

# Nowe Media

miesięcznik poświęcony elektronicznemu edytorstwu

## Aktualności

- Seybold San Francisco Publishing 97 [ reportaż ]

## Temat

- SGML - technika opracowania publikacji elektronicznych

## Seminarium

- Elektroniczne archiwum wydawnictwa
- Intranet w wydawnictwie

## Web nie od parady

- Adresy internetowe polskich wydawnictw (2)
- Księgarnie w Internecie

## Informator

- Polski Rynek Nowych Mediów



# NIEZBĘDNE W PRACY KAŻDEGO FINANSISTY

## „Podatki z komentarzami” CD-ROM dla profesjonalistów 1/1997

(cena 398 zł + VAT)



**- zawiera:**

**• Ujednolicone teksty ustaw:**

- Podatek dochodowy od osób fizycznych
- Podatek dochodowy od osób prawnych
- Podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy
- Podatek od spadków i darowizn
- Podatki i opłaty lokalne

- Opłata skarbową
- Zobowiązania podatkowe

- Ustawa o rachunkowości
- Ustawa o doradztwie podatkowym
- oraz ponad 150 innych aktów ustawowych i pozaustawowych

**• Orzecznictwo NSA do ustaw podatkowych**

**• Komentarze do:**

- Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych
- Ustawy o podatku od towarów i usług oraz o podatku akcyzowym - VAT
- Ustawy o podatku od spadków i darowizn
- Ustawy o zobowiązaniach podatkowych

**• Monitor Podatkowy - Miesięcznik prawa podatkowego i gospodarczego (roczniki 1994-1996)**

Wymagania sprzętowe: PC

Wymagania systemowe:

Windows 3.x, Windows NT, Windows 95

Wydawnictwo C.H. Beck

ul. Tyniecka 38a, 02-621 Warszawa

tel. 646 02 90, fax. 646 02 91

<b>ZAMAWIAM</b> „Podatki z komentarzami” CD-ROM dla profesjonalistów 1/1997 w cenie 398 zł + VAT Proszę o realizację zamówienia: <input type="checkbox"/> za pobraniem pocztowym <input type="checkbox"/> po dokonaniu wpłaty na konto.	Imię i Nazwisko _____ Firma _____ Adres _____ _____ _____ _____ Niniejszym upoważniam do wystawienia faktury VAT bez podpisu odbiorcy, nr NIP _____ Wydawnictwo C.H. Beck, ul. Tyniecka 38a, 02-621 Warszawa PBK S.A. VIII o/W-wa, 11101037-817709-2700-1-60
---	--

# **epublica / Nowe Media**

miesięcznik poświęcony elektronicznemu edytorstwu

Epublica / Nowe Media jest miesięcznikiem adresowanym do wydawców zainteresowanych tym, co po angielsku określa się mianem „electronic publishing”, a co tłumaczymy jako „elektroniczne edytorstwo”.

Omawiamy problematykę nowych mediów. Przedstawiamy nowe techniki publikacji i ich praktyczne zastosowania.

Bez zagłębiania się w szczegóły techniczne, zwracamy uwagę przede wszystkim na te aspekty funkcjonalne i ekonomiczne prezentowanych rozwiązań, które mają znaczenie dla wydawców.

Obserwujemy szybko rozwijający się rynek nowych mediów w Polsce i na świecie. Komentujemy pojawiające się na nim tendencje. Prezentujemy działające na tym rynku firmy i ich dokonania.

Staramy się unikać języka technicznego, chociaż nie jest to do końca możliwe. Kluczowe terminy występujące w publikowanych tekstach są objaśniane w glossarium.

Wybrane materiały z Nowych Mediów publikujemy w Internecie pod adresem <http://www.epublica.pol.pl>.

Zespół redakcyjny

**Wydawca:** Włodzimierz Wypych

**Adres redakcji:**

04-886 Warszawa, ul. Garncarska 37 A  
tel. (022) 651-30-85, tel/fax 615-69-05  
e-mail: [epublica@pol.pl](mailto:epublica@pol.pl)  
<http://www.epublica.pol.pl/>

**Redagują:**

Krzysztof Łączyński, Małgorzata Toczyłowska,  
Tadeusz Wypych, Włodzimierz Wypych

**Opracowanie graficzne:**

Robert Dobrzyński

**Skład:**

ABC DTP Studio, 02-793 Warszawa, ul. Belgradzka 18/43

**Druk:**

Drukpol, 00-739 Warszawa, ul. Stępińska 22/30

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść ogłoszeń.

(C) Copyright by Epublica.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Numer 0.2

Październik 1997

## **Aktualności:**

**Seybold San Francisco 97** ..... 5

## **Temat:**

**SGML - technika opracowania publikacji elektronicznych** ..... 7

## **Seminarium:**

**Elektroniczne archiwum wydawnictwa** ... 13

**Intranet w wydawnictwie** ..... 17

## **Web nie od parady:**

**Adresy internetowe polskich wydawnictw (2)** ..... 20

**Księgarnie w Internecie** ..... 22

## **Informator:**

**Polski Rynek Nowych Mediów** ..... 24



## Seybold San Francisco 97

Od 29 września do 3 października odbywała się coroczna impreza Seybolda (an event) poświęcona najnowszym technologiom wydawniczym – tym razem, jeszcze bardziej niż w poprzednich latach, zorientowana na publikacje elektroniczne i związane z nimi standardy: SGML i XML, (nasz reportaż obok).

## Internet Explorer wersja 4

Microsoft udostępnił finalną wersję przeglądarki Internet Explorer 4. Poza obsługą kanałów informacyjnych, która była zaimplementowana w znanej już wersji beta tego produktu, istotną nowością jest obsługa dokumentów XML o znacznie bardziej złożonej strukturze niż ta, jaką pozwalał wyróżnić HTML.

## Internet z kablówki

Na 860 tys. gospodarstw domowych województwa warszawskiego 300 tys. ma doprowadzony kabel telewizyjny. Telewizja kablowa ASTER CITY jeszcze w tym roku zapewni dostęp do Internetu pierwszym swoim abonentom. Także POLSKA TELEWIZJA KABLOWA rozpocznie w tym roku podobny eksperyment na warszawskim Ursynowie i w Lublinie.

Modemy kablowe w cenie ok. 400 USD osiągają prędkość transmisji do 10 MB/sek (wobec 28,8 KB standardowego modemu i komutowanego łącza telefonicznego).

## Dziennik PAP-u

Polska Agencja Prasowa uruchomiła ogólnie dostępny internetowy serwis pod adresem <http://www.pap.com.pl/dziennik/>.

## Architext

Na Softargu w Katowicach wyróżnienie otrzymał system Architext firmy 4Dream służący do tworzenia archi-

wów redakcyjnych. System wyposażony jest w mechanizm wyszukiwania pełnotekstowego oraz eksport dokumentów w formacie HTML, które mogą być udostępnione w Internecie/intranecie. Kontakt: 4Dream Sp. z o.o., 03-925 Warszawa, ul. Niekańska 35, tel./fax: (022) 617-12-54, e-mail: [4dream@ikp.atm.com.pl](mailto:4dream@ikp.atm.com.pl)

## Targi frankfurckie pod znakiem nowych mediów

Na Frankfurckich Targach Książki (Frankfurter Buchmesse, 15-20 października) nowe media były zawsze obszernie reprezentowane. W tym roku Targi przeszły jednak same siebie. Nowo utworzone Centrum Mediów w osobnej hali było obleżone. Bertelsmann – jeden z największych koncernów wydawniczych, aktywny na rynku nowych mediów – zapowiada boom w tej dziedzinie i przewiduje, że w 2000 roku nakłady na nowe media sięgną 35-45 % ogółu nakładów w branży wydawniczej.

## Digital Object Identifier

Stowarzyszenie amerykańskich wydawców (AAP – Association of American Publishers) sponsoruje opracowanie systemu identyfikacji zasobów publikowanych w Internecie o nazwie Digital Object Identifier (DOI), którego prototyp przygotowany przez Corporation for National Research Initiatives został przedstawiony na targach książki we Frankfurcie.

W odróżnieniu od konwencji URL identyfikującej zasoby zależnie od ich adresu w sieci, system DOI zapewnia identyfikację absolutną, podobnie jak to ma miejsce w przypadku numerów ISBN i ISSN. Identyfikator DOI pozwala więc dotrzeć do publikacji bez znajomości adresu, czyli także wtedy, gdy została ona przeniesiona na inny serwer. System ten jest wyposażony w mechanizm bezpiecznych transakcji oparty na technologii Cybercash.

Wprowadzenie systemu wymaga stworzenia mechanizmu rejestracji zasobów w skali globalnej. Zadanie to AAP zamierza powierzyć międzynarodowej organizacji fundacji (DOI Foundation). Więcej szczegółów można uzyskać pod adresem <http://www.doi.org>.

## PostScript 3 dla wszystkich

Adobe udostępnił w Internecie (<http://www.adobe.com>) specyfikację nowej wersji PostScriptu (Language Level 3 i Adobe PostScript 3 Version

3010 Product Supplement). Pełna specyfikacja (tzw. Red Book) będzie dostępna w przyszłym roku.

## W3C ogłasza projekt RDF

World Wide Web Consortium odpowiedzialne za wprowadzanie standardów w Internecie ogłosiło projekt („draft”) standardu określającego format metadanych, tzn. informacji opisujących dokumenty. Standard ten o nazwie Resource Description Framework (RDF) pozwala na precyzyjne zdefiniowanie dokumentu uwzględniające potrzeby wydawców, twórców witryn internetowych (katalogowanie własnych zasobów), cyfrowych bibliotek, jak też automatów indeksujących zasoby Internetu.

Specyfikacja RDF uwzględniona zostanie dopiero przez następną generację przeglądarek, ale już w tej chwili antycypuje ją CDF (Channel Definition Format) – wprowadzona przez Microsoft definicja kanałów informacyjnych, z których pozwala korzystać najnowsza, czwarta, wersja Internet Explorera.

Praktyczne wykorzystanie RDF zaprezentowała także firma Netscape, przedstawiając na imprezie Seybolda oprogramowanie o nazwie Aurora, które ma stać się komponentem Netscape Communicatora. Aurora tworzy poręczny hierarchiczny katalog zasobów na podstawie metadanych zawartych w dokumentach bez względu na to, gdzie faktycznie się znajdują – na dysku lokalnym, w intranecie czy w Internecie.

W skład grupy roboczej, która w ramach W3C przygotowała ten projekt, wchodzi m.in. przedstawiciele firm: IBM, Microsoftu, Netscape, Nokia, Reuters.

## W3C projektuje DOM

The World Wide Web Consortium opublikowało projekt specyfikacji określającej zasady osadzania obiektów w dokumentach HTML i XML oraz ich udostępniania i manipulowania nimi w ramach internetowych przeglądarek. Standaryzacja w tym względzie stała się koniecznością wobec rozwoju funkcji multimedialnych nowych przeglądarek i prób wprowadzania własnych rozwiązań przez ich producentów.

# Seybold San Francisco/ Publishing 97

Stefan B. Barański

Dwa razy do roku, na przemian w San Francisco i Nowym Yorku, odbywa się impreza, która skupia uwagę wszystkich zainteresowanych nowościami w dziedzinie nowych technologii wydawniczych. Organizatorem jest Softbankforums, ale powszechnie imprezy te znane są jako „seminaria Seybolda”.

Mają one już wieloletnią tradycję. Ich geneza sięga lat siedemdziesiątych, kiedy to Jonathan Seybold rozpoczął wydawanie specjalnych raportów dotyczących wykorzystania techniki komputerowej w praktyce wydawniczej. Fachowość i obiektywizm tych raportów, skupionych na promocji nowych technologii (ale nie na produktach określonych firm) zyskały uznanie amerykańskich wydawców, a sam Seybold uznany został za jeden z największych autorytetów w dziedzinie nowych technologii wydawniczych. W 1990 Seybold zainicjował cykl imprez o nazwie Digital World Conference, które zaczęły przyciągać wydawców, przedstawicieli mediów i przemysłu komputerowego. Obecność na seminariach Seybolda stała się niemal obowiązkiem dla wszystkich, którzy chcą dotrzymać kroku postępowi w dziedzinie nowych technik publikacji. Obecnie organizacją tych imprez zajmuje się Softbank Exposition and Conference Company – spółka, w której udział ma koncern Ziff-Davis Publishing Company. Obejmują one cały konglomerat przedsięwzięć, od doradztwa, poprzez seminaria i konferencje, wystawy i prezentacje, po fachowe biuletyny i serwisy w Internecie (<http://www.seyboldseminars.com>).

Tematyka kolejnych seminariów Seybolda najlepiej świadczy o przeobrażeniach, jakie dokonują się w sferze techniki wydawniczej. Wskazuje więc też nowe tendencje. Dominująca początkowo problematyka DTP została zepchnięta na bok przez znacznie ogólniejsze kwestie dotyczące elektronicznego edytorstwa (electronic publishing), czyli publikacji, które są tworzone i dystrybuowane w medium elektronicznym, bez udziału druku. Dowodem tych przeobrażeń jest program ostatniej imprezy w San Francisco, który został zdominowany przez tematykę „Internet publishing” w jego różnych technicznych i marketingowych aspektach.

Impreza odbyła się tradycyjnie w Moscone Convention Center i trwała od 29 września do 3 października, obejmując kilka równoległych cykli konferencji, do których od 1 października doszły prezentacje ponad trzystu wystawców. Wśród wielu prominentnych gości znalazł się też Bill Gates. Szef Microsoftu podkreślił znaczenie, jakie Microsoft przywiązuje do tworzenia

narzędzi dla wydawców. Skądinąd wiadomo, iż konkurent Microsoftu – firma Netscape wykazuje w tym zakresie zdumiewającą obojętność. Gates zdobył więc kolejnych kilka punktów przewagi nad rywalem. Prawdziwym powodem obecności szefa Microsoftu na SSF była jednak promocja finalnej wersji Internet Explorera 4.

Tematy konferencji obejmowały całe spektrum zagadnień, które mogą interesować dziś wydawców. Rozciągają się one od „tradycyjnych” zagadnień związanych z drukiem, które we współczesnym wydaniu oznaczają poligrafię cyfrową (technika CTP: Computer-To-Plate), poprzez DTP, systemy baz danych i systemy zarządzania dokumentami, po „electronic publishing” – problematykę, która sama w sobie jest obszernym zespołem zagadnień i która w ciągu kilku lat stała się dominująca na seminariach Seybolda.

Konferencjom towarzyszyły szkolenia (tutorials), spośród których większość dotyczyła stosunkowo wąskich zagadnień technicznych, ale część przeznaczono też dla kadry zarządzającej wydawnictw („Internet Publishing for Publishing managers”), wskazując na znaczenie Internetu dla wydawców, prezentując różne typy publikacji elektronicznych i taktyki publikowania w Internecie.

Problematyka elektronicznego edytorstwa jest w dużej mierze kwestią standardów, w tym także języków, które pozwalają odpowiednio oznakować strukturę publikacji. Dlatego wiele miejsca w programie zajął SGML oraz jego uproszczona wersja – XML. Szczególne zainteresowanie wzbudziła sesja pod nazwą „SGML Free-For-All”, która już tradycyjnie organizowana jest podczas imprez Seybolda. Interesujący był też przegląd narzędzi do przygotowania publikacji opartych na SGML, w tym także narzędzi do tworzenia publikacji w Internecie (HTML – język służący do przygotowania dokumentów World Wide Web jest oparty na SGML).

O ile jednak w poprzednich latach prezentowano głównie narzędzia do tworzenia stron internetowych (Web authoring tools), o tyle w tym roku uwagę zwracały przede wszystkim nowe rozwiązania „systemowe” umożliwiające zarządzanie zasobami całych site’ów. Tę zmianę podkreśla sam tytuł jednej z konferencji From Page Making to Publishing. Jeden z takich systemów zaprezentowała Firma Future Tense. Umożliwia on dynamiczne tworzenie stron WWW, przez „wlewanie” w określone z góry szablony informacji pochodzących z wielu różnych źródeł.

Do tego trzeba dodać tematykę wykorzystania Internetu (poczty, grup dyskusyjnych) w pracy codziennej wydawnictwa, w marketingu i sprzedaży on-line. Jeśli by próbować w całym tym gąszczu tematów wskazać



jeden, który można by uznać za przewodni dla SSF 97, to był to temat „publikacje niezależne od mediów” (media independent publishing), któremu poświęcono jeden z cykli konferencji.

Tak, to jest kwestia, która wychodzi naprzeciw dzisiejszym oczekiwaniom wydawców i będzie wyznaczać dalszy rozwój technologii w zakresie elektronicznego edytorstwa.

Najkrócej mówiąc, chodzi o to, aby odpowiednio opracowane dokumenty można było, bez dodatkowego nakładu pracy, niemal za naciśnięciem jednego klawisza, sformatować i – zależnie od potrzeb – wydać drukiem, opublikować na CD-ROM lub w Internecie, mając przy tym możliwość aktualizowania treści, indeksowania i odszukiwania potrzebnych informacji.

Wprowadzenie narzędzia do edytorstwa niezależnego od mediów są dziś jeszcze niedojrzałe i drogie, jednak już całkiem wyraźnie widać, że ich rozwój będzie miał zgoła rewolucyjne konsekwencje dla wydawnictw. Spowoduje zasadniczą zmianę organizacji i sposobu pracy, które ukształtowała epoka Gutenberga.

„Media independent publishing” to radykalizacja postulatów samych wydawców, którzy jeszcze niedawno marzyli o „system independent publishing” – o uniezależnieniu od swoistych rozwiązań poszczególnych producentów sprzętu i oprogramowania, które uniemożliwiały przenoszenie danych pomiędzy różnymi systemami składu. Ten postulat został już w dużej mierze spełniony. Powstał SGML – standard pozwalający zdefiniować języki opisujące strukturę różnych typów dokumentów. Dziś musi się z nim liczyć każdy producent systemów DTP. Nie przesądza on jednak, jaki zdefiniowany na jego podstawie język mógłby uczynić publikacje niezależnymi od mediów. Roli tej z pewnością nie może sprostać HTML, stworzony z myślą o prezentacji hipertekstowych dokumentów World Wide Web w oknie przeglądarki. Jest to język dość „sztywny”, o ustalonej z góry liczbie znaczników, które w znacznej mierze dotyczą formy prezentacji dokumentu i nie pozwalają wyróżnić zawartych w nim elementów semantycznych, mających znaczenie dla szybkiego i precyzyjnego odszukania informacji. O ile dość łatwo można przeformatować dokumenty HTML na potrzeby DTP, to znacznie trudniejsze, jeśli w ogóle możliwe, jest oddanie w HTML bardziej złożonej publikacji przygotowanej do druku za pomocą PageMakera, Ventury czy Quarka.

Ten problem może rozwiązać XML (eXtensible Markup Language) – język, którego definicję przedstawiła w zeszłym roku grupa robocza W3C. Obecnie to z nim wiążą się nadzieje na uczynienie publikacji niezależnymi od mediów. XML jest uproszczoną wersją SGML i umożliwia wprowadzenie oznakowania zgodnie ze

specyficznymi potrzebami użytkownika. Pozwala też wyróżnić elementy semantyczne. Jest on całkowicie „kompatybilny” z HTML i, dzięki swej elastyczności, może stać się „standardem wydawniczym”. Może zastąpić HTML i dawać się praktycznie wykorzystać we wszystkich mediach.

Nic więc dziwnego, że „XML” było chyba najczęściej powtarzanym słówkiem na wszystkich imprezach podczas SSF. Wprawdzie nie powstało jeszcze zbyt wiele XML-owych narzędzi, ale kariera już się zaczęła. Jednym z promotorów nowego języka jest Microsoft, który na XML oparł swoją definicję kanałów informacyjnych (przedstawioną w poprzednim numerze Nowych Mediów – *red.*), a zeprezentowaną finalną wersję Internet Explorera wyposażył w możliwość interpretacji (odczytywania) dokumentów XML.

Bill Gates zaprezentował w sposób przekonujący XML-owe możliwości nie publikowanej jeszcze nowej wersji Explorera działającej na Macintosh-ach. Wykorzystując otagowane zgodnie z XML artykuły i dane z Wall Street Journal Interactive, Gates pokazał, jak można wykorzystać tę technikę, aby uzyskać zindywidualizowaną, określoną przez potrzeby konkretnego odbiorcy, formę prezentacji tych materiałów. „XML gives you data the way you want it” – stwierdził Gates. Jeszcze dobitniej wypowiedział się w tej kwestii John Gage z Sun Microsystems, nazywając XML przyszłością publikacji elektronicznych.

