

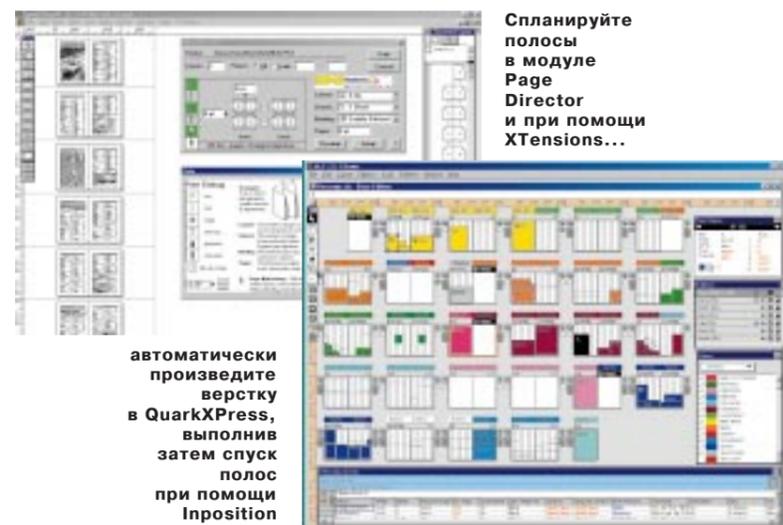
АЛХИМИЯ УСПЕХА

как покрасить бумагу так,
чтобы она превратилась в деньги

Александр Шмаков

Несколько лет назад, после прошедшей в Штатах олимпиады, журналисты из «Смены» привезли пачку журналов, которые ежедневно выходили там во время соревнований. Я помогал тогда делать спортивный журнал, и нам эти «ежедневки» при-

нер так быстро не работает (учитывая число иллюстраций)! А цветокоррекция, обтравки, коллажи, корректура, вывод пленок, да сколько еще всего!.. Одним словом, они меня всерьез озадачили. Технология, однако... И я захотел «сделать себе такую же».



Спланируйте
полосы
в модуле
Page
Director
и при помощи
XTensions...

автоматически
произведете
верстку
в QuarkXPress,
выполнив
затем спуск
полос
при помощи
Inposition

несли в качестве иллюстративного материала. Не помню, использовали мы их или нет, – меня тогда поразило другое. Качественные 80-страничные журналы с результатами соревнований интервью с победителями, снимками самых захватывающих моментов соревнований, зрители получали утром следующего за событиями дня! Пусть он печатался восемь часов, выводился – два, плюс развозка... На то, чтобы его сделать, по моим подсчетам, оставалось около четырех часов (в среднем – по 3 минуты на полосу). Это казалось фантастикой. «Ну, хорошо – решил я, – рекламу можно отбросить, какие-то материалы поступали в течение всего дня, всем этим занималась куча народа...» Пусть даже половина была готова заранее, тогда получается 6 минут на полосу. Но все равно – ска-

Итак – как покрасить бумагу так, чтобы она превратилась в деньги. Я хочу попытаться рассказать не только о том, что и как следует класть на бумагу, но и о том, каким способом и при каких условиях это делать. Кстати, об условиях... Было одно условие. Оно было поставлено одним человеком (имена называть бессмысленно), когда он провозжал своего довольно долго гостившего у него друга. Он сделал отъезжающему подарок и просил его в память об их дружбе, выполнить одно простое условие – где бы они ни оказались, всегда ставить подарок лицом в сторону восхода. Вернувшись домой, тот так и поступил. И через пару дней заметил, что обстановка в его комнате, как-то изменилась. Она стала ужасна! Уродлива и неподобающая. Он всю ночь переставлял мебель в

своем доме и наутро обессиленный слег. Проснувшись, он увидел, что добился своего. И с радостью вышел во двор. Как же он не замечал этого раньше! Он навел порядок и во дворе, и вышел на улицу... Я, к сожалению, не знаю, чем все это закончилось. И потом – я отвлекся. Так вот, бумагу красить нужно совершенно определенным способом. Но сначала о другом, иначе ничего не получится.

Философский камень

Если вы решили сделать успешное периодическое издание, будь то газета, или журнал, или всякие другие разности, – решите, каким оно будет. Чтобы достичь в этом деле успеха, с самого начала надо решить, что же вы хотите сделать, причем, как можно точнее. Это – ваш философский камень. Это все равно, что поддела сделать. Вы уже делаете? Об этой ситуации – ближе к концу повести. Если вы не являетесь специалистом в этой области, пригласите кого-нибудь, кто мог бы вам связно об этом рассказать. Нелишне изучить печальный опыт соседей. Во всем мире издательский бизнес – жутко прибыльное дело. Решите: для кого это издание [вариант ответа – для себя], из чего оно должно состоять [в Америке только одна оригинальная газета, а все остальные – дайджест из нее], как оно будет делаться [на колленках]... Если вы не очень ясно все это себе представляете или питаете некоторые иллюзии по поводу того, что «и так сойдет», настоятельно рекомендую – пригласите специалиста, который «владеет темой», способного собрать команду профессионалов и организовать процесс. Если, конечно, вы намерены заняться этим всерьез и надолго. Или изучайте все детально сами. Время, правда, уходит. Да, и с названием не горячитесь – двухтысячный год на дворе. Как-то мы с Олегом Осетинским пришли регистрировать газету, он придумал название и концепцию – «Русский Рэмбо». Регистратор язвительно заметил: «Какое амбициозное название». Олег тогда ответил: «Знаете, какое самое амбициозное название? Газета «Правда». Неплохая, если не сказать – гениальная, сцена...

Выбор инструментов

Вторым по важности является выбор верного места. Я не буду морочить вам голову и, доверяя вашей интуиции, дам лишь пару самых общих рекомендаций. Место должно соответствовать имиджу издания. Если вы собираетесь делать ювелирное изделие (а топорных и так хватает), не надо давать в руки сотрудникам драчовые напильники. Ничего, кроме загубленных болванок, не получится. Правильный софт, о котором чуть позже, свежий воздух, хорошее (правильное) освещение, умеренное питание, быстрые машины, удобные кресла... Техника (а я сознательно буду рассматривать массовые, минимально приличные решения) не должна быть очень дорогой. Не стоит она того. Поэтому – PC. По моему глубокому убеждению, обойтись пока можно и компанией P-II 128Mb. Matrox, Zip, магнитооптика, CD-writer. Монитор, сканер и принтер должны быть хорошими. Из мониторов подойдут 17 дюймовые Mitsubishi, Sony, ViewSonic. Сканеров лучше иметь два – например, Hewlett-Packard и Agfa, Microtek или Umax (на выбор). Необходим PostScript-принтер формата A3. Берите тот же Hewlett или QMS. Я посоветовал бы покупать «железо» там, где сидит толковая команда специалистов, которые могут и монитор, и сканер, и фотонабор реанимировать. Возможно, я сейчас выскажу крамольную мысль, но сейчас нормальное издание можно сделать и на Pentium 100/64Mb. Вообще, в вопросе приобретения «железа» лучше, не следовать печатным рекомендациям, а довериться специалисту, желательно тому, кто будет потом на всем этом работать.

Итак, вы решили что делать. Место и команда готовы. Нужно разработать структуру и сделать крепкий макет: такой, чтобы он выжил и не был уродцем или зомби. Дайте вашим читателям возможность удовлетворить свой интерес к предлагаемой вами информации, а не заставляйте их разгадывать ребусы псевдодизайнерских изысков. Купите побольше бумаги, на этом нельзя экономить, это – святое. В общем случае берите пример с Time, Life, не

стесняйтесь. Когда макет готов, его следует оптимизировать с точки зрения технологичности. Сверстайте пару номеров в реальном времени как домашнюю работу. Вы обнаружите «узкие места». Устраните их. В наше время и в нашей местности стоимость препаратов в сфере информационных технологий практически равняется цене рецепта. Очень важный момент, стоит заметить. От того, какие средства (программные) вы смешаете в вашей издательской среде, во многом зависит успех предприятия. Остановимся на этом подробнее. Грамотным решением будет внедрение издательской системы (см. статью «Издательские Системы: быстрее ветра») или аналогичной технологии. Внедрив специализированную издательскую систему, вы несомненно добьетесь больших результатов, чем ожидали. Ролики, демонстрирующие эффективность таких систем, вы можете скачать по адресу www.chat.ru/~as_demo. Они были записаны при помощи подтормаживающей программы ScreenCam, поэтому запись, к сожалению, не показывает реального быстродействия системы. Менее эффективным, но более простым вариантом может стать построение сборной из лучших игроков программного рынка (см. «Издательский коктейль»). Когда основной комплект установлен, настройте и откалибруйте ваше оборудование и программы, возьмите в типографии профили ICC. Если вас, несколько раз переспросив, направят в другое место, – не соглашайтесь, перейдите на более понятный отечественным полиграфистам язык и выясните у них все печатные параметры вашего заказа и особенно-сти их производства – кроме них, этого никто не знает. Прокон-

сультируйтесь с вашей препресс-студией. Это поможет вам избежать части неожиданностей при получении тиража.

Точные действия

Если вы выпускаете черно-белую газету, печатающуюся с разрешением 80 lpi в типографии с лысыми формами, проверьте, не увлеклись ли ваши коллеги чрезмерно тщательной ретушью. Половина их стараний просто не пропечатается. Это касается и микроскопических хитросплетений на цветных картинках. На большом экране все это, безусловно, выглядит здорово, но не забывайте про реальный печатный размер и возможности вашей типографии. Хороший макет позволит вам из номера в номер применять шаблонные сетки и избегать возникновения случайного неоправданного дизайна полос. С другой стороны он избавит вас от необходимости каждый раз изобретать велосипед и «колдовать» над полосой заново. Объявления размером со спичечную коробку стоит оформлять со всей доступной эффективностью простоты; в противном случае они образуют на полосе беспорядочное месиво. Это похоже на то, как если бы вы надели плащ, состоящий из множества никак не сочетающихся лоскутков. Вы что – панк? Или вы думаете, что ваши читатели – поголовно пан-

Тест: Какой из меня издатель?

Итак, у Вас чешутся руки, основать собственную газету или журнал. Прежде чем Вы это сделаете, пройдите этот небольшой тест, чтобы увидеть, является ли издательский бизнес подходящим для Вас. Оцените свои способности и, отвечая на вопросы, поставьте себе отметки, как в школе от 1 до 5 по каждому пункту. Задайте себе эти семь вопросов:

1. У вас есть предпринимательские качества? Издательское предприятие имеет обыкновение, едва начавшись, развиваться в хаос и обычно приносит издателю целый ряд неожиданных проблем. Благополучный запуск новой публикации потребует больше работы, чем Вы можете себе представить. Только дурак или ловкий предприниматель может решиться на такое начинание. Вы один из них?

2. Движимы ли вы страстью, миссией или мечтой? Страсть важна. Если вы любите предмет вашего дела, тогда вам будет значительно легче выдерживать полную лишения жизнь независимого издателя. У вас есть горячее желание изменить мир или устойчивое увлечение вашим делом?

3. У вас есть нечто ценное, чтобы поведать читателям? Вы можете поставлять интересные публикации не просто один раз, а из номера в номер? Вы убеждены, что ваши читатели хотят слышать то, что Вы им собираетесь сообщить? Масса людей, претендующих на издательскую деятельность, забывает проверить, есть ли глубокая и постоянная необходимость в информации, которую они хотят сообщить.

4. Вы можете убедить других людей, чтобы они помогли вам? Обаяние может быть более полезным, чем деньги в банке, если Вы — издатель, поскольку Вам потребуется поддержка многих людей — от авторов и печатников до банкиров и почтальонов. Вы можете хорошо вдохновить, заинтересовать и направить людей?

5. У Вас и у ваших читателей есть устойчивый интерес к предмету вашего издания? Прежде чем придет успех, потребуются несколько лет упорного труда (это верно для большинства газет и журналов). Вы хотите заниматься издательским делом всю жизнь? Если Вы просто хотите осветить обстоятельства собственного развода, напишите книгу, не запускайте периодическое издание. Надо полагать, в скором времени Вы оставите эту тему и перейдете к другой. То же сделает и ваш читатель. Темы, которые Вы хотите предложить, действительно будут постоянно интересны читателям?

6. Вы допускаете финансовый риск? Периодическое издание является очень рискованным делом с огромной вероятностью краха. Есть масса путей, чтобы управлять рисками, если Вы намерены их предусмотреть. Вы можете пойти на риск и в то же время принять меры, которые увеличат ваши шансы на успех?

7. У вас есть связи? Чем больше вы знаете относительно предмета вашего издания, тем выше ваши шансы на успех. У вас есть друзья, влиятельные в области ваших интересов, которые могут помочь вашему изданию приобрести точку опоры?

Интерпретация результатов: Если ваша сумма меньше 10, лучше поищите пока работу в чем-то издании вместо запуска собственного. Если сумма ваших баллов составляет от 10 до 25, то вам лучше поискать людей, чьи таланты дополнят ваш собственный; если ваши баллы выше — у Вас есть шансы стать успешным издателем.

ки? Панки газет не читают. Объясните это дизайнерам.

О сюрпризах

Поверьте, даже если вы «все просчитали заранее», вас ожидает масса сюрпризов. Издательские дела непредсказуемы, как женщины (но это ведь не повод чтобы их не любить, правда?). Газеты без ошибок не бывает. Это — правда, поскольку газеты делают люди. Но ошибок некоторого рода можно избежать, просто введя дополнительную степень контроля. И тогда действующий вице-губернатор не будет объявлен на весь город бывшим, в рекламе — не будут предлагаться винчестеры Matrox, и не будет публикаций с фотографией однофамильца героя материала. Конечно, нужно учитывать человеческий фактор. Люди очень обижаются на компьютеры, когда они «тормозят». Но надо сказать, что в целом компьютеры работают весьма прилично, а люди прощают себе гораздо большее. Так, однажды я был свидетелем того, как человек полдня боролся с собственной «ненаблюдательностью», пытаясь поместить в верстку ярлыки вместо картинок. Программа упорно выводила сообщение, что не может поместить данный тип файла... Он переставил программу, потом Windows, и опять стал помещать ярлыки. Если вы застанете кого-либо за подобными занятиями, попробуйте нерезким движением снять его внимание с объекта страсти и переключить на что-нибудь нейтральное. Например, предложите ему прочитать эту статью. И попросите, чтобы кто-то из присутствующих свежим взглядом оценил ситуацию. Если вы решились после всего вышеописанного заняться издательским бизнесом — пройдите тест. Что делать, если дело уже работает, но не так как хотелось бы? В известный момент любое дело требует притока «свежей крови» в виде новых решений и идей. Необходимо сделать петлю (фигура из высшего пилотажа), чтобы выйти на новый виток роста. Оглядитесь вокруг. Может быть, все проще, чем вы думаете? **A**

Издательский коктейль

Александр Шмаков

Возможный состав издательского коктейля будет таким (многие имена вам, конечно, знакомы): в качестве программы подготовки данных можно установить MultiEdit (www.multiedit.com). Этот программистский редактор обладает широкими возможностями для обработки текста и, поддерживая макросы и выделение столбцов, может составить достойную альтернативу Excel. Есть версии для DOS и Windows. Для каталогизации и просмотра изображений создана масса программ. Посмотрите Thumbs (www.cerious.com); он поддерживает пакетную конвертацию файлов в различные графические форматы. Для этих же целей с успехом можно использовать Graphic Workshop (www.mindworkshop.com/alchemy/alchemy.html) — есть версии для DOS и Windows. Используйте программы Adobe и шрифты ParaType. Ненужное удалите. Усильте Photoshop (естественно, пятый) фильтрами: KPT, AlienSkin Xenofex и EyeCandy, Extensis PhotoGraphics, PhotoFrame и MaskPro, TypeCaster и TypoEdges. Загляните на страницу «Photoshop без секретов» (<http://prism.xproject.ru/home/home.shtml>) и скачайте actions. Сделайте свои. И не ставьте русские версии программ (Windows тоже касается) — это возвращает. Как альтернативу Illustrator рассмотрите FreeHand. В дополнение к Photoshop — Painter. Прервемся.

«Фрукт? — Яблоко. Поэт? — Пушкин. Пакет верстки? — QuarkXPress». И никаких дискуссий, коллеги, время — деньги! Нет русских переносов для 4-ой версии? Давно есть, два варианта на выбор. На www.postman.ru/~ako от Алексея Кольцова, который обещает написать в ближайшее время XTension для создания мягких теней, модифицировав свой скрипт, который применялся в «С-инфо». Написав автору отзыв, вы также можете предложить свои идеи рас-

ширений XPress, PageMaker и Photoshop. Второй модуль был обнаружен у братьев-славян в Киеве (<http://www.ics.kiev.ua/files/mkhyph.zip>). Автор — Сергей Шалаев, занимается системной интеграцией, и написал также программу цветокоррекции монитора с помощью Matrox под NT. Оба автора любезно предоставляют свои расширения бесплатно. Мир расширений Quark едва ли не более обширен, чем ресурсы дополнений для Photoshop, — каждый может найти то, что ему необходимо. Стоит упомянуть Export to TIFF, Save area as EPS, Sort Text, Extensis QX-Tools (слои, стили, поиск и замена атрибутов для боксов, открытие для редактирования файлов EPS, PS, PDF), I Shadow (для создания полутонных теней). С выходом пятой версии XPress, Quark обещает полную совместимость со старым форматом расширений. Пока же приходится использовать обе версии программы, в зависимости от типа задачи, которую нужно решить. Автоматизируйте процесс верстки. Например, воспользуйтесь тройкой расширений от Em Software (не самый удобный, но вполне жизнеспособный вариант). QuarkXPress поддерживает собственный язык разметки XpressTags, позволяющий определить стили и форматирование материала в текстовом файле. При импорте такого файла XPress интерпретирует тэги и отформатирует текст в соответствии с ними. Xtags, Xdata, Xcatalog (www.emsoftware.com) используют расширенный вариант языка разметки документа XPress. Xtags описывает все атрибуты текста, линий, фигур, связанных и несвязанных боксов, расположение элементов на странице, связи с графическими файлами и применение шаблонов при автоматическом создании новых страниц. Практически для любой «кнопки» и команды XPress в Xtags есть тэг. Что это дает? Web-

мастера, я думаю, уже смекнули. Xdata и Xcatalog в свою очередь позволяют выполнять регулярную заверстку полос и применять update content. К чему я все это веду? Сделав варианты шаблонных сеток для полос и рубрик, чтобы избежать возникновения «случайных» рисунков страницы, вы можете автоматизировать 80% вашей верстки. Причем все будет стоять на местах железно (это все-таки не PageMaker). Верстка готова — тексты вычитаны, DCS EPS (jpeg encoding, сохраняйте изображения в этом формате даже если не используете OPI), все связи живы. Тогда — в PostScript. Желаете Preflighting? Если технология отлажена, то не стоит тратить время. Но для верности: на www.extensis.com/preflightpro/PFPreflightingsolutions.html лежит сравнение двух пакетов. Если ни типография, ни препресс-бюро не могут сделать для вас спуск полос (см. статью «Все люди делают это»), сделайте его сами. Для полноцветных изданий это просто необходимо. Поясню простым примером. Возьмите в руки печатать, сделайте синий оттиск, теперь точно на это же место — красный, желтый и черный. Как совмещение? А теперь возьмите в горсть четыре печати и повторите процедуру... При ручном монтаже пленок в типографии (по четыре или восемь на форму) возможны некоторые перекосы. Применив программу DK&A Inposition или Quite Imposing, вы сэкономите деньги и время, и добьетесь лучшего качества. Вот и все. Коктейль готов. Выводите пленки, делаете цветопробу, печатаете тираж. Специи добавлять по вкусу. Не покидает ощущение, что я забыл что-то важное... Так и есть. Стоило рассказать еще об одной системе автоматизации editorial workflow. Но об этом в следующий раз. **A**

Издательские системы: быстрее ветра

Есть ряд коммерческих решений, позволяющих сделать процесс подготовки издания легким как выдох. В качестве разминки совершим небольшую прогулку по сети. Начнем, например, с www.cybergraphic.com.au – «ваш интерфейс будущего». Судя по документации, которую они мне прислали, это весьма крепкая и производительная система, обладающая всего одним недостатком: это – вещь в себе. Состоящая из нескольких базовых модулей – для планирования полос, автоматизированной верстки,

Александр Шмаков

и за 9 секунд. Предлагается несколько специализированных конфигураций – для каталогов, справочников, газет, так же поставляемых под заказ. И, чтобы окончательно «прочувствовать тему», зайдите также на www.baseview.com, обещающий поддержку и для Adobe InDesign.

Большинство издательских систем (editorial system/publishing system) обернуто вокруг QuarkXPress и распространяют стойкий яблочный запах. Но есть и Windows-совместимые системы или их версии. Спра-

Managing Editor Inc. (www.maned.com) вы можете познакомиться с другой реализацией построения editorial workflow. Здесь есть из чего выбирать. Скачайте, например, модуль-планировщик Page Director Classified Layout System и расширение для XPress. С их помощью вы увидите, как это делается. В окне планировщика располагаются миниатюры полос, панель инструментов для управления шаблоном и контрольная панель, показывающая информацию о заполнении полосы, характеристики рекламных и текстовых блоков, иллюстрациях и объявлениях. Очень удобное решение для выстраивания логической структуры издания, управления массивами информации и организации разделов и шаблонов полос номера. После того как вы все спланировали, может быть немедленно сформирован документ XPress. Таким образом, у вас в руках оказывается удобный инструмент организации и контроля верстки полос.

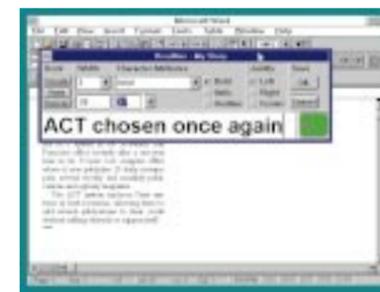
На www.napsys.com представлена «заточенная» под газетное издательство North Atlantic Publishing Systems. Ее облегченная версия – HNJ Engine Lite поддерживает пакетный импорт текстов в формате Word а так же графики в QuarkXPress, позволяя разметить текстовые документы для размещения в различных боксах Quark, что может быть удобно для пакетной верстки объявлений.

Исключительно Windows-образец системы предлагает Advanced Publishing Technology (APT, www.advpubtech.com). Не пугайтесь «шароварного» интерфейса в стиле 3.11, – здесь все за деньги. Уже выпущена новая версия комплекса Automated Complete Typesetting (ACT). Просто компания небольшая: не успевают они все сразу – и сайт обновить, и к выставке продукт подготовить. Вообще, за время переписки с компаниями, предлагающими организационные решения для редакций, у меня сложилось впечатление, что в них царит беспорядок едва ли не больший, чем в самих редакциях (неорганизованных). Хочется верить, что мне это просто показалось. Три «демки», которые

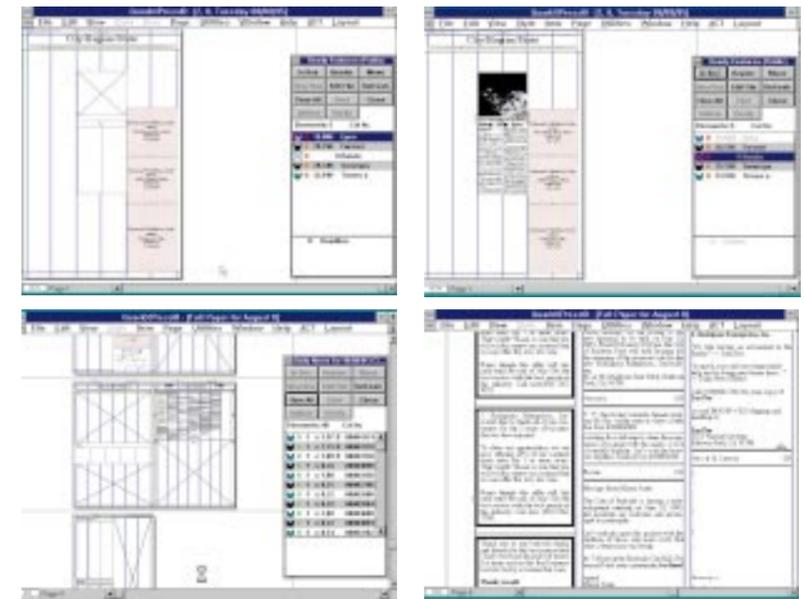
вы могли сгрузить с APT, пока я критиковал американскую безалаберность, показывают, как работают три их модуля, предназначенные: ACT Pagation – для верстки, ACT Editorial – для редакторской работы, и ACT Advertising – пульт управления для рекламного отдела.

Advertising немного похож на Access, позволяет менеджеру организовать базу данных рекламодателей газеты или каталога. В поля вносятся различная информация, включая название, реквизиты, адрес, телефоны, учетный номер, количество и календарь публикаций, состояние оплаты и пр. «Не отходя от кассы» тексту объявления присваиваются размер, стили текста и атрибуты (линии, рамки, «пули» и т.д.), и менеджер видит, как будет выглядеть объявление на полосе. Объявления назначаются в публикацию и генерируется размеченный файл, который, будучи помещенным в издание, автоматически становится сверстанной полосой.

Editorial превращает Word во вполне пригодный для подготовки предполосных материалов инструмент. Автор или оператор набора, готовя текст, сам назначает стили для заголовка, вводки, расставляет выделения и отбивки. Прикрепляет к тексту необходимые иллюстрации и... все.



Дальнейшее совсем просто. В QuarkXPress начинает свою работу третий модуль – ACT Pagation. На «панели статей» верстальщик видит все материалы предназначенные для этого номера. Графика и тексты обозначаются пиктограммами. Нажав кнопку «Импортировать все», оператор запускает процесс автомати-



Процесс регулярной верстки при помощи системы ACT сводится к нажатию нескольких кнопок

ческой верстки. Публикация готова. Но рассмотрим процесс по шагам. На «панели статей» – пиктограммы статей, заголовков, иллюстраций, подпишей к ним. Щелчок – статья разверстана на две колонки. Щелчок – над статьей встал отдельный блок с заголовком, стиль, естественно, уже присвоен. Щелчок – вставляется иллюстрация, еще один – подпись на месте. Примерно так это работает. Далее. Допустим, вы захотели что-то переделать – снять материал или заменить его другим, переставить иллюстрации или рекламу. Вы делаете все необходимые перемещения и «экспортируете» все или выбранный фрагмент обратно в чрево «базы статей». Страницы девственно чисты. Художник добавляет еще один коллаж, рекламный отдел чудом вспоминает, что реклама должна стоять на другой полосе и вообще модуль не тот, автор, наконец, взобрался на Музу, простите – Пегаса, и написал новый вариант текста, вполнине больше прежнего. И минуту назад в пятый раз позвонили из типографии со странным вопросом – где пленки? И все еще девственно белеют восемь страниц. Сколько вам потребуется времени, чтобы их сверстать? Минута! Даже

меньше, поскольку геометрия страниц и размеченные материалы ждут вашего нажатия на кнопку импорта. Вот и все. Да, для не слишком щепетильных есть функция «разгонки» и «вбивки» текста. Но пора возвращаться домой. Дома же нас ждет не очень широкий выбор – QPS в сопровождении кампании «Терем» или «самописные» решения. Есть еще издательская система «Книга», сделанная питерским «Полиграфмаш». Но это – без комментариев. А QPS – хороший продукт, дорогой. Его идеология состоит не столько в автоматизации операций, сколько в организации коллективной работы редакции. Некоторые, например, издательский дом «Коммерсант», предпочитают разработки собственных программистов. Хотя в ряде случаев такой подход можно признать имеющим смысл, в массе своей «самописные» программы ведут себя послушно только в присутствии хозяина, то есть автора, и проходят постоянный процесс отладки. По всей видимости, проще пригласить специалистов, которые установят вам проверенный временем коммерческий продукт, обучат персонал и передадут вам комплект документации. Выбор за вами. [A]



Издательская система North Atlantic Publishing Systems использует свой вариант разметки документа Xpress

технологического контроля и пр. – она, тем не менее «доводится» под каждого конкретного заказчика. Демонстрации не высылают. Такие системы, например, могут за 10 секунд сверстать 100 страниц газеты, включающих в себя 30 000 объявлений и 400 рекламных блоков.

Еще один пример системы самостоятельной, а не построенной вокруг какого-либо пакета верстки, – www.calligramme.com. Системы Calligramme позволяют создавать как печатные издания, так и, например, интерактивные справочники для CD в формате PDF. Умеют делать спуск полос. Calligramme Directory может сформировать 50 000 статей менее чем за 12 минут, и переформатировать их вместе с восьмьюстами рекламными блоками (около 400 стра-

ведливости ради отметим, что Quark Publishing System (QPS) и некоторые другие системы умеют работать и с PageMaker, а слабые подобию больших систем существуют и в качестве Plug-in для PM, например, фирмы GalleyMaster (чей адрес и другие полезные для пользователей PM ссылки вы найдете по адресу <http://magrathea.chance.ru/~aleshin/pagemakr.htm>).

Британские газеты, давшие миру многие издательские стандарты, естественным образом вызвали и появление нескольких издательских систем. Самая известная на островах – детище компании Miles 33 (www.miles33.co.uk). Предлагаются Newspaper Systems, Directory Systems, OASYS – модификации на выбор. На сайте пенсильванской компании