

# СТАРЫЕ ИДЕИ ДЛЯ НОВОГО БИЗНЕСА

## Маркетологу на заметку: лентикулярная печать

**Юлия  
МАЦКЕВИЧ**

Научный  
редактор  
журнала

**И**стория человечества – это история великих идей, открытий и изобретений. Согласно журналу *Top Manager* революционное изобретение отвечает следующим требованиям:

- использует принципиально новую идею;
- находит массовое применение;
- непосредственно сказывается на жизни большинства людей.

Лентикулярная печать – вид полиграфической продукции, позволяющий создавать анимированные изображения и изображения с пространственным эффектом, т.н. стерео-варио. Переливающиеся календарики с японскими девушками – яркий пример использования 3D-полиграфии во времена СССР.

Идея появилась на свет в 1692 году, когда французский художник Г.А. Буа-Клер разрезал несколько своих полотен на полосы и соединил их вновь, используя технику «барьера». Художник получил удивительный эффект: когда зритель проходил мимо его картины, одно изображение сменялось другим.

Лентикулярная технология начала активно развиваться в 1960-х, когда крупные корпорации осознали ее рекламные возможности. Массовое производство было освоено в 1970-е в Японии, а в 1980-е появление персональных компьютеров возобновило интерес к продукции как к эффективному инструменту рекламы.

Сегодня, пройдя долгий путь развития, лентикулярная печать входит в различные сферы нашей жизни. Примером может послужить нью-йоркская выставка современного искусства, где экспонатами были уже не холст и масло, а электронные импульсы и световое отражение на пластиковом полотне. Стереовариоизображения узаконивают право на новый вид творчества.

Реклама, являясь синтезом бизнеса и искусства, вовсю использует возможности 3D-полиграфии. Однако наиболее яркие примеры пока существуют только в практике западных специалистов. В

Сан-Диего в ходе PR-кампании, призванной привлечь внимание к ухудшающемуся состоянию океанов, в качестве рекламно-информационного носителя был использован огромный экран, на котором изображение океанского дна, кишящего рыбами в 1960-х, сменялось изображением безжизненной «подводной пустыни» наших дней. Для кампании также были использованы открытки и постеры с аналогичными сюжетами. Благодаря эффекту стерео-варио организаторы смогли донести идею, которая вряд ли была бы так же понятна, используя они традиционную печать. В полиграфии 3D-эффекты используют многие западные корпорации: Coca-Cola, Nike, Siemens, LEGO, Intel и др.

Преимущества трех мерных изображений очевидны. Во-первых, они в гораздо большей степени обращают на себя внимание, чем обычные и одномерные изображения. Во-вторых, увеличивается время рекламного контакта и в сознании потребителя закрепляется положительный образ продукта. И в третьих, расширяется аудитория потребителей рекламы. Столкнувшись с чем-то новым и интересным, человек с удовольствием демонстрирует это окружающим, тем самым воплощая в жизнь заветную мечту маркетологов – когда потребитель становится приверженцем продукта, бесплатно и, главное, с удовольствием пропагандирует идеи компании.



Спектр применения полиграфической продукции с лентичулярной печатью весьма разнообразен. Это могут быть рекламные вкладыши и купоны, дисконтные и клубные карты, визитки, наклейки, брелоки, линейки, закладки, рекламные магниты, открытки, обложки для блокнотов, записных книжек, органайзеров, брошюр, каталогов и т.д., папки, календари разных видов, коврики для мыши, коробочки для мелочи, стоящие у касс в магазинах, коробки для кассет, CD и DVD, компьютерных игр, различные POS-материалы: постеры, воблеры, шелфтокеры, нексендеры, дисплеи, диспенсеры, мобайлы и т.д., бирочки для одежды, упаковка, спичечные коробки, элементы для защиты от подделки, наружная реклама...

## О самой технологии

Основой для создания стереовариоизображений служит лист пластика обычно толщиной около 0,4 мм. Его лицевая сторона представляет собой линзо-растровую структуру, состоящую из идущих по всей ширине листа «бороздок» – цилиндрических линз. Именно они обеспечивают особые оптические свойства пластика, преломляют изображение. На оборотную, гладкую сторону через УФ-машину, фотоплоттер или трафаретный станок наносится изображение. После запечатки пластик может быть каширован на картон, магнитную резину, фольгирован с обратной стороны. Готовые изделия вырезаются из цельного листа стандартным или индивидуально разработанным штампом. Обычно их размеры невелики. В любом случае поскольку пластик достаточно тонкий, обычно рекомендуют ограничиться форматом А6 (самое большее – А4). Для более крупных изделий нужен более толстый, прочный материал.

## Стерео или варио? Что есть что

Во избежание путаницы определимся с этими понятиями.

Стереoeffект – создание иллюзии трехмерности, наличия расстояния между объектами, глубины пространства. Изображение выглядит объемным. Вариоэффект – смена ряда изображений на оттиске в зависимости от угла наблюдения.

Какой из эффектов выбрать, зависит только от дизайнерской идеи. Если в макете задумана сме-



▲  
Рисунок 1.  
Эффект многослойного 3D-изображения. К сожалению, фотография практически не способна передать стереоэффекты

Рисунок 2.  
Серия фотографий одного и того же объекта, снятого с разных точек (со сдвигом). Когда все эти фрагменты будут собраны «под одной крышей», точнее, линзой, медвежонок можно будет увидеть с разных сторон, как будто он поворачивается. Показать этот эффект (как и другие) на фото вряд ли возможно – будем прибегать к помощи схем



на изображений, иллюзия движения, то используется вариоэффект. Стерео соответственно делает предметы объемными. Каждый из эффектов имеет свои подвиды, о которых стоит рассказать подробнее. Начнем с группы варио.

Анимация – эффект, создаваемый сменой нескольких изображений, что обеспечивает иллюзию движения объектов в пространстве. Количество изображений, которые «скрываются» в одном маленьком «фильме», может быть разным. Например, работы, содержащие до 16 фрагментов и в совокупности создающие достаточно реалистичную сценку: вращающиеся крылья мельницы, идущий человек, летящая птица... Оживить можно любого героя или предмет, которые представлены на рекламном сообщении (рис. 3).

Преимущества этого эффекта в том, что грамотно разработанное изображение создает видимость плавного движения, получается, действительно, маленькое «видео». Очень важно, чтобы фоны и объекты на отдельных фрагментах совпадали по цвету. Правда, добиться идеальной плавности движения не удастся: если попытаться использовать более 16 сцен, страдает четкость изображения, «потеряются» мелкие детали.

Флип. Этот эффект хорошо знаком всем, кто собирал в детстве карманные календарики, отпечатанные на «линзе». Суть эффекта – смена сценок с одной на другую. Новый сюжет (их возможное количество – от 2 до 4) появляется при изменении угла зрения. Этот прием можно с





▲ Рисунок 3. Примеры анимации: щетка чистит зубы, бритва скользит по щеке, бегемот крутит обруч, слон и зебра бегут на месте, крылья мельницы вращаются...

успехом использовать, когда нужно показать резкий переход от одной идеи или образа к другой, подчеркнуть игру контрастов. Однако есть и определенные ограничения. При использовании контрастных цветов, ярких фонов или объектов они могут частично проступать на вновь появившемся изображении.

Морфинг – плавный переход, перетекание одного объекта в другой (рис. 5b). Изображение должно включать от 8 до 24 фрагментов: чем больше, тем более плавным будет переход. Готовить эти картинки нужно в специальной графической программе. Перед тем как приступить к работе, нужно тщательно подобрать начальное

и конечное изображения. Контуры и цвета объектов должны быть достаточно близки. Таким образом, готовое изображение показывает как по волшебству превращающиеся один в другой предметы (автомобили, портативная техника, дома и т.д.), животных, лица людей.

Следующий весьма интересный эффект – искажение, или дисторция. В терминах Adobe Photoshop он так и называется – Distortion. Под этим понимаются самые разные графические преобразования: искривление контуров, перекручивание, смещение, растяжение – всевозможные оптические деформации (рис. 5с). К дисторции, кстати, относится и хорошо знакомый эффект зума (приближение/удаление).

Возможное количество сценок – от 4 до 24. Они готовятся в специальных 2D-программах. Вариантов различных деформаций может быть сколько угодно. Можно использовать один из стандартных эффектов программы или создать свой собственный. Однако следует придерживаться разумных ограничений: очень сложные деформации рисунка могут привести к потерям в деталях.

## Патентованная технология HALS

### Новое в печати объемных изображений

HALS – лист пластика, покрытый рядами круглых (каплеобразных) микролинз (их диаметр – доли миллиметра), наносимых по запатентованной технологии на лицевую сторону. Для лучшего понимания уточним: на обычном ленточном пластике линзы имеют форму длинных цилиндров. Микролинзы располагаются упорядоченно и особым образом преломляют изображение, которое должно состоять из небольших повторяющихся элементов, также выстроенных в ряды. Меняя угол поворота рядов линз относительно рядов рисунков, можно добиться изменения размера последних, менять «глубину» изображения. Таким образом достигается 3D-эффект, причем не требуется никаких дополнительных устройств.

Значимое отличие от обычных ленточных изображений состоит в том, что 3D-эффект заметен при взгляде под любым углом! Технология HALS не требует каких-то особых способов фотосъемки или подготовки изображений. Она предназначена для создания фонов, «удаленных» от основных объектов, для выделения каких-то значимых деталей изображения. У нее своя область применения. По пластику HALS можно печатать обычными красками, и получатся простые двухмерные изображения, а «на заднем плане» круглые линзы создадут орнаментную заливку – снова обращаемся к терминам Adobe Photoshop. Именно эта заливка создает 3D-эффект. Очень интересный, непривычный вариант стереоизображения!

Орнаментная заливка (Pattern) печатается на обороте – гладкой стороне. Вариантов множество: кружки, ромбы, сердечки, звездочки и т.д. Возможно сочетание разных форм и цветов. Чтобы пластик был полностью непрозрачным, после печати орнамента на него наносится подложка. Затем оборот листа можно лакировать, ламинировать, покрывать слоем клея. ... Зависит от того, где будет применяться оттиск.

На лицевой стороне можно обычными триадными красками напечатать любое изображение. ■

## Виды стереоэффектов

### Многослойный

### 3D-эффект

Иллюзия расстояния между объектами создается в результате обработки рисунка в специальной программе. Появляется иллюзия глубины рисунка. Объекты как бы находятся на расстоянии друг от друга, на разных планах (хотя в действительности



это плоская печать), но в то же время они не выглядят трехмерными – для этого есть другой эффект.

Работа должна содержать от 8 до 24 сцен. Каждый фрагмент лежит на отдельном слое (рис. 5а); количество слоев при подготовке в графическом редакторе не ограничено. Степень «удаленности» объектов на заднем плане может быть разной.

Этот стереоэффект хорош тем, что очень интересные изображения с перспективой можно создать из любой исходной картинки, подготовленной в достаточно простой программе. При работе нужно хорошо продумать расположение слоев, чтобы сохранить резкость мелких элементов. Не стоит «отодвигать» их слишком далеко.

► **Рисунок 5.**  
а – подготовка изображения для стереоэффекта «Много-слойный 3D»;  
б – фрагменты для создания эффекта морфинга;  
с – эффект дисторсии;  
д – совмещение эффектов дисторсии и флипа



### «Виртуальный» **3D-эффект**

При его использовании на линзе создается объемное изображение (3D-рисунок). При изменении угла обзора происходит как бы осмотр его с разных сторон (рис. 1). Итоговое изображение состоит из 8-24 элементов, каждый из которых показывает один и тот же предмет под немного другим углом. Фрагменты изображения подготавливаются в программе для создания 3D-изображений. Эта технология предоставляет полную свободу в создании объемных композиций и эффектов, недостижимых другими способами. Картинка может выглядеть очень реалистично. Главное – это грамотная подготовка составляющих ее фрагментов. Сложность подготовки может вызывать проблемы у дизайнеров, не имеющих большого опыта работы с 3D-графикой. Но результат будет стоить затраченных усилий.

### **3D-фотография**

Превратить фотографию из двухмерной в объемную – тоже вполне решаемая задача. Эффект схож с предыдущим: объект можно осмотреть как бы с разных сторон (рис. 2).

Количество элементов изображения – от 8 до 24. Объект фотографируется несколько раз, причем точка съемки сдвигается. Отличие от предыдущего эффекта в том, что для получения объема используется не специальная программа, а серия

фотографий. Однако не все так просто: подборка кадров должна быть очень качественной. Объект для съемки не должен быть слишком большим, иначе возникнут дополнительные трудности.

Также эффекты можно совмещать. Например, в одной работе можно соединить техники 3D, дистанцию, анимацию, флип... Благодаря этому создается очень оригинальный дизайн (рис. 5d).

На нашем рекламном рынке сложные композиции с использованием стерео- и вариоэффектов – пока еще редкость. Идеи достаточно стандартны, а комбинации эффектов встречаются очень редко. Также стоит помнить, что использование одновременно нескольких эффектов должно быть оправдано! Но если вы начали заниматься разработкой серии рекламно-представительских материалов, не забывайте о возможностях использования лентичулярной печати. ■

Рисунок 4.  
Различные варианты морфинга: шар – эмблема компании Соса-Солэ – приближается и удаляется, знаменитый кролик Квики закручивается в спираль и другие чудеса техники

