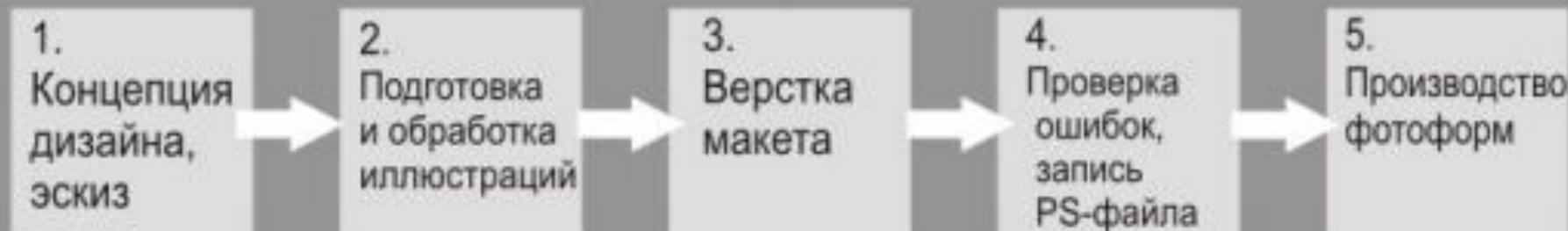


Допечатная подготовка (premedia)

Подготовка текста в текстовых редакторах, подбор фотографий



Предпечатная подготовка (prepress)



Печатный процесс (press)



Послепечатные процессы (finishing)

Обрезка, фальцовка, брошюровка, лакирование и т.д.

Вёрстка в полиграфии и издательском деле -

- это процесс формирования страниц издания путём компоновки графических и текстовых элементов.

Макетирование

- это процесс композиционного размещения соотносящихся друг с другом элементов. Изготовление макета издания или любых составляющих элементов - полосы, развороты, иллюстрации, обложки и т.д.
- **Макет в полиграфии** - это образец для верстки полос издания и монтажа, с раскладкой полос на печатном листе, утвержденный заказчиком. Композиционное размещение элементов на формате.

Разработка дизайн-макета

Вы получаете готовый макет рекламного материала, содержащий дизайн и текст. Это будет три формата:

- **В виде изображения** — чтобы вы смогли им делиться в социальных сетях.
- **В виде PDF-файла** — чтобы вы смогли его отправить по e-mail.
- **В полиграфическом формате** — для последующей печати и распространения.

ТРЕБОВАНИЯ К МАКЕТАМ

ВЫБЕРИТЕ ПРАВИЛЬНУЮ



ПРОГРАММУ

ВЫСТАВЬТЕ РАЗМЕР

02

50MM

ВИЗИТКА

ЗАБУДЬТЕ О

03

WORD'E И PAINT'E

НЕ ЗАБУДЬТЕ О

04

СМУК

ВЫСТАВЬТЕ РАЗРЕШЕНИЕ

05

300 DPI

НЕ ЗАБУДЬТЕ О ВЫЛетаХ

06

50MM

50MM

ПЕРЕВЕДИТЕ ШРИФТЫ

07

В КРИВЫЕ

СОХРАНИТЕ В ПРАВИЛЬНОМ
ФОРМАТЕ

08

PDF TIFF

НЕ ЗАБУДЬТЕ О

09

ПРУФАХ

Цену на макет и дизайн определяют следующие этапы и их сложность:

- 1. Сбор информации о продукте/предприятии/профессии/отрасли;
- 2. Разработка идеи, визуального оформления, наброска.
- 3. Так как макет и дизайн тесно связаны, на этом этапе идёт **вёрстка всех элементов графики, текста, картинок и других графических элементов под определённый размер, учитывая припуски на обрез** или другие требования дальнейшего использования (это может быть полиграфическая продукция, веб-материалы или логотип) - обычно **разрабатывается 2-3 макета**.
- 4. Следующий этап – **согласование с клиентом, внесение изменений** (если необходимо) и если были произведены изменения – согласование с клиентом до окончательного варианта.

Три правила успешной работы над макетом



- всегда внимательно выслушайте заказчика и сделайте то, что он хочет, несмотря на очевидное пренебрежение правилами композиции, отсутствие вкуса у клиента и прочие неурядицы. Ведь именно клиент оплачивает вашу работу, чтобы реализовать свой замысел.



- если макет не нравится, надо безжалостно от него отказаться и создать новый, не опираясь на старый вариант.



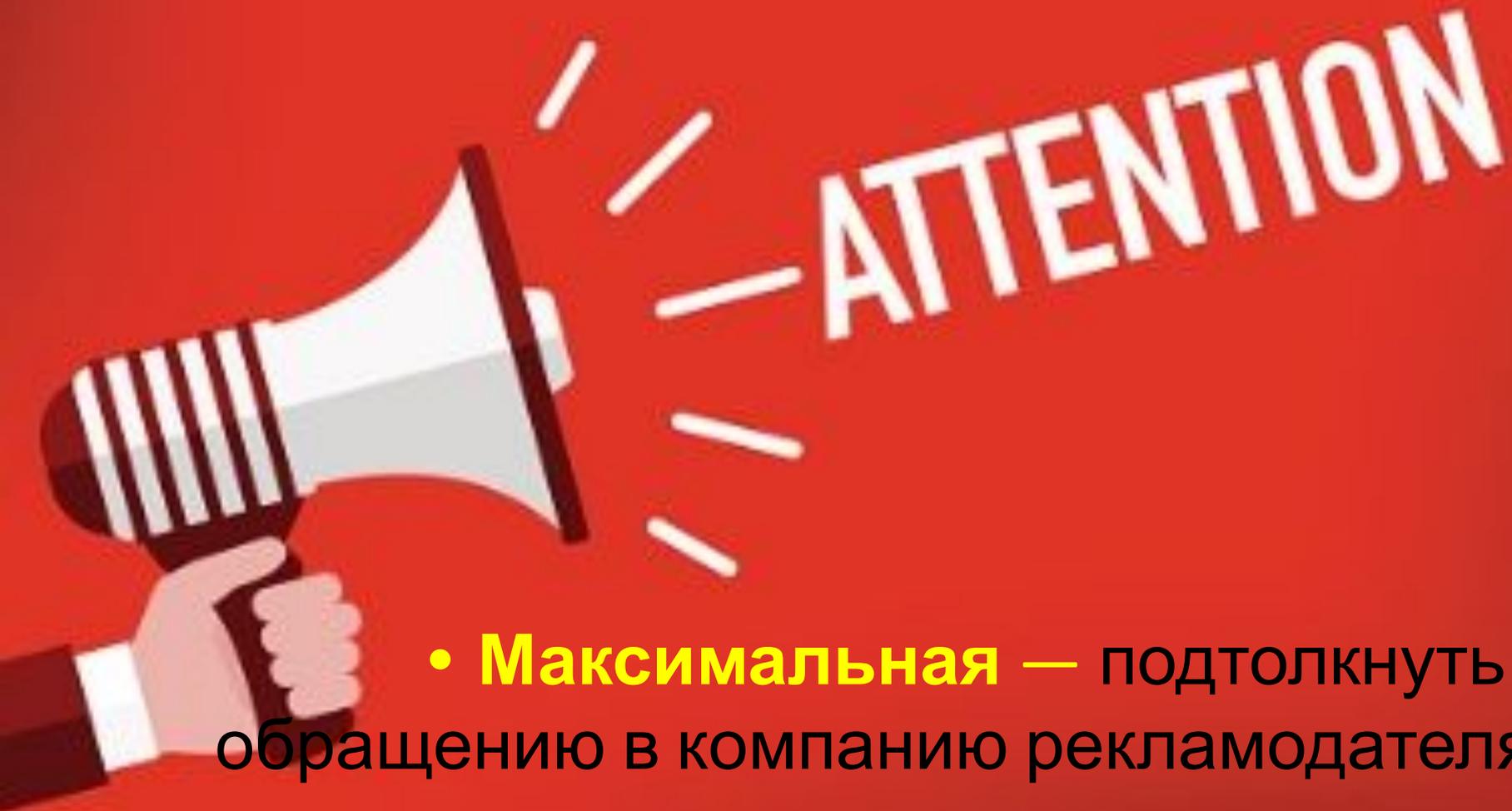
- никогда не интересуйтесь мнением других дизайнеров о своем творчестве. Они являются вашими конкурентами, и их мнение не может быть объективным.

СМИ

ПОЛОЖНОСТЬ

Мудрость

- **Минимальная** задача печатной рекламы — стимулировать прочесть.



- **Максимальная** — подтолкнуть к обращению в компанию рекламодателя.

Роль цвета в полиграфии



Один и тот же цвет
(центральный квадратик)
может выглядеть и холодным (слева),
и теплым (справа)



Один и тот же цвет
(центральный квадратик)
может выглядеть и тяжелым (слева),
и легким (справа)



Один и тот же цвет
(центральный квадратик)
может выглядеть и выступающим(слева),
и отступающим (справа)



Один и тот же цвет
(центральный квадратик)
может выглядеть и звонким (слева),
и глухим (справа)

ТЕМПЕРАТУРА



Примеры

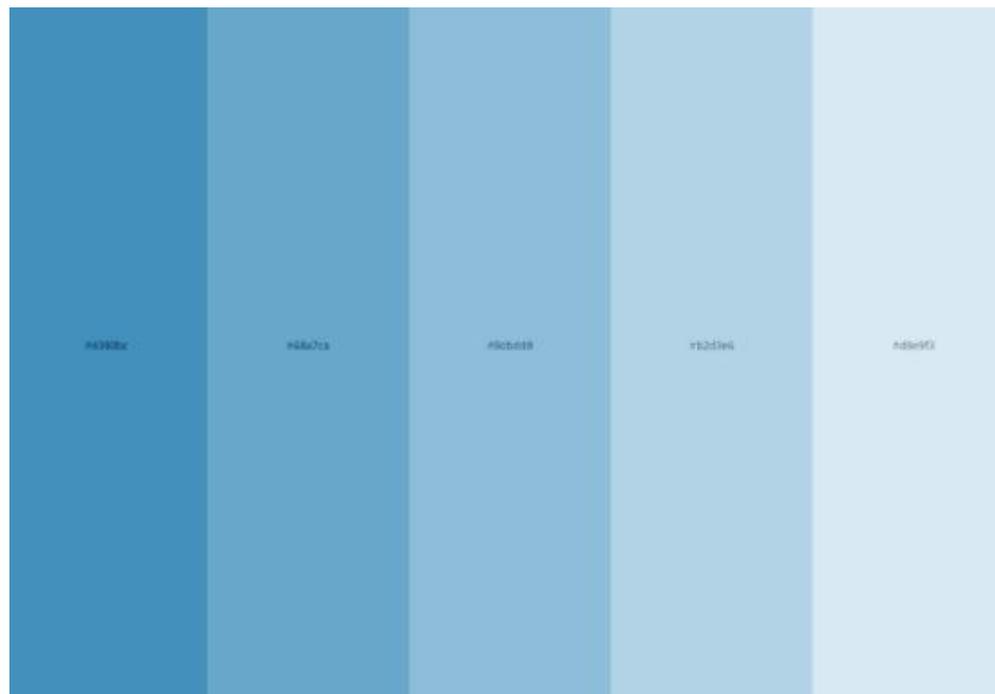
Отсюда темно-синий цвет ассоциировался с ночным покоем, а желтый — с солнечным днем и его заботами.



ОТТЕНКИ И ТЕНИ

Оттенки получаются в результате добавления белого к цветному, аналогично тому, как черный вы добавляете, создавая **тень**. Оттенки и тени позволяют создать монохромные цвета и палитры, путем добавления разного количества белого и черного.

Например, возьмем основной цвет #8dbdd8 (светло-голубой). Ниже на изображении представлена монохромная палитра, в которой два оттенка справа и слева представляют собой результат добавления разного количества черного

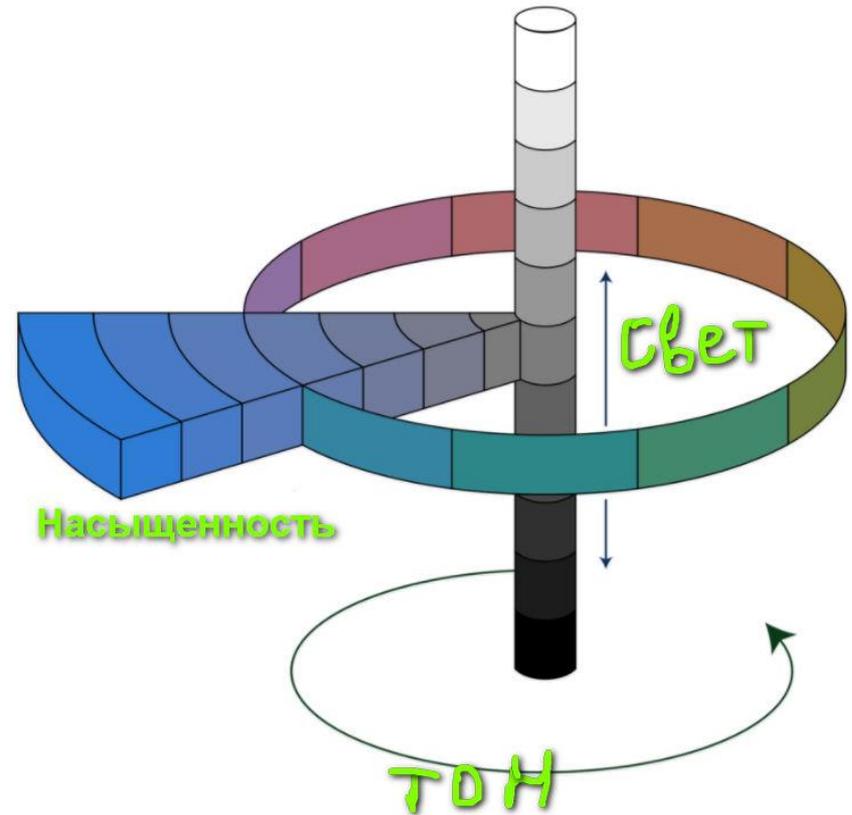


НАСЫЩЕННОСТЬ, ТОН, СВЕТ

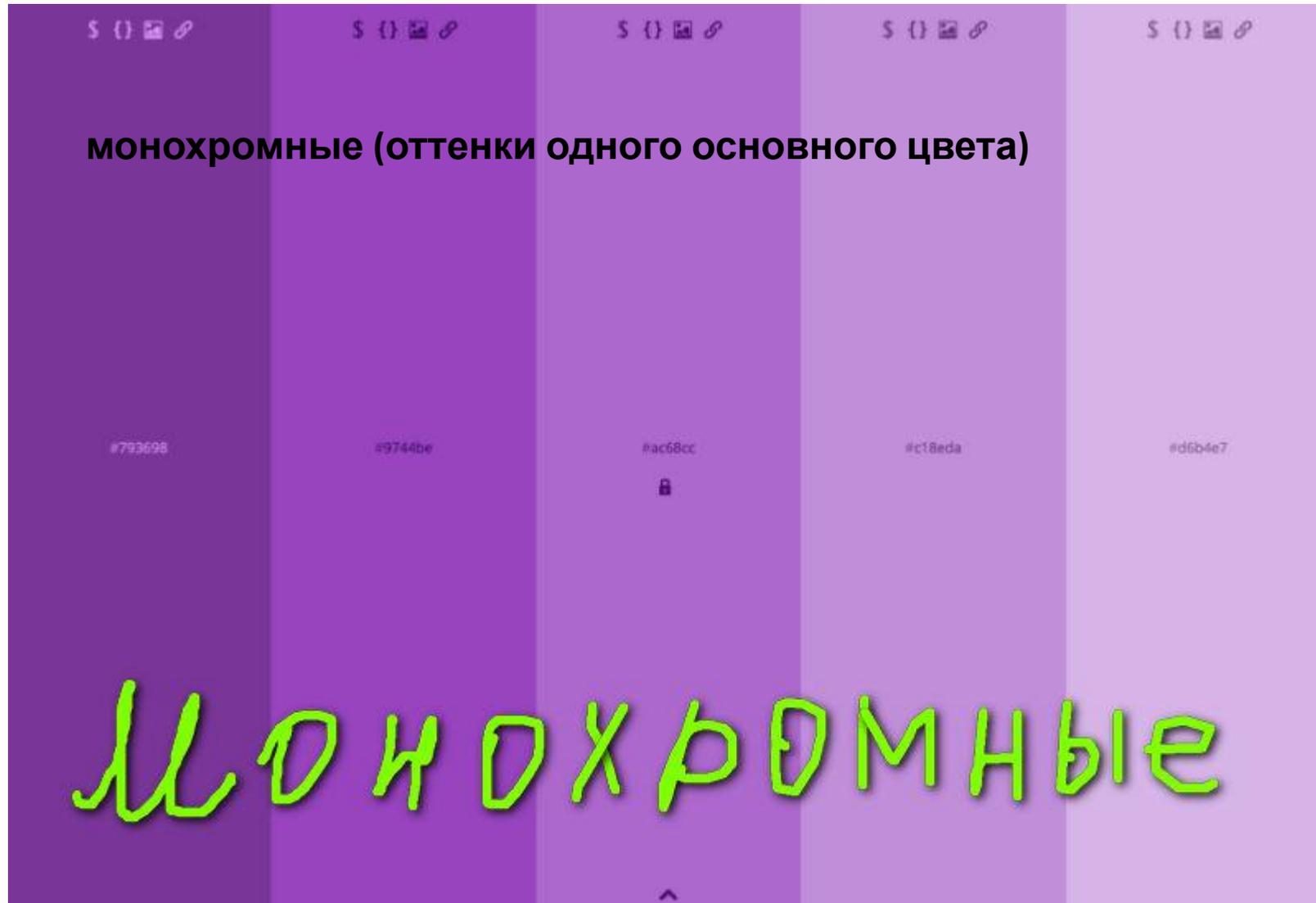
Насыщение позволяет сделать цвет богаче и темнее. Когда мы говорим «светло-голубой» или «темно-зеленый» - мы имеем ввиду насыщенность.

Цветовой тон определяет отличие от основного цвета радуги (их семь). То есть, например, «зеленовато-голубой». Ни тот, ни этот, но как раз тон.

Светимость определяет цвет по отношению к чисто белому, насколько он яркий или тусклый.



ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ



\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

взаимодополняемые (из двух цветов, что находятся на противоположных сторонах цветового колеса)

#6f2f2c

#7b312d

#2e8286

#2f8e92

#30999e



Дополняемые



аналоговые (три цвета, что находятся рядом на цветовом колесе)

Аналоговые

#a83c53

#a0453c

#b2893c

#b7903c

#bcb43c

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

\$ {} 🖼️ 🔗

триада или триадические (три цвета, что находятся на углах треугольника, нарисованного поверх цветового колеса).

#d2b5e2

#e7dabd

#c5ebdf

#ceefe4

#d7f3ea

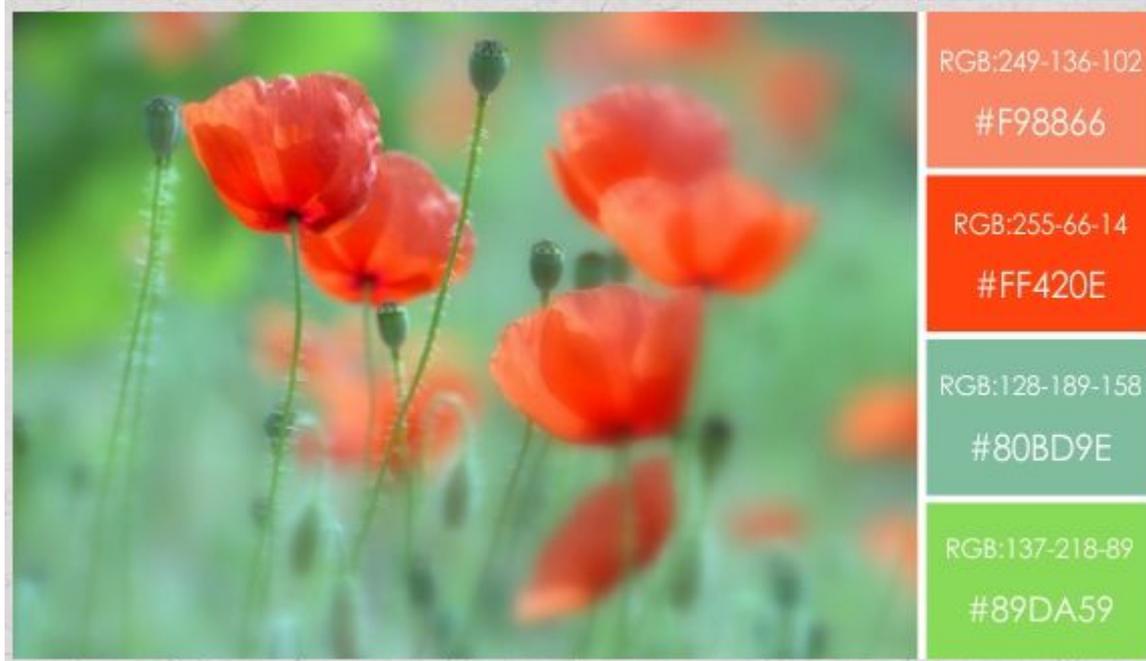


Триада



Психология цвета

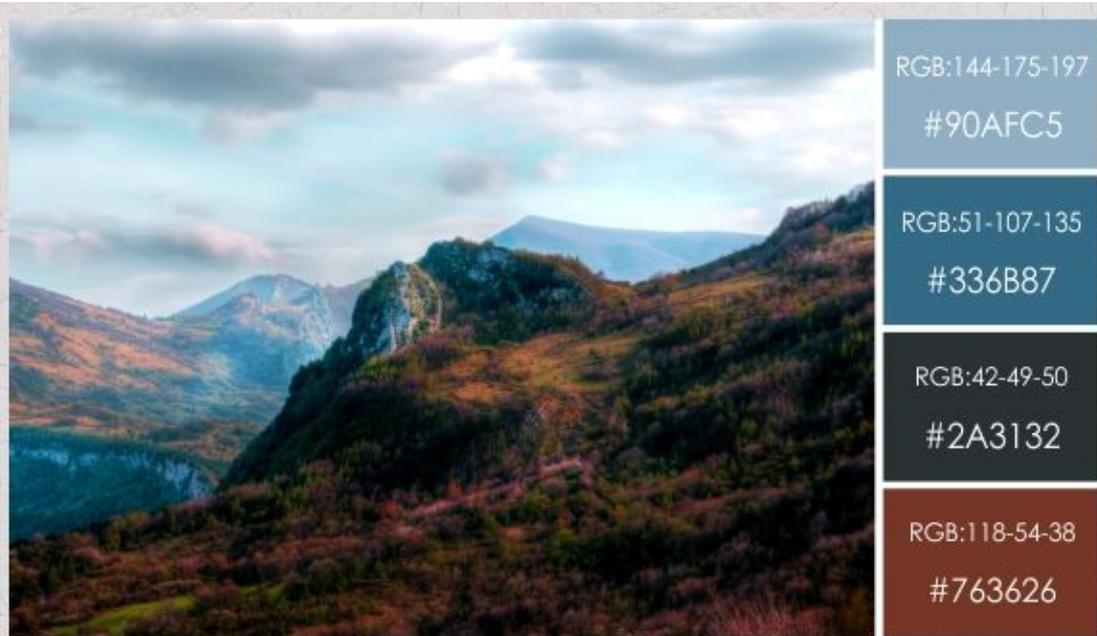
1. Свежесть & Яркость



Такие цвета подойдут для плакатов и афиш событий весенне-летнего сезона, для рекламы продукции, связанной со свежестью и молодостью.

Психология цвета

2. Покорение & Профес



Красный и синии являются самыми распространенными цветами, которые используются для брэндинга, и не зря. Красный олицетворяет уверенность и мощь, а синий — надежность и доверие. Сдержанные, неперенасыщенные оттенки этой палитры берут понемногу от каждого из этих цветов и объединяют их свойства. Оттенок красного кирпича отлично гармонирует и дополняет консервативные синие и серые оттенки. Эта палитра будет отлично работать в корпоративном дизайне и других серьезных дизайн-проектах.

Психология цвета

3. Земля & Глина



Психология цвета

4. Бодрость & Драматизм



Эта палитра навеяна естественной легендарной красотой Исландии и ее драматическими контрастами. Теплые сероватые тона красиво контрастируют с прохладной зеленью.

Психология цвета

5. Прохладный Блюз



Монохроматические палитры, составленные из различных оттенков одного цвета, считаются универсальными. Хотя эта палитра не может квалифицироваться как монохромная (согласно техническому определению), визуально она создает подобный эффект. Эта палитра может быть использована практически для любого дизайна.

Психология цвета

6. Лес & Природа



Если у вас есть бренд или нужен дизайн, который подчеркивает естественные, природные качества продукции, такая цветовая палитра, сочетающая зеленые и коричневые тона, является логичным выбором. Всплеск зеленого лайма очень освежает дизайн.

Психология цвета

7. Сине-зеленая Вода



Психология цвета

8. Обновление & Чистота



RGB:152-219-198

#98DBC6

RGB:91-200-172

#5BC8AC

RGB:230-205-42

#E6D72A

RGB:241-141-158

#F18D9E

Свежие бирюзовые оттенки, ярко-желтый и цвет жевательной резинки напоминают пасхальный леденец. Если розовый оттенок делает ваш дизайн слишком девичьим, просто не используйте его, а выберите два оттенка морской воды плюс желтый для яркой, чистой комбинации.

Психология цвета

9. Энергия & Свежесть



Почти неоновые оттенки синего и зеленого уравновешиваются в этой палитре двумя более консервативными цветами. Они добавят вашему дизайну энергию и свежесть. Такое сочетание цветов подходит для фитнес-бренда или другой компании, образ которой основан на сочетании деловых качествах и свежей энергетике.

Психология цвета

10. Голубой Лед



Контраст теплого серого с холодным, ледяным голубым делает дизайн визуально более интересным, чем обычная комбинация серо-голубых и серых тонов. Если вы не ограничены в палитре и от вас не требуется использования более консервативных темно-синих и темно-серых оттенков, попробуйте эти более легкие, освежающие цвета.

Психология цвета

11. День & Ночь



Психология цвета

12. Ретро Стиль



Приглушенные цвета этой палитры с легкой позолотой несут в себе свою особую старинную энергетику. Такие оттенки были популярны в 50–60-х годах. Но это совсем не значит, что они устарели. Эти цвета опять популярны и до сих пор выглядят стильно.

Психология цвета

13. Оттенки Цитрусовый



Психология цвета

14. Золотая Осень



Психология цвета

15. Солнечный Цветок



От этой цветовой палитры так и веет летним зноем: здесь есть и зеленая трава, и яркое солнце в синем небе. Однако эти оттенки более сочные и красочные, чем, скажем, зеленые и коричневые оттенки в палитре №6.

Психология цвета

16. Свежая Зелень



Комбинирование белого и темного, почти черного цвета с яркими зелеными тонами делает слишком строгий дизайн не таким серьезным. Вместо того, чтобы использовать стандартные красный или синий с черным и белым, освежите свой дизайн весенними зелеными оттенками..

Психология цвета

17. Летние Сумерки



Психология цвета

18. Осень в Вермонте



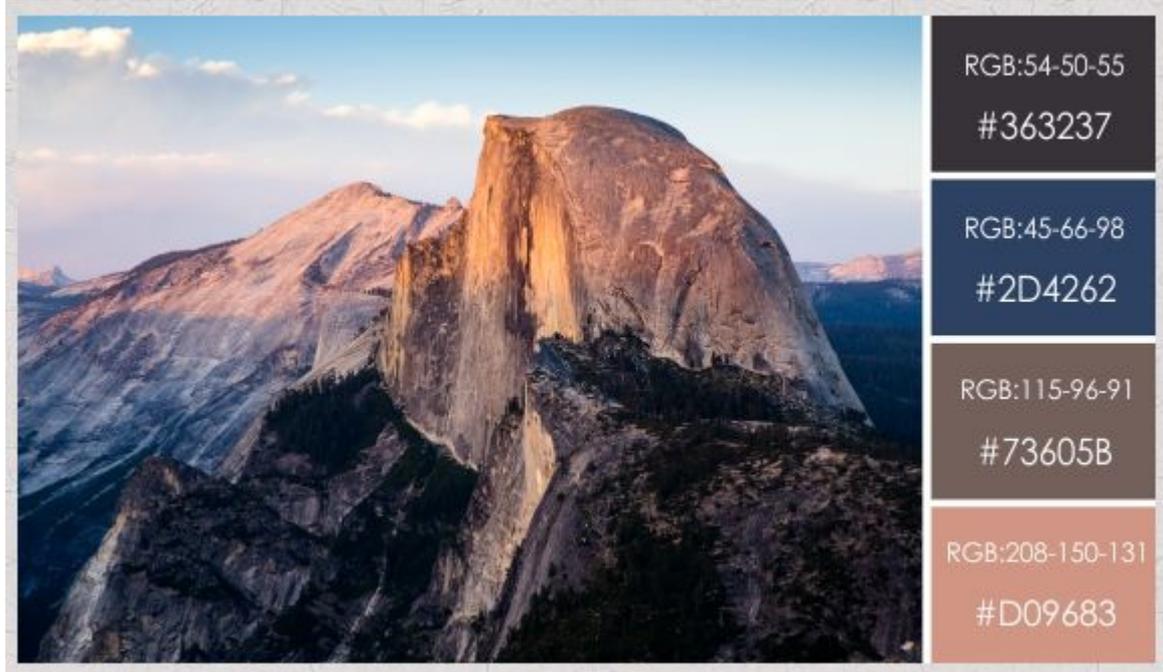
Психология цвета

19. Птицы & Ягоды



Психология цвета

20. Закат в Горах



Макс Люшер

психолог, создатель цветодиагностики



Люшером был сделан очень важный для полиграфии вывод о том, что цвет не только вызывает определенную реакцию человека в зависимости от его эмоционального состояния, но и формирует его эмоции.

Красный цвет – настраивает на решительность, побуждает человека совершить тот или иной поступок, решиться, к примеру, на покупку рекламируемого товара. Этот цвет способен быстро привлечь внимание к объекту рекламы

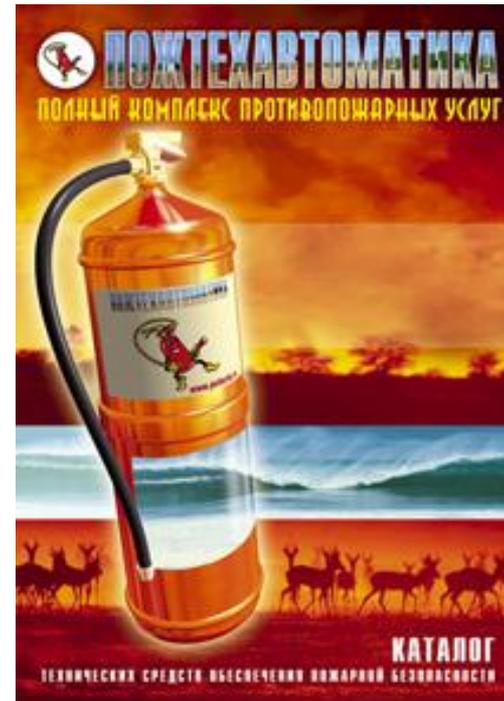


Щирый Кум

59⁰⁰
109⁹⁰

Руллет Орешек, кг Торт Золотой ключик, кг
Собственное производство

ВЫГОДНАЯ ЦЕНА



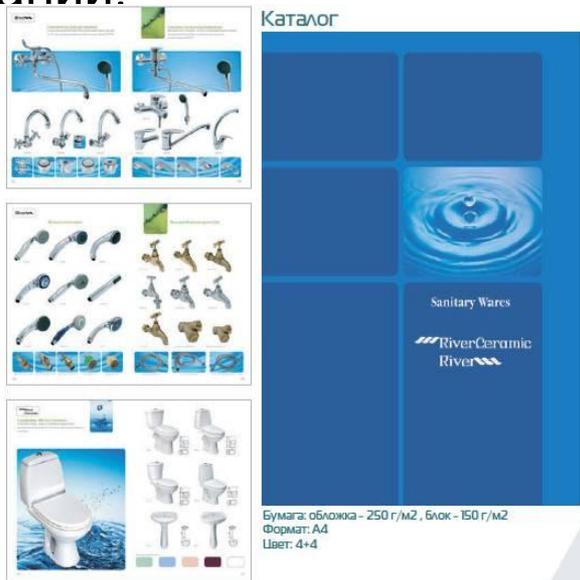
ПОЖТЕХАВТОМАТИКА
ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКС ПРОТИВОПОЖАРНЫХ УСЛУГ

КАТАЛОГ
ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Синий цвет

помогает сосредоточиться, сконцентрироваться.

Синяя деталь в каталоге или рекламном буклете сразу привлечет к себе внимание, и, в отличие от красной, не вызовет отрицательных эмоций. Синий - это цвет солидности, поэтому его очень любят крупные компании.



0,5
литра

ЛИВОННИЯ

СНЕЖОК
напиток кисломолочный
с сахаром

2,5%

Состав:
молоко цельное,
молоко обезжиренное,
заквасочные
микроорганизмы
термофильных
молочнокислых
стрептококков,
сахар.

**Пищевая ценность
в 100 г продукта:**
жира - 2,5 г, белка - 2,8 г,
углеводов - 11,0 г,
в том числе сахарозы - 7,5 г.
Энергетическая ценность - 78 ккал.

М.Д.Ж.
Объем: 0,5 литра
Хранить при t (4±2)°С
Срок годности: 5 суток
Дата изготовления
и упаковки:

ЗАО «Ливония» 690014, Россия,
г. Владивосток, ул. Крылова, 10.
Тел.: 245-57-59, 245-57-09,
245-57-13

Количество молочнокислых микроорганизмов
в течение срока годности - не менее 10⁷ КОЕ/г

TY 9222-388-00419785-05

Желтый – цвет общительности и открытости. Он помогает

успокоиться, улучшает эмоциональное состояние человека, располагает к общительности. Однако использовать этот цвет на больших площадях не стоит, так как эффект может быть прямо противоположным. Используют желтый цвет в **рекламе** детских товаров, при дизайне каталогов для турфирм, ведь желтый цвет ассоциируется с солнцем, морем и песком, а также рекламных и PR агентств.

**ОБНОВЛЕННЫЙ ДЕТСКИЙ САД ЦРР
РЕЗИДЕНЦИЯ ДЕТСТВА**

**МЫ ОБЕСПЕЧИМ
КАЖДОМУ РЕБЕНКУ:**

- Всостороннее развитие
- Сбалансированное питание
- Комфортную и доброжелательную атмосферу
- Удобный для родителей и комфортный для ребенка режим посещения. Группы полного и кратковременного пребывания
- Индивидуальный подход
- Мягкую адаптацию

ПРОВОДИМ НАБОР МАЛЫШЕЙ ОТ 1,2 ГОДА

10% ПРИБАВЛЕНИЕ СКИДКА НА ПЕРВЫЙ МЕСЯЦ ПРЕБЫВАНИЯ

г. Калининград, ул. Бруноичина, 18
тел. 37-48-10

**ПРОИЗВОДИТСЯ НАБОР ДЕТЕЙ
НА ОБУЧАЮЩИЕ И РАЗВИВАЮЩИЕ ЗАНЯТИЯ:**

-  **АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**
(от 3х лет)
-  **СТУДИЯ РАННЕГО РАЗВИТИЯ**
(от 1 года)
-  **ТЕАТРАЛЬНАЯ СТУДИЯ**
(от 5 лет)
-  **ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО**
(от 3 лет)
-  **ЛОГОПЕД, ПСИХОЛОГ**

Все наши занятия способствуют гармоничному и всостороннему развитию вашего малыша!

г. Калининград, ул. Бруноичина, 18
тел. 37-48-10



Райское наслаждение

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КУРОРТЫ

АНТАЛИЯ КЕМЕР АЛАНЬЯ
БЕЛЕК СИДЕ БОДРУМ

ТУРЦИЯ



Чартерные и регулярные рейсы
Бесплатный трансфер

ЕВРОПА

- Лечебно-оздоровительные и СПА-программы
- Экскурсионные программы
- Индивидуальные комбинированные туры
- Пляжные туры

ЮГО-ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ

- Премиальные курорты в Таиланде
- Экономичный и престижный отдых в Малайзии
- Отдых в Индонезии
- Свадебные туры
- Визовая поддержка

ПЛЯЖНЫЙ ОТДЫХ

Кипр:
Айя-Напа, Протарас, Лимассол, Ларнака, Пафос

Испания:
Коста Брава, Коста Дорадо, Коста дель Соль

Италия:
Искья, Капри, Сардиния

*А также любые страны по Вашему запросу:
Австралия, Азербайджан, Аргентина, Болгария, Вьетнам,
Германия, Греция, Доминиканская Республика, Израиль, Индонезия,
Испания, Италия, Китай, Маврикий, Мальдивские острова, ОАЭ,
Сейшельские острова, Франция, Чехия, Швейцария, Япония.*

ПОЧЕМУ?



- Широкий спектр туристических услуг
- Всегда новые и свежие предложения по турам
- Бронирование отелей по всему миру
- Разработка туров любой сложности
- Удобное расположение в центре города

**НАШИ ДОСТОИНСТВА -
ГАРАНТИЯ ВАШЕГО ОТДЫХА!**

*По вопросам организации туров,
обращаться в офис компании "Bounty Travel"*

Узбекистан, г. Ташкент, ул. Буюк Ипак Йули, Мавзеси-1.
Ориентир: Бывший Детский Мир.
Телефон: +998 71 232 10 14

Фиолетовый – цвет внутренней сосредоточенности, он способствует решению творческих задач, вызывает вдохновение. Поэтому, если требуется подчеркнуть креативность, необычность товара, желательно использовать деталь в фиолетовом. Используется фиолетовый цвет, как правило, при оформлении эксклюзивных и креативных вещей. Если Ваш полиграфический продукт предназначен для творческой элиты, мы рекомендуем использовать деталь в фиолетовом цвете.



Зеленый цвет ассоциируется с природой, свежестью, здоровым

образом жизни. Он успокаивает, расслабляет и исцеляет, поэтому его используют при оформлении офисных помещений, больниц, здравниц, ветеринарных лечебниц. Зеленый цвет применяют в рекламе и упаковке медикаментов, водоочистительных систем, моющих и чистящих средств, стоматологических клиник и аптек, ветеринарных лечебниц, центров здоровья и охраны окружающей среды.

В большом количестве может вызвать вялость и расслабленность. Поэтому рекомендуется сочетать зеленый с другими цветами: белым, красным, желтым и синим.

аптечная сеть **Азовфарм** №1

7 февраля

-13% СКИДКА*
на чек от 100 грн

Тел.: (0629) 40-10-10, (067) 620-77-30 Сайт: azovpharm.com facebook.com/azovpharmapteka

*Скидка не распространяется на товары, цены которых регулируются государством и по специфике ценового формирования. Владельцы карт «Программа лояльности» сети аптек «Азовфарм» при расчете не могут использовать ранее накопленные бонусы, а также не начисляются бонусы за покупку; бонусы начисляются за покупку на чек до 100 грн.

Очищение организма

DONAT Mg

Так важно быть здоровым!

Как часто задумываетесь о том, насколько чистой является вода, которую вы пьете? Вода — это основа жизни. Именно поэтому так важно следить за ее качеством. Вода должна быть чистой, мягкой и полезной. Именно поэтому так важно выбирать качественную минеральную воду. Именно поэтому так важно выбирать качественную минеральную воду.

СТЭАМАС

Живой ручей

Вода от самой Природы

Живой ручей

НЕГАЗИРОВАННАЯ

РОЗОВЫЙ ЦВЕТ

создается сочетанием красного и белого и имеет положительные свойства обеих, а негативное воздействие красного цвета нейтрализуются белым. В итоге, розовый цвет способствует созданию романтического, приподнятого настроения. Активно используется в оформлении различной женской парфюмерной продукции, косметики, детских и семейных товаров.



**СТУДИЯ
ПАРИКМАХЕРСКАЯ**

Женский зал
Мужской зал
Маникюр
Педикюр
Солярий

Время работы с 9 до 20
тел. 366-14-30



Свадебный салон «Леди»[®]

СВАДЕБНЫЕ ПЛАТЬЯ
(3500–15 000 Р.) *Цены производителя!*

ВЕЧЕРНИЕ НАРЯДЫ, ДЕТСКИЕ ПЛАТЬЯ
ВЫПУСКНЫЕ ПЛАТЬЯ, АКСЕССУАРЫ,
ОБУВЬ

8 925 886-12-51

Железнодорожный, Главная, 22 В.
ТЦ «Ольгино», 3 этаж. **В Железке.ru**
<http://vzhelezke.ru>



СТАЛО МАЛО
для НАШИХ ДЕТЕЙ

+Помощь
детям
Благотворительный фонд

ВАШ РЕБЕНОК УЖЕ ПОДРОС, А МНОГИЕ ВЕЩИ
ОСТАЛИСЬ «КАК НОВЫЕ»?

ПРОДАЙ И ПОМОГИ!

Продав вещи через «СТАЛО МАЛО», Вы можете
МАЛЕНЬКИМ ДЕТЯМ СПРАВИТЬСЯ С ТЯЖЕЛЫМИ ЗАБОЛЕВАНИЯМИ



Что мы принимаем:

Детские вещи и обувь для детей от 0 до 10, коляски и автокресла, детские игрушки, книги, товары для будущих мам, спортивный инвентарь, комоды, системы хранения, кроватки и прочую детскую мебель, манежи, пеленальные столики, стульчики для кормления, светильники и прочее детское оборудование.

К сожалению, мы **не принимаем**: нижнее белье и предметы личной гигиены.

Узнать условия приема товара и задать интересующие вопросы можно по телефону: +7 (499) 500 26 63
Для передачи вещей на комиссию и заключения договора необходим паспорт.
www.stalomal.ru

Голубой цвет

символизирует небо, мир и дружбу.

Вызывает доверие, поэтому его используют при создании логотипов. С голубым цветом ассоциируются прохлада, свежесть, чистота, чем активно пользуются парфюмерно-косметические компании и производители разнообразных средств гигиены в рекламе своей продукции.



Черный

– цвет изолированности: он помогает от всего отгородиться, сосредоточиться и сконцентрироваться на решении той или иной задачи. Но этот цвет таит в себе опасность, так как способен настроить на меланхолию и уныние, вызвать ощущение тяжести, горести, уныния и одиночества. Поэтому данный цвет в чистом виде в рекламной полиграфии лучше не использовать (это не относится к шрифтам и таблицам). Обычно его сочетают с другими, более теплыми и яркими цветами.



Черный

– цвет изолированности: он помогает от всего отгородиться, сосредоточиться и сконцентрироваться на решении той или иной задачи. Но этот цвет таит в себе опасность, так как способен настроить на меланхолию и уныние, вызвать ощущение тяжести, горести, уныния и одиночества. Поэтому данный цвет в чистом виде в рекламной полиграфии лучше не использовать (это не относится к шрифтам и таблицам). Обычно его сочетают с другими, более теплыми и яркими цветами.



Распространенные ошибки дизайнеров

1 Не правильно понятый бриф

Бриф (от англ. brief — инструкция, сводка) — краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта.

<https://e-shutova.com/brief/poligrafija>

Распространенные ошибки дизайнеров

2 Неправильный выбор шрифтов

Распространенные ошибки дизайнеров

3 Перегруженность верстки шрифтами

Возьмите себе за правило использовать всего два основных шрифта, меняя их насыщенность, чтобы выделить ту или иную часть текста.



Распространенные ошибки дизайнеров

4 Использование при разработке дизайн-макета большого количества шаблонных фото

Dove, 2008



Epson Printers, 2010



Распространенные ошибки дизайнеров

5 Неправильное сохранение файлов

Всегда сохраняйте свои работы в режиме CMYK для печати и в режиме RGB для загрузки в Интернет. Крайне важно с самого начала знать, как правильно работать с файлами. В зависимости от целей вашей работы вам необходимо учитывать множество нюансов.

Распространенные ошибки дизайнеров

6 Пренебрежение вычиткой

Программа проверки правописания – это прекрасное средство для исправления орфографических ошибок в вашей работе, однако она не может обнаруживать слова, написанные правильно, но использованные в неправильном контексте.

Распространенные ошибки дизайнеров

7 Деструктивная работа дизайнера

«Деструктивная работа» – это внесение изменений в элементы проекта, которые невозможно исправить в дальнейшем.

Чтобы избежать таких неприятностей, попробуйте применять слой-маски вместо ластика. Заведите себе привычку использовать смарт-объекты, а не растрованные слои, и не пренебрегайте корректирующими слоями.

Условно **смарт-объект** — это контейнер в котором хранится какая-либо информация. Мы трансформируем контейнер, а содержание при этом не меняется.

Распространенные ошибки дизайнеров

8 Пренебрежение контрольной проверкой



weightwatchers

«twat» -

«П**да»

Распространенные ошибки дизайнеров

9 Игнорирование контекста

Вам необходимо убедиться, что цвет, размер и общий дизайн элемента будут подходить для печати, например, на вывесках или на футболках, а также хорошо смотреться на различных устройствах взаимодействия, таких как настольные компьютеры, мобильные устройства и др.

Распространенные ошибки дизайнеров

10 Плагиат труда других тружеников полиграфического фронта



Malika Favre

Распространенные ошибки дизайнеров

11 Неэффективное использование QR- КОДОВ



Распространенные ошибки дизайнеров

12 Игнорирование клавиш быстрого доступа

Возможно, это покажется вам излишне трудоемким, но изучение быстрых клавиш может увеличить ваш КПД в геометрической прогрессии.

- <https://huss.com.ua/blog/5879/>
- <http://imagika.ru/verstka.pdf>
- ТОП-5 трендов в дизайне рекламной полиграфической продукции,
<https://printus.com.ua/article/read/3219>
- Значение цвета в рекламе
<https://pechatnick.com/forum/viewtopic.php?t=31071>