyagok, a PrePress, a nyomógép és PostPress gyártási fázisok járulékos termelőszköz-választékát és a felhasználási statisztikákat. Megtalálható benne az íves és a tekercsnyomtatás, továbbá a hagyományos és digitális eljárások előny-hátrány mérlege, a kockázatelemzések, a folyó kutatási-fejlesztési programok és a világszerte meghatározó trendjei. (Beszerzési ára: 450 \$.)

A lapelőállítási workflow-szoftver fejlesztések állása. Lapunk 2006/4. száma részletes áttekintést ad a szoftverek média- és nyomdaipari felhasználásáról, az uralkodó trendekről és az e téren tapasztalható fejlesztési célkitűzésekről. Ehhez – kiegészítésképpen – javasoljuk az alábbi irodalmak tanulmányozását is:

- ◆ a *Dalim Software* által az *IfraExpo 2006* kiállításon bemutatott új lapelőállítási rendeltetésű workflow-termékek ismertetője, amely a www.printingtalk.com/news/dso/dso135.html honlapon található;
- ◆ automatikus újság-előállítás a *JDF*, *Printnet* és *Asura Pro* alkalmazásával (www.onevision.com);
- ◆ az újság-előállítás saját digitális folyamatirányító rendszerének a megtervezése (*Planning your digital newspaper workflow*, www.newsandtech.com);
- ◆ *Optimised pdfColorConversion*, Optimális színkonverziós eljárás, újság-előállítási célokra kifejlesztve, www.callassoftware.com/doku.php/en:news:october_06_01;
- ◆ ECRM fejlesztésű *MAXWorkflow* szerkesztőségi és újság-előállítási környezetek részére, www.ecrm.com/newspaper/subcategory/ (ugyanitt a *Newspaper Workflows* link áttekintést ad a mai

folyamatirányítók további választékáról és a fejlesztési trendekről);

- ◆ újságspecifikus workflow-megoldások nyomtatási célokra (*Agfa Solutions for Newspapers*, www.agfa-com/en/gs/solutions/newspaper).

A ROTÁCIÓS LAPNYOMTATÓ ÉS -FELDOLGOZÓ GÉPEK AKTUÁLIS VÁLASZTÉKA

Miután a piaci kínálat e téren is folyton változik, célszerű az internet segítségével gyakran tájékozódni. Kereshetünk országot, gyártóvállalatot, tekercs- ofszet/ofszetrotációs újságnyomó gépnév, géptípus kulcsszavak segítségével (*1. táblázat*). *A legfrissebb információkat azonban mindig az aktuális nemzetközi kiállítások és vásárok honlapjai nyújtják!* (*2. táblázat*)

Ha konkrét elképzelésünk nincs – csak úgy általában –, a gépujdonságok iránt kívánunk érdeklődni, akkor – keresőgép esetében – használjuk a *webfed printing machine novelties*, illetve: *new offset webfed printing machines* kulcsszavakat.

A 21. század napilapja/újságja azonban már nem a nyomógépben, hanem a feldolgozó, expedáló üzemből (*Newspaper Millroom*) válik késztermékké. A teljes terjedelmének csak a 20–60 százaléka készül friss nyomtatással, a többi előre gyártott újság- vagy reklámmelléklet. A rotációs gépek ma már alig üzemelnek egymagukban, szinte mindegyik csatlakozik valamilyen feldolgozószorhoz. Sok esetben ezek teremtik meg a gazdaságos gyártás feltételeit.

Ma a modern profit- és piacorientált újságkiadók integrált, nyomtató+újságfeldolgozó (expediáló) komplex rendszereket működtetnek. Ennek az eredményeképpen a hat-nyolc újságtagból, tíz-húsz reklámmellékletből álló, bónuszkuponokkal, mindenfajta ismertetőlapokkal, folyóiratokkal, árumintákkal, broszúrákkal, megrendelő- és nyelvszelvényekkel, ajándékokkal is megtűzdelt, egyedi igényekre méretezett (*Customised*) újságok súlya elérheti akár a másfél-két kilogrammot is. (Ilyen hétfégi kiadványok/újságok készülnek például az USA-ban, de ma már Európában, Németországban, Angliában vagy Franciaországban sem ritkaságok.)

A nyomógéptől a szállítás-előkészítő rakodórám-páig terjedő bonyolult műszaki (és egyben marketing!) feladatokat is ellátó újságexpediáló termelési folyamatok és műveletek a különböző gyártók berendezéseinek zajlanak.

Ezek – az ofszet rotációs gépeket is gyártó Müller

1. táblázat. Néhány jelentősebb tekercofszet-rendszerű újságynyomó és lapfeldolgozó gépgyártó cég elérhetősége a világhálón

A gépgyártó neve	Elérhetősége a világhálón
Apex Machine Company	www.apexmachine.com
Edelmann Graphics GmbH	www.edelmann-graphics.com
Ferag GmbH*	www.ferag.de
Goss International	www.gossinternational.com
Heidelberger Druckmaschinen AG	www.heidelberg.com , www.heidelberg.hu
K&F Printing Systems Int.	www.k-f.com
King Press Corporation	www.kingpress.com
Komori Chambon SA.	www.komori-chambon.com
König & Bauer AG (KBA)	www.kba-print.de
MAN-Roland	www.man-roland.com , www.man-roland.hu
Müller Martini*	www.mullermartini.com , www.mullermartini.com.hu
SOLNA	www.solna.com , www.solnaweb.com

* A csillaggal megjelöltek a postpress, az újság- és napilap-feldolgozó, -expediáló berendezéseket, rendszereket is gyártó vállalatok. Honlapjaikon megismerhetők az e témakörbe tartozó korszerű eszközök.

2. táblázat. Nemzetközi rendezvények a nyomtatott és elektronikus újságkiadás, a digitalizáció és a tekercsnyomtatás témaköreiben. Az alábbi honlapokon az előző évi rendezvények előadásanyagai is elérhetőek!

Név	Tárgya	Időpont és hely	Internetcím
Applied Innovations in Automation	A tekercofszet nyomógép újdonságok	2006. március 27–29., Hershey, Pennsylvania, USA	www.man-roland.com
FESPA	Digitális képezelési megoldások és lapnyomtatás	2007. június 5–9., Berlin	www.fespa.com www.adcomms.co.uk
GraphExpo 2006	A grafikai és nyomdaipar újdonságai	2006. október 15–18., Chicago (USA)	www.graphexpo.com
IfraExpo 2006	Újság-előállítás (konferenciákkal)	2006. október 8–11., Bécs	www.ifra.com
IfraExpo 2007	Újság-előállítás (konferenciákkal)	2007. október 8–11., Bécs	www.ifra.com
Innovations in Digital Publishing	A digitális lapkiadás műszaki és szerkesztési újdonságai	2006. november. 26–december 1., Chicago, USA	www.wan-press.org
Media in Danger	Bajban a média! (konferencia)	2006. december 7–8., Bejrút, Libanon	www.wan-press.org
Nexpo	Újság-előállítás (konferenciákkal)	2007. április 21–24., Chicago, USA	www.nexpo.com
Rotoman Congress (MAN-Roland rendezés)	Újság-előállítás, kreatív Cross Media Publishing	2006. szeptember 28–30.	www.man-roland.de
World Editor & Marketeer Conference	A lapszerkesztők és lapmarketingesek világkonferenciája	2006. november 23–24., Madrid	www.wan-press.org
World Newspaper Advertising	Újsághirdetés. Világkonferencia és kiállítás	2007. február 22–23., Zürich, Svájc	www.wan-press.org

A később időpontban elhatározott további rendezvényekre vonatkozó információk és a korábbi előadások anyaga – évekre visszamenőleg is – a <http://conferences.unique-info.net/index.php> honlapon található.

Martini AG részéről kifejlesztett rendszerek példáján szemléltetve – általában a következők lehetnek:

- ◆ az expedialó folyamat átfogó tervezése: gyártástervezés, a rendszer központi konfigurálása és szükség szerinti újrakonfigurálása;
- ◆ folyamatszabályozás, a gépállapotok ellenőrzése és hibajelentés-küldések;
- ◆ az automatikus behúzási (inzerting) folyamatok optimális kombinációinak a meghatározása és a műveletek szinkronizálása;
- ◆ a kiadók és a reklámozók egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a zónázásra: a különféle mellékletekkel kiegészített kiadványoknak a célcsoportokhoz vagy régiókba időben történő eljuttatására. Az ebből következő műveletek: a zónák és célcsoportok alapján történő összehordási és szelektálási, köteggépzési (*bundling*), rámparakodási és szállítási folyamatok tervezése, továbbá ellenőrzése a megrendelői elvárásoknak megfelelően;
- ◆ a logisztikai és szállítórendszer tevékenységének, időzítésének tervezése és felügyelete: a szállítójárművek program szerinti töltése és indítása;
- ◆ az egész rendszer működését kijelző totális számítógépes és monitorrendszer működtetése.

Az újság-feldolgozási folyamatok műveleti eszközrendszere pedig a következő lehet: átmeneti automata/félautomata közbenső tárolás; kiegészítő újságtagok és mellékletek behúzása; esetenként fűzés és vágás; oszlopozás/köteggépzés; az egységkötegek és (vagy egyedi) részkötegek kialakítása; címzés/címkézés, a kötegek megcímezett fedőlappal történő ellátása, kötegek fóliacsomagolása, alátétlap behelyezés; a kész kötegek pántolása, a kötegek postázásra/szállításra előkészítése (azaz készre csomagolás; az egységcsomagok automatikus címzése a változóadat-kezelés és az InkJet-technológia eszközeivel); végül a kész kötegek kijuttatása a rámparendszereken keresztül, a különböző menetirányú terjesztési szállítóeszközökhöz (gépkocsikhoz).

A piacorientált, rugalmas újság-feldolgozási folyamat előnyei általában a következők:

- ◆ megnövelt teljesítmény;
- ◆ az emberi beavatkozástól mentes, automatizált gyártás;
- ◆ regionális és/vagy olvasóspecifikus újságfelépítés és tartalomképzés: az egyéni igényeknek megfelelő tartalmú, testre szabott újság létrehozási lehetősége;

- ◆ a JDF/JMF porton keresztül működő MACOS-vezérlésnek köszönhetően a megoldások könnyű integrálhatósága a gyártó/feldolgozó/expedialó rendszerbe.

Az újság- és napilap-feldolgozással, az aktuális kereskedelmi kínálattal kapcsolatos információk a gépgyártók honlapjain jelennek meg, de célszerűbb a keresést – e témakörben is – a nemzetközi kiállítások és kísérőrendezvényeik honlapjain (*2. táblázat*) kezdeni, vagy az internetes keresőgépekkel a [newspaper processing machines](#) és a [newspaper mailroom technologies](#) kulcsszavak alapján kerestetni a legfrissebb tudnivalókat, mert ez esetben a gyártói hírlevelek, szakkikkek és szakkönyvajánlók listája is megjelenik a képernyőn.

Olvasnivalók: *Koordinált és szigorúan vezérelt workflow az expedialóban* (Workflow in the mailroom – coordinated and tightly controlled); Müller Martini *újság- és napilap-feldolgozó rendszerek* (Newspaper Mailroom Systems). Mindkettő a www.mullermartini.com/hu/ honlapon.

A KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓS OFSZETROTÁCIÓS ÚJSÁGNYOMÓ GÉPEK *Jellemzés és a folyó fejlesztések irányai*

A nemzetközi szakirodalom szerint, a következő generációs újságnymó gépek digitális workflow-szoftver vezérelt, teljesen automatizált, sokoldalú, fokozott többletérték- és profitteremtő képességgel rendelkező, a feltörekvő kelet-ázsiai államok nyomdai paraival szemben is versenyképes, tetszőlegesen konfigurálható, modulfelépítésű tekercsnyomó gép rendszerek lesznek.

Főbb műszaki jellemzőik:

- ◆ önbeállító képesség, automatikus lemezcsere és tekercskezelés, nagyon gyors vagy azonnali indulás, a karbantartás közben is nonstop működés (lásd például a www.bespoke.co.uk/clients/Goss/GossEng1196.htm honlapon);
- ◆ a nyomtatás-előkészítő technológiák alkalmazásá tétele új nyomtatványtípusok, alakok és méretek előállítására, a média-konvergencia és keresztmédia-kiadási eljárások bevezetésére, beleértve az elektronikus hirdetés-médiák közvetítésének a lehetőségeit is;
- ◆ automatikus előkészítések és beállítások;

- ♦ környezetkímélő műszaki megoldások alkalmazása;
- ♦ példányszám- és minőségi teljesítőképesség növelés;
- ♦ anyag-, energiaszükséglet és hulladékcsökkentés;
- ♦ gépészeti, elektronikai és informatikai üzembiztonság növelés, távkarbantartással, 24 órás gyártói távdiagnosztikai és távjavítási kapcsolat műszaki lehetőségének a biztosítása (Hálózatos szervizeléssel, pénzt és idegeket kímélni – *Saving Cost and Nerves with Online Service*, www.man-roland.de/en/p0230/);
- ♦ az illeszkedési pontosság és a méretállóság biztosítása érdekében fémerősítéses nyomókendők használata;
- ♦ ún. *zárt hurkú rendszer (Closed Loop System)* alkalmazása, amely magában foglalja a tekercspálya-feszültség, a nyomtatás közbeni denzitás-, színilleszkedés- és a vágáspontosság *összehangolt* szabályozását is;
- ♦ a hálózatos kiadói és újság-előállítási (Networked Newspaper Production) lehetőségek biztosítása. (Az MAN-Roland az *IfraExpo 2006* alkalmával már ismertette az ilyen típusú saját rendszereit);
- ♦ *hibridizáció* – modulrendszerű felépítés, több nyomtatóeljárás alkalmazásával, ami különböző típusú festékek, lakkok és szárítórendszerek párhuzamos alkalmazását is feltételezi, beleértve a heatset+coldset festékekkezelési technológiákat is;
- ♦ az automatikus festékekkezelés és a színvezérlés;
- ♦ a változtatható tekercsszélességű nyomtatás lehetősége, hengercserék nélkül;
- ♦ digitális nyomtatórendszer, beleértve a festékszóró (InkJet), a nyomógépbeli képképző (*In-Press-Imaging*) rendszerek alkalmazása is;
- ♦ korszerű Ctp-eljárások alkalmazása a nyomtatás-előkészítés során, illetve nyomólemezt nem igénylő technológiák használata.

A gyártórendszerek minőségi teljesítőképességének fokozása céljából a következő generációs *modulfelépítésű rotációs tekercsnyomató rendszerek (Webfed Printing Systems)* a teljesítendő munkafeladat által meghatározottan, a nyomdagépen belül (*in-line*), a nyomdagéppel közvetlenül sorba csatoltan (*on-line*) vagy közeli (*off-line*) elhelyezésben különféle termék-továbbfeldolgozási (*Converting*) és befejezési (*Finishing*) célú műveletek elvégzésére szolgáló szoftver-, hardvereszközöket, modulokat is tartalmazhatnak.

Az ide sorolható főbb műveletcsoportok:

- ♦ nyomathordozó-, illetve nyomat-felületnemesítés (felületkezelés, dekoratív, esztétikai, optikai, mechanikai, kémiai, alkalmazástechnikai és környezetvédelmi jellemzők megváltoztatása érdekében, öntapadó-, ragasztó-, látható és láthatatlan védőrétegek és bevonatok felvitele folyadék vagy szilárd fázisból, iv-, csík-, pontlakkozás, antisztatizálás, laminálás/kasírozás), továbbá a festékben vagy lakkban diszpergált illatanyag-kapszulák felvitele;
- ♦ a nyomathordozó felület térbeli jellemzőinek megváltoztatása: hajtogatás, vágás, lyukasztás, stancolás, perforálás, reliefnyomatás, vak- vagy festékezett dombornyomatás, prégezés, préselés, hornyolás, ritzelés, Braille szöveggép előállítás, mintázó kalanderezés, hullámosítás és bordázás;
- ♦ a nyomatívek összehordása (*Sheet Block Making*), tömbképzés (*Fixing*);
- ♦ mellékletkezelés: behúzás (inzert), beragasztás;
- ♦ késznyomatok szállításra, postázásra előkészítése: csomagolás, jelölése, vonalkód vagy színkód felvitele és címkézés.

A JÖVŐ FORGATÓKÖNYVEI

Cikkek és tanulmányok az újságírás, a szerkesztői tevékenység várható változásairól és az újság-, ill. lapnyomtatás jövőjéről

Az elektronikus újságok megjelenése és a média-konvergencia (keresztmédia-kiadás, *Cross Media Publishing, CMP*) előzőekben részletesen vázolt hatására a hírbeszerzés, hírkezelés, a kép-/szövegfeldolgozás és a nyomtatás az eddigi (hagyományos) módszerekkel hosszú ideig már nem folytatható. Ezért:

- ♦ szükségszerűen megváltoznak az újságírás módszerei, eszközei, és a szemünk láttára termelődik ki egy új szakma: az elektronikus (on-line) újságírás;
- ♦ kifejlődik a médiatulajdonosok egy teljesen új felfogású generációja (A New Generation of Media Owners, www.wan-press.org/article4498.html);
- ♦ beláthatóan rövid idő alatt elterjed, és világméretben uralkodóvá válik az előkészítéstől a nyomtatásig bezárólag szabványosított digitális módszerekkel előállított újság. (A vonatkozó érvényes és a készülőben lévő újság-előállítási ISO szabványok a www.eci.org/en/050_news.php honlapon tekinthetők meg.)

Egységes újságformátumok használata válik általánossá a következőképpen:

- ◆ Az ún. *intellektuális újságokra* jellemző *Broad-sheet* mérete 600 × 380 mm.
- ◆ Az ennek felezésével létrehozott ún. *Tabloid* formátum mérete 380 × 300 mm.
- ◆ A *Berliner*, más néven *Midi* formátum 470 × 315 mm. (A külföldi –kiemelten európai – újságok közül 2005. szeptember 12. óta már ilyen méretű a francia *Le Monde*, az olasz *La Stampa* és az angol *The Guardian*.)
- ◆ Az egyszerűbb napilapokat – gazdasági megfontolásból – egyre előbb minőségű papírra nyomtatják. Egyes újságok előállításához – megkülönböztetési célból – eltérő színű nyomathordozót használnak. A nívós újságok, magazinok előállítására – ezzel szemben – különleges, drága és szép nyomathordozókat használnak fel.
- ◆ Mivel az újságokat és magazinokat továbbra is a hirdetési bevételek tartják fenn, az e téren alkalmazott reklámtechnika árban és minőségben is kifejeződő, óriási változáson megy majd keresztül.
- ◆ A lapok döntő többségének bárki számára hozzáférhető, multimédiás, audio-, video-, animációs inzertekkel, betétekkel, benyomatokkal is gazdagított, az internet eszközeivel archivált, tematikailag böngészhető, folyamatosan frissített, interaktív kiadása továbbra is lesz. Ez utóbbi azonban nem pontos mása a nyomtatott változatnak. A legfontosabb eltérések: a link-térkép, a linkajánló, a könnyen böngészhető szerkezet a sok legördülő, kérhető és kéretlen reklámmal.
- ◆ A bármely kiadási, megjelenítési, közlési, terjesztési forma *egyetlen és közös eredetijének* szerepét az ún. *digitális előmédia* (*Pre Media*) tölti be.
- ◆ A lapok postai szállítása helyett – ahol lehet – a nyomtatás hálózatosan továbbított digitális laptartalom alapján történik, a felhasználási hely közelében (*Networked Newspaper Printing*; *Offshore News Printing*).
- ◆ A lapok bármely országban történő értékesíthetőségének biztosítása és a globális többnyelvűségből eredő problémák kiküszöbölése érdekében a lapok elektronikus változatának digitális tartalma az olvasó számára – a DVD-előállítás és kereskedelmi forgalmazás terén bevált módszerrel – több (a szükséges számú) nyelven válik hozzáférhetővé. (Választott nyelv, *Choosed Language*.) Később várható, hogy az újságokba nyomtatott/inzertált/ragasztott mik-

rocsipek veszik át az idegen nyelvszolgáltatási/fordítási feladatokat, és így teszik többnyelvűvé – ha szükséges interaktívvá is – bármely nyelvet terület számára az ilyen formában bármely régióban értékesíthető újságokat. Ezek a mikroelektronikai elemek kapcsolatot tudnak majd teremteni a közeli számítógéppel, nyomtatóval is.

Fontos olvasnivalók az újságnyomtatás jövőjéről: *Merre halad a nyomtatott média a 21 században?* (www.man-roland.de/en/p02630/); *25 kemény tény az újságnyomtatás jövőjével kapcsolatban* (25 Hard Facts. The future of newspaper printing, www.praxair.com); *Gazdasági előrejelzések 2007-re* (Economic forecast 2007, <http://bizjournals.com/sanfrancisco/stories/2006/09/25/>); *2007–2010 előrejelzések* (Printing Forecast 2007–2010, TrendWatch GraphicArts, www.theindustrymeasure.com/report/125Printing_Forecast_2007/);

PrintNettel a nyomdaipar hálózatos jövőjébe. MAN-Roland-cikk (With PrintNet into the networked future of the printing industry) és *Az újságnyomtatás jövője* (The Future of the Newspaper: End of the Navel Inspection). Mindkét cikk a www.wan-press.org/article260.html és a www.euprima.org honlapokon; *A jövő újsága* (The newspaper of the future, www.co/unbia.edu/cu/); *Egy jövőálló újság* (A future-proof newspaper, www.heige.at/archives/00000193.php/21stC/); *Komputerintegrált kézművesség: az újságnyomtatás következő hulláma?* (Computer Integrated Manufacture: Next wave for newspaper printing?, www.newsandtech.com/issues/2004/07-04/); *Az újságnyomtatás és -kiadás jövője* (The future of newspaper printing and publishing. Océ-cikk: www.oce.com/openhouseen/newsroom/newspaperprinting.htm). Tanulmány: *Az európai nyomtatás jövője. Öt éves stratégiai előrejelzés.* (The Future of European Printing. Strategic five-year forecast, www.piranet.com); *Mi a helyzet a DICO-val?* (What about DICO?, www.man-roland.com).

PROBLÉMAMEGOLDÁSI LEHETŐSÉGEK *A kiadói és lapnyomdai feladatok újrafogalmazási kényszere (Túlélési harc a multimédia konverzió eredetű piacelhódítási hatások kivédéséért)*

A fentebb részletezett kihívások ismeretében már senki nem tehet úgy, mintha semmi nem történe körülöttünk! A változások elkerülhetetlenül szükségessé teszik a lapszerkesztőségi és a tekercsnyomtatási feladatok újrafogalmazását! Az interneten is elérhető források: a nemzetközi kiállítások

társrendezvényei, a szemináriumok és konferenciák, a szakkikkek és műhelytanulmányok tömege foglalkozik a probléma lehetséges megoldásaival.

A kérdés úgy is feltehető, hogy mire van inkább szükség, a hagyományos vagy az on-line lapoké legyen az elsőbbség?

A leggyakrabban olvasható válasz: *a nyomtatott lapok túlélése érdekében is a kettőnek az ötvözése, egy a multimédiás technikákat és eszközöket egyaránt alkalmazó, az interneten, on-line formában is megjelentetett, nyomtatott újság, illetve napilap (új média) változatokra!*

Egy ilyen laptervezési és kivitelezési folyamat – a média-konvergencia, a keresztmédiakiadás (a *Cross Media Publishing, CMP*) értelmében – az előállításban részt vevő minden média számára a közös eredeti szerepét betöltő előmedia elkészítésével kezdődik. Majd pedig a különböző médiák – köztük a tekerreljárású lapnyomdák – megvalósító, valós és vizuális térben történő terjesztő tevékenységével zárul. Ezt a nyomdaipar jelenlegi eszközei és módszerei ma még általában nem teszik lehetővé!

A tervezők és fejlesztők – köztük a Microsoft is – már fejlesztik és forgalmazzák az ehhez szükséges korszerű workflow-szoftver eszközöket. Egyes oktatató és szakképző intézmények pedig már világszerte vállalják az új szakismeretek közreadását.

RENDEZVÉNYEK

A témakörrel összefüggő rendezvényekről szóló információkat a *2. táblázat* foglalja össze.

KÖNYVAJÁNLÓ

Pira-kiadványok (www.piranet.com)

A kiadói feladatok és munkafolyamatok újrafogalmazása (Redefining the publishing process)

Újságtervezés ma (Newspaper Design Today, www.creativepro.com)

Gyakorlati útmutató tekerreljárású nyomdászok számára (Best Practices for Web Offset Printers)

Az újságtervezés jövője (Future of Newspaper Advertising)

A 11. Nemzetközi Tekercsreljárású Konferencia előadásai (11th International Web Offset Conference 2005)

Digitális és On-Demand újságok (Digital, and On-Demand Newspapers);

A heatset tekerreljárású nyomtatás jövője Európában (Future of Heatsset Web Offset Printing in Europe)
A digitális nyomtatás világgazdasági jövője 2015-ig (Frank Romano: Future of Global Markets for Digital Printing till 2015)

Egyéb kiadványok

Új idők új eszközei: a workflow-szoftverek (The Workflow Paradigm: New Tools for New Times www.amazon.com/gp/phrase/ref)

Az eredményes újságtervezés-készítés technikája (How to Create Great Newspaper Ads, www.greatnews-paperads.com)

Tekercsreljárású (Péter György/Szilágyi Tamás, Bp. Műszaki Kiadó, 1983)

Ofsetmester (Dr. Kovács Gyula)

Tekercsreljárású (Helmut Kipphan: Webfed Printing. Handbook of Print Media, Heidelberg/Springer 2001)

NÉHÁNY ANGOL SZAKKIFEJEZÉS MAGYAR JELENTÉSE

Cross Media Publishing: a hagyományos és a digitális eljárások egybeolvadási folyamata

Hypertext: hiperszöveg, amelyben a felhasználó számítástechnikai eszközök segítségével szabadon, az igényei szerint böngészhet, és tematikai alapon végezhet keresést. Interaktív esetekben önálló szerkesztést is végezhet vagy véleményt közölhet. A honlapcímek végén olvasható html (=Hypertext Markup Language) jelentése: hiperszöveg jelölő nyelv.

Networked Newsprinting: hálózatos újságnyomtatás

Newspaper Advertisement: újságban megjelenő reklám/újságtervezés

Newspublishing: újságkiadás

Online Journalism: a hálózatos (internetes) kiadás céljából végzett újságírói tevékenység

Online Newspaper: a világhálón elérhető elektronikus újság (e-Újság, e-Newspaper)

On-Screen: szóösszetételekben az érteleme: monitoron megjelenő, azon olvasható

On-Screen Newspaper: elektronikus újságolvasó készülék monitorján megjelenő újság, napilap

Podcast, podcasting: nyomtatott újság esetében: mikroelektronikai eszközökkel audio- és videoinformációk csatolása a lapba, illetve onnan ezek letöltési lehetőségét is biztosító új technika, amely még számos egyéb alkalmazási lehetőséget

séget is kínál. (Részletesen lásd a **Nyomatott publikációk és a podcasting** cikket a www.ifra.com, továbbá a www.softease.com/podcasting/podcast.htm honlapokon.) Egyéb ipari és magánéleti felhasználási lehetőségei az internetes keresőgépekkel a **podcasting** kulcsszó beírására jelennek meg a monitoron.

Portable e-News reader: az elektronikus könyvolvasóhoz (e-BookReader) nagyon hasonló, hordozható, könnyű, elektronikus újságolvasó készülék

Printnet: (www.manroland.com/COM/archives): az MAN-Roland termelőtevékenység-menedzselő rendszere

Virtual Newspaper: kézbe nem vehető, csak digitális hálózatban létező, az újságolvasó készülékek monitorján megjeleníthető virtuális újság

WebFed Printing: tekercsnyomatás

WiKi: kooperatív weboldal – regisztrálás után, ennek bármely oldalán, bárki végezhet tetszőleges szerkesztést (bővebbet a <http://css-discuss.incutio.com/?page=WikiGuide> honlapon)

Magyar Nyomdászatért Társaság

SZAKMASZERETET, ELKÖTELEZETTSÉG, A TAPASZTALAT BÖLCSESSÉGÉVEL

Balog Miklós, dr. Egyed Béla, Földes György, dr. Garáné Bardóczy Irén, Jászkuti László, Péterfi Sándor és Szilágyi Tamás, mint a Magyar Nyomdászatért-díj kitüntetettjei elhatározták, hogy 2006. november 9-ei hatállyal „Magyar Nyomdászatért” társaság néven baráti civil szervezetet alapítanak. A társaság célja, hogy a nyomdaipart érintő kérdésekben véleményformálóan megszólaljon.

A társaság nem bejegyzett szervezet.

Tagja lehet az a személy, akinek a Magyar Nyomda- és Papíripari Szakmai Szövetség a „Magyar Nyomdászatért-díjat adományozza.

A társaság független civil szervezetként állásfoglalásait konszenzussal hozza, és a sajtó útján teszi közzé.

