

В ежедневной работе не всегда замечаешь что происходит вокруг.

А между тем все больше сервисов, основанных на типичных издательских задачах и интерфейсов к ним выносятся в Сеть.

Что несет с собой этот «дивный новый мир» массового профессионализма?

Александр Шмаков
as@ru.ru

Издательские системы — поколение X[ML].

Часть вторая. О, дивный новый мир.

Первая часть обзора, большей частью посвященная рассмотрению одной web-систем на базе XML, несмотря на изложенные обоснования взаимопроникновения систем веб-публинга и издательских систем, могла вызвать отчасти справедливый вопрос — а при чем здесь это?

Попробую объяснить. Дело в том, что развитие технологий сети и баз данных дает повод говорить о том, что шаблонный подход к публикации, основанной на правилах, в предельно упрощенном варианте продемонстрированный, например, pagod.ru, находит все новые сферы применения.

Это и известные онлайн-сервисы предпечатной проверки (например, MarkzWare), и цветокоррекция по сети от colorcentric.com, и сервис TextCafe.com, предоставляющий услуги по преобразованию в форматы XML и Open eBook файлов PDF, XPress и Microsoft Word.

Системы нового поколения, к которым вне всякого сомнения необходимо отнести уже рассмотренный Quark eStage и Adobe InScore, не смотря на их разность, демонстрируют магистральное направление отрасли и проявляющиеся новые концепции. Для того, чтобы их обозначить, и предпринята эта попытка остановиться и осмотреться вокруг — что же происходит вокруг мира издательского софта? с чего вдруг и Adobe заговорил о концепции сетевого издательства? Позиция Adobe вполне логична — если уж разработчики все равно строят системы вокруг пакетов верстки, то почему бы не отдать им на откуп по «методу франчайзинга» и саму InScore. Как сказал один мой знакомый разработчик — сейчас в каждой «деревне» пишут свой вариант системы управления контентом. Многообразие и многочисленность издательских систем таковы, что я вовсе не могу с уверенностью, ут-

верждать, что пока писалась статья не вышла и очередная версия какой-либо из них. Программы верстки давно перестали быть — а за редкими исключениями никогда и не были — самодостаточными, и выступают все чаще в роли «движка» системы, построенной вокруг них. Так или иначе но свою «систему» строят в каждом издательстве, и учесть или хотя бы познакомиться с тем, что сейчас делается в этом направлении будет вовсе не лишне.

Итак, оглядимся вокруг. Начнем с конкретных примеров. Первое — продукция готовится и производится через сеть.

PressPoint была первой компанией, запустившей сервис, позволяющий путешественникам по заказу распечатать газету с родины, находясь вдали от дома.

Приятно, что среди таких «весомых» партнеров PressPoint, как, например, Financial Times, Guardian, Le Figaro, Der Standard,



Киоск PEPC. Клиент вставляет кредитную, выбирает газету из списка на сенсорном экране и получает распечатанную версию своей газеты (внизу).



В окне Java-апплета Indocs выполняет XPress-подобную работу. Язык не поворачивается назвать ЭТО полноценным приложением верстки, но... представляю себе восторг рекламодателя самостоятельно подготавливающего макет своей рекламы — «и что мне голову морочили все эти дизайнеры, как это сложно. Не сложнее Word"а».



Herald Tribune, Liberation, есть и наши «Новые известия» и «Комсомольская правда». Теперь она заключила соглашение с компанией PEPC, которая в партнерстве с IBM поставляет киоски самообслуживания, обеспечивающие услуги печати по заказу путешественников, иностранных дипломатов и т. д.

Участвующие в сети газеты передают свои ежедневные издания в узел PEPC в Амстердаме. Каждое издание готовит дайджест максимум 40 страниц, отбирая статьи из своей печатной версии, и изменяет размеры (если это необходимо), чтобы приспособить их под 11x17-дюймовый формат киоска.

Файлы передаются в PDF-формате, с черно-белыми иллюстрациями и внедренными шрифтами.

Конец света для DTP

Многие рекламные объявления могут быть рассмотрены как модификация стабильного макета. В одних случаях они используют постоянный формат, где заменяется одна или несколько фотографий, как, например, в еженедельных рекламных изданиях по недвижимости или автомобилям. В других случаях, изменения более существенны, но это все же модифицировать их значительно легче, чем начинать создание макета с нуля.

Компания www.Indocs.com представила свою новую разработку FinalWord, которая позволяет редактировать документы QuarkXPress в режиме онлайн. Система позволяет пользователям загружать документы XPress, кодируемые как XML данные, в Java-среду редактирования.

После чего пользователи, наделенные необходимыми правами, смогут делать необходимые изменения, включая размещение и модификацию объектов, редактирование текста и замену иллюстраций.

Конечный документ может быть экспортирован обратно в Xpress. Но поскольку метод текстовой композиции (H&J) реализованный в FinalWord еще совместим с Xpress не на 100%, многие, вероятно, предпочтут вывод файла непосредственно в формат PS или PDF. И Indocs планирует реализовать поддержку в

системе FinalWord форматов PDF и InDesign.

Похожий подход демонстрирует ряд компаний, предлагая продукты и услуги, которые облегчают использование существующей рекламы и других материалов на основе ранее сделанных шаблонов.

Так, например, Colorbus, использует заданные шаблоны, для создания рекламных материалов для автомобильных дилеров, агентств недвижимости, предприятий торговли и других корпоративных клиентов. Конечный результат — не газетное объявление, а листовка или рекламная брошюра, которую заказчик печатает в системе Colorbus и распространяет, для продвижения своих услуг.

Еще один разработчик AdBuilder (новое имя компании — автора Multi-Ad Creator) запустил интернет-услугу, которая обеспечивает создание объявления на базе шаблонов и предлагает для этого огромную цифровую библиотеку для создания рекламы. Сервис, названный Adbuilder.com, предлагает подписку на свои услуги газетам, рекламным агентствам и производителям. База из более чем 23000 файлов содержит фото различных продуктов, заголовки, иллюстрации, рамки, линии и прочие элементы, необходимые для создания рекламных материалов.

Ящерицы за работой

Австралийская компания Lizard Research запустила похожий проект AdLizard для создания и подачи рекламы в газеты. Схема такова. Издатель приобретает программное обеспечение и устанавливает его на своем сайте.

Рекламодатели регистрируются в Internet и создают свою рекламу сами, начиная с выбора шаблонов и их модификации, при помощи инструментальных средств AdLizard, которые предельно просты для освоения при условии знакомства с принципами работы QuarkXpress.

AdLizard позволяет деловым людям и сотрудникам офисов, создать рекламу для газет, используя стандартное окно браузера, и затем представить завершенную рекламу газете, используя Internet.

В чем плюсы — никаких специальных навыков, никаких шрифтов, никакого дорогостоящего программного обеспечения. Необходим лишь браузер. AdLizard устраняет проблемы с потерянными шрифтами, связанными файлами и неверной цветкоррекцией. Рекламодатель получает полный контроль над созданием своего объявления.

Клиент, например, агентство недвижимости выбирает шаблон из списка (AdLizard гарантирует, что один клиент не сможет приобрести доступ к шаблонам других клиентов). Чистый документ на основе «возвращается» к рекламодателю, для добавления текста, фото, логотипа и так далее. Клиент может модифицировать шаблон при помощи инструментов AdLizard. Большинство этих операций доступны через простое меню.

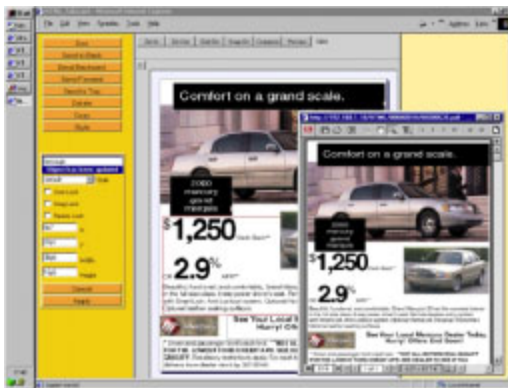
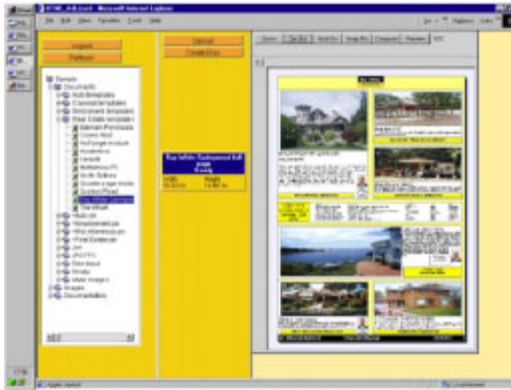
Чтобы не вводить читателя в заблуждение нужно сказать, что AdLizard, скорее можно назвать интерфейсом к базе данных издания, поскольку непосредственно производство (верстка) осуществляется по-прежнему в XPress или InDesign.

Изображения загружаются в базу данных AdLizard в режиме RGB, чтобы алгоритм конвертации в CMYK оптимизировал изображения для каждой конкретной публикации.

Затем AdLizard создает миниатюры — preview объявлений и реклама формируется на сайте издания. В любое время в течение фазы создания по сети доступна функция просмотра и генерации PDF-версии объявления, которая может быть использована рекламодателем для вывода цветопробы.

Вот так вот — простенько и со вкусом, и заявленная стоимость комплекса — полсотни тысяч долларов, ничуть не смущает разработчика. Далее.

DeskNet ContentWelder (расширение Automated Publishing System) — так же как и вариант InDocs — Java-приложение, которое работает в окне браузера и позволяет удаленным пользователям редактировать документы QuarkXpress без необходимости установки Xpress на их компьютере. Системный админист-



Любопытный пакет AdsUp компании Managing Editor (о других продуктах компании вне всякого сомнения гораздо лучше расскажут ее представители в России - компания "Терем") позволяет использовать наладонник Palm для того, чтобы подать и загрузить рекламу в базу данных газеты дистанционно. На экране - данные о рекламодателе, выбор публикации, дату публикации, спецификацию и размер объявления и так далее.

Шаблон AdLizard. Сначала необходимо выбрать документ из библиотеки шаблонов (например, из библиотеки недвижимости).

После выбора создается рабочая копия, в которую можно импортировать новые изображения и текст. Можно изменить размеры графических и текстовых боксов и перемещать их в пределах страницы. Текст может редактироваться и стили могут быть изменены.

Редактирование и просмотр рекламы.

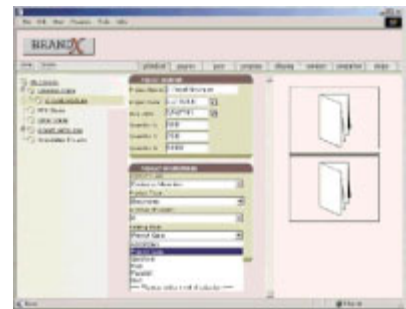
Весь текст представлен в виде WYSIWYG и может быть отредактирован.

Кнопка предварительного просмотра вызовет генерацию PDF- файла объявления и его просмотр в отдельном окне.

Что, естественно, будет точной копией объявления и может быть использовано как для визуальной оценки на экране монитора так и для печати твердой копии, которую при известных условиях можно рассматривать в качестве цветопробы.



PrintCafe упрощает процесс задания спецификации своим модулем Printellect. При помощи wizard-метода выбор спецификации определяется контекстом предшествующих выборов. Пример демонстрирует выбор способа фальцовки.

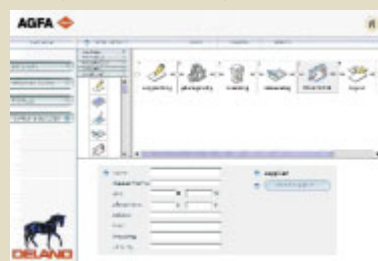


Примеры сетевых «приложений», выполняющих DTP-функции

Java-апплет еще одного онлайн-редактора — ContentWelder, демонстрирует, что идея использовать в качестве «несущей» открытые форматы, а интерфейса — всем знакомое окно браузера становится все более привлекательной для разработчиков.



Для создания планов проектов Delano использует метафору блочного построения. Сообщения для запаздывающих или завершенных заданий посылаются Delano по электронной почте и, посредством WAP, на мобильный телефон или пейджер.



Компания Pindar, чья система производства каталогов уже была рассмотрена в КомпьюАрте, также представила web-разработку Merchant Wizard, позволяющую офисному персоналу, взаимодействовать с каталогом. Например, это может быть, персонал, обладающий полномочиями определять товарный ряд продаваемых продуктов и способ их продвижения. Первым шагом будет выбор типа публикации (например, листовка). Затем, просматривая продукт, торговец выбирает из базы данных продукты, которые должны быть отображены в листовке, и выставляет текущие цены. После — выбирает шаблон из доступных в системе. Система автоматически формирует листовку и делает ее доступной в виде PDF. Также автоматически генерируется GIF, чтобы обеспечить быстрый предварительный просмотр для удаленных пользователей.

Pindar реализовал решение, позволяющее нетехническому персоналу управлять производством каталога.

Основные шаги

(сверху-вниз, слева-направо):

- а) выбор стиля для материала;
- б) выбор публикуемых продуктов;
- с) выбор шаблона;
- д) генерация PDF-пробы.



ратор, например, может зарегистрироваться на сервере с любого места и управлять процессом производства.

DeskNet извлекает содержание документов и выражает их как XML-объекты. Когда пользователь запрашивает страницу через окно просмотра, ContentWelder собирает симулякры из информации, которую он получил в XML-формате.

Рабочая лошадка от Agfa

Agfa вошла в мир e-commerce с объявлением о своей системе управления проектами Delano. Нацеленная на представителей бюро обслуживания печатных салонов, Delano — это web-система для обработки деталей печатного заказа, от начальной сделки и выставления счета до конечной поставки. Система поддерживает печатную терминологию на 14 языках.

Чтобы напечатать проект Delano предлагает заказчикам метод, основанный на шаблонах. Заказ визуально подготавливается при помощи инструмента Template Builder. Разрабатывая продукт, Agfa также опросила пользователей системы предпечатной подготовки Arpogee — каким на их взгляд должен быть веб-интерфейс для связи с потенциальными заказчиками. По сообщению маркетингового директора Джона Харрисона, ответ подавляющего большинства был — «никаким!», поскольку по мнению предпечатников открытие производства пре-пресс через веб-интерфейс принесет больше проблем, чем призвано решить.

Последний пример показывает, что несмотря на успешность «открытия» издательских процессов часть из них, дабы не наломать дров, лучше пока выполнять по старинке.

Надеюсь этот беглый и далеко не полный обзор дает представление о современных направлениях развития. Выводы еще предстоит сделать, но как знать? — может быть в недалеком будущем пользователя совсем не будет волновать какая программа трудится над его заданием, поскольку сам он будет работать через интернет и единственным его инструментом будет окно браузера. Не спрашивайте — какого.