

- PARALLELLPUBLISERING FRA PRINT TIL WEB

Dato: 22.05.08

AV

EIVIND BRANDSNES

OLE CHRISTIAN RØNNING

JULIE HAGEN HELLAND

 **Hamar Media**



PARALLELLPUBLISERING FRA PRINT TIL WEB

**[PARALLEL PUBLISHING
FROM PRINT TO WEB]**

**Eivind Brandsnes
Ole Christian Rønning
Julie Hagen Helland**



**Bacheloroppgave
Bachelor i Mediemanagement
30 studiepoeng
Gjøvik, mai 2008**

SAMMENDRAG

Tittel:	Parallellpublisering fra print til web
Dato:	19.05.2008
Forfattere:	Eivind Brandsnes Ole Christian Rønning Julie Hagen Helland
Veileder:	Leif Egil Nordahl
Oppdragsgiver:	Hamar Media AS
Kontaktpersoner:	Einar Simensen Jan Gudbrandsen Hans Jørgen Øveraasen
Nøkkelord:	Nye løsninger, effektivisering
Antall sider:	126+84
Antall vedlegg:	11
Tilgjengelighet:	Åpen

Sammendrag:

Bacheloroppgavens oppdragsgiver er Hamar Media AS og deres datterselskaper Idé Trykk AS og React Solutions AS. Bedriftene ønsker å gjøre prosessen fra print til web mer effektiv og «tidsparende» for å kunne redusere kostnader. Prosjektgruppen har sett på markedet, utviklingen i markedet og hva oppdragsgiver ønsker. Prosjektgruppens oppgave har gått ut på å sette seg inn i relevant teknologi og hvordan den kan anvendes, og har gitt et forslag til forbedret arbeidsflyt. Gruppen har anvendt teknologi og utviklet en prototype som har vært med på å danne grunnlaget for oppgavens beslutninger. Rapporten vil være et hjelpemiddel for Hamar Media i prosessen videre for å finne en optimal løsning på deres problem.

SUMMARY

Title:	Parallel publishing from print to web
Date:	19.05.2008
Authors:	Eivind Brandsnes Ole Christian Rønning Julie Hagen Helland
Supervisor:	Leif Egil Nordahl
Employer:	Hamar Media AS
Contactpersons:	Einar Simensen Jan Gudbrandsen Hans Jørgen Øveraasen
Keyword:	New solutions, efficiency
Pages:	126+84
Attachments:	11
Availability:	Open

Summary:

This projects employer is Hamar Media AS and its subsidiary companies Idé Trykk AS and React Solutions AS. The companies has a wish to do the process from print to web more efficient and time-saving. This because they want to reduce costs. The projectgroups task has been to learn meaningful technology, see how the technology can be used and give a suggestions to improved workflow. The projectgroup has used the technology and developed a pilot model who has given the projectgroup foundation for the assignments resolution. The report will be a remedy for Hamar Media in the prosess to find a optimum solution on their problem.

FORORD

Rapportens innhold er en bacheloroppgave ved Høgskolen i Gjøvik og et avsluttende prosjekt for bachelorutdanningen Mediemanagement.

Vi er tre studenter som har avsluttende bacheloroppgave våren 2008. Vårt ønske var å gjøre en oppgave som var en utfordring for den grafiske bransje, en nyvinning på markedet og være med på å effektivisere parallellpubliseringsløsninger. Vi ønsket samtidig en litt praktisk oppgave. Vi fikk fort kontakt med oppdragsgiver, ettersom vårt interesseområde var aktuelt for Hamar Media. Oppdragsgiver viste stor engasjement for oppgaven fordi det er viktig å følge utviklingen i markedet. Oppdragsgiver ønsket en effektivisering av prosessen fra print til web. Vår oppgave har gått ut på å innhente informasjon rundt teknologiene på markedet, anvendelsen av disse og utvikle vår egen prototype for å så teste denne opp mot brukergruppen. Dette vil være med på at gruppen kan fremlegge et rapport som kan være med å hjelpe Hamar Media i riktig retting i valg av parallellpublisering.

Det er datterselskapene til Hamar Media som oppgaven er jobbet opp mot; Idé Trykk og React Solutions. Dette er bedriftene som vil bli berørt av en parallellpubliseringsløsning. Bedriftene vil med en slik løsning effektivisere deler av arbeidet sitt og redusere kostnader.

TAKK TIL

Underveis i prosjektperioden har gruppen vært i kontakt med noen ressurspersoner som vi vil rette en takk til.

Personer

- Tale Døvle Jonassen, IGM Indesign og XML
- Tom E. Johansen, NHO Grafisk
- Tore Mælumsæter, Norsvin

Faglige ressurspersoner

- Rune Hjelsvold, Professor ved Høgskolen i Gjøvik
- Peter Nussbaum, Høgskolelektor ved Høgskolen i Gjøvik

En spesiell takk til

- Oppdragsgiver Hamar Media, Idé Trykk og React Solutions ved Hans Jørgen Øveraasen, Einar Simensen og Jan Gudbandsen for godt samarbeid og nyttige tilbakemeldinger gjennom prosjektperioden.
- Leif Egil Nordahl, Høgskolen i Gjøvik, for faglig veiledning under prosjektet.

INNHALDSFORTEGNELSE

1. Prosjektet	19
1.1 Problemområde	21
1.1.1 Avgrensninger	21
1.1.2 Endringer fra forprosjektet	21
1.1.3 Problemstilling	21
1.1.4 Målgruppen	22
1.1.5 Formål	22
1.1.6 Mål	22
1.1.7 Bakgrunn og kompetanse	23
1.1.8 Rammer	23
1.1.9 Ressursbehov	23
1.1.10 Økonomi	23
1.1.11 Budsjett	23
1.1.12 Programvare	23
1.1.13 Organisering	24
1.1.14 Nettside	24
1.2 Prosjektgjennomføringen	25
1.2.1 Gjennomføring	25
1.2.2 Prosjektfaser	25
1.3 Konsernet Hamar Media	26
1.3.1 Idé Trykk AS	26
1.3.2 React Solutions AS	26
1.3.3 Samarbeidspartnere	27
1.3.4 Oppgaven	27
1.3.5 Norsvin - kunde av Idé Trykk	27
2. Historie og utvikling	31
2.1 Historie og utvikling av den grafiske bransje	33
2.1.1 Grafisk bransje - utvikling og muligheter	33
2.1.2 Elektronisk publisering i kraftig ekspansjon	34
2.1.3 Utvikling i bransjen de siste ti årene	36
3. Bakgrunnsinformasjon	41
3.1 Parallellpublisering	43
3.2 Teknologier	43
3.2.1 SGML	43
3.2.2 HTML	43
3.2.3 CSS	44
3.2.4 XML	44
3.2.5 DTD	44
3.2.6 CMS	44
3.2.7 PHP	45
3.2.8 Javascript	45
3.2.9 Ajax	45
3.2.10 MySQL-database	46

3.2.11 Adobe Systems	46
3.2.12 PDF	46
3.2.13 PDA	46
3.2.14 WAP	47
3.3 Kjente løsninger	47
3.3.1 O7 Gruppen	47
3.3.2 Graforama	48
3.3.3 Laboremus	48
3.3.4 Capella Media	49
3.3.5 Utviklingen i bransjen	49
4. utfordringer for Hamar Media	51
4.1 Hva ønsker Hamar Media og til hvilke ressurser	53
4.1.1 Hva ønsker Idé Trykk	53
4.1.2 Hva ønsker React	53
4.1.3 Arbeidsprosessen til Idé Trykk per i dag	54
4.1.4 Utvikling	54
4.1.5 Arbeids- og ordreflyt	54
4.1.6 Arbeidsflyt mellom React og Idé Trykk	55
4.1.7 Samarbeid mellom React og Idé Trykk	56
4.1.8 Hvordan effektivisere	57
4.1.9 Produktutvikling	57
4.1.10 Effektivisering og produktutvikling hos Idé Trykk	58
4.2 Hvordan motivere kundene	58
4.2.1 Definisjon av motivasjon	58
4.3 Økonomi og ansvar rundt parallellpubliseringsløningen	59
4.3.1 Innsparingspotensialet	59
4.3.2 Kundeproblematikk	60
5. «Ny» journalistikk	63
5.1 Fordeler ved web i forhold til tidsskrift	65
5.1.1 Annonsering i flere kanaler	66
5.2 Valg av nettløsning	66
5.2.1 Åpen løsning	67
5.2.2 Lukket løsning	67
5.2.3 Kombinasjon av åpen og lukket løsning	67
5.3 Nettjournalistikk opp mot tradisjonell journalistikk	68
5.3.1 Fordeler med tidsskrift på nett	68
5.3.2 Å skrive for web	69
5.3.3 Videreutvikling	69
5.3.4 Lesbarhet på nett	70
5.4 Hvorfor satse på web	70
5.5 Hamar Media sin løsning på parallellpublisering av avis.	72
5.5.1 News Industry Text Format	72
5.5.2 Arbeidsgangen hos Hamar Arbeiderblad	72
5.6 Tidsskriftsdatabase	73
5.7 Papiravisen døde ikke	73

6. Hvordan anvende teknologien	75
6.1 Utviklingen	77
6.1.1 Fremdrift i oppgaven	78
6.1.2 Valg for publisering	81
6.2 XML opp mot Adobe Indesign	83
6.2.1 XML funksjonalitet i Adobe Indesign	83
6.2.2 Importering av XML	85
6.2.3 Eksporting av XML	86
6.3 Prototypen	87
6.3.1 Registreringsform	87
6.3.2 Artikkeltekst	88
6.3.3 Metadata	89
6.3.4 Opplastning	90
6.3.5 Bilder	91
6.3.6 Video	91
6.3.7 Vedlegg	92
6.3.8 Kommentar	92
6.3.9 Administrasjonspanelet	93
6.3.10 Publisering for web	94
6.3.11 Publisering for print	95
6.3.12 Redaktørseksjonen	96
6.4 Fargestyring	98
6.4.1 RGB	98
6.4.2 Lik artikkel på trykk og på nett	99
6.4.3 Arbeidsflyt	99
7. Brukertest	101
7.1 Brukertest	103
7.1.1 Hypoteser	103
7.1.2 Fra journalist til Idé Trykk	103
7.1.3 Arbeid for Idé Trykk	103
7.1.4 Brukervennlighet og brukskvalitet	104
7.2 Brukertest	105
7.2.1 Hvorfor skal man brukerteste	105
7.3 SWOT-analyse av parallellpubliseringsløsningen	106
7.4 Bakgrunnen til brukertestingen	107
7.4.1 Vi ser for oss følgende bruksscenarioer	108
7.4.2 Resultat av brukertestingen	109
7.4.3 Ønskede endringer i parallellpubliseringsløsningen	109
7.4.4 Mulig vei for å ta i bruk registreringsformen	110
7.5 Veien videre	111
8. Konklusjon	115
8.1 Oppsummering	117
8.2 Konklusjon	118
8.3 Evaluering	119
8.4 Egenevaluering	120
8.5 Kilder	123

FIGURER

Figur 1 - Nettsiden til prosjektet	24
Figur 2 - Forklarende tekst	35
Figur 3 - Eksempel HTML	43
Figur 4 - Eksempel CSS	44
Figur 5 - Eksempel XML	44
Figur 6 - Eksempel DTD	44
Figur 7 - Eksempel PHP	45
Figur 8 - Eksempel Javascript	45
Figur 9 - Eksempel Ajax	45
Figur 10 - Eksempel MySQL-tabell	46
Figur 11 - Logo Adobe System	46
Figur 12 - Logo Idé Trykk	53
Figur 13 - Logo React	53
Figur 14 - Forklarende tekst	54
Figur 15 - Hvordan skrive for web	69
Figur 16 - Forklarende tekst	77
Figur 17 - Nåværende arbeidsflyt	78
Figur 18 - Tenkt arbeidsflyt	79
Figur 19 - Forklarende tekst	80
Figur 20 - Optimalisert arbeidsflyt	83
Figur 21 - Eksempel paragrafstil	84
Figur 22 - Eksempel strukturpanel	84
Figur 23 - Eksempel tagspanel	85
Figur 24 - Oversiktsbilde	86
Figur 25 - Forklarende tekst	87
Figur 26 - Navigasjonspanel	88
Figur 27 - Eksempel artikkeltekst	89
Figur 28 - Eksempel metadata	89
Figur 29 - Eksempel opplastning av filer	90
Figur 30 - Forklarende tekst	90
Figur 31 - Eksempel opplastede bilde-filer	91
Figur 32 - Eksempel kommentarfelt	92
Figur 33 - Eksempel oversikt over artikler	93
Figur 34 - Eksempel publisering for web	94
Figur 35 - Eksempel publisering for print	95
Figur 36 - Eksempel artikkeloversikt	96
Figur 37 - Forklarende tekst	98
Figur 38 - SWOT-analyse	107

KAPITTEL 1

PROSJEKTET

Kapitlet har som oppgave å informere leser om gruppens problemstilling og avgrensninger til oppgaven. Samtidig skal kapitlet fortelle om avgrensninger til prosjektet, endringer fra forprosjektet og gi en innføring om oppdragsgiver og hvordan oppgaven vil foregå i samarbeid med dem. I tillegg vil det bli fortalt hvilke mål, rammer og økonomi gruppen har rundt oppgaven, samt hvordan oppgaven har blitt organisert.

1.1 PROBLEMOMRÅDE

Hamar Media operer på ulike markeder og har god kompetanse innefor de forskjellige fagområdene. Det er ønske fra oppdragsgivers side å opprette en konverteringsplattform for å effektivisere prosessen fra print til web. Dette for å frigjøre tid og redusere kostnader.

Proessen i dag er tidkrevende og gjøres på en lite effektiv måte. Ved å benytte dagens teknologi kan Idé Trykk bruke mer tid på kreativt arbeid og eventuelt påta seg flere nye kunder og oppdrag. React bruker i dag seks til åtte timer på å brette om et standard tidsskrift til web. Denne jobben vil på lang sikt falle bort.

1.1.1 Avgrensninger

Rapporten er avgrenset til å omhandle det nasjonale markedet og Hamar Medias preferanser. Rapporten er begrenset i forhold til at det er to forskjellige måter å drive journalistikk på; web og print. Rapporten er innom dette, men tar ikke utgangspunkt i at det skal skrives for web. Dette er det ikke ressurser til hos oppdragsgivers kunder per i dag.

Brukertesting har foregått med ansatte i Idé Trykk, og en av Idé Trykks kunder, ettersom det i første omgang er disse som skal bruke løsningen.

Oppgaven vil ikke gi eksakte tall i forhold til å utvikle en slik løsning, men fokuserer på at løsningen vil spare tid for de ansatte, som på lang sikt vil redusere kostnader.

1.1.2 Endringer fra forprosjektet

Etter gjennomgang av forprosjektet har vi konkretisert oppgaven bedre, slik at rammene til oppgaven er blitt klarere. Avgrensninger er endret til at vi skal lage en prototype. Vi har også gått bort fra å se på hva bransjen ønsker til hva oppdragsgiver ønsker i en parallellpubliseringsløsning. Det er gjort endringer i hvordan innsamling av informasjon skjer, fordi det er for omfattende å gjennomføre en undersøkelse om hva bransjen vil ha i forhold til vår løsning.

1.1.3 Problemstilling

Tidsskrifter og magasiner har i dag et stort ønske om å parallellpublisere sine trykte artikler ut på web. Hamar Media vil ha et forslag til løsning rundt effektivisering av parallellpublisering.

Følgende spørsmål ønskes belyst:

- Hvordan kan Idé Trykk utnytte parallellpubliseringen fra print til web på en mer effektiv måte?
- Hvordan anvende teknologien for å oppnå best mulig resultat?
- Hvordan kan Idé Trykk få bedre arbeidsflyt fra print til web?

1.1.4 Målgruppen

Målgruppen for oppgaven er oppdragsgiver Hamar Media som skal benytte rapporten til å få innsyn i hvordan de kan utvikle en parallellpublisering-løsning og effektivisere arbeidet innad i konsernet. Rapporten vil være rettet mot sensor og faglig veileder ved Høgskolen i Gjøvik. Den er skrevet til personer på samme faglig nivå og tar dermed sitt utgangspunkt i at leseren har kjennskap til elementære begreper og termer innenfor de områdene rapporten omhandler. Denne rapporten vil også være interessant for bedrifter med samme problemområdet og bransjen generelt for å komme frem til en mulig standard for parallellpublisering for hele bransjen.

Prototypen er laget med tanke på Idé Trykks kunder og tatt hensyn til brukergrensensnittet i forhold til dette. Dette for at løsningen skal være tilpasset målgruppen og deres kompetanse.

1.1.5 Formål

Opgavens formål er å utarbeide en prototype på en parallellpublisering-løsning for å effektivisere arbeidet innad i konsernet Hamar Media. Samtidig skal rapporten belyse hvordan man skal utnytte teknologien for å optimalisere effektiviteten i arbeidsprosessen.

1.1.6 Mål

Prosjekt mål

Prosjektets mål beskriver hva gruppen sammen med oppdragsgiver vil komme frem til i løpet av prosjektperioden. Målsettinger hjelper gruppen å holde seg innenfor de rammene som er bestemt.

Effekt mål

Prosjektets effekt mål vil være at Hamar Media skal vite hva slags løsninger som kan fungere bedre for deres kunder for å parallellpublisere egne trykksaker på web.

Resultat mål

Rapporten skal inneholde undersøkelser og teori som skal komme frem til forslag til strategiske valg som kan være med å forbedre nåværende produkt for parallellpublisering for Hamar Media. Idé Trykk har som målsetning at om et og et halvt til to år vil fire av deres kunder bruke den nye løsningen.

Lærings mål

Prosjektgruppens læringsmål er å oppnå bedre kunnskap om hvordan artikler kan publiseres fra trykk til web. Gruppen skal oppsøke relevant teori og tilegne seg kunnskap om relevante metoder for å automatisere publisering av trykksaker på web. Prosjektgruppen må ut i markedet for å søke informasjon.

Problemstillingen omhandler et lite utbredt område, derfor må prosjektgruppen håndtere informasjonen fra ressurspersonene på en åpen, men kritisk måte. I tillegg vil gruppen få erfaring med å arbeide med en ekstern oppdragsgiver, forholde seg til hverandre og veileder, ta beslutninger, samarbeide, overholde tidsfrister og strukturere rapport.

(Westhagen, 2002)

1.1.7 Bakgrunn og kompetanse

Deltagerne i gruppen går alle tredje og siste året på Mediemanagement ved Høgskolen i Gjøvik. Gjennom tidligere emner har gruppen tilegnet seg gode kunnskaper for hvordan et prosjekt skal gjennomføres. Dette er nyttig kunnskap for å gjennomføre denne bacheloroppgaven. I tillegg har gruppen fordypet seg i teknologi som omhandler oppgaven.

1.1.8 Rammer

Rammene til oppgaven er gitt av skolen og det er klare retningslinjer for bruk av tid og datoer for innlevering. Forprosjektet skal leveres 29.01. 08 innen kl 12.00. Bacheloroppgaven leveres til kopisentralen 19.05. 08 innen kl 1200. En A3 plakat leveres til laminering 28.05 08 innen kl 12.00. Presentasjonen er 05.06. 08. Arbeidet med oppgaven vil hovedsakelig foregå på HiG, men det vil også være arbeid hos oppdragsgiver. Oppdragsgiver og veileder vil være gode ressurser i oppgaveløsningen. I tillegg vil oppgaven begrenses av de materielle og økonomiske rammene vi har rundt oppgaven.

1.1.9 Ressursbehov

Gruppen vil jobbe hovedsakelig på egne maskiner med programmer lisensiert gjennom skolen. Der dette ikke eksisterer må skolens maskiner benyttes for bruk disse programmene. Gruppen har også behov for noe litteratur.

1.1.10 Økonomi

Kostnadene vil i hovedsak dreie seg om reiseutgifter, Gjøvik – Hamar tur/retur. Utgiftene vil komme ved bruk av bil hvorav det føres kjøreliste. Gruppen antar at det også vil være telefonutgifter knyttet til prosjektet i løpet av prosjektperioden.

1.1.11 Budsjett

Gruppen budsjetterte med at oppdragsgiver skulle dekke 50 % av kostnadene. Etter at gruppen fikk tildelt stipend fra NHO Grafisk så var det ikke noe behov med støtte fra oppdragsgiver.

1.1.12 Programvare

Under prosjektet har vi benyttet ulike programvarer:

- Microsoft Word (tekstbehandling)
- Microsoft Excel (fremdriftplan og logg)
- Adobe Indesign (test av kompatibilitet for XML, og ombrekking av rapport)
- Adobe Photoshop (bildebehandling)
- Adobe Dreamweaver (utvikling av prototypen)

1.1.13 Organisering

Prosjektgruppen har bestått av tre personer; Eivind Brandsnes, Ole Christian Rønning og Julie Hagen Helland.

Ole Christian har vært prosjektleder og har hatt det overordnede ansvaret for prosjektet. Han har vært den som har hatt kontakten med oppdragsgiver på e-post og telefon. Eivind har vært prosjektets tekniske person. Han har hatt ansvaret for å utvikle prototypen og dens funksjonalitet. Julie har hatt hovedansvaret for samling og lagring av dokumentene til rapporten, skrive statusrapporter og prosjektdagbok.

Alle gruppens medlemmer har hatt ansvar for fremdrift i oppgaven og å motivere hverandre. Øvrige oppgaver er blitt delt underveis i prosjektet, men utføringen har i hovedsak forgått ved samarbeid.

1.1.14 Nettside

Eivind har utviklet nettsiden til gruppen. Siden inneholder en presentasjon av prosjektet, prosjektgruppen og oppdragsgiver. På forsiden er det kontinuerlig oppdateringer på fremdriften i prosjektet. I tillegg ligger det en link til forprosjektet som ble utarbeidet i forkant av hovedprosjektet. Nettsiden er publisert på skolens server og ligger under følgende adresse:
http://hovedprosjekter.hig.no/v2008/imt/mm/hamar_media/



Fig.1 - Nettsiden til prosjektet.

1.2 PROSJEKTGJENNOMFØRINGEN

1.2.1 Gjennomføring

Prosjektets gjennomføring har vært en dynamisk prosess, hvor fasene i prosjektet har glidd over i hverandre. Det har i hovedsak bestått av innsamling av bakgrunnsinformasjon til oppgaven, teori og drøfting. Vi planla i forprosjektet hvordan samarbeidet innad i gruppen skulle organiseres og hvordan det skulle fungere ut mot oppdragsgiver og veileder.

1.2.2 Prosjektfaser

Forprosjekt

Etter å ha kontaktet Hamar Media i høst hadde vi klar en oppdragsgiver før jul og så for oss en mulig oppgave hos dem. Problemstillingen kom først i havn etter nytt møte med Hamar Media i januar, og vi kunne sette i gang med oppgaven. Forprosjektet hadde en varighet på omtrent en måned. I denne perioden hadde vi møter med oppdragsgiver og veileder for å komme oss på rett spor. Hovedoppgaven med forprosjektet var å spikre problemstilling, rammer og begrensninger for resten av oppgaven, slik at vi skulle kunne fokusere på de riktige områdene.

Innsamling av informasjon

Denne fasen ble brukt til å innhente stoff til oppgaven og mulige løsninger på hvordan vi skulle gå frem for å oppnå ønsket resultat. Innsamlingen av informasjonen gikk ut på å få oversikt over aktuell teknologi for å gjennomføre bacheloroppgaven.

Analyse og undersøkelser

Fasen startet opp med å klargjøre hvor langt vi kom i fasen innsamling av informasjon. Vi følte vi ikke hadde fått hentet inn nok informasjon og det resulterte i at det ble hentet inn enda mer informasjon i denne fasen. Samtidig gjorde vi undersøkelser på markedet av hva det finnes av parallellpubliseringsløsninger per i dag. Vi så også på oppdragsgivers forutsetninger for å gjennomføre en omveltning til en parallellpubliseringsløsning.

Etterarbeid og nye løsninger

Etterarbeidsfasen gikk med til å samle sammen deler av stoffet og å skrive disse delene sammen. Samtidig gjorde vi oss ferdig med prototypen og fikk testet denne. Etterarbeidet ga en grei oversikt over hva vi manglet og gjorde det mulig å lage en disposisjon for oppgaven.

Ferdigstilling av rapport

Denne fasen ble brukt til å ferdigstille rapporten, skrive sammen hele rapporten og å gjøre korrektur på rapporten.

Innlevering av skriftlig rapport

Innleveringsfasen gikk med til å produsere selve rapporten. Rapporten ble satt sammen til et dokument, ombruket, layout ble laget og korrektur ble lest. I denne prosessen ble også skillesidene laget. Rapporten leveres til kopiesentralen den 19.05.08 innen klokken 12.00.

Muntlig presentasjon av bacheloroppgaven

Siste fase i prosjektet. Rapporten skal presenteres den 05.06.08. Før presentasjonen skal det lages en plakat som skal presentere hovedprosjektet. Deretter skal presentasjonen planlegges og en PowerPoint skal lages. Prosjektet presenteres for sensor og medstudenter den 05.06.08

Rapportstruktur

Rapporten er lagt opp etter Høgskolen i Gjøviks retningslinjer og gjenspeiler gjennomføringen av prosjektet. Prosjektrapporten er inndelt i åtte hovedkapitler og har en tittelside før hvert kapittel for å gjøre rapporten mer oversiktlig. I forprosjektet ble det fastsatt arbeidstid. Dette skulle være mandag til fredag fra klokken 08.00 til 15.30. I tillegg fordelte vi oppgaver som skulle utføres individuelt. I slutfasen av prosjektet arbeidet gruppen utover disse rammene.

1.3 KONSERNET HAMAR MEDIA

Konsernet Hamar Media består av morselskapet Hamar Media AS og datterselskapene Hamar Arbeiderblad AS, Sør-Østerdal Media AS, Exact Media AS, Avis-Trykk Hamar AS, Rim Ide & Kommunikasjon AS, Idé Trykk AS, Mjøs Distribusjon AS og React Solutions AS.

Konsernet er organisert etter to virksomhetsområder:

- Kommunikasjonskanaler (avis, nettavis, magasin, radio, distribusjon).
- Kommunikasjonsløsninger (merkevarestrategi, tekst, idé, design, web).
- publiseringsløsninger, trykk).

Morselskapet forvalter eierinteressen i alle datterselskapene og ivaretar økonomi-, personal-, marked- og teknologifunksjonene, samt eiendomsforvaltningen for hele konsernet. Alle selskapene driver sin virksomhet fra Hamar.

1.3.1 Idé Trykk AS

Idé Trykk AS er et datterselskap av Hamar Media som leverer grafiske løsninger, design, og redaksjonelle tjenester, fra idé til ferdig produkt. Idé Trykk AS har kunder som blant annet Moelven Industrier ASA, Sparebanken Hedemark, Hamar og Hedmarken Turistforening og Bladet Jakt & Fiske. Datterselskapet leverer konkurransedyktige produkter både med tanke på kvalitet og pris og har trofaste kunder som beviser nettopp dette. Idé Trykk AS består av ti ansatte med et bredt spenn av forskjellige arbeidsoppgaver.

1.3.2 React Solutions AS

React Solutions AS er et datterselskap i Hamar Media som driver med IT- og internettvirksomhet. Tjenestene omfatter nettavis, webdesign, webpublisering og drift av database- og internettløsninger. React Solutions består av 11 ansatte og deres kunder er private bedrifter, organisasjoner og offentlig sektor. Blant Reacts kunder finner man merkenavn som Europcar, Hamar Arbeiderblad,

Storhamar Dragons og Moelven Industrier ASA. Kompetansen blant de ansatte er delt innenfor fagområder for web-utvikling og drift, som gir nye og gamle kunder trygghet om at de leverer kvalitetsprodukter.

1.3.3 Samarbeidspartnere

Hamar Media er som nevnt tidligere et konsern som omfatter ni bedrifter; Konsernet Hamar Media, Exact Media AS, Avis-Trykk Hamar AS, Rim Ide & kommunikasjon AS, Idé Trykk AS, Mjøs Distribusjon AS og React Solutions AS.

Hamar Media har eierinteresser i annosesamkjøringene NR1 Samkjøringen AS og H/O Media AS. H/O Media AS har overført sin virksomhet til NR1 Samkjøringen AS. Hamar Media er også medeier i Avisenes Nyhetsbyrå AS og Norsk Telegrambyrå AS.

Hamar Media samarbeider med andre mediebedrifter og presseorganisasjoner på ulike måter. Selskapet deltar i bransje- og arbeidsgiverfellesskapet i Mediebedriftenes Landsforening, Visuell Kommunikasjon Norge og Avisenes Felleskjøp.

1.3.4 Oppgaven

Hamar Media er et konsern som tilbyr sine kunder alt de skulle trenge av kommunikasjonsløsninger. Konkurrentene på markedet blir stadig flinkere og utviklingen i markedet skjer fort. Dette tvinger Hamar Media til å være fremtidsrettet for å beholde og skape nye kunder. Hensikten med oppgaven er å legge frem et forslag til løsning på hvordan man best mulig kan effektivisere parallellpublisering fra print til web. Dette medfører at ny teknologi blir tatt i bruk og vil forenkle arbeidsprosessene til både Idé Trykk og React. Hamar Media vet at det finnes løsninger på markedet, men ettersom det er store resurser i konsernet vil de utnytte denne kompetansen til å utvikle en egen plattform for parallellpubliseringen. Denne kan basere seg på en standard for grafisk bransje hvis dette er mulig.

React har kompetansen til å utvikle et slikt system og vil ta hensyn til hva Idé Trykk krever av et slikt system.

1.3.5 NorSvin – kunde av Idé Trykk

Dagens situasjon for kundene til Idé Trykk er at noen få artikler blir publisert på web. Det er et sterkt ønske fra enkelte kunder at dette blir forbedret slik at alle artiklene blir publisert. For å utnytte teknologien best mulig, må både kunden og Idé Trykk tilegne seg ny kunnskap rundt behandling av import og eksport av artikler. NorSvin er den av Idé Trykks kunder som gruppen har hatt kontakt med i denne oppgaven.

Produksjonsflyten for dette tidsskriftet fungerer slik at alle journalistene sender sine artikler til redaktøren som etter korrektur sender materialet videre til Idé Trykk. Filene blir levert i doc format uten wordmal og filene blir sendt over e-post.

NorSvin er en samdrift mellom 2200 grisebønder som avler gris og produserer rånesæd. Rånesæden brukes til inseminering av purker. NorSvin er en betydelig eksportør av rånesæd i Skandinavia, men eksport skjer også til en rekke land uten for Skandinavia. Den mest betydningsfulle griserasen NorSvin driver oppdrett av er norsk landsvin. NorSvin har også sammen med Gilde Norsk Kjøtt avlet frem griserasen noroc, dette er en trerasekrysning og kjøttet fra denne grisen er kjent som «Edelgris» i butikkene.

NorSvin har sitt hovedkontor på Hamar og har et tidsskrift som kommer ut 10 ganger i året. Tidsskriftet produseres av Hamar Media og Idé Trykk. Svin er landets eneste spesialtidsskrift for svineproduksjon og bladet tar for seg verdikjeden i Norges største og viktigste kjøttproduksjon. Svin har eksistert på trykk siden 1966 og går nå i sin 43. årgang. Deler av tidsskriftet har blitt lagt ut på web siden 2004 og NorSvin ser i fremtiden for seg å publisere hele eller store deler av innholdet på web i et lukket område for abonnenter og andre som vil betale for å lese på nett.

(www.svin.no)

NorSvins rolle i bacheloroppgaven

NorSvins rolle i vår oppgave er å gi oss synspunkter på vår produktutvikling av parallellpubliseringsløsningen. NorSvin blir deltakende i vår bacheloroppgave fordi denne kunden samarbeider godt med Idé Trykk og denne kunden har delkompetanse og vilje til endring i forhold til dagens løsning for publisering. NorSvin vil bli tatt med i brukertesting av parallellpubliseringsløsningen og tilbakemeldingene deres vil være med på å forme hvordan den ferdige parallellpubliseringsløsningen vil bli seende ut og hvordan funksjonaliteten i den vil fungere.

Websiden til NorSvin består av to sider, norsvin.no og svin.no. NorSvins side er daglig oppdatert med nyheter innenfor bransjen og faginformasjon. Svin.no som er tidsskriftets webside er ikke veldig operativ, men oppdateres når det kommer ut en ny utgave av tidsskriftet. Da blir lederen, styrelederens sak, direktøren direkte og to-tre av hovedsakene i tidsskriftet publisert på web i PDF-format. Dette er den publiseringen gruppen håper på å kunne endre ved bruk av gruppens tenkte parallellpubliseringsløsningen.

KAPITTEL 2

HISTORIE OG UTVIKLING



Dette kapittelet gir en generell innføring i historien til grafisk bransje, fra Gutenbergs tid og frem til i dag, og hvordan vi tror bransjen blir fremover. Kapittelet sier også noe om elektronisk forretningsdrift og utviklingen til bransjen i de siste ti årene og om hvilke bedrifter som kommer til å overleve i fremtiden med tanke på utviklingen.

2.1 HISTORIEN OG UTVIKLING AV DEN GRAFISKE BRANSJE

2.1.1 Grafisk bransje – utvikling og muligheter

Allerede på 1000-tallet ble trykk på tøy og tapeter utført med trestempler. Helgenbilder og spillkort ble på 1300-tallet trykket med utskårne trestempler. Omkring 1450 var det mange tusen personer sysselsatt med kopiering ved håndskrift. Dette var en meget kostbar prosess og det var bare de rike som hadde råd til å anskaffe slike bøker.

Johan Gutenberg er født omkring 1394-1399. Gutenberg fant opp en metode der ferdig utskårne bokstaver kunne settes sammen til linjer og spalter og deretter støpes i bly på en trykkplate. En slik trykkplate kunne brukes mange ganger til å trykke de samme sidene i større opplag. Det er sannsynlig at Gutenberg utviklet trykkmetoden gjennom flere år og gjennom en rekke mislykkede forsøk klarte han å utvikle en banebrytende ny teknikk. Den viktigste og mest berømte boken som er produsert på denne måten, er Gutenbergs trykte bibel, der hver side har to spalter, hver med 42 linjer. Denne bibelen regnes som den første store trykksaken produsert med boktrykkerkunstens nye metode.

Innføring av boktrykkerkunsten i Norden

Den første boktrykkeren i Norden var den reisende boktrykkeren Johan Snell. Han ankom i 1482 til Odense og trykte her det første verket i Norden. Det gikk nesten 200 år før det første boktrykkeriet ble etablert i Norge, det skyldes avhengigheten Norge hadde av Danmark.

Boktrykkerkunstens utbredelse og samfunnsutvikling.

Boktrykkerkunsten skapte rimelig mangfoldiggjøring av bøker og andre trykksaker. Dette gjorde informasjonen lettere tilgjengelig for allmennheten. I løpet av de første 50 årene etter oppfinnelsen, kan man påvise omtrent 1000 trykkerier i oppimot 250 forskjellige land. Man antar at det ble trykt nesten 100.000 ulike verk i løpet av de 50 første årene. De første trykte bøkene omfattet bibelen, teologiske og filosofiske skrifter, skolebøker og oppbyggelseslitteratur. Fremveksten av den grafiske bransjen, med dens teknologi for mangfoldiggjøring av det skrevne ord, åpnet for spredning av kunnskap til stadig større befolkningsgrupper. Den grafiske bransje hadde monopol på produksjon av trykksaker inntil for 20-30 år siden, selv etter at radio og fjernsyn kom og skapte alternativer i mediebildet. Mediebransjens utvikling har kommet som et ektefødt barn av informasjonssamfunnet med sine kontinuerlige endringer. Resultatet er en omfattende flora av formidlingskanaler for informasjon. De viktigste aktørene i mediebransjen er til dels svært uensartete i sin historie og kultur. Alle har imidlertid som hovedoppgave å foredle og formidle budskap.

Konvergens

Utviklingen i dag går mot en konvergering av ulike medier. Spesielt har utviklingen innenfor bredbåndskommunikasjon og mobile tjenester skapt nye muligheter for digital informasjonsformidling. Det gir igjen muligheter for digitale tjenester som gir nye muligheter for bransjen.

Gjennom utviklingen av elektronisk publisering, interaktive online-tjenester og digital TV med teletekst og interaktive muligheter, får vi en konvergering av to klassiske medier. Eksemplet på dette er samarbeidsavtaler som er inngått mellom blant annet BBC og Microsoft. I fremtiden får vi kanskje en sammen-smelting av de fleste medier.

I de siste årene har vi tilgjengelig digital TV og radio som åpner for flere interaktive tjenester. Gjennom bredbåndstilkoblinger til internett kan man interaktivt få overført TV- og radioprogrammer og avspille disse når det passer den enkelte mottaker. Videre utvikling av mobile tjenester skaper nye muligheter for interaktivt mottak av informasjon til mobile enheter som er kombinasjon av en telefon og en PC. Aviser og tidsskrifter er tilgjengelige både på papir og på internett, og online søketjenester er i dag meget godt utviklet. Annonsering på internett har i de siste årene økt kraftig, og mange søketjenester er tilgjengelige og meget effektive.

Konvergens av telekommunikasjon og medier skaper nye utfordringer både for avsender, informasjonsformidler og mottaker:

- Bredbånd telekommunikasjon og mobile nettverk blir i stand til å overføre video, multimedia, og innhold som konkurrerer med kabel-TV.
- Brukere kan interaktivt få tilgang til mer kvalitetsinnhold.
- Leverandører kan tilby innhold der man betaler etter bruk.
- Internett blir tilgjengelig overalt – uten grenser på mobile enheter.

2.1.2 Elektronisk publisering i kraftig ekspansjon

Den kanskje viktigste egenskapen ved elektronisk publisering er innholdets tilgjengelighet og funksjonalitet. Informasjon som publiseres på internett eller online-tjenester, er tilgjengelig til enhver tid og hvor som helst. Dette gjør det nødvendig å redefinere både målgruppe for budskapet og geografisk rekkevidde. Samtidig gir online-publisering mulighet for kontinuerlig oppdatering og lenker mot andre informasjonsbaser.

Det er en pågående diskusjon om fremtiden til papirbasert informasjonsformidling. Det er åpenbart at en del strukturert informasjon er best egnet til digital publisering. Spesielt kataloger, leksika, ordbøker og faglig informasjon er godt egnet for elektroniske medier, mens romaner, tidsskrifter og liknede publikasjoner er mer populære på papir. Overgangen til digital informasjon og elektronisk publisering er i dag mest avhengig av enkeltpersoners holdninger og ønsker. Mange vil fortsatt ha bøker, tidsskrifter og aviser tilgjengelig på papir.

Størrelsen på grafisk bransje i Norge og utviklingen fremover

Grafisk bransje i Norge består i hovedsak av små bedrifter med få ansatte. I likhet med andre nordiske land har også den grafiske bransjen i Norge vært

preget av store strukturelle endringer som følge av oppkjøp, fusjoner og konkurser. Mens det i 2001 var 1015 grafiske bedrifter i Norge med en sysselsetting på 9729 ansatte, ble dette tallet i september 2004 estimert til å være vesentlig lavere, ca 900 grafiske bedrifter. Ut i fra tidligere år og ansatte i grafisk bransje, kan man trekke som konklusjon at dette er en bransje som vil svinge ettersom det hele tiden skjer utvikling i bransjen. Allikevel har bransjen en klar småbedriftsprofil fordi over 50% av virksomheten har en omsetning på under fem millioner norske kroner.

Bransjens ulike produkter og produksjonsområder

Grafisk bransje utviklet seg relativt lite fra oppfinnelsen til Gutenberg i 1452 frem til midten av 1900-tallet. Utstyr og teknologi hadde en viss utvikling frem til ca 1960 – men hele sats- og trykkeprosessen bygde fortsatt på samme prinsipp som Gutenberg anvendte.

Det ble etter hvert etablert en rekke spesialtrykkerier. Noen spesialiserte seg på forretningstrykksaker, noen på bøker, noen på tidsskrifter og så videre.

Den første store teknologiske revolusjonen kom i perioden 1965-1975 ved overgang til offset-trykkmaskiner og utviklingen av fotosettermaskiner. Dette resulterte i etablering av en ny generasjon datastyrt setterier hvor teksten ble satt på dataskjermer, lagret elektronisk, korrigert på dataskjerm og kjørt ut på fotosetter. Den andre store revolusjonen kom i perioden 1980-1990, spesielt på området «desktop publishing», hvor særlig Apple Macintosh bidro til at hvem som helst kunne skrive tekst og figurer og se på skjermen hvordan resultatet ville se ut og fikk muligheten til å skrive dette ut på elektroniske skrivere.

Den tredje og foreløpig siste revolusjonen startet omkring 1995 og pågår fortsatt. Den er styrt av utbredelsen av internett, elektronisk informasjonsformidling og publisering. Grafisk bransje, IT-bransjen og telekommunikasjonsbransjen har i hele perioden fra 1985 og frem til i dag overlappet hverandre mer og mer.

Bransjen er nå inne i en dramatisk strukturendring. For 20-30 år siden hadde grafiske bedrifter hvor de fleste var utstyrt med trykkmaskiner, så hadde man i 2004 en situasjon hvor bare tilnærmet halvparten av bedriftene har trykkmaskiner. Dette betyr at verdiskapningen i bransjen endres. Mens man tidligere hadde omtrent 90% av verdiskapningen i mangfoldiggjøring, har man i dag en betydelig økning i verdiskapning på leveranse av tjenester. Digitale trykkmaskiner, som kom på markedet i siste halvdel av 1990-årene, er nå i stand til å motta ferdig sideinformasjon digitalt fra premedia og trykker, binder bøker og andre enklere trykksaker automatisk.

Etter et initiativ fra Heidelberger Druckmaschinen AG ble det i 1995 etablert en samarbeidsorganisasjon, CIP3, som satte i gang utvikling av et standard kommunikasjonspråk og filformat som hadde som mål å muliggjøre automatisk kommunikasjon mellom maskiner fra ulike leverandører. Dette arbeidet resulterte i et nytt standard kommunikasjonspråk, PPF, som muliggjorde digital kommunikasjon mellom ulike maskiner.

Forklaringer

CIP4 er det internasjonale samarbeidet for integrasjonen av prosessene i førtrykk, trykk og etterbehandling.

CIP3 var forgjengerne til CIP4.

JDF – Job Definition Format.

JDF er en industri standard designet for å forenkle informasjonen mellom forskjellige applikasjoner og systemer i og rundt grafisk bransje.

JMF – Job Messaging Format.

JMF er en del av JDF spesifikasjonene. JMF er også bygd inn i XML og en del av JDF-schema

PPF – Print Production Format.

Utviklet av CIP3 organisasjonen.

Fig.2 - Forklarende tekst

Senere rundt 2000-årsskiftet ble CIP3 utvidet til CIP4, som i dag er en verdensomspennende organisasjon med hovedsete i Sveits. Hensikten med CIP4 er å fremme datamaskinbasert integrasjon av alle prosessene som inngår i grafisk industri og spesielt spesifisere standarder som JDF og JMF. Praktisk talt alle leverandører til grafisk bransje er nå medlemmer i denne organisasjonen. Også forskningsinstitutter, organisasjoner, bedrifter og personer er medlemmer, og organisasjonen er åpen for alle.

Elektronisk forretningsdrift

I de siste årene er det utviklet datamaskinløsninger som ivaretar elektronisk forretningsdrift i grafisk bransje. Dette er løsninger som dekker de fleste administrative oppgavene i virksomheten.

- CRM – kundeinformasjon og kunderelasjoner
- Forkalkyle og tilbud
- Ordre og produksjonsplanlegging
- Elektronisk informasjonsflyt internt
- Datafangst, etterkalkulasjon og fakturering
- Integrasjon med innkjøp, lager og regnskap
- Lønnsomhetsanalyser
- Bedriftens «dashboard» som viser løpende informasjon om status.

Hensikten med disse systemene er å forenkle informasjonsflyten internt i virksomheten.

2.1.3 Utviklingen i bransjen de siste ti årene

Et typisk utviklingstrekk i bransjen er en overdreven investering i nye trykkmaskiner og annen produksjonsteknologi. Mange bedrifter skifter ut «gamle» maskiner og anskaffer nye som har betydelig større kapasitet. 20-30 år gamle trykkmaskiner som hadde en trykkhastighet på 6000-8000 trykk per time og en omstillingstid på ca. en halv time. Disse erstattes i dag med moderne trykkmaskiner som har en trykkhastighet på 14.000-16.000 trykk per time og som skifter plater og stiller om til ny jobb i løpet av fem til seks minutter. Tofarge-trykkmaskiner skiftes ut med firefarge, og firefarge maskiner skiftes ut med åttefarger. Det betyr at man kan produsere firefarget trykksaker med en gjennomkjøring, mens man tidligere måtte ha to til fire gjennomkjøringer.

Denne utviklingen resulterer i en betydelig kapasitetsøkning, som medfører en betydelig overkapasitet i bransjen. Det er ikke nok trykkeoppdrag i markedet til å fylle denne kapasiteten, og mange velger å redusere prisen på trykkeoppdrag for å få større belegg på maskinene. Mange trykkerier sliter derfor økonomisk og har tapt penger på investeringene. Utviklingen fremover vil nok tvinge frem tettere samarbeid i trykkerisektoren. I avisbransjen har denne utviklingen gått raskere. For 20-30 år siden hadde alle avisene hver sin trykkemaskin som var i bruk ca. to til tre timer i døgnet. I dag har man etablert felles trykkerier som trykker 10-20 aviser og som produserer på to til tre skift. Dette har man klart å oppnå fordi de fleste avisene eies av konsern som har gjennomført denne strukturrasjonaliseringen. Andre avis-trykkerier har gjort det til et eget forretningskonsept å tilby trykking og distribusjon av andre aviser.

I grafisk bransje har det vært gjort flere forsøk på å etablere felles trykkeri-fabrikker. For å få det til må de enkelte trykkeriene selge sine egne trykk-maskiner og gå med i en felles investering i et trykkeri som kan produsere for alle bedrifter som deltar, 24 timer i døgnet. Det har imidlertid hittil vært vanskelig å få til slikt samarbeid, men det er sannsynlig at de økonomiske forholdene vil tvinge dette igjennom.

Elektronisk publisering på internett og andre elektroniske medier vil sannsynlig øke sterkt i årene som kommer. Mens den totale informasjonsmengden har økt betydelig i de siste årene, har volumet av papirbasert informasjon vært relativt stabilt – eller svakt redusert. Papirfabrikkene melder at salget av papir til trykkeriene er redusert med mellom fem og ti prosent i de siste årene. Bedriftene i den grafiske bransje ser viktigheten av å kunne utføre kreatør og prosessøraktiviteter i fremtiden. For mange grafiske bedrifter har integrering av kreatør- og prosessaktiviteter vist seg å være en konkurranse- og lønnsomhetsmessig svært god satsning. Dette igjen gir økt nytteverdi for kunden.

De grafiske bedriftene som kommer til å klare seg bra i fremtidens mediebransje, vil være de som er i stand til å forstå og møte de ulike behov hos kundene sine. Den grafiske bedriften må kjenne kundene sine godt og vite hva som påvirker deres mulige endringer i valg av informasjonskanal. Man må ha en kontinuerlig dialog med kundene, slik at man kan fange opp mulige endringer i deres behov.

Teknologiutvikling og internett, globalisering og avregulering har fundamentalt endret spillereglene og dermed konkurransesituasjonen til bedriftene. Samtidig ser vi at den bransjen som hittil har vært kalt grafisk, i dag tilbyr hele publiseringprosessen fra idé og gode råd til postkasse og datamaskin.

De fleste grafiske virksomheter arbeider i dag ut fra det prinsippet at prisen skal fastsettes ut fra et kostnadsperspektiv.

Produktiviteten blir gjerne målt i nøkkeltall som viser utnyttningen av ressurser i virksomheten.

- Forholdet mellom verdiskaping og totale lønnskostnader.
- Forholdet mellom hvor mange timer en maskin produserer og hvor mange timer den samme maskinen er tilgjengelig.
- Hvor mange timer som blir fakturert av kunden i forhold til tallet på tilgjengelig timer i avdelinga.

Markedsutvikling

Tradisjonelt har grafiske produkter bestått av fysiske trykksaker som kan tas og føles på. Etablering av elektronisk nett og digitale medier gir muligheter til å utforme andre typer kommunikasjonsprodukter med en annen type funksjonalitet enn vanlig papirbåren informasjon har. Elektroniske produkter kan enten være erstatning for eller utgis i tillegg til tradisjonelle grafiske produkter.

Frem til omtrent år 1990 har praktisk talt all informasjon vært tilgjengelig på papir. Etter fremveksten av digitale medier, spesielt Internett, har tilgjengelig elektronisk informasjonsmengde eksplodert, mens papirbasert informasjon har vært relativt stabil. Det totale informasjonsvolumet har økt, mens papirbasert informasjonsmengde har stagnert eller er svakt minkende.
(Waagebø, 2005)

KAPITTEL 3

BAKGRUNNS- INFORMAJSON



I dette kapittelet følger det en innføring i hva parallellpublisering er og hvorfor det er relevant å parallellpublisere i forhold til dagens informasjonsflyt basert på flere kanaler. Samtidig blir teknologiske ord forklart her. Dette er ord som vil bli brukt i senere tekster, så det er greit å få en innføring i hva dette er så tidlig som mulig. I tillegg vil konkurrentene til vår parallellpubliseringsløsning være nevnt her og den informasjonen vi har fått ut av de rundt deres løsninger.

3.1 PARALLELLPUBLISERING

Parallell er ett uttrykk i geometrien som beskriver forholdet mellom to (eller flere) linjestykker eller plan som tilfredsstillende den greske matematikeren Euklids parallelle postulat.

Parallellpublisering betyr å publisere samme artikkel i to eller flere forskjellige medier. Informasjonen som publiseres blir tilpasset det aktuelle mediet og informasjonen vil finnes i forskjellige kanaler til samme tid.

I dag er parallellpublisering et aktuelt tema for alle som ønsker å optimalisere kommunikasjonsflyten og treffe målgruppen mer effektivt med aktuell informasjon. Dette er lønnsomt ettersom dagens informasjonsflyt er basert på flere kanaler, både trykte og elektroniske. For å nå ut til kundene er det viktig å være synlig i flere enn en kanal. Overgangen fra manuelt arbeid til automatikk har alltid betydd effektivisering og besparelser både i form av tid og kostnader.

Ved å benytte en database muliggjør man parallellpublisering av tekst, bilder og produktinformasjon i flere medier, for eksempel trykket katalog, web, PDA og eventuelt andre.

(Briskeby, 2004)

3.2 TEKNOLOGIER

3.2.1 SGML

Standard General Markup Language er et system for organisering av elementer i et dokument. SGML er et metaspråk, det vil si en måte å beskrive et språk på. I dette tilfellet et tekstmarkeringsspråk, som er et sett av tekstmarkeringsregler som brukes for å kode en tekst. Språket må spesifisere hvilken merking (tagger) som er nødvendig, hvordan merkingen skal skilles fra teksten, og hva merkingen betyr. SGML har vært en internasjonal standard innen informasjonsteknologi (ISO 8879) siden 1986.

3.2.2 HTML

Hyper Text Markup Language er en metode for å definere og tolke tagger i henhold til SGML regler, et tekstmarkeringsspråk. Et HTML-dokument er bygd opp av forhåndsdefinerte tagger, som rammes inn av tegnene < og >. Disse

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C/
<html xmlns="http://www.w3.org
<head>
<meta http-equiv="Content-Type
<title>Registreringsform for j
<style type="text/css">
  @import url("stil.css");
</style>
<script src="opplastning.js" t
<script src="ajax.js" type="te

```

Fig.3 - Eksempel HTML

taggene forteller nettleseren til brukeren hvilket element det er. HTML-dokumenter brukes hovedsakelig til websider på internett, og kan blant annet inneholde tekst, bilder, video, animasjoner og hyperkoblinger til andre objekter. HTML benyttes til å strukturere informasjon, den sier derimot ingenting om formateringen for de ulike elementene. HTML er en internasjonal standard – ISO/IEC 15445:2000.

3.2.3 CSS

Cascading Style Sheets er språket som definerer formateringen til de ulike elementene i HTML-dokumentet. CSS er et stilsett som beskriver marger, linjehøyde, skriftstørrelse, skriftfarge etc. Prinsippet i CSS er at CSS angir oppsettet, farger og annen stilinformasjon, mens HTML-dokumentet beskriver struktur og semantikk. Knyttet ikke HTML-dokumentet opp mot noe stilsett vil dokumentet vises med nettleserens forhåndsvalgte formateringer. Man har da ingen kontroll over hvordan innholdet vises i nettleseren, og vil avhenge av hvilken nettleser som brukes. Det er derfor best å benytte et stilsett så man har mer kontroll over at innholdet vises likt i de forskjellige nettleserne.

```
body {
  background: url('head.jpg');
  font-family: Verdana, Arial;
  font-size: 12px;
  text-align: center;
  margin-top: 0 auto;
}
#container {
  background: url('form_bg.jpg');
  margin: 0;
  padding: 0;
```

Fig.4 - Eksempel CSS.

3.2.4 XML

Extensible Markup Language er et system for å strukturere data eller beskrivelser av data. Det er et metaspråk som kan brukes til å lage tekstmarkeringsspråk (eks. HTML). XML er et åpent språk og er plattformuavhengig. Opprinnelig skulle det brukes til ulike former for elektronisk publisering. Etter at det ble introdusert i 1998 er det også blitt et viktig format for utveksling av data på internett, men også som informasjonsfiler til forskjellige program. XML er utvidbart, som betyr at det ikke finnes ett sett med elementer som alle må bruke. XML er utviklet fra metaspråket SGML.

(Hunter, 2007)

```
<?xml version='1.0' encoding='utf-8'>
<!DOCTYPE artikkel SYSTEM "artikkel.dtd">
<Artikler>
  <artikkel id="10342">
    <overskrift>Slaget i
    <byline>
      <forfatter>Leif
    </byline>
    <ingress>
      Trillemarka kunn
```

Fig.5 - Eksempel XML.

3.2.5 DTD

Document Type Definition definerer strukturen til XML-dokumentet. En DTD beskriver de tillatte elementene og attributtene i et XML-dokument. Denne brukes til validering av et XML-dokument for å undersøke om dokumentet er gyldig eller ugyldig. Når man importerer et XML-dokument inn i et program ønsker man å undersøke om dokumentet er gyldig. Er det ugyldig ønsker man at det ikke skal være mulig og importere det. Dette er på grunn av sikkerhetsmessige hensyn og man vil på denne måten unngå at systemet krasjer. Man kan bruke denne testingen til å gi brukeren en forståelig tilbakemelding i stedet for at tilbakemeldingen skal være uforståelig for brukeren.

3.2.6 CMS

Content Management System er et fellesnavn på ulike publiseringstøysom brukes til å forenkle publisering av innhold. Dette blir mest brukt i forhold til å publisere innhold på internett. Et CMS består av et grensesnitt hvor brukeren kan utføre ulike handlinger med innholdet for eksempel; publisere, redigere, kategorisere etc. Hver bruker har sitt eget brukernavn og passord som man bruker for å logge seg inn i CMS'et. Ut i fra hvilke rettigheter brukeren har blitt tildelt kan den utføre ulike operasjoner. Som sagt er CMS et fellesnavn, og

```
<!ELEMENT artikler (artikkel)+>
<!ELEMENT artikkel (byline, overskrift, ingress, brødtekst, bilder)*>
<!ELEMENT byline (forfatter)+>
<!ELEMENT overskrift (#PCDATA)+>
<!ELEMENT ingress (#PCDATA)+>
<!ELEMENT brødtekst (#PCDATA)+>
<!ELEMENT bilder (bilde+)>
```

Fig.6 - Eksempel DTD.

kvaliteten på de ulike systemene er veldig variabel. Hovedpoenget er at brukeren ikke trenger kunnskaper om hva som ligger bak, men skal allikevel ha muligheter for å publisere artikler med bilder, legge ut et nytt produkt, redigere informasjons tekster og lignende.

3.2.7 PHP

Personal Home Page er et server-side skriptspråk. Et server-sidespråk betyr at det som utføres av operasjoner på en webside, utføres på serveren og ikke hos nettleseren til brukeren som er inne på siden. Dette kan sammenlignes med at du (nettleseren) er på et gatekjøkken (websiden på en server) og bestiller en hamburger (trykker på en link). Gatekjøkkenet vil da lage burgeren til deg, du blir ikke tildelt råvarene for å lage burgeren selv. Dette vil si at ved hjelp av PHP kan serveren utføre dynamiske operasjoner for så å sende informasjonen som HTML til nettleseren til brukeren. PHP kan derfor hente ut informasjon fra databaser, noe som vil si at det ikke er behov for noen som sitter og oppdaterer sidene manuelt, men at dette skjer automatisk. Endres innholdet i databasen, vil det nettleseren spør etter også endre seg. Sikkerhetsmessig vil ikke brukeren kunne se hvordan denne informasjonen hentes ut, den vil kun få opp hvordan informasjonen vises i HTML. Man kan også benytte seg av PHP for og blant annet putte informasjon inn i databasen, lese fra og skrive til filer som ligger på server området.

(Bronoczyk, 2006)

3.2.8 Javascript

Javascript er et programmeringsspråk der koden lastes ned til nettleseren sammen med det dokumentet som koden skal brukes i. Javascript gjør det mulig for brukeren å utføre handlinger som endrer HTML-koden uten at dokumentet trenger å bli lastet på nytt. Eksempelvis kan man benytte javascript til å endre fargen på en tekst, eller skjule en tabell. Ønsker man å benytte et skriptspråk som for eksempel PHP til dette, er man nødt til å laste ned dokumentet på nytt for å få endringen til å tre i kraft.

3.2.9 AJAX

AJAX er en forkortelse for Asynkron Java Script og XML, og er ikke et nytt programmeringsspråk, men en webutviklingsteknikk for å lage interaktive nettsider. Teknikken går ut på å benytte javascript til å kommunisere med webserveren slik at du ikke behøver å laste hele siden på nytt for å endre på tekst, bilder, tabeller etc. på siden. Det er XMLHttpRequest objektet i javascript som gjør dette mulig. Det er altså en ulempe med bruk av Ajax og Javascript. Nettleseren må først og fremst ikke ha slått av støtte for javascript, og den må ha støtte for XMLHttpRequest objektet i javascript. Det er derfor viktig og utvikle nettsider som også vil fungere om det ikke er støtte for Ajax, noe som desverre veldig mange utviklere glemmer. Det finurlige med Ajax er at man kan få javascript og skriptspråk som PHP til å arbeide sammen. Man kan altså få hentet ut oppdatert informasjon fra databasen uten å oppdatere hele siden du er inne på, kun deler av den. Dette letter trafikken til webserveren, siden man unngår og laste ned informasjonen som ikke har endret seg på nytt.

(Keith, 2007)

```
function koble_til()
{
//Funksjon for å koble til
mysql_connect($this->hostname
    || die(mysql_error());
@mysql_select_db($this->dbName
    || die("Kunne ikke kobl
}
```

Fig.7 - Eksempel PHP.

```
function bkClass(){}
bkClass.prototype.construct
bkClass.extend=function(E){
    var A=function(){
        if(arguments[0]!==b
            this.construct
        };
    var D=new this(
    var B=this.prototype
```

Fig.8 - Eksempel Javascript.

```
function getHTTPObject () {
    var xhr = false;
    if(window.XMLHttpRequest
        xhr = new XMLHttpRequest
    } else if (window.Active
        try {
            xhr = new Active
        } catch(e) {
            try {
```

Fig.9 - Eksempel Ajax.

3.2.10 MySQL-database

Column Name	Data Type
id	INTEGER
opprettet	TIMESTAMP
endret	TIMESTAMP
forfatter	VARCHAR
hovedtema	INTEGER
sub_tema	INTEGER
web_tittel	VARCHAR

Fig.10 - Eksempel MySQL-tabell

SQL er forkortelse for Structured Query Language, og er en databasetype som er mye brukt på internett. Bruk av database er nesten uunngåelig ved bruk av dynamiske websider. Grunnleggende sett brukes den til å ta vare på den dynamiske informasjonen ved websiden. Fordelen ved bruk av database er at det er lett å håndtere ved å velge ut poster, legge til, oppdatere, søke etc. Database er en logisk sammenhengende samling av relaterte data, som representerer et aspekt av den virkelige verden. Databasen består av tabeller som består av kolonner, rader og verdifelter. Disse tabellene kan ha relasjoner mellom hverandre. Den vanligste databasetypen som blir brukt med PHP er MySQL, men PHP støtter databaseabstrahering via PEAR, som ganske enkelt betyr at du kan få PHP til å kommunisere med en hvilken som helst database.

(Bronczyk, 2006)

3.2.11 Adobe Systems



Fig.11 - Logo Adobe Systems

Adobe Systems er et amerikansk selskap som utvikler programvare til Windows og Mac. Programporteføljen deres spenner fra publiseringsprogram for internett til avansert bildebehandling. Adobe System sine verktøy er mye brukt i den grafiske bransje, og er blant de kraftigste og mest avanserte som eksisterer i dag. Adobe Indesign er et program for desktop publishing. Mange brukere ser i dag Indesign som det kraftigste verktøyet ved produksjon i grafisk bransje. Indesign samarbeider godt sammen med Adobe Photoshop som er det ledene bildebehandlingsprogrammet på markedet i dag. Indesign samarbeider også godt med Adobe Illustrator som er godt egnet for vektor grafikk. Indesign brukes først og fremst til fremstilling av kortere dokumenter og artikler i tidsskrifter, plakater og andre trykte medier.

(www.adobe.com)

3.2.12 PDF

Portable Document Format er et filformat som er laget for dokumentutveksling, og er vanligvis betraktet som å være et sluttformat. I senere tid har Adobe utviklet muligheten for å legge til kommentarer i dokumentet, som ikke vil vises om man printer dokumentet, men som vil kunne brukes til for eksempel korrekturlesing. Formatet er plattformuavhengig og leses av for eksempel Adobe Reader som er et gratisprogram. PDF-dokumentene har også støtte for riktekst som gjør det mulig å lage hyperkoblinger med kryssreferanser eller lenker til andre objekter.

3.2.13 PDA

Personlig Digital Assistent, er en liten, bærbar datamaskin med et raskt operativsystem. PDA-er inneholder en rekke funksjoner i tillegg til møtekalender, adressebok og klokke. Ettersom tilgangen på internett er raskt økende vil det bare blir mer og mer bruk av PDA. Her er det et stort potensiale for systemer som gjør det enklere å holde oversikt over oppgaver, kunder og rapportering. Man er ikke lenger avhengig av å sitte på kontoret for å utføre denne jobben, men man kan gjøre det ute hos kunden, før man for

eksempel reiser videre til neste oppdrag. Man kan også ha sentraler som sitter med oversikten over de ulike oppdragene, hvor de så sender oppdrag ut til de ulike operatørene.

3.2.14 WAP

Wireless Application Protocol er en åpen internasjonal standard for trådløs overføring av data til for eksempel mobiltelefoner og internett. Mobiltelefoner man kun brukte til å ringe med er blitt historie. Utviklingen skjer fort, og mobiltelefonene har blitt som små datamaskiner. Prosessorene er blitt raskere, skjermene større og brukergrensesnittet blitt utvidet noe vanvittig. Telefonene ligner mer og mer på PDA'er, noe som vil si at telefonen også får deres bruks-område. Overføringshastighetene blir stadig kjappere og tilgangen øker betraktelig. Benytter man seg av bærbar pc med oppkobling via mobiltelefon kan man ha tilgang til redaksjons systemer overalt hvor man har dekning på telefonen.

3.3 KJENTE LØSNINGER

Slik vi ser det så har parallellpublisering av tidsskrifter og trykksaker på nett vært et område som bransjen har visst om i lengre tid men få har tatt spranget ut. Her skal to forskjellige teknologier og miljøer møtes for å lage et system som effektiviserer og fornyer et tilbud for kundene. Derfor ser vi en klar trend der grafiske bedrifter slår seg sammen eller samarbeider med mer tradisjonelle web-firmaer, for å tilby publisering og kommunikasjon i flere kanaler.

3.3.1 07 Gruppen

07 Gruppen er en nylig sammenslåing av PDC Tangen, Gan Media, Gan Grafisk, Krone Trykk og Mathisen & Halvorsen. Slik vi tolker markedet i dag så er det 07 gruppen som har kommet lengst i parallellpubliseringsløsninger. Når tidligere PDC Tangen startet opp med parallellpublisering så utviklet de løsningen sammen med eksterne utviklere. Det er snart 10 år siden PDC Tangen første gang parallellpubliserte artikler i flere medier.

Bedriften har per i dag to programmer som jobber opp mot hverandre, Gloria og Moses. Gloria er en portalløsning for databasebaserte publiseringsløsninger, denne har en kombinert inter-, intra- og ekstranett funksjon. Dette er et system med en høy grad av automatisering, sikker tilgangshåndtering og portal-funksjonalitet. Delen med parallellpublisering er bare en del av programmet. Gloria har et webbasert brukergrensesnitt, så brukeren trenger ikke noen spesiell programvare for å bruke systemet, det man trenger er en nettleser med nettilgang.

Redaksjonelt er Gloria i følge leverandøren et effektivt og brukervennlig system. Man velger enkelt mal for arbeidet, denne kan endres og lukkes etter bruk. Websiden er da oppdatert og ingen HTML-koding er nødvendig. Hvis brukeren benytter en HTML-editor kan man kopiere og lime inn HTML-dokumentet rett inn i Gloria.

07 Gruppen legger til rette for parallellpublisering allerede fra jobbstart av. Bruk av XML og tagging av tekst følger arbeidsflyten fra start til mål. 07 mottar de fleste artiklene i Word på e-post fra kunden, disse lastes inn i Indesign og plassert ut i dokumentet. Når tidsskriftet er ferdig brekket om så blir det sendt en PDF-fil eller en papirversjon til korrektur hos kunden. Når denne prosessen er fullført så trykkes tidsskriftet og artiklene blir lastet inn i et CMS-system som publiserer artiklene på web. Slik det er i dag så blir webartiklene publisert samtidig med papirutgaven. I fremtiden er det flere kunder som ønsker å bruke web som primær kanal og så senere velge ut artikler som skal trykkes.

(www.07.no)

(Artikkel om Gloria, produsert av Gan Media)

3.3.2 Graforama

Graforama oppstod når Pixelhospitalet, RMgrafika og Stens trykkeri slo seg sammen. Sammen kan bedriftene tilby flerkanalsløsninger. Ett av de store satsningsområde til Graforama er parallellpublisering.

RMgrafika står for det grafiske arbeidet i parallellpubliseringsprosessen innad i Graforama. De bruker Adobe Indesign som ombrekkingsverktøy og produserer tre tidsskrifter som både blir publisert på trykk og på web. Kunden sender inn materialet sitt via e-post eller på den måten som passer de best. Teksten blir importert til Indesign og brekket om på vanlig måte. Når denne prosessen er ferdig så genereres en PDF-fil som sendes til kunden som gjør eventuell korrektur. Når denne er godkjent så sendes tidsskriftet til trykk. RMgrafika lager nå et XML-dokument ut i fra Indesign-filen. Tekst og bilder som hører sammen blir tagget til en enhet slik at XML-filen blir letter å lese for et CMS senere i prosessen. Når dette er gjort så blir denne eksportert til en XML-fil, denne filen inneholder alle artiklene i tidsskriftet. Jobben blir nå videreført til Pixelhospitalet som tar XML-filen inn i XPublish (et CMS) som brukes for å publisere artiklene på nett.

(www.graforama.no)

3.3.3 Laboremus

Laboremus ble etablert i 1994 og består av tre avdelinger. Laboremus design, prepress og software. Hovednisjen til Laboremus har vært ombrekking av bøker, men har de siste årene utviklet seg til å parallellpublisere tidsskrifter. De benytter seg av Adobe Framemaker. Laboremus får tilsendt artiklene i forskjellige former, det kan være over e-post eller post og i forskjellige dokumenttyper. Teksten blir importert inn i Framemaker og plassert ut i dokumentet. Dokumentet er bygd opp slik at XML-strukturen blir implementert tidlig i prosessen, dette gjør det enklere å publisere artiklene på web. Laboremus jobber opp mot en database der alle artiklene ligger. For at dette skal fungere optimalt så er det viktig å legge informasjonen i bestemte maler som Framemaker innehar. Ved webpublisering så benytter Laboremus sitt egenutviklet CMS som kalles Novus, dette programmet tar XML-filen fra Framemaker og brytter den om til et webbrukergrensesnitt. XML-filen inneholder tagger som viser hvilken tekst og bilder som hører sammen.

(www.laboremus.no)

(www.laboremussoftware.no)

3.3.4 Capella Media

Capella Media AS er en kvalitetsleverandør innenfor dynamisk publisering. Capella er opptatt av å følge den tekniske utviklingen i markedet og er opptatt av automatisering, gjenbruk og flerbruk via internett. Bedriften har fokus på å effektivisere tradisjonelle produksjonsprosesser som parallellpublisering fra print til web.

Ved webpublisering bruker Capella et program som heter iPapir. Dette programmet konverterer den samme PDF-filen som blir trykket til et dynamisk tidsskrift på nett. Her kan man bla frem og tilbake, zoome inn i dokumenter for å lese artiklene og navigere på samme måte som dette var et fysisk produkt. Det er mulighet for å legge til linker for å gjøre tidsskriftet mer dynamisk. Opp gjennom årene er det gjort mange forsøk på å lage etterligninger av fysiske produkter på en skjermbasert fremvisningsform. Dette er gjort for å få brukerne til og raskere tilvenne seg, forstå og bruke systemene. Dette fungerer noen ganger, men i dette tilfellet så finnes det bedre løsninger. Noen ganger er det bedre å lage løsninger for fremvisningsformen i stede for å videreføre gamle ideer som er ment for andre medier.

(www.capellamedia.no)

3.3.5 Utvikling i bransjen

Felles for de fleste bedriftene vi har vært i kontakt med er at artiklene som skal publiseres kommer inn til bedriften gjennom forskjellige medier og i forskjellige dokumenttyper. Hvis det hadde vært en standard på hvordan dette ble utført så hadde det vært enklere for bedriftene å viderehåndtere materiale. Arbeidsflyten innad i bedriften kunne effektiviseres og kunden kunne fått en bestemt måte å forholde seg til innsending av det redaksjonelle stoffet.

Vi har vært i kontakt med de største bedriften i Norge som driver med parallellpublisering. Vi forespurte dem om hvor mye de tror markedsprisen på deres parallellpubliseringsløsning ligger på. Et vanskelig spørsmål som vi egentlig ikke hadde noen forhåpninger på å få noe konkret svar på. Felles for de alle var at de ikke ville selge løsningen til konkurrenter, men gjerne inngå samarbeid for å utvikle et enda bedre produkt. Dette ser vi en klar trend på i markede, eksempler på dette kan være; Hamar Media, O7 Gruppen og Graforama.

KAPITTEL 4

UTFORDRINGER FOR HAMAR MEDIA



Dette kapitlet forklarer utfordringene til Hamar Media, hva de forskjellige bedriftene i konsernet ønsker og hvordan de jobber i dag. I kapitlet er det også skrevet om effektivisering, produktutvikling og om hvordan Idé Trykk kan gjøre dette i sin bedrift. Kapitlet sier også noe om hvordan Idé Trykk bør gå frem for å motivere kundene sine til å ta i bruk parallellpubliseringsløsningen.

4.1 HVA ØNSKER HAMAR MEDIA OG TIL HVILKE RESSURSER

Hamar Media vil tilby sine grafiske kunder et bredere tilbud innefor webpublisering. De har et titals kunder som publiserer tidsskrifter hver måned. Dagens løsning er tidkrevende og kan effektiviseres ved bruk av riktig teknologi. Hamar Media har tidligere laget en løsning ved parallellpublisering av avis og har kompetanse innenfor utvikling av slike løsninger. Parallellpubliseringsløsningen blir en ny modul på Reacts publiseringsplattform. Hvor mye ressurser som skal legges ned i prosessen er ennå litt uklart men de ønsker er å få dette i gang i nærmeste fremtid. Dette krever at React setter seg ned med Idé Trykk og deres kunder for å finne de ønsker og krav som stilles til en slik løsning. Dermed skreddersyr de en løsning som passer Hamar Media og kunden best, uten innblanding av en ekstern leverandør.

4.1.1 Hva ønsker Idé Trykk?

Som grafisk bedrift ønsker Idé Trykk og tilfredsstille kundene sine, ikke minst å holde på dem. Utviklingen i markedet tilsier at websider vil fortsette å utvikle seg ettersom fler og fler bruker internett som oppslagsverk. Derfor vil det være viktig for enhver bedrift å ha en nettside for å tilfredsstille sine kunder. Idé Trykk som leverer tidsskrifter vil i fremtiden måtte tilby sine kunder en mulighet for å publisere trykksaken også på internett.

Det finnes tekniske løsninger på problemet parallellpublisering fra print til web på markedet, så det er mulighet for Idé Trykk å kjøpe en slik løsning. Riktig nok er det ikke sikkert denne løsningen vil passe til akkurat det behovet Idé Trykk har. Derfor vil Idé Trykk og Hamar Media utnytte kompetansen som allerede finnes i konsernet. Ved å gjøre dette, vil de få en spesialtilpasset løsning og de kan eventuelt redusere noen kostnader ved å utvikle den tekniske løsningen selv. I tillegg til å spare ressurser vil konsernet alt i alt ha mulighet til å redusere kostnadene ytterlig ved å ha en parallellpubliseringsløsning. Det vil forenkle prosessen for flere ledd i produksjonen og det er tidsparende. Idé Trykk vil med et nytt system for parallellpublisering kunne tilby sine kunder en komplett løsning på både trykk og web, uten at det vil medføre store endringer i hverdagen for deres kunder.

4.1.2 Hva ønsker React?

React er en utviklings- og programmeringsbedrift som utvikler webløsninger. De har god kompetanse innen webutvikling og kjenner godt til hvordan det publiseres trykksaker på nett. Dette er en jobb som tar unødvendig tid for React og de er interessert i å effektivisere denne løsningen slik at det reduserer bruken av tid for deres programmerere.



Fig.12 - Logo Idé Trykk



Fig.13 - Logo React

4.1.3 Arbeidsprosessen til Idé Trykk per i dag.

Per i dag jobber Idé Trykk veldig stykkevis og delt. Redaksjonen får ren tekst fra journalisten og bilder som vedlegg. Dersom journalisten har brukt wordmalen riktig, kan de kopiere rett fra malen inn i Indesign.

Forklaring

Adobe Acrobat

Adobe Acrobat er et PDF-program hvor det er mulig og kommentere innholdet i PDF-dokumentet uten at dette vil være med på utskriften.

Adobe Reader er et gratis program for visning av PDF-dokumenter.

Idé Trykk må brette om artikkelen, og størsteparten av korrekturen gjøres av Idé Trykk. De endrer titler, bilderredigering, kniping av luft og lignende. Grafisk bransje har problemer med å få betalt for korrekturjobben, så kunden får en del gratis arbeid fra bedriftene.

Kundene til Idé Trykk foretrekker å lese korrektur i PDF. Når dette er gjort får Idé Trykk tilbakemeldinger via telefon, Adobe Acrobat eller personlig oppmøte fra kunden. Korrekturen kan ta fra ti minutter til flere dager, dette kommer an på størrelsen på tidsskriftet. Korrekturgangen er en av de største utfordringene til Idé Trykk per i dag. I tillegg til dette, er det ingen av kundene til Idé Trykk som arbeider på samme måte.

I forhold til parallellpublisering har ikke Idé Trykk kommet så langt i prosessen, de har jobbet litt med Indesign eksport. De ser for seg at et nytt system vil hente ut lite penger og skal være en så liten investering som mulig. Idé Trykk vil gjerne ha utviklet et arkiv som lett klarer å skille mellom forskjellige versjoner av dokumenter. Samtidig mener Idé Trykk at de ikke har kompetanse til å ta på seg en webredaktør rolle.

Dersom man klarer å legge mer arbeid på kunden, blir det desto enklere for Idé Trykk å brette om artikler og prosessen vil bli effektivisert.

4.1.4 Utvikling

Utviklingen kan komme dersom man klarer å strukturere kundene bedre. Klarer man også å få effektivisert korrekturprosessen vil man etter hvert få en mer effektiv løsning på parallellpubliseringen. Dersom man får kundene til å ta stilling til om de vil ha en attraktiv web, kan man også utnytte parallellpubliseringsløsningen for det den er verdt. Dersom kundene til Idé Trykk tar stilling til om de vil ha web, vil de kunne få publisert tidsskriftet på en effektiv måte uten at det vil medføre mye arbeid for dem.

Ved å ta i bruk parallellpubliseringsløsningen vil Idé Trykk også ha mulighet til å ta på seg flere oppdrag ettersom produksjonsprosessen nå blir mer effektiv.

4.1.5 Arbeids- og ordreflyt

Arbeidsflyten i en bedrift sier noe om hvordan ordrene flyter og hvordan utviklingen til arbeidet går. Arbeidsflyt definerer hvor lang tid de forskjellige prosessene i arbeidet har på seg. Ved å ha en mer automatisert arbeidsflyt, kan man effektivisere og kvalitetssikre arbeidsprosesser og rutiner. Automatisering kan gi konkurransefortrinn og en lett håndterlig løsning for inn- og utgående kundekommunikasjon.

Fig.14 - Forklarende tekst.

Automatiseringen vil også gi raske tilbakemeldinger og god oversikt over hvor det eventuelt vil være feil. Løsningen vil også føre til lettere arbeid underveis ettersom det vil være lett å justere der det eventuelt må justeres. Parallellpubliseringsløsningen vil ha begrensninger i brukergrensesnittet som ikke vil la det være mulig å fullføre oppgaven før all nødvendig informasjon er fylt ut. Dette er med å kvalitetssikre innholdet i det innleverte materialet.

4.1.6 Arbeidsflyten mellom React og Idé Trykk

React og Idé Trykk var to selvstendige bedrifter som nå er samlet under samme konsern. Begge bedriftene innehar stor kompetanse på sitt fagområde og har alle forutsetninger for å utvikle en velfungerende parallellpubliseringsløsning. Grunnet tidligere erfaringer fra kunder som har vært noe forsiktig ved egen utvikling av sitt produkt så har parallellpubliseringsløsningen uteblitt.

Idé Trykk er i første omgang redd for å endre prosessen i forhold til sine kunders syn på tilpassningene til en slik parallellpubliseringsløsning. De ser for seg at hvis den nye løsningen vil bety store endringer av arbeidsmetoden som skribentene bruker i dag, kan det hende de ikke vil ta i bruk den nye løsningen.

React vil gjerne effektivisere prosessen ettersom det ikke er ombrekking fra PDF-filer til et webbrukergrensesnitt som er deres kjernekompetanse. De skal programmere løsninger for å gjøre prosesser som dette enklere å håndtere og automatisert.

Hamar Arbeiderblad har en automatisert løsning per i dag. Journalisten skriver artikkelen for så å sende den til desken som gjør nødvendige forandringer, korrektur, legger inn metadata og sier hvor i avisen den skal plasseres. Deretter sendes det en XML til nettpubliserings og en PDF til trykking. I XML-filen er det beskrevet hvor artikkelen skal ligge i forhold til temaer i avisen. Klokkene 05.00 hver morgen eksporteres dette til web, og automatiseringen tar tak i artikkelene for web og publiserer de uten noen fysisk hjelp fra React. Prosessen er helautomatisert.

Når Idé Trykk og React skal utvikle en publiseringsløsning for tidsskrift, er det nærliggende å se på løsningen som allerede er innad i konsernet for avis. Den tekniske biten er forholdsvis lik mens brukergrensesnittet må tilpasses den enkelte kunde. Det skal ikke utvikles et redaksjonelt system på like linje med en avis, men et Content Management System. Dette inneholder opplastning av tekst, bilder, video og andre filer, samt utfylling av metadata.

Med litt kommunikasjon mellom de tre bedriftene skal det være mulig å opprette en løsning for tidsskrift også. Ved å se på løsningen som Hamar Arbeiderblad bruker, endre denne standarden i forhold til begrensninger som Idé Trykk har, skal React ha mulighet til å programmere en løsning som vil forenkle prosessen i alle ledd.

Registreringsformen presser journalisten til å fylle ut en del metadata som er nyttig for operatørene både i Idé Trykk og React. De vil få ferdig programmert overskrift, ingress og brødtekst. I tillegg vil de få en rekke opplysninger i forhold

til kategori, området, bilder og kommentarer som skribenten eventuelt har. Dette gir journalisten mulighet til å kommentere eventuelle tidligere innstillinger. Klarer man å bruke systemet, vil det være lettere å bruke teksten til både web og til print. Registreringsformen blir utgangspunktet for både XML og design.

4.1.7 Samarbeid mellom React og Idé Trykk

Gjennom å utvikle parallellpubliseringsløsningen med kontinuerlig samarbeid i prosessen, er det lettere å gjøre endringer underveis med hensyn på de forskjellige ønsker, krav og behov for hver av brukergruppene. Før utviklingen av parallellpubliseringsløsningen må hver av bedriftene sette ned hvilke krav og behov de har til en slik løsning. De må ta hensyn til sine kunder igjen og hva som eventuelt kan utvikles i tilleggsmoduler. Idé Trykk må ta stilling til hvilke metadata de trenger for å få mest mulig informasjon ut av en publiseringsløsning. Hva som er mest egnet for å import i Indesign. React må ta stilling til hvilke metadata de trenger for å få fullført en god XML som kan publiseres på web, samtidig må det bestemmes noen retningslinjer for hvordan automatiseringen skal foregå. Samarbeid handler om tillit, åpen kommunikasjon, konfrontasjon og konflikter og optimalisering av samarbeid og teamwork. Skal samarbeidet mellom bedriftene fungere, kreves det også gjensidighet, respekt for samarbeidspartneren og at de prøver å oppfatte opplevelsen som delt fellesskap. I tillegg handler samarbeid om omsorg, vennlighet, hjelpelighet, arbeidsdeling og troen på egne ideer.

Kommunikasjon

Kommunikasjon betyr på latin «å gjøre felles», men betegnelsen kommunikasjon brukes om overføring eller utveksling av informasjon mellom personer. Konkret kan man si at kommunikasjon er den prosessen der en person, gruppe eller organisasjon overfører en type informasjon til en annen person, gruppe eller organisasjon der mottaker får en viss forståelse for budskapet.

Det er flere deler i kommunikasjonsprosessen. Den består av innkoding, kommunikasjonskanalen, avkoding, tilbakemelding og støy.

- Innkoding handler om hva en person har til hensikt å formidle til en annen person.
- Kommunikasjonskanalen er den konkrete formidlingsveien for budskapet.
- Avkodingen er mottakerens måte å oppfatte budskapet til sin egen forståelse.
- Tilbakemelding er hvordan mottakeren overfører et nytt budskap til den opprinnelige senderen.
- Støy er ulike faktorer som kan være med på å forstyrre formidlingen av budskapet.

B2B (business 2 business) kommunikasjon mellom bedrifter.

Kjernesystemene står for formidling av data mellom kunde og bedrift. I sin enkleste form er dette gjort ved at et system lagrer informasjon generert av en bedrift og gjør denne tilgjengelig for CMS publiseringsssystem som igjen presenterer informasjon til kunde. Et B2Bsystem drar nytte av informasjon som er lagret i ett eller flere kjernesystemer for så å skape merverdi enten for bedrifter eller kunder.

4.1.10 Hvordan effektivisere

Alle som driver en bedrift vet at det er to måter å øke fortjenesten på. Man kan enten selge mer eller bruke mindre ressurser på å oppnå samme resultat. Effektivisering kan påvirke begge disse faktorene. For ved å effektivisere, reduserer du tiden det tar for bedriften å gjennomføre en oppgave. Denne tiden kan du da bruke til å spare arbeidskostnader eller øke produktiviteten til de ansatte.

Internettets evne til lagring, behandling, distribusjon, og presentasjon av informasjon gjør det ideelt som effektiviseringsverktøy. For det er nettopp i disse prosessene at en bedrift bruker mye tid, og da spesielt i administrative avdelinger.

Å være effektiv er blitt et trendord som lett kan miste sin betydning for de fleste. Det virker som alle B2B-leverandører lover deg en mer effektiv hverdag dersom du tar i bruk deres produkter eller tjenester. De færreste kan skilte med konkrete tall på hvor mye du vil spare. En god publiseringsløsning medfører at man bruker mindre tid på publiseringsprosessen. Man slipper også å bruke en ekstern webmaster, noe som betyr at man reduserer kostnadene.

4.1.11 Produktutvikling

Produktutvikling er den prosessen som bidrar til at nye produkter og tjenester utvikles. Produktutvikling som skal løse brukernes reelle behov tar hensyn til hva brukeren trenger og har aktivt med brukeren i hele utviklingsprosessen. Dette gjøres ved intervju, observering, testing og spørreundersøkelser. Etter denne gjennomføringen har man funnet grunnleggende behov, uavhengig av eksisterende løsninger. Fokuset på utviklingen ligger i å tilfredsstille behov og krav som kunden har ytret.

Det er to måter å gå frem i produktutvikling, den ene involverer ideskaping, produktdesign og detaljkonstruksjoner, og den andre tar for seg markedsundersøkelser og markedsanalyse. Hvordan man angriper utviklingen kommer ann på om det er produktutvikling for nye markeder, om konseptet kun er nytt for produsenten, eller om hele konseptet er helt nytt og vil skape nye markeder. Produktutvikling kan også være implementering, innovasjonsprosesser og forretnings – og organisasjonsutvikling.

I produktutviklingsprosessen er det flere trinn:

- Ideskaping
- Idevurdering
- Utvikle og testing av produktet
- Forretningsanalyse
- Betatesting og markedstesting
- Teknisk implementering
- Kommersialisering

Som produktutvikler har man som oppgave å skape nye produkter og videreutvikle eksisterende produkter, basert på kundenes behov. En annen forutsetning er at man har god kontakt med markedet og frembringer de produktene som kunden etterspør.

(www.kunnskapssenteret.com)

4.1.12 Effektivisering og produktutvikling hos Idé Trykk

For Idé Trykk vil det være hensiktsmessig med en parallellpubliserings-løsning for å effektivisere prosessen for React. Dersom Idé Trykk tar i bruk en slik parallellpubliseringsløsning, vil det spare React for arbeid i form av at XML-en allerede er laget hos Idé Trykk og artikkelen kan publiseres med en gang. De trenger egentlig ikke å ha noe og gjøre med prosessen i det hele tatt, ettersom det finnes systemer som gjør publisering automatisk. Derfor kan Idé Trykk gjøre seg ferdig med trykksakprosessen for så å sende tidsskriftet til publisering for web. Ved hjelp av noen tastetrykk, vil man kunne publiseres en artikkel på web.

Nøkkelen til effektivisering handler ofte om å effektivisere arbeidsoppgaver. Klarer Idé Trykk å sette i gang med å bruke parallellpubliseringsløsningen vil det effektivisere arbeidet til Idé Trykk og React, og vil i det hele og totale spare konsernet Hamar Media for resusser.

Idé Trykk og React vil drive med produktutvikling der deler av markedet er nytt, men konseptet finnes allerede på markedet, det er bare ikke utarbeidet noen standard for dette per dags dato. Parallellpubliseringsløsningen vil være et produkt på et ufullstendig marked som stadig er i utvikling. Markedet vil bli større etterhvert som bransjen åpner øynene og blir mer bevisst på parallellpublisering og effektivisering.

4.2 HVORDAN MOTIVERE KUNDENE?

4.2.1 Definisjon av motivasjon

Det som forårsaker aktivitet hos et individ, som holder aktiviteten ved like, som gir aktiviteten mål og mening. Ordet «motivere» stammer fra latin (movere) og betyr «bevege».

Skal kundene motiveres til å ta i bruk den nye løsningen, må de få vite fordelene ved å ta i bruk parallellpubliseringsløsningen. Kundene må få vite mulighetene rundt å ha en operativ web og hva en slik løsning kan gjøre for dem. De kan nå ut til nye markeder og nye kunder ved å publisere trykksaken sin også på web. Det er viktig å få frem fordelene ved å ha en operativ web og hvordan de selv kan være med å påvirke hvordan weben skal fungere.

Det er muligheter for nye annonser i tidsskriftet dersom man også kan garantere for annonser på nett. Dette må kundene ta stilling til og eventuelt skaffe seg nye eller flere annonsører til tidsskriftet som også vil være med på annonsere på web. Dette kan være med å øke annonseinntektene til tidsskriftet.

Idé Trykk er avhengig av at de klarer å treffe den indre motivasjonen hos kunden. De må få dem til å bruke parallellpubliseringsløsningen på grunn av selve aktiviteten, og at mestringen i seg selv er nok belønning for arbeidet. Dersom Idé Trykk ikke klarer å treffe den indre motivasjonen, bør de motivere kundene

ved at dersom de gjør deler av jobben selv, vil de ha muligheten til å kutte litt ned i kostnadene. Da vil Idé Trykk treffe den ytre motivasjonen til kundene, som er å oppnå en belønning eller mål utenfor selve aktiviteten.

Dersom kundene gis en ordentlig innføring i bruken av parallellpubliseringsløsningen og vet fordelene ved å bruke den, kan motivasjonen komme av seg selv, så lenge kundene vet hvor gunstig det er å gjøre deler av jobben selv og hva de kan tjene på det, er det stor mulighet for at de gjør nettopp denne jobben.

4.3 ANSVAR OG ØKONOMI RUNDT PARALLELLPUBLISERINGSLØSNINGEN

Hvem som har ansvaret for utviklingen og fremdriften av den nye parallellpubliseringsløsningen bør være delt mellom Idé Trykk og React. De bør begge se på parallellpubliseringsløsningen som et viktig steg i riktig retning for å beholde dagens kunder og som en mulighet for å kunne ta på seg flere nye oppdrag. Derfor bør begge bedriftene være pådrivere for å få i stand denne løsningen. De bør også se på den nye løsningen som en mulighet til å få drevet med den kreative delen i den jobben de gjør.

Kostnadene rundt en parallellpubliseringsløsning vil være vanskelig å forutsi. Dette fordi det er ingen på markedet som har en komplett løsning til salgs og hvor mye tid som brukes til å utvikle en slik løsning er vanskelig å kartlegge. Utviklingen av en slik løsning vil også preges av hvor stort og avansert løsningen skal være. I den forstand er det vanskelig å si hva kostnadene til en parallellpubliseringsløsning vil være. Det er viktig å være klar over at om man velger å utvikle dette innad i konsernet vil det kreve ressurser fra den daglige driften.

Om parallellpubliseringsløsningen blir en stor kostnad eller ei, er i grunn opp til oppdragsgiver og de rammene de kommer frem til under produktutviklingen rundt løsningen. Det kommer helt ann på hvor lang tid man setter av til utvikling og om det kommer til å påvirke de nåværende oppdragene bedriftene har. Sett at det ikke påvirker dagens oppdrag vil det gå relativt fort å bli enige om hvordan parallellpubliseringsløsningen skal være.

4.3.1 Innsparingspotensialet

Umiddelbart kan man tenke seg at man kanskje vil spare på en parallellpubliseringsløsning. Dette er bare delvis riktig. Dersom man får til en effektiv bruk av parallellpubliseringsløsningen, vil det være muligheter for innsparing. I startfasen vil det mest sannsynlig være lite innsparing ettersom parallellpubliseringsløsningen krever utvikling og utviklingskostnader. I innføringsfasen vil det også være lite innsparing fordi det her muligens krever kursing av kundegrupper samt support for bruk av parallellpubliseringsløsningen. I neste fase der kundene har lært seg å bruke løsningen, vil det være muligheter for

innsparinger. I denne fasen vil arbeidsflyten gå mer effektivt og tid vil være spart for designeren som slipper store deler av ombrekkingfasen. Det totale innsparingspotensialet til parallellpubliseringsløsningen vil først komme etter at produktet er veletablert hos kundegruppene. Da vil man kunne se hvor mye tid man har spart på ombrekking og React er nesten helt ute av prosessen i publiseringen for web. Man vil også nå ha kartlagt hva som eventuelt kommer av videre utviklingskostnader og kan ta høyde for dette.

I forhold til inntjening kan man se for seg en mulig prosentvis inntjening. Vi antar at denne vil ligge på 15-20% fordi man vil spare seks til åtte timer per 40 siders tidsskrift hos en utvikler i React. Utregningen er gjort i forhold til en ansatt med 37,5 timers arbeidsuke.

Man spør seg selv hvor mye man kan ta for en slik tilleggstjeneste med krav om at kunden gjør mer arbeid selv. Det er et vanskelig spørsmål. Prisen på tjenesten kan ikke vi estimere i denne oppgaven. Dette kommer ann på hva som blir vektlagt hos oppdragsgiver og hva kundene er villige til å betale for tjenesten.

Man kan øke prisen på tjenesten man leverer til sine kunder dersom man gir kunden en operativ web med publiserte artikler fra tidsskriftet. En utvidet tjeneste vil en kunde betale for selv om kunden må gjøre mer arbeid selv for å få denne tjenesten.

Først og fremst må det bli klargjort for kunden hva kunden vinner på den nye løsningen og hva som vil være fordeler med den. Det krever også at kundene tar stilling til om de vil ha en operativ web med annonsering. Det vil nødvendigvis ikke bli rimligere med en slik tjeneste, men man vil kunne tilby nye tjenester som kan treffe nye målgrupper og et bredere tjenesteutvalg.

4.3.2 Kundeproblematikk

Redaksjonene til tidsskriftene som Idé Trykk jobber mot har forskjellige syn på en videreutvikling av sitt produkt. Det finnes kunder som ikke ser nytten med en webside, andre som gjerne vil ut på web men som ikke vet helt hvordan. Likevel er det mange som vet hva de vil, og vet hvordan en informativ nettside kan påvirke en potensiell kunde.

De fleste tidsskriftene har den største inntektskilden sin i abonnement-inntjening. Mange tror derfor at flere lesere velger å benytte seg av nettutgaven. Og at de mister inntektskilden, samtidig at de må investere i et system som skal publisere artiklene på nett. Tidsskriftene har ikke fått øynene opp for dagens muligheter for web. Det er kanskje derfor utviklingen mot web innenfor denne spesifikke bransjen ikke har fulgt med avis og andre medier. Tidsskriftene taper ikke penger på å etablere seg på nett, det finnes mange forskjellige løsninger tidsskriftene kan benytte. Lokalavisene har vært i gjennom samme prosess. Det viktig å se hvordan prosessen deres var og hvilke utfordringer de møtte.

Frilandsjournalistene som står for mesteparten av innholdet til de fleste tidsskriftene innehar varierende it-kunnskaper. De fleste artiklene blir skrevet

gratis for tidsskriftet og dette er en hobby for journalistene. Derfor må det nye brukergrensesnittet virke enkelt og tilfredstillende ovenfor brukerne som er journalistene. Dagens videreformidling av artikler skjer på den måten journalisten ønsker selv. Det blir en stor utfordring å få alle til å bruke den nye web-baserte formen fremfor den gamle og trygge. Derfor blir det utviklet et system der alle skal klare å gjøre jobben, samtidig der de profesjonelle kan gjøre samme operasjon raskt og effektivt.

KAPITTEL 5

«NY» JOURNALISTIKK

Kapittel 5 har vi valgt å kalle «Ny» journalistikk som et samlebegrep på det som det er skrevet om i dette kapitlet. Områder som belyses i dette kapitlet er fordeler ved web i forhold til et tidsskrift og hva som er mest gunstig rundt abonnement og betaling av stoffet. Det er også skrevet om nettmjournalistikk, hvorfor satse på web og NITF-standarder som brukes i Hamar Arbeiderblad.

5.1 FORDELER VED WEB I FORHOLD TIL TIDSSKRIFT

Et tidsskrift er et statisk produkt. Har du først produsert et tidsskrift, så må du vente til neste utgave med å gjøre forandringer eller publisere nytt stoff. Dette er en av grunnene til at det blir gjort mye arbeid før man publiserer. Det er korrekturlesing, ombrekking, design, osv. for å unngå feil i publikasjonen. Er det først blitt feil i publiseringen kan du først beklage dette i neste utgave. Dette er en av ulempene med et statisk produkt sammenlignet med et mer levende produkt.

En webside er en dynamisk løsning. En lett oppdaterbar løsning, som du kan rette feil på når du måtte ønske. Dette er en av fordelene med web, har du gjort en feil kan du rette på den med en gang, uten at det er mange som nødvendigvis anser feilen. Web har ikke på langt nær så strenge tidsfrister som et tidsskrift har. Det er lettere å gjøre endringer i siste liten før en publiserer på web. Man kan kontinuerlig oppdatere websiden med nye artikler. En annen fordel ved web er at du kan tilby flere tjenester enn i et tidsskrift. I et magasin kan du kun publisere ett par bilder til artikkelen mens på web kan du publisere en hel bilde-serie som viser alle bildene til artikkelen. På web har du også mulighet til å legge ut en liten filmsnutt. I dag forventes det at journalisten gjør mer enn bare å skrive artikkelen. Det forventes at skribenten tar bilder, video og lyd-opptak. Den tidligere journalisten er blitt en multi-mediejournalist. Dette kommer av at publikum forventer mer og krever raskere tilgang til artiklene. En annen ting web har som en stor fordel er muligheten til å koble artiklene sine opp mot relaterte artikler eller tidligere artikler som har relevans for det leseren leser akkurat nå. Det er også da mulighet til å henvise til forskningsrapporter, statistikker og forum som diskuterer den omstridte saken i artikkelen.

Dynamikk er absolutt å anbefale, men man skal også klare å beholde tidsskrift. Det er forskjeller i hvordan man skriver for web og hvordan man skriver for papir. Dette er noe som krever at journalistene behersker å skrive for begge publikasjonene for å få publisert sakene sine i begge mediene. Å beholde begge mediene krever samarbeid dem i mellom. Disse to må snakke sammen som i å henvise til hverandre. La det være en liten del av artikkelen i tidsskriftet og la den fulle artikkelen ligge på nett hvor man da har mulighet til å lese mer og se flere bilder. Her kommer spørsmålet om åpen eller lukket løsning inn. Når du trykker noe i en brosjyre, låses informasjonen statisk. Når du legger ut informasjon på web, kan den derimot endres og oppdateres så ofte som det er behov for. (*www.nettredakto.no ved Nina Furu*)

5.1.2 Annonsering i flere kanaler

Ved parallellpublisering så åpner det seg nye muligheter for annonsering. Ved å tilby interaktive annonser til kunden så åpner det seg et nytt marked for annonsørene. Tidsskriftet kan tilby tradisjonelle annonser i den trykte utgaven som kan henviser til nettavisen.

Når man leser en artikkel på nett så kan man legge annonser som er relevante i forhold til artikkelens innhold på samme side. Det er normalt at det finnes noen faste annonseplasser over hele nettavisen, samtidig som noen plasser er avholdt til direkte reklame rettet mot leseren som leser akkurat denne artikkelen. Hvis en annonsør har et ønske om reklamere på en side som dette, kan man linke denne opp mot enkelte ord som er beskriver artiklene i form av metadata. Dette kan automatiseres slik at en annonsør har et antall søkeord som de vil assosieres med, hvis dette matcher så blir annonsen lagt ut. Annonsør får vite hvor mange treff siden har og betalingen blir der etter. Vi bruker Jakt og Fiske som et eksempel. Jakt og Fiske kategoriserer innholdet sitt etter temaer og emner. Dersom en artikkel inneholder fluefiskenyheter så er det nærliggende å ha fiskeutstyrproduzenters reklame rundt denne artikkelen.

Det finnes statiske og dynamiske annonser på nett. Det er viktig å tenke med omhu på hvilken type som passer innenfor deres sjanger, en blinkende og forstyrrende banner passer ikke bra inn alle steder. Ved å parallellpublisere annonser så må man tenke på å lage en relasjon fra tidsskriftet til nettutgaven. Kunden må se sammenhengen mellom produktene.

5.2 VALG AV NETTLØSNING

En av de største utfordringene med å etablere en nettløsning for tidsskrifter er spørsmålet rundt åpen eller lukket løsning. Dette er en helhetsvurdering som hvert tidsskrift må avgjøre selv.

Det tidsskriftet vi har vært i kontakt med ønsker å publisere mest mulig innhold på nett for å tilfredsstille sine brukere. Ettersom de ikke har en egen web-redaksjon, publiserer de den samme artikkelen på nett som i tidsskriftet. Ulempen med dette er at artikkelen ikke er skrevet for nett, og det er forskjeller i hvordan man skriver for web og for print. Dette er noe ikke alle tidsskrifter er klar over.

Faren ved å publisere alle artikkelene på nett, er at du kan miste lesere som vanligvis hadde kjøpt eller abonnert på tidsskriftet. Derfor er det viktig å ta stilling til om man vil ha en åpen eller lukket løsning for din tidsskrifts webside.

5.2.1 Åpen løsning

En åpen løsning på nett tilsier at artiklene skal publiseres på print og så legges ut i samme omfang på web. Den åpne løsningen er brukervennlig fordi det ikke er noen begrensinger i hva brukeren har tilgang til. Leseren kan lese alt som er publisert. En åpen løsning har stor nytteverdi for brukeren ettersom brukeren får tilgang til alt materialet. De fleste tidsskrifter lever av abonnementsinntjeningen, disse kan bli redusert eller borte hvis alt av materiell blir publisert gjennom en åpen løsning. En inntektskilde som åpner seg på web er annonsering. Problemet er at de fleste mindre eller mellomstore nettstedene ikke per i dag tjener mye penger på webannonser. Sidene har for få brukere til å tilfredsstillende inntjening på annonsene. På en annen side så tjener man mer på annonser ved en åpen løsning kontra en lukket.

For brukeren er det gunstig å ha tilgang til den samme informasjonen som er i tidsskriftet, det åpner for muligheter for brukeren til å lese relaterte artikler til temaet på web.

5.2.2 Lukket løsning

En lukket løsning betyr i praksis at brukerne må ha et brukernavn og et passord for å lese tidsskriftet. For å få distribuert brukernavn og passord er tidsskriftet avhengig av en brukergruppe å få levert til. Det tidsskriftet vi har vært i kontakt med har en database med alle abonnementer, så kundene er der. Tidsskriftet må avgjøre selv om dette skal koste noe ekstra eller om dette er en gratis tilleggstjeneste som følger abonnementet. Brukere med brukernavn vil ha full tilgang til all informasjon som er lagt ut.

For eieren av nettstedet er dette en bedre løsning, ettersom brukeren av nettstedet allerede er kunde av tidsskriftet. En lukket løsning kan faktisk få flere brukere til å ville abonnere på magasinet fordi de får tilgang til så mye mer. Annonseinntektene vil gå ned ved en lukket løsning, det blir færre brukere og færre treff opp mot annonsene.

5.2.3 Kombinasjon av åpen og lukket løsning

En kombinasjonsløsning av åpen og lukket løsning kan være det optimale for et tidsskrift. Ved å ha en mindre del av tidsskriftet tilgjengelig for alle og enhver vil den tilfredsstillende den kundegruppen som ikke er abonnementskunde. Disse artiklene kan også føre til nye kunder som abonnementer som vil ha full tilgang til tidsskriftet. De store fordelene innenfor dynamikk må da legges til den lukkede delen for å vise at man får mange nye tjenester hvis man velger å bli medlem. Ved å ha en innlogging for den abonnerende kunden vil man tilfredsstillende behovet for hele brukergruppen. Det vil være forskjellig brukenytte om man er innlogget eller ikke. Brukervennligheten vil fungere optimalt der hvor brukeren befinner seg i systemet. Rent økonomisk sett vil det være lønnsomt for eieren av nettstedet. Eieren får inn sine abonnementsavgifter og kan muligens rekruttere nye abonnementskunder ved å vise at det finnes en tilleggstjeneste på websiden. Annonsering på en kombinasjonsløsning kan fungere på samme måte som i en åpen løsning.

Klarer man å bruke mediene om hverandre, ved å reklamere for det andre mediet, vil man trolig oppnå en økt bruk av begge mediene. På den måten kan man opprettholde annonseringsinntektene og har mulighet for å få flere abonnementskunder. Dette er den optimale veien å gå for å tilfredsstille hele brukergruppen.

5.3 NETTJOURNALISTIKK OPP MOT TRADISJONELL JOURNALISTIKK

Når tidsskriftene skal publisere innholdet sitt på web så oppstår det flere utfordringer som bør tas stilling til. Brukerne oppfører seg annerledes og leser ikke artiklene på web på samme måte som i et tidsskrift. Avisene har gått gjennom denne problematikken før og det finnes mye informasjon om hvordan vi leser tekst på skjerm og derfor er det viktig å tilrettelegge for dette.

Norges første redaksjonelt organisert nyhetsformidling så dagens lys i april 1995, da Brønnøysunds Avis som første etablerte nyhetsformidler publiserte deler av sin papiravis på web. Spådommene om at nettavisene skulle ta over for papirversjonen har slått feil og nettavis har stått opp og blitt en eget medium. Når det gjelder våre kunder innenfor blader og fagtidsskrifter vil nettversjonen fungere som en tilleggstjeneste opp mot papirutgaven. Hvis utviklingen vil fortsette slik den er i dag så er det fullt mulig disse kan oppstå som egne nettaviser i fremtiden.

5.3.1 Fordeler med tidsskrift på nett

Hurtig

Nyheter på internett kan spres nesten like hurtig som direktesendt radio og fjernsyn «breaking news» fenomenet kommer til sin rett. Dette er ikke den mest framtrede fordelen med nettavis, men det er viktig å legge ut saker kontinuerlig for å formidle oppdaterte saker til brukeren.

Relasjons muligheter

Dette er en attraktiv side ved en nettutgave, man kan følge en sak over tid ved å få tilgang til alle artikler som er skrevet rundt dette område. En annen mulighet er å legge linker til fakta eller historiemateriell rundt artikkelen. Desken er frigjort fra andres mediers plassbegrensinger, og trenger ikke skvise inn tilleggsinformasjon inn på et lite papirformat.

Interaktiv

Man engasjerer leserne til å bli med å formidle sine synspunkter gjennom debattforumer, blog eller i kommentarfelter til artiklene. Nettmøter med personer som vekker interesse er også en form for interaktivitet som er spennende for leseren.

5.3.2 Å skrive for web

En utfordring tidsskriftene står ovenfor er hvordan kommunisere til leserne over web. Den kunden vi har vært i kontakt med vil publisere de samme artiklene som de har i bladet. Dette er enklest og de tror dette holder til sine kunder. Men en gang i fremtiden vil det være mulighet for å oppgradere strukturen mer rettet mot webgrensesnittet. Det finnes flere muligheter på hvordan skrive for web, vi har funnet tre sjangere som kan kategorisere disse:

- Nyhetstekst – tekst som forklarer og holder brukeren oppdatert om en hendelse. Kan være nyvinninger innenfor et fagområde eller nylansering av et produkt.
- Informasjonstekst – tekst som skal forklare leseren om et emne. Kan være nyttig informasjon om bedriften eller informasjon om et produkt.
- Handlingsutløsende tekst – tekst som lokker leser til å gjøre noe bestemt. Kan være å kjøpe et produkt eller registrere seg i en e-post liste.

Tidsskriftene Hamar Media skal lage nettløsninger for skal primært inneholde nyhet- og informasjonstekst. Denne bør inneholde kontaktinformasjon og andre opplysninger som brukeren finner nyttig å vite. Nettsiden til tidsskriftet vil også inneholde annonser og linker som vil virke som handlingsutløsende tekst for brukeren.



Fig.15 - Hvordan skrive for web.

(*www.nettredaktor.no ved Nina Furu, sjangere i webtekst*)

5.3.3 Videreutvikling.

I fremtiden vil flere av kundene tenkte seg en rendyrket nettversjon av tidsskriftet ved siden av tidsskriftet. Denne skal tilrettelegges bedre mot nettbrukerne og gjøre nettutgaven til sin målgruppe. Innholdet i de to forskjellige publikasjonen vil være like men skrivemåten og uttrykket vil være mer spesialisert mot brukeren. På denne måten vil tidsskriftet treffe flere målgrupper og gir bedriften flere ben å stå på. Man kan lære av å se hvordan suksessfulle nettaviser har stått gjennom denne prosessen. Dette er mer kostbart enn dagens drift, men i fremtiden så må kanskje dette til å for å holde på kundene.

5.3.4 Lesbarhet på nett

Det er flere utfordringer en nettavis står ovenfor når de gjelder lesbarhet. Nettbrukeren leser ikke teksten på samme måte som i et magasin. Det er bevist at det tar 25% lengre tid å lese på nett. Brukeren blir mer forstyrret og det er mer slitsom å holde konsentrasjonen når man leser på en skjerm. Under 20% av leserne leser faktisk teksten. Nettbrukeren scanner eller skimleser teksten til de finner det man lurer på, først da leser man. I sammenheng med at de fleste brukerne er utålmodige og rastløse for å finne informasjonen de leter etter så har en nettside 2-3 sekunder på å overbevise brukeren hvorfor man skal bruke mer tid der. Kanskje litt overaskende så er det over 80 % som bare skimleser teksten.

En effektiv metode å skaffe oppmerksomhet til leseren er å bruke «trigger-ord». Dette er ord som brukeren har i hodet når den leter informasjon. Disse må plasseres slik at de blir enkelt observert, som for eksempel i menyer, overskrifter, tekster eller linker. Uthevet skrift eller skrift i farger skaffer mer oppmerksomhet. Øyet leter etter noe som skiller seg ut. Dette er noen grep en designer kan ta for å fange oppmerksomheten til mottakeren. Det er tre vinnerstrategier som må stå i fokus:

K – Kort.

O – Objektiv

S – Skannbart

Dette er det de 3 viktigste hjelpemidlene en nettoperør har å tenke på. (*www.nettredakto.no ved Nina Furu, KOS-regelen*)

5.4 HVORFOR SATSE PÅ WEB

I følge TNS Gallup sin undersøkelse fra 4.kvartal 2007 om nordmenns tilgang til internett var det 3,8 millioner nordmenn over 12 år som har tilgang til internett. Dette tilsier at størsteparten av nordmenn har tilgang på internett og bruker dette. Brukerne velger web først. Amerikanske tall har vist i flere år at brukere foretrekker å bruke web når de først skal innhente informasjon om varer og tjenester. Vi har ikke funnet lignende målinger i Norge, men man antar at det er samme trend i her til lands.

I forhold til kundebehandling er det vesentlig rimeligere å betjene kundehenvendelser på web enn å betjene henvendelser pr telefon eller over skranke. En offentlig instans vil typisk ha utgifter på rundt kroner 50 forbundet med betjening av en enkelt telefonhenvendelse.

Selger man produkter direkte på web, er det enkelt å måle hvor mye websiden bidrar. Faktum er nemlig at websiden påvirker kjøpsbeslutning i mye større grad enn mange bedrifter er klar over. I følge en undersøkelse gjort av Double-Click fra 2005 viser det at internett har størst betydning når folk ser på reklame og kjøp.

Internett er det raskest voksende mediet og det tredje største. MMI's måling av Mediedøgnet, som måler hvor mye tid i døgnet norske forbrukere over 15 år benytter på de forskjellige medier, har internett seilt opp på en tredje plass de siste årene. Det er verdt å merke seg at web nå er vesentlig mye større enn papiraviser. Web gir deg mulighet til å nå nye markeder. Din bedrift har allerede en målgruppe for dine varer eller tjenester, som sannsynligvis har sammenheng med hvor selskapet ditt befinner seg. På web konkurrerer alle selskaper på lik linje, uavhengig av geografisk beliggenhet. Det gir deg mulighet til å utvide kundegruppen til bedriften.

Web lar deg nå ut til brukerne raskere enn noe annet medium. Bedrifter og organisasjoner som har virksomheter der ting ofte endres, bør ha web som sitt naturlige medievalg. Dette gjelder enten man distribuerer informasjon som endres eller man er en bedrift med produktdata som stadig skifter. Dersom du har en nyhet du vil ut med, gir web deg muligheten til å legge ut informasjon svært raskt. Web tillater deg også å tilpasse deg til omgivelsene i rakst tempo. Ikke noe annet medium lar deg oppdatere informasjonen så raskt som web. Du kan oppdatere informasjon overfor kunder, investorer og interessenter dag for dag, time for time, og til og med minutt for minutt.

Web er tilgjengelig 24 timer i døgnet. I forhold til å besvare telefonhenvendelser kan web svare uten at du trenger å løfte en finger. Ved å ha tilgjengelig informasjon på websiden vil flere kunder lete etter svar på web før de eventuelt tar en telefon for å få svar på det de måtte lure på. Informasjon på nett gir også brukeren muligheten til å finne informasjonen når det måtte passe den. Internett er åpent 24 timer døgnet syv dager i uken, mens kontoret ditt har åpent fra klokken 08.00 til 16.00 hver uke dag. I tillegg fungerer brukerforum på en slik måte at brukerne selv hjelper hverandre med å løse problemer. Brukerforum er en kommunikasjonsform som er kommet i sammenheng med internett og vil trolig utvikles mer og mer.

Web gir muligheter som ikke finnes i andre kanaler. Web er et interaktivt medium, noe som betyr at kommunikasjonen på web går begge veier. Du har utallige muligheter for å la brukeren jobbe på websiden din. Hvordan du utnytter det er opp til deg.

Det som er kanskje det viktigste er at konkurrentene dine gjør det. I 2006 rundet antallet indekserte nettsteder på web på 100 millioner. Uansett hvilken bransje du er i, vil du oppleve at antallet tilgjengelige websider for din kunde og din bruker øker, noen ganger fra dag til dag. Vil du være med å kjempe på markedet må du inn på web for å tilfredsstille kundene dine og ta opp kampen med konkurrentene.

(www.tns-gallup.no)

(www.nettredaktor.no)

5.5 HAMAR MEDIA SIN LØSNING PÅ PARALLELLPUBLISERING AV AVIS

Hamar Arbeiderblad har i dag en løsning knyttet opp mot avis når det gjelder parallellpublisering. De bruker News Industry Text Format (NIFT), dette er en av de mest brukte standardene for parallellpublisering av avis. NIFT standarden er så omfattende at de fleste aviser utnytter bare deler av standarden.

5.5.1 News Industry Text Format

International Press Telecommunications Council (IPTC) og Newspaper Association og America (NAA) begynte i 1990 å utvikle et globalt kommunikasjonspråk på lik linje som XML brukes i dag (IMM). Dette ble forskastet når XML kom på banen. Ved utviklingen av NIFT så ble metadata elementer fra IMM språket en grunnstein i standarden. Disse blir kalt IPTC headers, og er med i flere standarder som brukes innad i bransjen.

Hva forteller NIFT oss?

- Hvem eier opphavsretten på artikkelen, hvem som eventuelt kan relansere den, og hvem den omhandler.
- Hvilke temaer, organisasjoner eller begivenhet den dekker.
- Når det ble den rapportert, utstedt, endret, justert.
- Hvor artikkelen ble skrevet.
- Hvorfor artikkelen ble skrevet, basert på skribentens analyse av meta data.

NIFT bruker XML for å definere innholdet og strukturen på nyhetsartiklene. Dette gjør at en søkemotor enkelt kan finne relevant stoff, dette gjøres ved å fylle XML-filen med søkbare metadata. Disse metadataene forteller hva som er innholdet i artikkelen.

(www.nitf.org)

(www.iptc.org)

5.5.2 Arbeidsgangen hos Hamar Arbeiderblad.

Alle journalistene bruker et redaksjonelt system som den fullførte artikkelen importeres til. Her defineres hva som er hovedtittel, ingress og brødtekst. Dette blir så sendt til desken som leser korrektur og bryter om teksten for den trykte versjonen. Sender XML-filen videre til publisering på nett. Her leses metadataene av og blir lagt i riktig mappe for publisering. Artikkelen står nå på vent for å bli publisert. Hvis man skal sammenligne dette opp mot vår prototype så gjør journalistene den samme jobben begge steder. De definerer hvilken tekst som skal hvor og hvilke metadata som følger XML-filen videre. Idé Trykk kan i noen tilfeller fungere som ekstern redaktør, men kunden gjør selv korrektur av det endelige produktet. Når produktet er godkjent av kunden så blir XML-filene oppdatert gjennom Indesign. Disse blir nå publisert på nett automatisk etter kundens ønske.

5.6 TIDSSKRIFTDATABASE

Database er en strukturert og logisk sammenhengende samling av relaterte data. Databaser representerer et aspekt av den virkelige verden, og er designet, bygget og fylt med data for et avgrenset formål.

Universitetsforlaget har introdusert Norges første og største tverrfaglige tidsskriftdatabase. Her kan man få tilgang til å lese 41 norske- og nordiske tidsskrifter fra Universitetsforlaget, Aschehoug og Gyldendal Akademisk i fulltekst. Tidsskriftene publiseres på idunn.no parallelt med at papirutgaven blir gjort tilgjengelig løpende for alle som har betalt for tilgang. Med full tilgang til idunn.no har du fri tilgang til alle tidsskriftene i basen inkludert arkivtilgang.

Tidsskriftdatabase til Universitetsforlaget gir deg :

- Arkivtilgang – arkivtilgang tilbake til 2001.
- Nyhetsvarsling – mulighet fornyhetsvarsling på e-post innenfor de fagområdene/tidsskriftene som interesserer deg.
- Statistikk – en enkelt og effektiv måte å kunne lese av bruken for din institusjon.
- Søkefunksjonalitet – søke på tvers av alle tidsskriftene i basen, innenfor avgrensede fagområder eller søke i arkivet i et bestemt tidsskrift. Dette er en løsning for søkbar database.

(www.idunn.no)

(www.universitetsforlaget.no)

5.7 PAPIRAVISEN DØDE IKKE

Myten om at papiravisen skulle dø etter at nettavisen kom er avlivet for lengst. Det ble en generell nedgang i markedet men ikke på langt nær så stor som fryktet. Nettavis har etablert seg som eget medium og kommer ikke til å drepe papiravisen på mange år. Dette skjer ikke med nettavisene til tidsskriftene heller. Primæroppgaven i førsteomgang til disse nettavisene blir å tilby en tilleggsteneste for kundene. Et sted der brukerne skal kunne hente ut mer informasjon og bruke dynamikken til websidene for alt det er verdt. Et sted der man finner bilder, video og andre interaktive tjenester. Diskusjonsforumer er et av verktøyene som er savnet blant noen fagtidsskrifter. Her kan personer med felles interesser treffes på en ny måte for å dyrke sin lidenskap.

KAPITTEL 6

HVORDAN ANDVENDE TEKNOLOGIEN

Informasjonen i dette kapittelet vi i hovedsak dreie seg om utviklingen av vår parallellpubliseringsløsningsprototype. I tillegg er det informasjon om hvordan XML fungerer i Adobe InDesign, samtidig som prosessen med utviklingen av prototypen er beskrevet med tekst og bilder.

6.1 UTVIKLINGEN

Tankegangen ved parallellpublisering er at man skal kunne lage en artikkel som publiseres i to eller flere kanaler. Smaker man på ordet parallellpublisering, vil man også se for seg at dette er noe som vil skje automatisk. Siden informasjonen er den samme, vil det være unødvendig og måtte gjøre jobben flere ganger.

Prosesen ved produksjon av et tidsskrift

Når et tidsskrift skal utformes baseres dette på det at det er grafiske designere som sitter med utformingen av tidsskriftet. Artiklene kommer som oftest fra journalister eller skribenter som enten jobber for tidsskriftet eller frilands. Så er det opp til de grafiske designerne å utforme uttrykket til tidsskriftet. De ulike artiklene som kommer inn til designeren kan komme i mange forskjellige formater som blir lagret lokalt hos formgiveren. Det er altså ulik programvare som blir benyttet, og designeren må manuelt flytte informasjonen fra journalistens dokument inn i sitt eget hvor det blir jobbet med utformningen. I henhold til retningslinjer fra redaktøren av tidsskriftet får designeren beskjed om hvilke artikler som skal være plassert hvor, enkelte artikler blir plassert på ubestemt plass. Når tidsskriftet er ferdig produsert vil det sendes til korrekturlesing hos redaktøren. Det er viktig at tidsskriftet er korrekturlest før det leveres for print, siden dette ikke kan foretas etter at bladene er trykket.

Prosesen ved publisering i et websystem

Ved dagens webløsninger er det vanlig at det medfølger et administrerende verktøy kalt CMS. Dette brukes til å administrere webløsningen ved å legge til og endre artikler. Dette gjøres med et redigeringsverktøy som har støtte for forskjellige html-elementer som blant annet `<h1>`, `<p>` og ``. Disse blir kalt WYSIWYG-editorer, som er forkortelsen for What You See Is What You Get. Dette kan forklares med at resultatet man får er det man ser i redigeringsverktøyet. Dette er sant med visse modifikasjoner. Har man ikke definert noen stilsett (CSS) til redigeringsverktøyet vil alle elementer vises med standard innstillinger for den nettleseren som blir brukt. Det vil altså bli vist annerledes for brukere med andre nettlesere som har andre standard innstillinger.

Dimensjonene for størrelsen på redigeringsverktøyet har også betydning for om det vil se likt ut. Har man en bredde på 400 piksler og artikkelen vil bli vist i en bredde på 600 piksler vil avsnittene bli bredere og det er derfor vanskelig å redigere typografi i redigeringsverktøyet. Hensikten med en WYSIWYG-editor er at brukeren som benytter den ikke nødvendigvis trenger å ha kunnskap om HTML og CSS selv om dette er en fordel.

Det er flere begrensninger ved utforming av en artikkel på web enn det er for print. Først og fremst er det ikke en fast størrelse på arbeidsflaten, sammenlignet med print som jobber i et bestemt format som eksempelvis A4. Arbeidsflaten til en webside avhenger av hvor stor oppløsning det er på skjermen til

Forklaringer

`<h1>` er taggen for å sette inn overskrift type en i HTML.

`<p>` er taggen for å sette inn avsnitt i HTML.

`` er taggen for å sette inn bilde i HTML.

Fig.16 - Forklarende tekst.

brukeren som er inne på siden. Her finnes det mange forskjellige størrelser på skjermer, størrelse forholdet mellom bredde og høyde, og skjermkort som støtter forskjellige oppløsninger. Dette er alle parametere som er med på å bestemme de fysiske arbeidsområde en webside har i nettleseren. Dette avhenger av hvor store verktøylinjer det er i nettleseren. Mange brukere har installert google verktøylinje, yahoo verktøylinje og lignende. Dette er verktøylinjer som bruker opp plass av arbeidsområdet i nettleseren. På grunn av dette er arbeidsmetoden på web annerledes enn for print. Man må derfor være forsiktig med å bygge opp layout som er statisk og kun er tilpasset til en størrelse på arbeidsområde. Informasjonen som finnes på en webside hentes ofte fra en database, som betyr at den blir dynamisk og lengden på teksten kan variere mye. Dette må også tas hensyn til når man lager layout til en webside.

Ved hjelp av CMS-et vil man kunne administrere publiserte artikler. Når man publiserer en artikkel kan man bestemme når artikkelen skal gjøres tilgjengelig og når den eventuelt skal gjøres utilgjengelig igjen. Det vil være fortløpende mulighet for å gjøre endringer i artikkelen og den kan når som helst gjøres utilgjengelig. Finner man feil ved artikkelen kan man gå inn å endre dette fortløpende.

6.1.1 Fremdrift i oppgaven

Oppgaven gikk ut på å finne en løsning på hvordan Idé Trykk eller tidsskriftets redaksjon lettest mulig kan publisere tidsskrifters artikler på web. Gruppen undersøkte hvilke metoder som ble brukt av Idé Trykk og React per dags dato. Denne metoden gikk ut på at Idé Trykk gjorde ferdig tidsskriftet for print, før det ble sendt videre til React som tok utgangspunkt i PDF-dokumentet de fikk fra Idé Trykk. Videre brakk de om denne til HTML og CSS for publisering for web. Gruppen undersøkte Indesign sine muligheter for eksportering til HTML og CSS. På bakgrunn av metoden man jobber med web kontra print var det ikke ønskelig å få et webdokument til se likt ut som det gjorde på print.

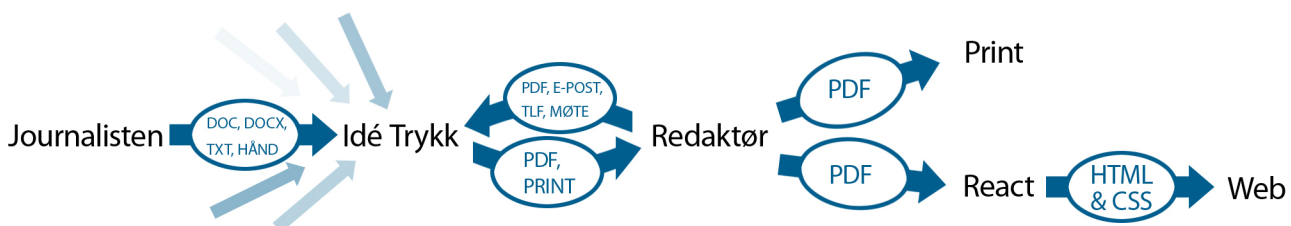


Fig.17 - Nåværende arbeidsflyt.

Det var heller ønskelig å få eksportert informasjonen i tidsskriftet slik at dette kunne tas i bruk ved utformingen av tidsskriftets webløsning. Indesign har støtte for eksportering til XML hvor man separerer ut for eksempel en overskrift, og merker (tagger) denne som en overskrift. Denne arbeidsmetodikken ville kreve mye arbeid av utformeren hos Idé Trykk, siden hvert element i dokumentet må defineres som hvilken type element det er.

Med litt arbeid ville man altså kunne få ut informasjonen i tidsskriftet med beskrivelse av hva slags informasjon det var. Videre kunne man ta XML-dokumentene som ble eksportert fra Indesign å laste de inn i webløsningen. Hvor man så kunne velge ut fra forskjellige visningsmaler hvordan man ønsket å vise innholdet. På denne måten ville man fått publisert på web, enkelt og effektivt.

Problemene vil oppstå når man ønsker å publisere en artikkel på web, uten at den er med tidsskriftets opplag for print. Det vil heller ikke være muligheter for å dra nytte av internett for det det er verdt, med tanke på implementering av videoinnhold, bildegallerier, forskjellig tekst og bilder på web, enn det som er brukt i tidsskriftets trykksak. Fordelen er at man kan få effektivisert en del av prosessen som ikke vil påvirke de som sitter utenfor Idé Trykk. Journalistene vil kunne arbeide på samme måte som før, og redaktøren vil gjøre korrektur på trykksaken som tidligere, men samtidig også for nettutgaven.

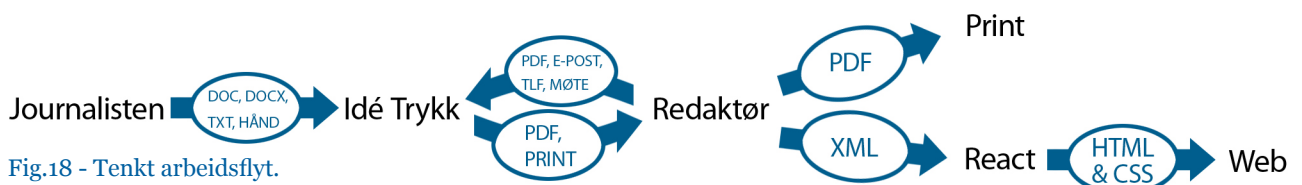


Fig.18 - Tenkt arbeidsflyt.

Det var altså mulig å effektivisere deler av prosessen for å spare ressurser, men man ville ikke kunne ta seg et steg videre. Gruppen syntes også informasjonsflyten inn til Idé Trykk var ustrukturert og undersøkte om det var mulig å få mer struktur på denne. Informasjonsflyten fungerte slik at journalistene kunne sende e-post eller brev. Enkelte av brevene kunne bestå av en CD med tekst og bilder lagret digitalt, men enkelte kunne bestå av håndskrevne sider.

Kompetansen hos journalistene er altså svært forskjellig, og det er viktig at man i møtekommer de på en tilfredsstillende måte. Det var under denne prosessen at gruppen undersøkte mulighetene for importering av XML i Indesign. Ønsket var at utformeren hos Idé Trykk i stede for å måtte definere hvilken type element hvert av elementene i dokumentet var, kunne man utnytte seg av innsendingen av hver artikkel til å automatisere denne defineringsprosessen. Da ville man kunne spare tid når man skulle eksportere fra Indesign til XML for web. Enda enklere ble det når vi innså at det ikke var noe poeng i å dra informasjonen igjennom Indesign for å få det på web. Fikk man puttet informasjonen inn i et XML-dokument i forkant av den delen hvor utformeren innhentet informasjonen til Indesign, kunne man benytte seg av XML-importen i Indesign. Man ville da ved hjelp av strukturpanelet i Indesign få en oversikt over de artiklene som skulle være med i bladet, og hvilke elementer som var blitt tatt i bruk. I et møte gruppen hadde med IGM's ekspert på Adobe Indesign (og bruk av XML) Tale Dævla Jonassen fikk vi beskjed om at vi var på vei i riktig retning og at hun sa seg enig i tankegangen gruppen presenterte.

For å dra nytte av internettets fordeler var det ønskelig å kunne ha relasjoner mellom artikkelen som blir vist på nett og artikler som omhandler samme tema, eller har andre relasjoner. Dette stiller krav til at det blir påført metadata til hver artikkel. Her vil det bli problematisk om dette blir en arbeidsoppgave som blir påført journalisten. Det kan da føre til at journalisten synes det blir for mye jobb og av den grunn ikke ønsker å sende inn artikler. Derimot om man legger til rette for dette, slik at det tar minimalt med tid og delvis nesten går automatisk vil det ikke bli store protester fra journalistene. Man vil få en kraftigere web-løsning. Løsningen på å få strukturert innsendingen av artikler ble og utvikle en registreringsform, bygd opp som en trinnvis prosess for innsending av artikler for journalisten. Ved å ha denne formen webbasert åpner det for at man kan sende inn artikler fra en arbeidsstasjon som har tilknytning til internett, med en nettleser med støtte for javascript. Det vil altså ikke være nødvendig og installere programvare på den arbeidsstasjonen journalisten skal bruke for å sende inn artikkelen.

Siden parallellpublisering av aviser har kommet et stykke lenger enn det tidskrifter har, valgte gruppen og undersøke hvordan dette ble gjort hos avisene. Selv om det er forskjell i arbeidsmetodene hos en avis og et tidsskrift, valgte vi å se om det var muligheter for å dra noen paralleller mellom de to løsningene. Hamar Arbeiderblad som publiserer både på trykk og på web, benytter seg av den internasjonale standarden News Industry Text Format. Dette er en standard som er spesielt utviklet for avis, og var ikke egnet for bruk mot tidskrift. Derimot var det mulig og se på strukturen og hvordan den benytter ulike metadata. Hensikten med å utvikle en slik standard er å ha retningslinjer for hvordan XML-dokumentet skal bygges opp. Ut fra disse retningslinjene utvikler man en DTD som en validering opp mot XML-dokumentene. Gir valideringen feil, kan man få beskjed om dette før man importerer det inn i systemet slik at man unngår at systemet ikke støtter de gjeldene dokumentene.

I denne delen av utviklingen var det aktuelt å jobbe ut fra et XML-dokument for hver artikkel. Når journalisten sendte inn en artikkel ble det generert et XML-dokument ut fra informasjonen journalisten skrev inn i registreringsformen. Dette XML-dokumentet ble lagret i en egen mappe som ble opprettet, hvor også de filene som journalisten lastet opp ble lagret. Ønsket man så å publisere denne artikkelen for web, ble XML-dokumentet oppdatert med metainformasjon om at artikkelen skulle vises på nettet, samt hvordan den skulle vises, med hvilke vedlegg og bilder etc. Ønsket man å publisere for print, ble det generert et ZIP-arkiv som åpnet seg for nedlastning. Journalisten måtte da lagre dette og pakke det ut lokalt, og videre importere XML-dokumentet i Indesign. Skulle det gjøres korrektur, måtte dette gjøres opp i mot det XML-dokumentet som lå lagret på web, og man ble nødt til å laste den ned på nytt og importere over det som allerede var importert. Ved å kunne strukturere arbeidsmetoden hos Idé Trykk vil det kunne jobbes mer effektivt, og man vil ha arkiv man kan hente data ut i fra når man måtte trenge det. Om arbeidsoppgavene går igjennom et system, vil man ha mer kontroll på hvor artiklene er, når og om artikkelen er korrekturlest.

Forklaring

ZIP-arkiv

ZIP er et populært fil-format som komprimerer data uten å tape informasjon.

Fig. 19 - Forklarende tekst.

Muligheter for å laste ned for import til Indesign eller publisere ut på web. Dette vil bety at man skal la webutviklere og grafiske formgivere møtes. Det kan fort oppstå missforståelser og at man snakker forbi hverandre når man skal få to forskjellige personer fra forskjellige medier til å snakke sammen. Grafikerne har sine termer, begreper, og sin måte å tenke på når de skal utforme et produkt. Samtidig som webutviklere igjen har sine egne termer og begreper, og er vant til å tenke mer utvikling og er stadig klare for fornyelse. Siden webgenerasjonen er så ny, er den stadig i utvikling og man er nødt til å holde tritt med denne om man ikke skal bli overkjørt. Det er vesentlig at man klarer å snakke sammen om man skal utvikle et kraftig og effektivt system. Det er derfor viktig at de grafiske utformerne forteller om sine behov og tanker om effektivitet, og at utviklerne gjør seg forstått i hvilke muligheter og begrensninger man har. Det å navngi et slikt system kan også bli missforstått på grunn av at grafikerne har en formening om hva navnet innebærer, mens webutviklerne har et annet syn på det. Gruppen har blitt enige om at vi videre i denne rapporten skal navngi dette systemet med begrepet administrasjonspanel. Administrasjonspanelet skal også bestå av et webbasert grensesnitt, som gjør det mulig å kunne administrere fra en hvilken som helst arbeidsstasjon.

Administrasjonspanelet skal virke som en kommunikasjonsplattform for Idé Trykk mellom journalistene og redaktørene. De artiklene som blir sendt inn via registreringsformen vil bli tilgjengelig via administrasjonspanelet i det øyeblikket den er registrert. Journalisten har da valgt å sende den fra seg og har ingen muligheter for å endre innholdet, for det er da Idé Trykk sin oppgave å bruke den videre. Idé Trykk burde allikevel ha mulighet for å åpne den igjen for den brukeren som sendte den inn, om det er mangler eller store endringer som skal gjøres. Slik at journalisten kan opphente artikkelen igjen etter at Idé Trykk har åpnet den for endringer. Når Idé er ferdig med å utforme et tidsskrift vil dette bli sendt til korrektur til redaktøren. Dette kan man legge til rette for i systemet og man vil kun trenge å laste opp det eksporterte PDF-dokumentet. Det vil da automatisk kunne legge seg med metadata om for eksempel når dokumentet ble lastet opp slik at man har kontroll på dette. Det kan også bli aktuelt at det er ønske om at redaktøren skal lese korrektur og godkjenne en artikkel for web før den publiseres. Dette vil da gå via systemet på lik måte som med print, og man vil få tilbakemelding om det er godkjent eller ikke. Hovedsakelig bygger systemet på en artikkelsamling som gjør det lett for Idé Trykk og ha kontroll på de artiklene som har blitt skrevet for tidsskriftet frem til per dags dato. Artiklene vil bli vist i en listeform hvor de metadata som er ønskelig vil bli vist som hurtigvalg, eksempelvis dato, navn på forfatter, hovedtema og lignende. Det burde også være tilpassningsmuligheter slik at hver formgiver kan velge den artikkelsorteringen som gir best arbeidsflyt.

6.1.2 Valg for publisering

Ut i fra de artiklene som kommer inn skal det være to valg for publisering, dette kan utvides videre om man også ønsker å publisere for eksempelvis PDA eller mobiltelefon. Siden Indesign kun støtter import av lokale filer må dokumentene som skal importeres lastes ned til den lokale maskinen som formgiveren

arbeider på. Det burde også spesifiseres hvilken utgave den gjeldene artikkelen skal publiseres i. Dette kan senere bli brukt som et argument for å filtrere ut artikler fra databasen, om man ønsker å få frem alle artiklene som var med i en bestemt utgave av tidsskriftet for et år siden. Skal det derimot publiseres for web skal det bestemmes hvordan artikkelen skal vises. Man må velge hvilken mal som skal brukes, hvilke av bildene og videoene som skal brukes, samt om det skal være nedlastning av vedlegg. Det må også spesifiseres hvilken publiseringsmetode som skal benyttes og om det er ønskelig med korrekturlesing av artikkelen.

Korrekturen vil fortsatt bli et problem. Siden systemet jobber opp i mot samme XML-dokument vil det bli lagt inn versjonindikasjoner for å vite hvilken versjon man jobber i, og publiserer man i et av mediene vil XML-dokumentet bli oppdatert, med versjon og respektivt innhold angående publiseringen. Ønsker man å publisere denne for print laster altså forfatteren ned XML-dokumentet lokalt. Når utgaven er ferdig, blir det foretatt korrekturendringer før den er klar for og trykkes, og XML-dokumentet eksporteres fra Indesign og lastes opp igjen i systemet for å synkronisere dokumentene. Det oppstår dermed et problem om man ønsker å publisere for web etter at man har lastet ned dokument, og før den lastes opp igjen. Da vil de endringene som er gjort i dokumentet for web bli satt tilbake til slik de var når dokumentet ble lastet ned, og med tanke på at det jobbes med printutgaven over en lengre periode vil dette bli veldig sårbart. Lagringskapasiteten vil ikke være noe problem i henhold til XML-dokumentene, og oppdateres et dokument til en nyere versjon lagres automatisk det eksisterende dokumentet som en «backup» for at man skal kunne gå tilbake på eldre versjoner om det er skjedd noe feil. Ettersom systemet blir brukt og det blir lagt til fler og fler artikler vil det bli mange dokumenter som må åpnes og undersøkes for å se om det tilfredsstillende filteret som brukes for å vise dokumentlisten. Oppretter man i stede en database for lagring av artikkelinformasjonen vil man kunne søke og filtrere ut raskere enn om det lagres egne XML-dokument for hver artikkel. Bruken av XML som kommunikasjonsmetode opp mot Indesign er allikevel aktuelt å bruke. Det vil si at ønsker man å publisere en artikkel for print gjøres dette på samme måte som før. XML-dokumentet genereres ut i fra databasen, og ikke direkte fra registreringsformen.

Fordelen er at man slipper å ha med mer informasjon enn det som blir brukt i Indesign. Slik vil man unngå at det er informasjon som bare er i veien når man arbeider i Indesign, og man vil av den grunn få bedre kontroll over hvilke elementer som er brukt og ubrukt. Når man så har vært igjennom korrekturprosessen og man er klar for å sende PDF til trykkeriet vil man kunne eksportere strukturpanelet og laste opp dokumentet. Man vil kun oppdatere informasjonen som har vært brukt i printutgaven, og unngå å overskrive andre elementer. Dermed vil man få oppdatert etter korrektur uten at dette eventuelt kan ødelegge fordi man har foretatt handlinger i forskjellig rekkefølge. Det vil heller ikke være noe problem med «backup» om man bytter ut XML filene med database. Man kan opprette en «backuptabell» som gammel informasjon lagres i, slik at denne kan hentes opp om det oppstår problemer med nyere versjoner av artikkelen.

Administrasjonssystemet vil bli et modulbasert system som kan utvides videre. Dette vil si at man kan lage en versjon av systemet som er tilgjengelig for redaktørene for tidsskriftene. Enkelte av modulene ved systemet kan være tilgjengelig for begge parter, mens noen moduler må utvikles for redaktørene, som det å få opp artikler som er sendt til korrektur, og besvare disse. Muligheten for planleggingsverktøy, hvor man kan disponere tiden prosjektet har. Det er også muligheter for et disposisjonsverktøy som tillater redaktøren og gi retningslinjer på hvor enkelte artikler skal plasseres i tidsskriftet. Dette kan utformerne hos Idé Trykk få opp som visning når de går inn på informasjon om de forskjellige prosjektene/utgavene. Ønsker redaktøren og publisere artikler for web, er det også muligheter for å legge opp denne funksjonaliteten for de kundene som ønsker dette. Slik kan man skreddersy systemet for forskjellig bruk.

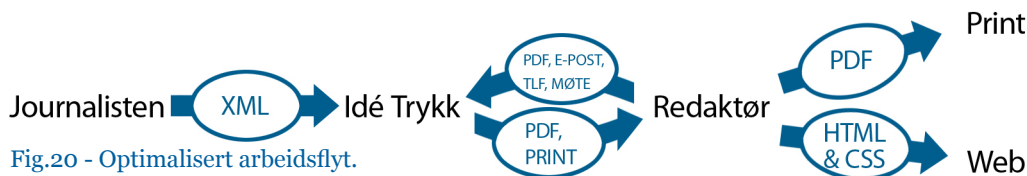


Fig.20 - Optimalisert arbeidsflyt.

Ideen bak effektivisering av parallellpubliseringen vil altså bestå av at man utvikler et system som har tre ulike nivåer ut fra tre forskjellige brukergrupper. Dette vil gjøre informasjons- og arbeidsflyten mer systematisk å jobbe med. Gruppen har utarbeidet en prototype for å illustrere hvordan dette vil fungere i praksis. Denne er utarbeidet for å illustrere hvordan det kan bygges opp og vil ikke fungere som en grunnmur som det kan bygges videre på. Det oppfordres derfor at denne brukes for å planlegge hvordan man skal utforme og utvikle systemet før man går i gang med prosjektet.

6.2 XML OPP MOT ADOBE INDESIGN

6.2.1 XML funksjonalitet i Adobe Indesign

Et av grunnprinsippene ved effektiviseringen av parallellpublisering er bruken av XML. Fordelen ved at man har et plattformuavhengig språk, gjør at det er enklere å håndtere. XML-dokumentene brukes som et kommunikasjonsledd mellom programmer, og det er derfor viktig å bygge opp en struktur slik at de ulike programmene vet hvordan man skal håndtere dokumentene.

Ved bruk av XML kan man validere dokumentet ut fra den dokumentstrukturen som er ønskelig. Det finnes forskjellige måter å gjøre dette, men vi har valgt å utvikle en DTD. En DTD er et dokument som definerer lovlige elementer og struktur for et dokument. Den fungerer som en standard for hvordan man skal bygge opp XML-dokumentene. Man vil dermed kunne bruke DTD for å validere om dokumentet du får fra en ekstern kilde er gyldig. Er ikke

dokumentet gyldig blir importeringen avbrutt før man tar dokumentet i bruk inne i programmet. Man trenger da ikke ha støtte for at det er feil i XML-dokumentet inne i programmet, som krever mye mer omfattende utvikling. Vi har derfor valgt å utvikle en egen DTD som er tilpasset systemets behov, og hvordan man mest effektivt kan benytte seg av XML-dokumentet. En stor fordel ved å benytte seg av XML som kommunikasjonsmetode er at man kan linke elementer opp i mot avsnittsstiler inne i Indesign. Dette vil si at man oppretter en stil for eksempelvis artikkeloverskriften. Man definerer farge, skrifttype, skriftstørrelse etc. Oppretter man så et nytt tekstfelt i Indesign som skal inneholde en overskrift, trenger man kun velge at dette feltet skal ha den bestemte paragrafstilen og da vil tekstformateringen skje automatisk. Har man et dokument som inneholder 34 overskrifter og ønsker og skifte farge på disse, trenger man så kun å endre farge i paragrafstilen og slipper derimot å endre på hver enkelte overskrift.

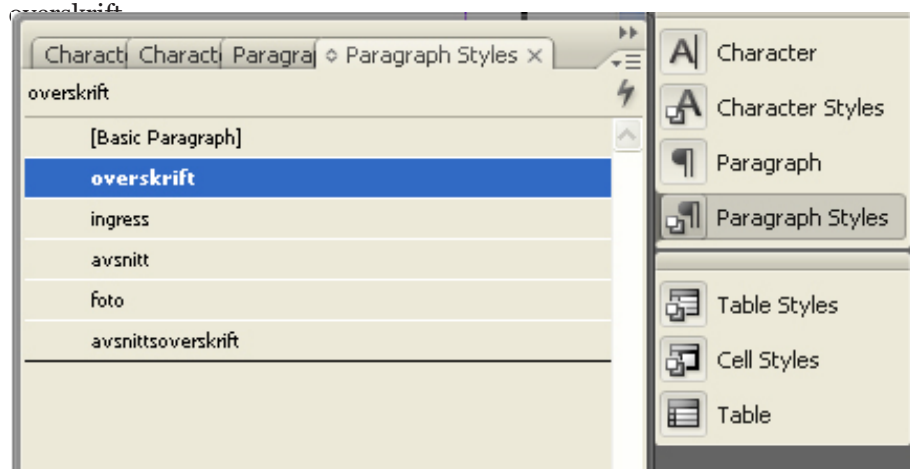


Fig.21 - Eksempel paragrafstiler.

Indesign har et strukturpanel, som er en hierarkisk oversikt over XML-en i dokumentet. Dette gir deg mulighet til å bygge opp din egen XML-struktur, importere og eksportere XML-strukturen. De elementene som er i strukturen har ingen direkte påvirkning på Indesign-dokumentet. Det er først når man har opprettet eksempelvis en tekstboks og dratt et eller flere element inn i denne, det vil være en direkte sammenheng. Man vil så få opp et ikon som indikerer at elementene er brukt i dokumentet. Man får altså en god oversikt over hvilke elementer som er brukt og ikke brukt

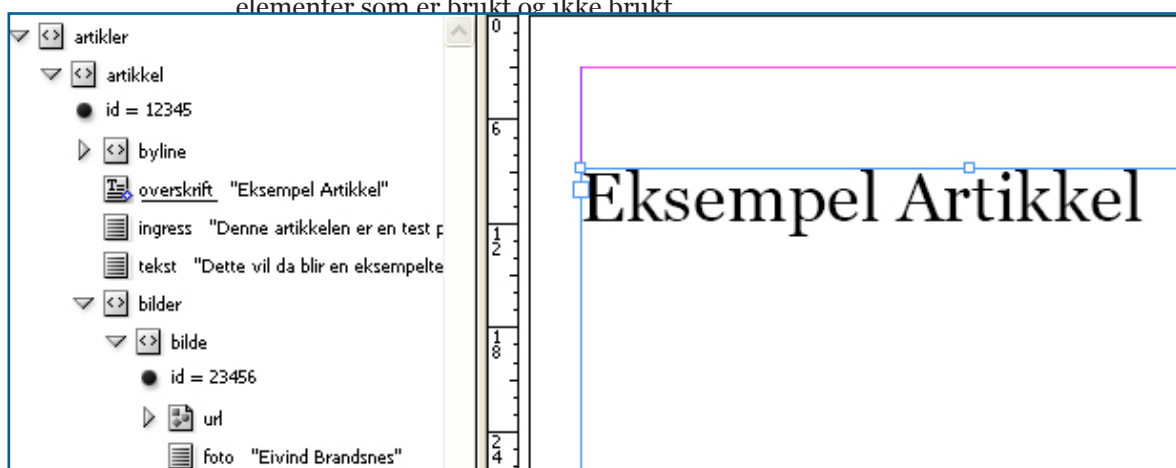


Fig.22 - Eksempel strukturpanel.

Man har også mulighet for å koble elementene i strukturpanelet og paragrafstilene opp mot hverandre. Dette vil si at man kan dra et eller flere elementer inn i Indesign-dokumentet og få ferdige formateringer av teksten helt automatisk. Det kreves at Indesign-dokumentet er forberedt for jobbing opp mot strukturpanelet. For å få det til å fungere mest effektivt kan man opprette de paragrafstilene man behøver, og lagre det som et Indesign-dokument. Når man da skal starte å jobbe med et tidsskrift åpner man et nytt dokument, og importerer paragrafstiler fra det dokumentet du har laget deg med stiler for det bestemte tidsskriftet. Dette vil da fungere som en mal, og du vil da ikke trenge å lage avsnittstilene på nytt hver gang man ønsker å begynne på et nytt nummer av tidsskriftet. Ved å importere et XML-dokument for definering av Tags (koblinger) mellom strukturpanelet og paragrafstilene er man klar for å begynne.

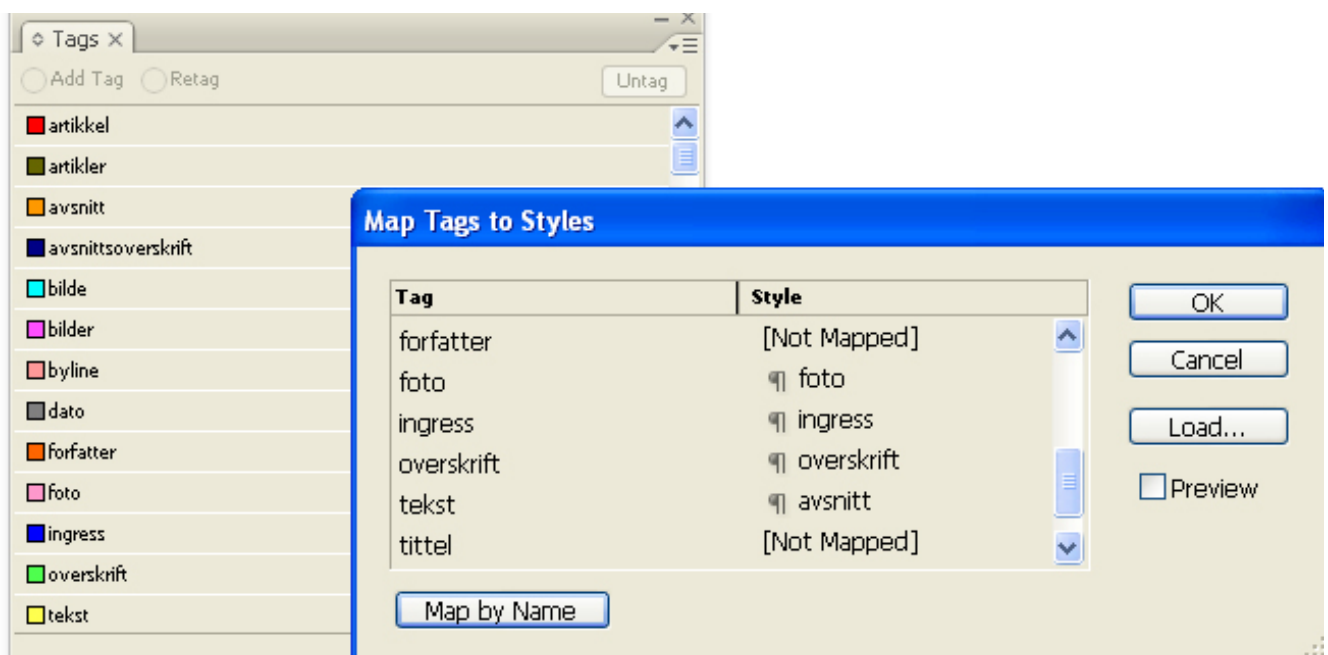


Fig.23 - Eksempel tagspanel.

Ønsker man å legge til en ny artikkel stiller man seg i strukturpanelet og velger import av XML-dokumentet som inneholder den ønskede artikkelen. Så kan man velge de elementene man ønsker å benytte i tidsskriftet og dra disse ut i Indesign-dokumentet. Med ett har man fått de tekstboksene og bildene man skal bruke, og man kan da starte utformingen av sidene og bruke tid på dette i stede for å bruke masse tid på å få inn teksten før man kan begynne.

6.2.2 Importering av XML

Ved importering av XML i Indesign så er det strukturpanelet som gjelder, det er der du vil finne XML-elementene. Det første man må gjøre er å definere et Root-element, dette har vi valgt å kalle «artikler». Dette legger til rette for at man nå kan begynne importeringen av flere artikler. Ved importering av XML er det to valg som er gjeldene, append content og merge content. Append content, betyr at man vil importere innholdet som nye elementer. Merge content, betyr at

man ønsker å erstatte elementer som ligger i strukturpanelet med nye verdier. Dersom noen av disse elementene blir dratt ut i dokumentet vil disse også bli oppdatert. Når en artikkel er importert, er det klart for utplussing. Dette kan skje automatisk eller manuelt. Ved utforming av tidsskrifter som har variabelt utseende fra side til side vil dette best gjøres manuelt. Når det gjelder standardoppsett som er likt for hver side kan dette gjøres automatisk ved hjelp av scripting. Automatisk plassering av elementene er altså den mest effektive måten, men stiller strengere krav til oppsett og det passer best til bøker og enkelte tidsskrifter. Et annet alternativ til denne automatiseringen er Adobe Framemaker, som er et program som er tilrettelagt for automatisk plassering av tekst.

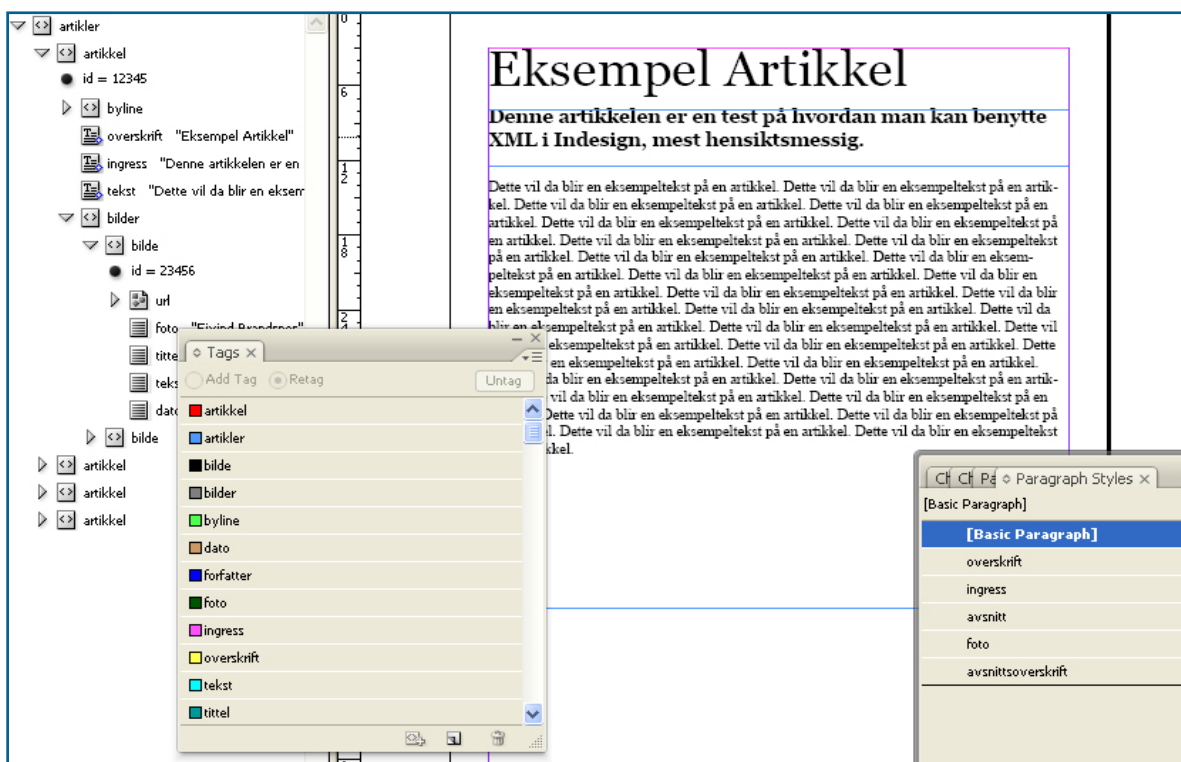


Fig.24 - Oversiktsbilde

6.2.3 Eksportering av XML

Eksportering av XML er også bundet til strukturpanelet, og det er kun den informasjonen som er koblet opp i mot strukturpanelet som blir eksportert. Dette vil si at tekstfelt og bilder som blir plassert i Indesign-dokumentet uten å være koblet til strukturpanelet ikke vil bli med. Dette gjelder også bilder. Er bildene tagget kan man velge å eksportere disse i tillegg til XML-dokumentet. Da opprettes det en mappe med bildefilene som legger seg samme sted som du velger å eksportere XML-dokumentet til. Eksporteringen vil ikke inneholde noe av utformingen av tidsskriftet, men innholdselementene. Dette kan brukes til å oppdatere de tekstendringene som er foretatt i Indesign opp mot verdiene i en database.

(Maivald, 2008)

(Ralston, 2007)

6.3 PROTOTYPEN

I løpet av prosjektperioden har gruppen utviklet en prototype på et system som vil kunne effektivisere parallellpubliseringen for Idé Trykk sine kunder. Proto-typen vil ikke være et ferdig produkt som kan tas i bruk, men har vært grunnlaget for beslutninger som er tatt i denne rapporten. Systemet består av tre deler, en registreringsform, et administrasjonspanel for Idé Trykk og et administrasjonspanel for redaktøren(e). Registreringsformen skal benyttes av journalistene som vil bestå av mange forskjellige brukere med ulik kompetanse. Administrasjonspanelet vil bli brukt av designerne/utformerne hos Idé Trykk, som vil bli nødt til å endre arbeidsflyt på enkelte områder. Administrasjonspanelet for redaktøren vil være et panel for å lette kommunikasjonen mellom redaktøren(e), journalistene og Idé Trykk.

6.3.1 Registreringsform

Ved å ha undersøkt hvordan eksisterende løsninger fungerer er det tydelig at det er lite struktur på måten informasjonen kommer inn på. Denne svakheten er også reell hos Idé Trykk. Ved å systematisere denne prosessen vil man ha et bedre grunnlag for et godt funksjonelt system. utfordringene vil i den grad komme ved at det blir mer jobb for personen som skal sende inn artikkelen. Det er derfor viktig og utforme denne løsningen så godt som mulig, slik at brukeren forstår hvorfor man må bruke litt lenger tid på innsendingen. Oppfatter brukeren den ekstra jobben som meningsløs vil det bli protester ved innføring av det nye systemet. Her er det også muligheter for å imøtekomme kunden, ved å gradvis gå over til det nye systemet.

Registreringsformen skal brukes av skribentene for å registrere artikkeler. Hver skribent vil få opprettet en brukerkonto, som man bruker for å logge seg inn i systemet. Brukerkontoen inneholder opplysninger om brukeren som automatisk kan hentes inn i informasjonen som registreres. Registreringsformen er en webapplikasjon som gjør at den er plattformuavhengig og ikke trenger noen bestemt installasjon av software på brukerens maskin. Den er bygd opp med hensyn til de arbeidsmetodene som brukes i dag, slik at man unngår for store endringer ovenfor brukeren. Når brukeren setter i gang med å registrere en artikkel, blir det startet en session. Informasjonen som brukeren legger inn vil ved hjelp av AJAX automatisk bli lagret hvert femte minutt. Samtidig vil brukeren få en indikasjon på om internett forbindelsen blir borte og sessionen er blitt avbrutt. Brukeren må da logge seg inn i systemet på nytt og gjenoppta den sessionen som ble avbrutt. En av de største svakhetene ved å bruke en webapplikasjon til å registrere dataene er nettopp den at man ikke får lagret om internett forbindelsen forsvinner. Alternativet her vil være å utvikle et program som kjører lokalt og kan lagre dataene lokalt, og overføre mot en database når man har internett forbindelse. Dette vil stille krav til andre programmeringskunnskaper og at journalistene har tilgang til denne programvaren.

Forklaring

Session En session er et avgrenset tidsrom, som starter i det brukeren åpner nettleseren, og avsluttes når brukeren lukker nettleseren.

Fig. 25 - Forklarende tekst.

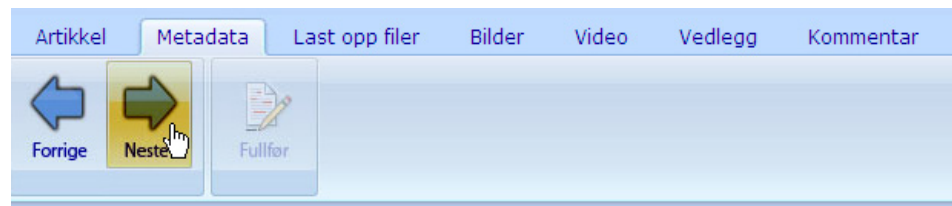


Fig.26 - Navigasjonspanel.

Registreringsformen består av syv steg som brukeren må igjennom for å registrere en artikkel. Det er viktig at systemet er utformet slik at dette faller naturlig, og at brukeren er klar over hvor man befinner seg i prosessen. Brukeren kan fritt navigere seg frem og tilbake i prosessen, men må innom hver eneste steg. Enkelte felter i formen må være obligatorisk, enkelte kan være valgfrie å benytte. Desto flere obligatoriske felter det er, jo flere felter er man garantert at brukeren benytter seg av. En ulempe ved dette er at det fort kan bli et irritasjonsmoment. Igjen er det viktig at dette er naturlig bygd opp slik at brukeren også ser meningen med å fylle inn informasjon i disse feltene.

6.3.2 Artikkeltekst

Under registreringen av artikler blir brukeren ledet gjennom en prosess hvor man først legger til artikkelteksten, bestående av ulike felter for definering av tekstens betydning. Hvert felt har den tekstformateringen det vil ha når artikkelen er publisert for web. Når det gjelder feltet for brødteksten vil man kunne foreta enkelte tekstformateringer selv. Man kan definere avsnittsoverskrifter, opprette punktlistor, gjøre deler av teksten fet, understreket og/eller kursiv. Dette er formateringer som vil vises både på print og web. Men man har også muligheter for å legge inn hyperkoblinger i teksten, som kun vil være tilgjengelig på nettversjonen av artikkelen. Per dags dato brukes det word-maler for tekstoppsettet som blir sendt inn av journalistene. Det er ønskelig å ha en importeringsløsning for disse malene slik at innholdet først blir validert og deretter automatisk fordelt på feltene om dokumentet er gyldig. På denne måten kan skribentene fortsette å skrive slik de har gjort før, men i stede for å sende det via e-post logger de seg på systemet og sender inn derfra. Sett at brukeren har skrevet inn artikkelen i word-malen som er utdelt av Idé Trykk, og er klar for innsending burde det være muligheter for importering av dokumentet. Slik at brukeren slipper å brette om dette selv, men at det automatisk fordeler seg på de feltene som skal brukes ut i fra hvilken tekstformatering elementene i dokumentet har. utfordringene her vil være at Microsofts Word dokumenter er av proprietær standard, dette vil si at man ikke får hentet ut fornuftig informasjon fra disse dokumentene med mindre man åpner dem i et program som har riktig dekoding. Derfor kan det hende det må legges opp til at Word-dokumentene må eksporteres til eksempelvis HTML eller XML for å kunne få til en importerings funksjon, siden disse er av åpen standard. Dette har gruppen valgt å ikke gå nærmere inn på.

Et annet parameter i denne sammenhengen vil være å definere området hvor innholdet i artikkelen omtaler, slik at dette kan være et parameter i forhold til at man vil vise relaterte artikler fra samme område. Det vil også bli lagt med metadata om skribenten, men dette vil skje automatisk med informasjon fra brukerprofilen til skribenten, eksempelvis navn og e-post.

6.3.4 Opplastning

Ved en opplastningsform som er utformet som ett utforskervindu vil man ha oversikt over sine lokale filer, hvor man velger ut hvilke filer man ønsker å laste opp. Man drar da filene ned i et vindu til man har alle filene, og starter deretter opplastningen av filene. Filene grupperes i tre grupper, bilder, video og vedlegg. Det skal kun være mulig og laste opp filer som er tillatt, så dette må settes i et filter for hvilke filer som er mulig å laste opp.

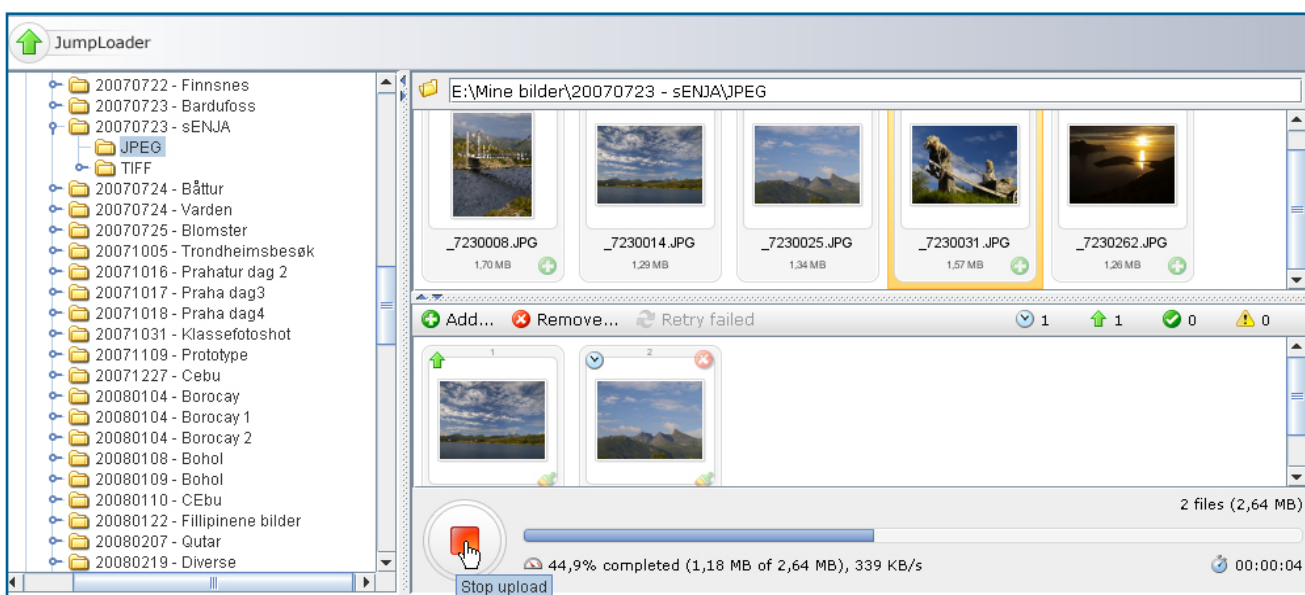


Fig. 29 - Eksempel opplastning av filer.

Forklaring

FLV

Gammel falshvideo standard, som brukes blant annet på Youtube.

H268 (MP4 codec)

Ny standard som gir bedre visuell kvalitet enn FLV. Krevet til gjengjeld mer av CPU. Er en videre utvikling av MPEG4.

Bildene skal brukes både på print og web, og skal med hensyn til dette være høyoppløselig. Det vil være støtte for ulike formater som JPG, PNG, TIFF og PSD. Dette er utgangspunktet til Idé Trykk. Publiseres artikkelen på web blir det generert kopier av bildene som er tilpasset for web, både miniatyr, mellomstore og store filer med 72 dpi. Dette for å tilpasse til skjerm, og at bildene skal lastes opp på nett så lett som mulig uten for stort tap av bildekvalitet. Når det gjelder behandling av bildene som skal brukes til print gjøres dette av Idé Trykk som legger til ICC-profilen til trykkeriet, samt tilpasser bildene med utsnitt og fargebehandling om det er behov for dette.

Videoene som blir lastet opp kan kun benyttes til publisering for web. Det sikreste er å benytte FLV-filer, fordi disse har god støtte. På grunn av at FLV gir dårlig komprimering går man mot bruk av MP4. Valg av format vil avhenge av hvilken støtte man har i videoavspillingsprogrammet som benyttes på websiden.

Fig. 30 - Forklarende tekst.

Vedleggene kan bestå av vedlegg som skal være nedlastbare på websiden, men kan også være vedlegg som diagram eller tabeller som skal brukes i publiseringen.

6.3.5 Bilder

Etter at man har lastet opp de filene man ønsker, går man videre til det steget hvor man får opp de bildene man har lastet opp under opplastningen. Her får du oversikt over bildene slik at man eventuelt kan gå tilbake å laste opp flere bilder om det er noen man har glemt av. Man må også fylle ut metadata til hvert enkelt bilde. Feltet for fotograf vil automatisk komme opp med forslag om navnet til brukeren. Datofeltet vil komme opp med forslag om dagens dato, mens bildetittel og bildetekst må skrives inn. Dette er informasjon som følger bildet, og kan vises sammen med bilde om ønskelig. Muligheten for å legge inn stikkord til bildene vil øke treffmuligheten ved eventuelle bildesøk fra en bruker på websiden.




		
Fotograf <input type="text" value="Eivind Brandsnes"/>	Fotograf <input type="text" value="Eivind Brandsnes"/>	Fotograf <input type="text" value="Eivind Brandsnes"/>
Dato <input type="text" value="2006-10-05"/>	Dato <input type="text" value="2006-09-28"/>	Dato <input type="text" value="2006-10-12"/>
Bildetittel <input type="text" value="Sydney"/>	Bildetittel <input type="text" value="Great Ocean Road"/>	Bildetittel <input type="text" value="Carins"/>
Bildetekst <input type="text" value="Operahuset i Sydney"/>	Bildetekst <input type="text" value='De "tolv" disiplinene'/>	Bildetekst <input type="text" value="Jump the Beach, fallskjermhopping like sør for Cairns"/>

Fig. 31 - Eksempel opplastede bilde-filer.

6.3.6 Video

Under steget for video, vil man på samme måte som med bildene få opp de videoene man har lastet opp. Man vil også få felter for å legge til metadata til videofilene, på lik linje som med bildene i forrige steg.

6.3.7 Vedlegg

Vedlegg kan kategoriseres i to kategorier: vedlegg som skal være nedlastbare og vedlegg som skal brukes som elementer ved publiseringen. Eksempler på nedlastbare filer er PDF-dokumenter som for eksempel en invitasjon, referat eller lignende. Eller Microsoft Excel dokumenter som diagram, budsjett eller lignende. Det blir opp til utformereren å ta stilling til hvilke og hvordan vedleggene skal benyttes. Journalistene kan gi retningslinjer på dette i neste steg.

6.3.8 Kommentar

Journalistene har per i dag et krav om å kommentere deler av artikkelen i form av hvordan den skal settes opp, eller eksempelvis hvordan bildene skal benyttes. Det er derfor valgt som siste steg i registreringen. Dette kan være til hjelp i til hvordan det er tenkt at oppbygningen av artikkelen på print skal være. Hvilken måte man skal benytte bildene på, eller om man vil ha en bestemt mal for publisering mot web som inneholder bildegalleri og enkelt bilder inne i teksten. Det som skrives inn i dette feltet vil ikke direkte påvirke publiseringen, men vil fungere som retningslinjer for hvordan man skal gå frem under publiseringen, om det er for print eller web. Teksten som fylles inn i dette feltet vil være tilgjengelig i administrasjonspanelet og vil komme med på artikkeldokumentasjonen. Artikkeldokumentasjonen vil være en A4-side med informasjon om artikkelen. Den vil fungere som en slags kvittering, og brukeren vil automatisk få forespørsel om man ønsker å skrive ut denne når man velger å publisere en artikkel for print.



Fig. 32 - Eksempel kommentarer fra journalisten.

Journalistene kan få tilgang til sitt eget artikkelarkiv hvor man kan gjøre søk i eller hente ut egne artikler som er blitt registrert. På denne måten har man struktur og mulighet til å se på gamle artikler. Dette vil fungere som en modul til systemet, og trenger ikke være med i standardpakken som Idé Trykk vil kunne levere sine kunder. Dette vil gi støtte for ønske fra journalistene om å kunne bruke sine egne artikler som oppslagsmateriale som oppdragsgiver tidlig i prosjektet nevnte som en utfordring ved å lage et slikt system.

En annen modul som vil være praktisk er et meldingssystem som gjør det mulig å sende meldinger til redaktøren, eller til utformerne hos Idé Trykk. Dette kan være et alternativ til bruk av e-post eller telefon. Det vil ikke være like effektivt som å bruke telefon, men kan likevel være praktisk i form av at man ikke nødvendigvis har en hastesak og kan spare penger i form av telefonutgifter. Blir en registrering av en artikkel avbrutt på grunn av at internettilkoblingen forsvinner, kan denne så gjenopptas ved siste autolagring. På denne måten unngår man at man må begynne helt på nytt fordi internettforbindelsen forsvant like før man skulle fullføre registreringen. Dette har vært et anerkjent problem med webapplikasjoner.

6.3.9 Administrasjonspanelet

Administrasjonspanelet er en webapplikasjon som skal benyttes av Idé Trykk og redaktørene. Dette vil være modulbasert som vil si at det er enkelt å tilpasse og legge til nye moduler ved behov. Dette vil fungere som et administrasjonsverktøy som vil gi en mer oversiktlig arbeidsflyt. Administrasjonspanelet kan deles inn i to deler, hvor den ene er for Idé Trykk og den andre er for redaktørene. Forskjellen vil være de enkelte modulene som er knyttet til de forskjellige delene. Begge delene vil bestå av en artikkeldatabase hvor man vil ha tilgang på alle artikler som er skrevet for tidsskriftet. Hver artikkel kan publiseres på to forskjellige måter, mot web og mot print. Det er i første omgang Idé Trykk som skal ha muligheten for denne publiseringen. Er det ønskelig for kunden kan modulen for publisering mot web knyttes opp mot redaktørdelen og redaktøren kan selv publisere artikler.

Administrasjon - Idé trykk AS

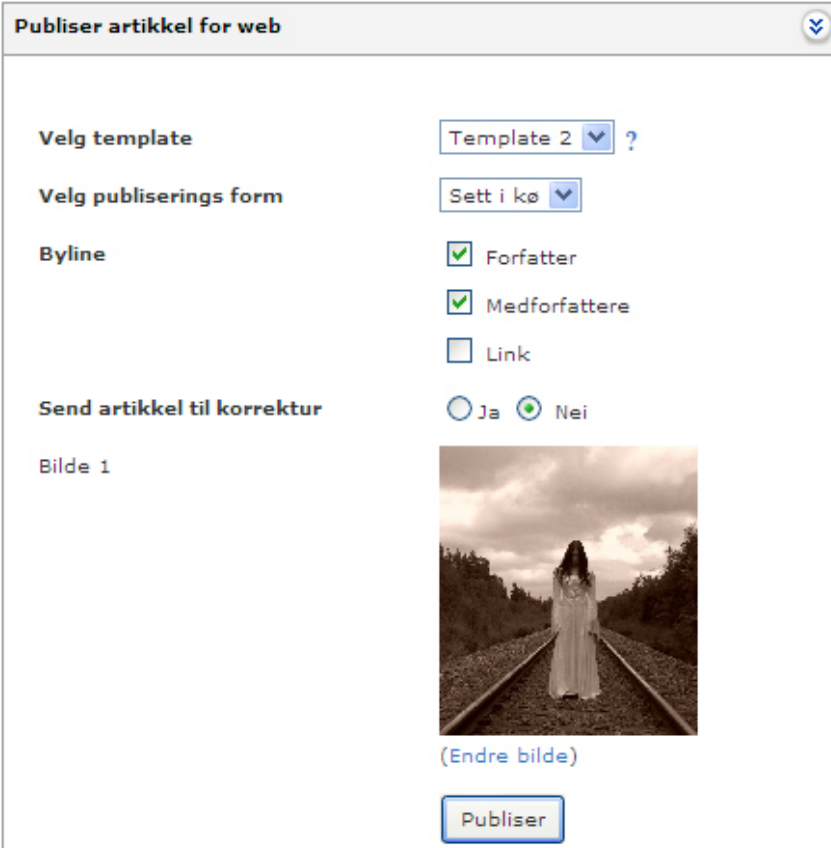
Artikler for publisering

#	Tittel	Hovedtema	Lagt til	Forfatter	Print	Web
25	Trekkfuglene vender tilbake	Fugler	2008-04-22 Kl: 13:09	Jon Arntsen		
24	Dyrest er best	Fiske	2008-04-15 Kl: 10:09	Henrik Strømstad		
23	Slaget om Trillemarka - en verneverdig historie	Naturvern	2008-04-10 Kl: 15:53	Leif Ø. Haug	Publisér denne a	
22	- Ukløkt å overse bygdefolket	Naturvern	2008-04-09 Kl: 11:32	Leif Ø. Haug		
21	Slik kan ulveangrep hindres	Rovdyr	2008-04-09 Kl: 08:31	Jens Karlsson		

Fig. 33 - Eksempel oversikt over artikler

6.3.10 Publisering for web

Ved publisering av artikler på web skal det legges opp til at man ikke behøver kunnskap om HTML og CSS. Oppbygningen vil bestå av et utvalg maler som vil inneholde regelsett for hvordan artikkelen skal bli vist på websiden. Her vil man kunne variere, og jo mer avanserte maler det utvikles jo flere muligheter vil man kunne få. Malen vil altså bestå av artikkelteksten, samt tilhørende elementer til denne som eksempelvis bilder, bildegalleri, video, nedlastbare filer og lignende. Er man usikker på hvilken mal man ønsker å benytte kan man se på forhåndsvisning av malene. Er man derimot sikker på hvilken mal man vil bruke velges denne ut fra et hurtigvalg, slik at en erfaren bruker raskt kan navigere seg videre. Når man så har valgt en template vil man ved hjelp av AJAX kunne få opp de elementene som tilhører den valgte malen. På denne måten vil man ut i fra de filene som journalisten lastet opp sammen med artikkelen, velge hvilke filer som skal vises i de forskjellige elementene.



Publiser artikkel for web

Velg template Template 2 ?

Velg publiserings form Sett i kø


Byline

- Forfatter
- Medforfattere
- Link

Send artikkel til korrektur

Ja Nei

Bilde 1



(Endre bilde)

Publiser

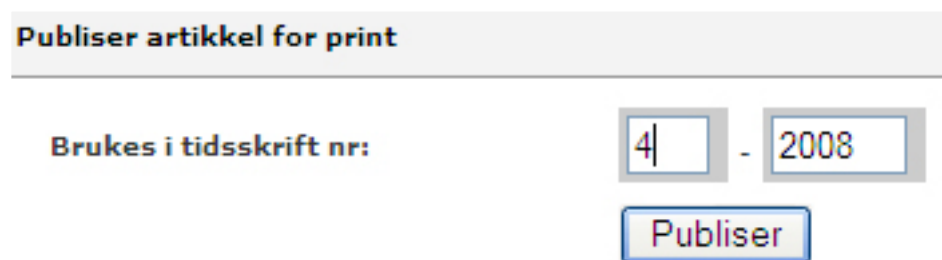
Fig. 34 - Eksempel publisering for web

Det må også velges publiseringsform, for å bestemme hvordan artikkelen skal publiseres. Dette kan gjøres ved at man velger direkte publiseringsform, som vil publisere artikkelen med engang publiseringen er fullført. Man kan legge artikkelen i kø, som da vil publisere den neste gang et kø intervall er gjeldene. Eller man kan sette dato og publiseringstidspunkt for når den skal legges ut og når den skal tas av websiden igjen. Om man ikke setter noe tidspunkt for når artikkelen skal tas vekk fra websiden, vil man kunne fjerne den når man vil ved å velge og arkivere artikkelen.

Man kan velge å sende artikkelen til korrektur før den publiseres, dette vil overstyre den publiseringsformen som er valgt. Dette vil si at om du velger publiseringsform direkte og samtidig sender artikkelen til korrektur, vil den ikke bli publisert før korrekturstatus er godkjent. Har man altså en hastesak må korrektur tas i etterkant, og man vil da ikke ha korrekturgaranti på artikkelen før etter at korrekturen er gjort.

6.3.11 Publisering for print

Printversjonen av tidsskriftet utformes i Adobe Indesign, og det er viktig og få artikkelen inn i Indesign uten for tidkrevende operasjoner. Dette er XML godt egnet til og man har importer- og eksportering funksjoner av XML i Indesign.



Publiser artikkel for print

Brukes i tidsskrift nr: -

Publiser

Fig. 35 - Eksempel publisering for print

Velger man å publisere en artikkel for print må man definere hvilken utgave og årgang av tidsskriftet artikkelen skal brukes i. Så genereres det et XML-dokument ut fra dataene som ligger i databasen med henhold til en utviklet DTD. Denne XML-filen blir sammen med bildene og vedleggene som følger med artikkelen lagt til i et ZIP-arkiv som åpner seg opp for nedlastning. Videre må man pakke ut filene lokalt før man importerer XML dokumentet inn i Indesign. Når man har lastet inn artiklene man skal ha og utformet tidsskriftet ferdig, lager man en PDF for korrektur. Denne lastes opp i administrasjonspanelet hvor det blir tilgjengelig for redaktøren. Når man så får tilbakemelding på korrekturen går man inn og gjør disse endringene i Indesign. Så gjentar man korrekturprosessen til man får godkjent fra redaktøren. Man eksporterer da artiklene fra Indesign og laster denne opp som ferdig tidsskrift, som systemet da sammenligner med databasepostene og oppdaterer de artiklene der det har blitt gjort endringer etter at artiklene ble lastet ned for importering. Har det skjedd endringer i ord og avsnitt vil man få spørsmål om man ønsker å gjøre de samme endringene i teksten for webpublisering, dersom denne er lik som den var på tidspunktet man lastet ned ZIP-arkivet. Det er viktig med versjonskontroll slik at systemet oppdager endringer. Ønsker man å ha en egen tekst for web, avviser man synkroniseringen og det vil ikke bli foretatt noen endring av webteksten. Tilbakemeldingen til brukeren er viktig, og jo bedre tilbakemeldinger det er lagt opp til jo lettere vil det bli å benytte systemet. Derfor er det viktig at hver artikkel har en arbeidsstatus for print, og en for web slik at de ulike brukerne er klar over hvor i prosessen artikkelen befinner seg. Samtidig som rettighetene til å foreta endringer bør følge den gitte statusen. Dette betyr at om det er blitt lagt med en feil utgave av et bilde, kan dette rettes opp i, eksempelvis ved at; Journalisten har gjort feil i opplastningen og lastet opp et bilde som er komprimert for web, og utformeren har behov for et bilde med høyere oppløsning.

Utformeren hos Idé Trykk åpner da artikkelen for endringer av forfatteren, og journalisten får da muligheten til å gjøre endringer i artikkelen. Journalisten laster så opp det bildet som er avtalt, og fullfører artikkelen igjen. Utformeren som da ikke har hatt muligheter for å gjøre noe med artikkelen, vil da få rettighetene til å arbeide videre på artikkelen, samtidig som den igjen blir stengt for journalisten.

Administrasjon - Idé trykk AS

Endre artikkel

« Tilbake		
Artikkel versjon	1.2.2	Publiser artikkel for web
Overskrift	Ørretfiske i nord	Publiser artikkel for print
Opprettet	2007-07-02 Kl: 10:14:47	Informasjon fra journalisten
Forfatter	Jens Jensen	Det bilde hvor vi står og viser frem fangsten alle fire SKAL være med! Kunne også tenke meg at ett av solnedgangsbildene blir brukt på print, ellers har jeg ingen retningslinjer.
Med forfattere		Bortsett fra at vi skal gi beskjed nå filmingen er redigert så vi kan få med det på web. Kanskje greit å ikke publisere den på nett før denne er klar.
Hovedtema	Fiske	
Undertema	Fluefiske	
Stikkord	fiske, ørret, flue, elv	
Område	Europa, Norge, Finnmark	
Status for web	Venter på korrektur	
Status for print	Publisert	

Fig. 36 - Eksempel artikkeloversikt

6.3.12 Redaktørseksjonen

Redaktøren er den som sitter med det overordnede ansvaret for tidsskriftet, og skal sørge for at hvert nummer har nok materiale. Samtidig er det redaktøren som hovedsakelig skal fordele artiklene utover i tidsskriftet, mens utformeren hos Idé Trykk skal finjustere etter disse retningslinjene. Når tidsskriftet er ferdig produsert er det redaktøren som skal lese korrektur på tidsskriftet, og gi tilbakemeldinger til utformeren. Per dags dato blir dette gjort ved at utformeren eksporterer en PDF-fil fra Indesign-dokumentet. Denne blir så sendt med e-post, eller skrevet ut og sendt til redaktøren via post avhengig av individuelle avtaler. Når redaktøren så har korrekturlest og er klar for å gi tilbakemelding blir dette sendt via e-post, eller tar dette per telefon. Enkelte redaktører møter også opp hos Idé Trykk og tar et møte hvor det blir gått igjennom korrekturen. Det er først når tidsskriftet er godkjent av redaktøren at dokumentet blir sendt videre til React hvor tidsskriftet blir brukket om for web. Ved å sammenfatte disse operasjonene i et og samme system vil man få en mer oversiktlig arbeidsflyt og redaktøren slipper å forholde seg til flere systemer.

For at redaktøren skal kunne gjøre korrektur i PDF-dokumentet avhenger dette av at man har Adobe Acrobat installert. Dette vil kreve lisens og at redaktøren har kunnskap til å arbeide på denne måten. Det vil altså bli en kostnad for tidsskriftet om man må gå over til denne arbeidsmetoden, samt at dette også vil kreve opplæring. For de som benytter seg av Adobe Acrobat per i dag, vil dette kunne tas høyde for i systemet ved at Idé Trykk laster opp PDF-dokumentet for korrekturlesing. Når redaktøren så har korrekturlest kan han laste dette opp igjen i systemet og utformerer hos Idé Trykk vil få melding om at den er ferdig. Det vil nødvendigvis ikke være et punkt man er nødt til å effektivisere ved publiseringen. I enkelte tilfeller vil det kanskje være nettopp korrektur møtene som opprettholder relasjonen mellom kunde og Idé Trykk og det vil være ukorrekt og gjøre innsparingene i dette leddet. Går man over til en annen metode for korrektoren kan det også være fare for at redaktøren ikke blir tilfreds med metoden det gjøres på. Dette kan føre til at det blir gitt dårligere korrektur, noe som er drastisk i forhold til at man ikke får gjort korrekturendringer etter at tidsskriftene er ferdig trykket. Derimot vil dette være annerledes for nettutgaven. Systemet legger opp til at hver artikkel kan bestå av to ulike versjoner, en for web og en for print. Det vil være muligheter for å publisere kortere artikler på web, og en litt mer utdypende versjon på print. Dette åpner også for muligheten for publisering ut mot web før artikkelen blir publisert på print. Denne publiseringsformen har ikke vært tilgjengelig, men vil absolutt være aktuell. Man har også muligheten for å begynne med publisering av artikler på web som ikke vil komme på print i det hele tatt. Slik vil man kunne utvikle en nettutgave som blir attraktiv i tillegg til tidsskriftet på print. Samtidig har man fått muligheten for publisering av bildegalleri og videosnutter, som også bidrar til å få en dynamisk nettutgave og får leseren av tidsskriftet til å lese ut mer om en artikkel på web. Slik kan man få leseren til å ha interesse av å lese både tidsskriftets print- og webutgave.

Redaktøren vil kunne følge med på trafikken på websiden ved hjelp av en statistikkmodul. Denne kan brukes til holde øye med hvor mange treff det er på hver artikkel, hvor lenge en bruker er inne på websidene etc. Slik vil man kunne få en oversikt over hvilke tema som er mest populære og hvilke tjenester som interesserer leseren. Dette kan man bruke videre for å viderutvikle seg.

En modul for innsending av reklameannonser vil også være aktuelt for å gi redaktøren en strukturert oversikt. Dette vil kunne gjelde både annonser for print og web. Det eksisterer avanserte systemer for annonsering og man vil kunne tilby annonsering parallelt både for print og web. Samtidig som redaktøren vil ha mulighet til å følge med statistikken for de ulike annonsene. Eksempelvis er NR1 Samskjøringen bygd opp slik, og man vil kunne ta utgangspunkt i noe lignende, eller implementere et slikt system.

6.4 FARGESTYRING

Når man skal parallellpublisere gjennom to helt forskjellige kanaler så er det viktig å tenke fargestyring. Det er praktisk umulig å få det 100% likt hos alle brukere, det er for mange påvirkningsfaktorer som spiller inn. Selv om senderen gjør alt etter boka så kan betrakningslyset, skjermvisningen eller kalibreringen hos brukeren være helt forskjellig.

Vi har kartlagt hvilke faktorer som er med på å bestemme hvordan et sluttprodukt blir. Ut fra det kan man lage noen retningslinjer som hjelper senderen til å få et best mulig produkt.

I papirutgaven er det viktig å ta hensyn til følgende punkter:

- Betrakningslys, lysforholdene der brukeren leser tidsskriftet.
- Substrat, papirkvaliteten.
- Printerteknologi, hvilken teknologi som er brukt.
- ICC-profil, profilen må høre sammen med trykkmaskinen.
- Kalibrering og profilering av skjermen til designeren.

I nett utgaven er det viktig å ta hensyn til følgende punkter:

- Betrakningslys, lysforholdene rundt skjermen.
- Kalibrering og profilering av skjermen til brukeren.
- Nettleser, hvilken nettleser mottakeren bruker.
- sRGB, dette er et fargerom som er blitt en industristandard.
- Kalibrering og profilering av skjermen til designeren.

Forklaring

ICC

Er internasjonal color consortium. Stiftet i 1993 for å skape en universal fargekontroll som vil gi lik gjengivelse av farger dersom samme ICC-profil blir brukt.

6.4.1 RGB

Det additive fargesystemet består av rødt, grønt og blått, derav navnet RGB. Dette benyttes blant annet på datamaskiner, mobiltelefoner, lomme-pc og digi-talkameraer. Primærfargene er rødt, grønt og blått og vises i forskjellige lyshetsgrader som normalt betegnes med verdier mellom 0 og 255. Ut fra dette så kan man gjengi ca 16,7 millioner farger. Med verdiene $r=0$, $g=0$ og $b=0$ så blir fargen svart, ved verdiene $r=255$, $b=255$ og $g=255$ så blir fargen hvit. Jo høyere tall jo mer lys blir tilsatt fargen. De to mest brukte RGB standardene er Adobe RGB og sRGB.

Adobe RGB ble originalt laget for HDTV, men koordinatene som Adobe bruker passet ikke sammen med spesifikasjonene for HDTV. I senere tid så har Adobe RGB blitt det mest brukte fargerommet for reproarbeidet som senere skal konvertere til CMYK. Fargeomfanget omfatter de fleste farger som kan gjengis i CMYK, derfor er dette velegnet for bildebehandling i RGB og senere i RGB-CMYK konvertering. sRGB er det fargerommet som er blitt en industristandard. Dette fungerer spesielt godt i bruk med forbindelse med digitale utstyrenheter, operativsystemer og applikasjoner. sRGB egner seg meget godt til web, fargerommet er bygd opp slik at flest mulig monitorer skal kunne lese innholdet på samme måte. sRGB er noe mindre enn Adobe RGB.

Fig. 37 - Forklarende tekst.

CMYK er et subtraktivt firefargesystem, og det er dette fargerommet som blir brukt når noe skal trykkes. Det er bygd opp av Cyan, Magenta og Yellow, black er tilsatt som hjelpefarge. I teorien skal man få svart når man blander like mye cyan, magenta og yellow, men da får man en mørk brunfarge. En CMYK farge kan defineres slik: C= 20%, M=45%, Y=0%, K=10%. Fargene defineres som prosentuelle rastertoneverdier av de fire fargene. CMYK verdiene viser hvordan fargene er reproduisert, men ikke hvordan de oppdattes av øyet.

6.4.2 Lik artikkel på trykk og på nett.

En kunde som har publisering på trykk og web, ønsker jo selvfølgelig å ha tilnærmet like illustrasjoner i tidsskriftet som på nett. Tidsskriftet blir trykket med CMYK farger, og artikkelen på nett blir vist gjennom RGB sitt fargerom. Hvis designeren gjør alle operasjoner riktig i forhold til konvertering og profilering så vil illustrasjonene se like ut både på trykk og på nett. Dette på tross av at CMYK har et mindre fargerom enn RGB. Tidsskriftene blir trykket på glatt bestrøket papir som har god bildegjengivelse. Så ved det blotte øyet ser kunden ingen forskjell.

6.4.3 Arbeidsflyt.

Et dilemma ved grafisk produksjon har vært når man skal CMYK-konvertere en trykksak. Det finnes fordeler og ulemper ved tidlig eller sen konvertering. Det er vanskelig å si hva det optimale er, men flere rapporter mener en sen konvertering er det beste. Fordelene med det er at illustrasjonene blir værende i RGB lengst mulig slik at trykksaken blir veldig fleksibel med tanke på hvilken «output» enhet man skal benytte. En vanlig situasjon er at man tar imot dokumenter fra mange ulike kilder, for å få en riktig konvertering av alle illustrasjonene så er det best med en sen konvertering. RGB filene tar mindre lagringsplass og ved flere konverteringer så mister illustrasjonene nødvendig data og disse kan få dårligere kvalitet.

Et unntak kan være import av vektorgrafikk, disse filene bør være CMYK konvertert. Vi ender da opp med en hybrid-arbeidsflyt som er et steg på veien mot en full RGB arbeidsflyt. Bilder og illustrasjoner på nett blir publisert i RGB og bør ha industristandard sRGB.

Vi kan konkludere med at kalibrering og profilering er den viktigste arbeidsoperasjonen for en operatør som skal parallellpublisere en trykksak i flere kanaler. Hvis dette blir feil så har man ingen kontroll på hvordan produktet blir sendt ut.

(Foss, 2004)

(Engen, 2005)

KAPITTEL 7

BRUKERTESTING



I dette kapitlet vil vi ta for oss hypoteser og brukertesting av parallellpubliseringsløsningens prototypen og hvordan den fungerer i samspill med kundegruppene som skal bruke løsningen. Kapitlet tar også for seg brukervennlighet og hvorfor man skal brukerteste. Vi har også i dette kapitlet gjort en SWOT-analyse av prototypen som viser styrker, svakheter, muligheter og trusler. Til slutt er det skrevet om videreutvikling av prototypen og veien å gå videre dersom oppdragsgiver velger at de skal ha en slik løsning i sitt konsern.

7.1 BRUKERTESTING

7.1.1 Hypoteser

En hypotese er et utsagt om eller en forklaring på et fenomen som ikke har blitt utsatt for testing i stor grad ennå. I hverdagsspråket brukes hypotese ofte for å betegne et «tankespinn» eller «spørsmål uten relevans for virkeligheten». Vi gjør våre hypoteser ut i fra tankespinn rundt Idé Trykk sine kunder. Vi setter forutsetninger for hypotesene og hvordan brukeren skal bruke den nye parallellpubliseringsløsningen.

7.1.2 Fra journalist til Idé Trykk

Kundegruppe A

- Denne gruppen har lite kunnskap rundt publisering på web, mindre kompetanse og dårlig med tid til å sette seg inn i den nye løsningen.
- Denne gruppen skriver artikkelen i word eventuelt i en wordmal og leverer over e-post eller CD.

Kundegruppe B

- Denne gruppen har kunnskap rundt publisering på web, men ser kan skje ikke nytteverdien av å ha en oppdatert web. Kunnskapen til denne gruppen er betraktelig bedre enn gruppe A.
- Denne gruppen innehar rikelig med kompetanse slik at mulighetene for å bruke en registreringsform med metadata er stor.

Kundegruppe C

- Denne gruppen ser nytteverdien av å ha en velfungerende web, og har allerede en webløsning.
- Kundegruppens kompetanse er god og viljen til å bruke en registreringsform er tilstede. De vil da kunne fylle ut all metadata og forme artikkelen.

7.1.3 Arbeid for Idé Trykk

Kundegruppe A

- Denne gruppen påfører Idé Trykk like mye arbeid som før.
- Idé Trykk må fylle inn metadata.
- Idé Trykk må gjøre endringer i word-dokumentet (overskrift, ingress, brødtekst) og bildene krever behandling.
- Idé Trykk gjør korrektur for kunden.
- Idé Trykk brykker om artikkelen.

Kundegruppe B

- Denne gruppen gjør halve jobben selv.
- Idé Trykk må kontrollere bruken av metadata og gjøre eventuelle endringer.
- Idé Trykk gjør korrektur for kunden.
- Idé Trykk bryter om artikkelen.

Kundegruppe C

- Denne gruppen gjør store deler av jobben selv.
- Idé Trykk kontrollerer metadata.
- Idé Trykk gjør korrektur for kunden.
- Idé Trykk bryter om artikkelen.

7.1.4 Brukervennlighet og brukskvalitet

Brukskvalitet er Norsk språkråds anbefaling for det engelske begrepet usability. Begrepen brukbarhet og brukervennlighet blir fortsatt benyttet som oversettelser for usability. Forutsetninger for å lage et program som er brukervennlig er at det er enkelt, og at det er noe hvem som helst kan utføre, uansett forkunnskaper.

I følge Jacob Nielsen har et system brukskvalitet hvis det er:

- Lett å lære, så brukere kan gå raskt fra og ikke kjenne systemet til å gjøre noe arbeid.
- Effektivt, lar ekspertbrukeren oppnå en høy grad av produktivitet.
- Lett å huske, så brukere med lav brukshyppighet kan returnere etter en periode med inaktivitet uten å måtte lære alt på nytt.
- Relativt feilfritt og feiltolerant, slik at brukere ikke gjør mange feil, og at disse feilene ikke er katastrofale (og at man lett kan ta seg inn igjen).
- Behagelig å bruke, tilfredsstillende brukerne subjektivt, slik at de liker å bruke systemet.

God brukskvalitet oppnår man når:

- Når brukeren finner det han leter etter.
- Når brukeren får svar på sine spørsmål.
- Når brukeren får foretatt den transaksjonen han ønsker.

Det handler om brukeren og det er viktig å ha brukeren i hovedfokus for å utvikle et system. Det er også vesentlig å ta hensyn til kommunikasjonen med brukeren. Og man kommuniserer godt når man fatter seg enkelt, tydelig, intuitivt og gir gode konkrete tilbakemeldinger. Publiseringsløsningen inneholder en forhåndsdefinert layout-mal. Den enkelte artikkel bygges opp gjennom brukervennlige, malbaserte skjermbilder med predefinerte felter for de ulike tekst- og bildelementene som inngår i den enkelte mal; felter for overskrifter, ingress, brødtekst, bildetekster, bilder og andre elementer. Det er enkelt å styre hvem som får tilgang til et slikt system. Ettersom det krever innlogging med brukernavn og passord, kan man sette begrensninger på hva man får tilgang til. Som kunde vil man helst være trygg på at investeringen er lønnsom før man investerer. Fordi systemet er såpass enkelt i bruk, gjør det at brukerne er selvdrevne i løpet av kort tid. Det minimerer behovet for ekstern hjelp og konsulentbistand.

(Nielsen, 1993)

7.2 BRUKERTESTING

Brukertesting er en evaluering der man observerer og analyserer hvordan funksjoner i en løsning blir brukt av faktiske brukere.

Brukertesting er og blir nødvendig for å vite hva brukerne dine egentlig mener.

Det finnes to måter å brukerteste på:

- Gjennomføre en online test.
- Gjennomføre en ansikt - til - ansikt test.

Sistnevnte kan skje så enkelt som at du bare observerer en bruker mens han forsøker å benytte systemet ditt eller kombinere dette med spørsmål og praktiske oppgaver under observasjonen.

En brukertest er den mest utbredte metoden for å avdekke svakheter ved brukervennligheten til et system. Hensikten med en brukertest er å få reelle tilbakemeldinger fra brukerne av tjenesten og å bruke resultatene fra testen til å forbedre tjenesten. Utviklerne av en tjeneste blir ofte blinde på svakheter ved tjenesten og brukeren bringer inn et nytt perspektiv.

Brukertesting involverer å observere bruker som benytter tjenesten eller produktet. Man vil typisk be testpersonene utføre oppgaver knyttet til den viktigste funksjonaliteten, og basert på dette evaluerer man hvor god brukervennligheten er. Det er viktig å observere informasjonsstruktur, interaksjonsdesign, navigasjon og funksjonalitet. I tillegg må man se om det er grafiske elementer som hemmer eller fremmer brukervennligheten.

Når man planlegger en brukertest, er det vanlig å utvikle scenarioer for testpersonene. Det er også vanlig å utvikle testoppgaver for å sikre at testpersonene tester relevant i forhold til tjenesten. Før testen kan man intervju brukeren om erfaringer med tilsvarende tjenester og etter testen kan man gjennomføre en evaluering av testen.

Svakheten ved brukertesting er at man tester med et representativt utvalg av testpersoner, og resultatene er basert på deres subjektive preferanser og ferdigheter. Testlederens kompetanse vil kunne påvirke testresultatene. Brukerne kan også bli hemmet av testsituasjonen og at de blir observert. I tillegg vil testen bare ta for seg et utvalg scenarioer, og ikke dekke alle mulige oppgaver som tjenesten legger opp til.

7.2.1 Hvorfor skal man brukerteste:

- Du har sett deg blind på din egen produksjon.
- Brukeren handler annerledes enn du tror.
- Brukeren har mindre bakgrunnskunnskap enn du tror.
- Brukeren har alltid rett.

For å finne ut om stoffet du uthenter fra brukertestene bør du stille spørsmål du trenger svar på. Du bør vite hva du skal med kunnskapen og om spørsmålene dine er rett på sak og konkrete. Samtidig er det viktig å gi så åpne oppgaver som mulig, slik at du mottar mest mulig informasjon fra testpersonen.

Brukertesting skaper trygghet for at løsningen designes på målgruppens premisser, og at den vil støtte arbeidsprosessene på en effektiv måte. Det er kostnadseffektivt, raskt å gjennomføre og gir stor nytteverdi med enkle midler.

Hensikt og formål

Hensikten med brukstesting av prototypen er å skaffe en oversikt over hvordan brukerne synes parallellpubliseringsløsningen fungerer til deres bruk. Vi skal også bruke tilbakemeldingene til å kartlegge hvilke punkter som er kritiske og nødvendige å ha med. Brukeren vil raskt kunne gi tilbakemeldinger når man bruker et system, i forhold til å bli spurt om deres behov. Vi ønsker å identifisere svakheter, styrker, muligheter og trusler ved parallellpubliseringsløsningen. Dette innebærer at vi hører med flere deler av de som blir omfattet av parallellpubliseringsløsningen.

Fordeler

Fordeler ved å gjennomføre en brukstest, er at vi får innhentet mye informasjon i forhold til parallellpubliseringsløsningen. Dette vil gi ett bilde på om vi har løst oppgaven etter antatte retningslinjer og har utviklet en arbeidsflyt som passer for målgruppen til parallellpubliseringsløsningen.

Ulemper

Ulemper ved å gjøre en brukstest er at det tar mye tid, og vi har kun mulighet til å teste noen av brukerne til systemet. Dette medfører at vi kan unngå å se feil og svakheter ved parallellpubliseringsløsningen. Vi kan også få påvirkede svar i form av at brukstesting vil skje med vårt nærvær og kan hindre de riktige tilbakemeldingene.

Tendenser

Vi har ikke nok ressurser til å få et fullstendig og representativt bilde av markedet, men føler vi får et godt representativt bilde av hva vår oppdragsgiver forventer og ønsker. Vi tar for oss tendensene som utpeker seg under testingen og bygger våre antagelser rundt dette.

(www.nettredaktor.no)

7.3 SWOT-ANALYSE AV PARALLELLPUBLISERINGSLØSNINGEN

Swot-analyse er en hjelp til å klargjøre egne styrker, svakheter, muligheter og trusler i et system. Ved å gå systematisk gjennom dette, kan man finne ut hva man bør jobbe med av farlig ajourføring. SWOT er satt sammen av første bokstav fra de engelske ordene Strength, Weakness, Opportunities og Threats. Analysen foregår ved at man vurderer de positive sidene opp mot de negative. Det er viktig å se styrker og svakheter i forhold til muligheter og trusler i markedet.

Styrker - de sterke sidene, som man kan bygge på når mål skal nås.

Svakheter - de svake sidene, som man kan forsøke å gjøre noe med.

Muligheter - fordelaktige muligheter som kan utnyttes for å nå målene.

Trusler - utviklingstendenser som man kan begrense sårbarheten.

Denne SWOT-analysen er gjort ut i fra parallellpubliseringsløsningsprototypen. Analysen representerer også hva gruppen tror vil bli styrker, svakheter, muligheter og trusler ved å gjennomføre utviklingen av en parallellpubliseringsløsning.

(Kotler, 2005)

<p>Styrker</p> <ul style="list-style-type: none"> * Små driftskostnader * Fleksibel og tilpasningsdyktig * Enkelt å utvikle tilleggsmoduler * Enkelt og raskt vedlikehold av publiseringsløsningen * Forminsker behovet for datakompetanse * Standardfunktjonalitet * Brukervennlig * Tidsbesparende * Oversiktlig 	<p>Svakheter</p> <ul style="list-style-type: none"> * Krever opplæring og innføring * Brukeren kan se på løsningen som en belastning. * Høyere pris enn konkurrenter * Kan kreve support via telefon og mail * Høye utviklingskostnader som er vanskelig å tjene inn igjen
<p>Muligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> * Tilby spisskompetanse * Tilpasse produksjoner til de ulike bedrifter * Tilby pakkeløsninger * Tilby helhetlige løsninger innad i konsernet * Holde på kundene 	<p>Trusler</p> <ul style="list-style-type: none"> * Høye oppstart- og utviklingskostnader * Ikke tilpasset hver enkelt bruker * Konkurrenter på markedet * Uforståelige tilbakemeldinger til brukeren * Ukjente ikoner som gir dårlig bruker vennlighet * Utviklingskostnader

Fig. 38 - SWOT-analyse.

7.4 BAKGRUNNEN TIL BRUKERTESTINGEN

Bakgrunnen til gjennomføringen av brukertesting er at vi vil sjekke om parallellpubliseringsløsningen er anvendelig og innenfor målgruppen vi har tenkt skal bruke løsningen. Samtidig ønsker vi å få opplyst hva som er bra og som fungerer mindre bra ved løsningen. Dette for å kunne trekke noen paralleller til hva vi selv har tenkt er mest praktisk i forhold til parallellpubliseringsløsningen.

Bruksscenario/ use case

Definisjonen av et bruksscenario er en oppgave som brukeren vil utføre ved hjelp av systemet. Et bruksscenario beskriver hendelser og kan være enkelt eller komplekst.

Et bruksscenario skal beskrive kravene til systemet som skal testes eller utvikles. Beskrivelsene av systemet skal skje sett fra kundens perspektiv, og skal beskrive hva som skjer, ikke hvordan det skjer. Metoden kan også brukes til å planlegge oppbygging av et kundesystem.

En aktør som skal teste et brukersystem, må være en bruker av systemet i en bestemt rolle. Aktøren har krav til systemet, interagere med systemet og er gjerne ekstern i forhold til systemet. Det er viktig å definere aktør og bruksscenario, for å så identifisere personer eller andre systemer som er brukere av systemet som primæraktører. Deretter identifiseres aktørens behov og definere de bruksscenarioene som oppfyller målene.

7.4.1 Vi ser for oss følgende bruksscenarioer:

Levere artikkelmaterialet

1. Idé Trykks kunde skal levere inn stoff til en artikkel
2. Logger inn i publiseringsløsningen
3. Skriver/limer inn artikkelen i publiseringsløsningen
4. Fyller inn metadata
5. Laster opp bilder og video
6. Legger til kommentarer
7. Systemet gir tilbakemelding på at alt er gjort riktig
8. Trykker fullfør og lagrer artikkelinformasjonen i databasen
9. Systemet gir tilbakemelding om at registreringen av artikkelen er vellykket

Publisere artikkel på web

1. Logger inn i publiseringsløsningen med tilgang til webpublisering
2. Velge artikkel som skal publiseres på web.
3. Velger template for publisering
4. Fyller inn eventuelle data
5. Ser på artikkelen i forhåndsvisning
6. Gjør eventuelle endringer
7. Trykker publiser for web
8. Systemet bekrefter at artikkelen er publisert

Publisere artikkel både på trykk og web fra CD

1. Innlogging i parallellpubliseringsløsningen
2. Innhenter stoffet
3. Registrerer artikkelen i publiseringsløsningen
4. Systemet gir tilbakemelding på at registreringene er vellykket
5. Velger artikkel som skal publiseres for trykk
6. Systemet genererer en XML-fil for Indesign og lar brukeren lagre ZIP-arkivet
7. Brukeren importerer XML-filen inn i Indesign og foretar utformingen
8. Publisere artikkelen for web

7.4.2 Resultat av brukertesting

Brukertesting ble gjort i forhold til bruksscenarioer vi hadde satt ned på forhånd. Gjennomføringen av brukertesting gikk ikke helt som forventet på grunn av usikkerhet hos brukeren. Gruppen valgte derfor å gå igjennom registreringsformen og forklare de forskjellige stegene, før vi overlot registreringen til brukeren. Dette førte til at vi ikke fikk observert handlinger hos brukeren utført i henhold til at brukeren ikke visste hvordan man skulle gå frem. Dette vil være relevant for hvordan brukervennligheten ved systemet er. Samtidig var det vesentlig at gruppen kom med de tilbakemeldingene som et ferdig utviklet system skal komme med, siden dette ikke eksisterer i prototypen. Parallellpubliseringsløsningen er testet med endel av kundegruppene som skal bruke løsningen og tilbakemeldingene vi har fått er ikke representative for hele kundegruppen. Den mulige veien for tilvending av bruk av parallellpubliseringsløsningen er tatt utgangspunkt i kundegruppene vi har fått testet.

Etter gjennomføringen av brukertesting med NorSvin og Idé Trykk har vi kommet frem til følgende ønsker om ønskede endringer til en ferdig utviklet parallellpubliseringsløsning.

7.4.3 Ønskede endringer i parallellpubliseringsløsningen

Idé Trykk ønsket flere innfyllingsfelt i artikkelen. Dette vil lett la seg gjøre, men det må bli en enighet om språk og hva som skal fylles inn, for eksempel tittel, hode, overskrift.

Det skal også være mulig å tilpasse systemet til hver enkelt bruker, og til hver enkelt administrator. Dette kommer ann på ønsker, krav og behov hos den enkelte. Dette kan gjennomføres dersom det finnes klare maler og enkle tilpassninger.

Det må også tas hensyn til overskriving av XML inn i Indesign, og hva slags språk som blir brukt i parallellpubliseringsløsningen. Språket som skal brukes, må alle brukerne av systemet bli enig om. Skal hele løsningen utvikles på engelsk, skal det brukes designspråk eller IT-språk, dette er ting det må tas hensyn til i utviklingsprosessen. Systemet må også fungere på den måten at alle nye forandringer blir merket (uthevet). Dette for at dobbeltarbeid skal unngås. Det må også være mulighet for å kunne uthente informasjon uten å måtte oppdatere ny fil inn i Indesign.

Muligheten for gjentatt publisering må være tilstedet. Dersom strøm eller internett-tilkoblingen faller ut i det du publiserer, skal du slippe å miste all informasjonen du har fylt inn, så det bør finnes en autolagring av informasjonen i parallellpubliseringsløsningen. Det ble også ytret ønske om en brukermanual som hjelp til å lære seg parallellpubliseringsløsningen. En enkelt og grei bruksanvisning for hvordan tilegne seg kunnskap om hvordan bruke løsningen. Dette vil redusere behovet for kundeservice. Dersom kundene til Idé Trykk skal ta i bruk parallellpubliseringsløsningen ønsker de å ha en artikkeldatabase med tidligere artikler og muligheten til å linke til relaterte linker og eldre saker.

7.4.3 Mulig vei for å ta i bruk registreringsformen

Kundegruppe A

- Denne gruppen må ha opplæring og teknisk hjelp til å bruke parallellpubliseringsløsningen.
- Denne gruppen trenger en brukermanual for å bruke løsningen.
- Denne gruppen kan trenge mye kundeservice over telefon og eventuelt utrykning til kundegruppens kontorer.

Kundegruppe B

- Denne gruppen vil ha behov for opplæring og innføring i hvordan bruke parallellpubliseringsløsningen.
- Denne gruppen trenger en brukermanual for å bruke løsningen.
- Denne gruppen kan trenge noe support over telefon og e-post.

Kundegruppe C

- Denne gruppen vil ha behov for opplæring og innføring i hvordan bruke parallellpubliseringen.
- Denne gruppe kan trenge en brukermanual for deler av gjennomføringen av innleveringen av en artikkel .

Kundegruppe A

For å implementere parallellpubliseringsløsningen hos kundegruppa A, kreves det tilpassninger i systemet til deres nivå i datakunnskap. Dette er den gruppen som har dårligst datakunnskaper av de tre gruppene og som det må legges til rette for dersom kundegruppe A skal være med på utviklingen. Parallellpubliseringsløsningen bør tilpasses kundegruppens ønsker, behov og krav. Kundegruppe A er kanskje ikke den gruppen som har størst forventinger til en slik løsning, muligens eneste krav er at det fungerer tilstrekkelig og er enkelt å bruke. Kundegruppe A kan trenge stor oppfølging i oppstartfasen av implementeringen og vil muligens komme til å kreve hjelp via telefon eller personlig oppmøte. Dette kan begrenses dersom parallellpubliseringsløsningen er tilpasset kundegruppen og de har en god brukermanual.

Kundegruppe B

Denne kundegruppen stiller med generell datakunnskap og vilje til endring. Implementeringen av parallellpubliseringsløsningen vil gå lettere i denne kundegruppen enn i gruppe A. Nivået på parallellpubliseringsløsningen kan være noe høyere for denne kundegruppen ettersom denne gruppen er mer kyndig. Denne kundegruppen kan ha gjort seg noen forventninger og ønsker i forhold til løsningen. Her vil det være viktig å tilpasse parallellpubliseringsløsningen til brukergruppen slik at gruppen lettere vil bruke løsningen. Også denne gruppen vil trenge en brukermanual, om det går litt tid mellom hver gang systemet brukes. Parallellpubliseringsløsningen vil også være mer krevende for denne kundegruppen enn det den er for kundegruppe A og det vil være muligheter for å ha tilleggsmoduler på dette nivået. Dette kan komme etter hvert som gruppen blir flink til å håndtere parallellpubliseringsløsningen.

Kundegruppe C

Implementeringen av parallellpubliseringsløsningen vil nærmest gå smertefritt i denne kundegruppen. Denne gruppen har gode datakunnskaper, vilje og evne til endringer. Nettopp på grunn av dette, kan parallellpubliseringsløsningen for denne gruppen være på et normativt nivå og med muligheter for å utvikle til mer avanserte nivåer. Denne gruppen vil lære såpass fort gjennom innføringen i bruken av løsningen at behovet for en brukermanual for denne gruppen ikke er like stort som hos de andre gruppene. Denne kundegruppen skal også få en brukermanual, men etter det nivået de er på. Kundegruppe C har en klar mening om hva de ønsker i en parallellpubliseringsløsning og kravene deres bør tilpasses for da vil effektiviseringen gå om mulig enda fortere for alle ledd i prosessen. Fungerer parallellpubliseringen etter ønske, vil også kundegruppe C påta seg mer arbeid selv og de kan selv publisere artikler for web dersom de behersker parallellpubliseringsløsningen på høyeste nivå. Da kan man legge til rette for at denne gruppen skal publisere for web selv, ved å gi kundegruppen tilgang til den administrative delen av publisering for web. Her stiller da kundegruppen mye friere og kan oppdatere websiden selv ved hjelp av bare noen tastetrykk.

Denne måten å tilnærme seg bruken av parallellpubliseringsløsningen kan være feil. Det er viktig å ta hensyn til hvordan de forskjellige kundegruppenes IT-kunnskaper og deres krav, ønsker og behov i forhold til en slik løsning. Her er det også lurt å lage løsninger som passer til den bestemte kundegruppen slik at de ikke trenger å tilegne seg ny datakunnskap. For de kundegruppene som faktisk klarer å bruke parallellpubliseringsløsningen, vil det være hensiktsmessig å la dem gjøre mer arbeid. Arbeidsprosessen vil bli mer effektivisert ved at kundegruppene gjøre størsteparten av jobben selv og ombrekkingsprosessen vil være gjort for Idé Trykk. De driftige kundegruppene vil også kunne publisere sin egen web, men dette igjen vil kreve tilgang i et administrasjonspanel som også er tilpasset brukergrensesnittet på kundegruppen som skal operer det.

7.5 VEIEN VIDERE

I denne rapporten har gruppen gått inn på hvordan kan man mest effektivt benytte parallellpublisering for et tidsskrift. Hvilke valg som må tas, og hvordan realisere systemet er viktig.

Hamar Media har datterselskapet React som jobber med utvikling av webløsninger. Det vil derfor falle som et naturlig valg at man ønsker å utvikle systemet selv fordi man har kompetanse og ressurser til det. Her er det viktig og se på helheten. Hvor mange personer trenger man for å utvikle et slikt system, og over hvor lang tid er det tenkt at det skal brukes på utarbeide dette. Når systemet er ferdig utviklet, vil det bli behov for vedlikeholdsarbeid og videreutvikling. Dette må sees i forhold til hvor mye man kan tjene på å tilby et slikt system.

Det er ikke nødvendigvis slik at man vil øke inntektene på hver kunde, men man vil kunne tilby kunden et bredere spekter av tjenester de kan velge mellom som eventuelt kan gi økt inntjening. En slik løsning kan etter hvert bli et krav fra kunden, fordi kunden ønsker å parallellpublisere. Her er det viktig at man er kundene i forkjøpet.

Konsernet Hamar Media må ta stilling til hvor mye tid og ressurser de er villig til å bruke på å utvikle en slik løsning. Når dette er tatt stilling til er det nødvendig og sette sammen en prosjektgruppe med representanter fra React, Idé Trykk, Rim og ledelsen. Denne gruppen må idémyldre rundt løsningen og sette ned hvilke krav og behov de har til en slik løsning. Neste steg blir å ta stilling til ønsker og behov fra alle parter som blir brukere av løsningen. Det er her viktig å ta hensyn til målgruppen og kompetansen deres.

Mye av utviklingen vil avhenge av hvor stor og avansert løsning man ønsker. Jo større løsningen er, jo flere veier kan man gå. Man må være oppmerksom på at det er lite poeng i å utvikle tjenester som det ikke er behov for. Fordelen ved å ha en slik fleksibel løsning vil være at man kan tilby flere tjenester til kundene i hver avdeling. Eksempler på dette vil være at React allerede har en operativ kunde med webløsning, som etter hvert ønsker å publisere trykksaker. Hovedhensikten ved anskaffelse av en slik løsning vil være å få Idé Trykks eksisterende kunder ut på web.

Løsningen gruppen har fremlagt kan benyttes som et alternativ på informasjonsflyt mellom de ulike brukergruppene. En ferdigutviklet løsning må ha krav om gode tilbakemeldinger, som er forståelig for brukeren. Det er derfor viktig at man i prosjektgruppen får fremmet de ulike brukergruppene behov. Innsparingspotensialet til løsningen vil avhenge av hvor stor løsningen er og hvor mange oppdrag som blir påvirket av effektiviseringen. Her vil man kunne ta mindre betalt per oppdrag, men kan påta seg flere oppdrag og kunne øke inntjeningen. Desto flere kunder som benytter systemet vil bety større lønnsomhet. Det vil være lite hensiktsmessig å utvikle en slik løsning dersom man kun parallellpubliserer for to kunder. Da vil utviklingskostnadene være for høye og innsparingspotensialet vil ikke være til stede.

Det er derfor viktig at man er åpen for å utvide seg. Vil løsningen slå igjennom og føre til økt kundegruppe vil det være viktig å tilfredsstille den økte kundegruppen. Dette kan føre til at det er behov for å øke kapasiteten på de områdene som består av manuelt arbeid, som eksempelvis å ansette en ny designer.

KAPITTEL 8

KONKLUSJON



Kapittel 8 brukes til å gi en oppsummering av hva vi har kommet frem til i oppgaven med en oppsummering og konklusjon. Gruppens egevalueringer og evaluering av oppgaven vil også komme i dette kapitlet.

8.1 OPPSUMMERING

Parallellpubliseringsløsninger er på vei inn på markedet og vil prege markedet frem i tid. Parallellpublisering vil kunne gi tidsskrifter et bredere tilbud og muligheten til å treffe nye målgrupper. Den papirbaserte utgaven av tidsskriftene vil ikke forsvinne, men nye målgrupper og lesere kan komme til ved å tilby sitt innhold i flere kanaler. Internett har hatt en eksplosiv økning de siste årene, og er fremdeles i stor vekst. Ved at nye teknologier og verktøy kommer til får også internett nye anvendelses områder.

Den grafiske bransje er klar for å følge utviklingen, og er villige til å endre arbeidsmetodikk for å kunne tilpasse seg. Dette vil være nødvendig i et så presset marked som det er i dag. Likevel er bransjen skeptiske til å gjøre endringer på grunn av at de er redd for å miste kunder dersom de endrer prosessen. Dette kommer av at arbeidsmetoden til journalistene har vært den samme i de siste årene, og den grafiske bransje har gjort mye gratis arbeid de ikke har tatt seg betalt for.

Journalistene for tidsskriftene har ikke en standardisert metode for å levere inn materiale til artikler. Dersom man går over til parallellpublisering så bør bransjen sette strengere krav for innsending av materiale. Da vil journalisten få en fast struktur å forholde seg til. Samtidig vil de grafiske bedriftene motta materialet i en bestemt form som kan anvendes i flere kanaler. Dette sett i forhold til dagens løsning hvor materialet blir levert i alt fra håndskrevne artikler til artikler via FTP.

Det informasjonssamfunnet vi befinner oss i, krever at man utvikler seg fort. Ligger man ikke i forkant av konkurrentene vil man bli hengende etter og bli ansett som gammeldags. Det er derfor viktig at man ikke blir stående på samme sted, men kommer seg fremover. Dette vil kreve at man blir mer effektiv og det vil bli fler og fler ledd som blir automatisert på grunn av kostnadsrammene man har. Det er derfor viktig at man er åpen for å anvende ny teknologi og kunne dra nytte av fordelene teknologien bringer med seg.

8.2 KONKLUSJON

Konklusjonen i denne oppgaven er basert på det gruppen mener vil være best for oppdragsgiver. Gruppen har diskutert frem og tilbake i forhold til parallellpubliseringsløsningene som finnes på dagens marked.

Hamar Media har kompetanse til å kunne utvikle en parallellpubliseringsløsning. Fordelen til Hamar Media er at bedriftene som skal samarbeide hører til under samme konsern og vil lettere kunne ta hensyn til hverandre. De har også mulighetene til å parallellpublisere flere veier i form av at tjenesten kan gå fra begge bedriftene. Nødvendigvis vil ikke parallellpubliseringen gi inntjening med det første, og det vil ikke bli et bestemt sted hvor inntjeningen kommer, men konsernet som helhet vil få en innsparing på lang sikt.

Gruppen anbefaler også å opprette en standardisert struktur på innsending av materialet til tidsskriftene. Dette er den største utfordringen til parallellpubliseringsløsningen på grunn av varierende kompetanse hos kundegruppen. Dette vil kunne gi Hamar Media en fordel i forhold til andre eksisterende løsninger på dagens marked. Ved å gå trinnvis til verks med parallellpubliseringsløsningen er sjansene større til å få med seg hele kundegruppen.

Vi konkluderer med at markedet er i utvikling og at det vil komme en omveltning i den grafiske bransje om relativt kort tid. Derfor anbefaler vi Hamar Media å utvikle en løsning selv, fordi de da har muligheten til å være med å kjempe på markedet om å bli ledende på parallellpublisering, samtidig tilby kundene sine et større utvalg av tjenester.

8.3 EVALUERING

Oppgaven med problemstillingen parallellpublisering fra print til web har vært en spennende og utfordrende oppgave. Problemstillingen har vært omfattende og krevende. Vi har sett på forskjellige deler av bransjen for å få innsikt i akkurat det vi trengte å få informasjon om. Kontakten med oppdragsgiver har fungert bra og vi har fått de svarene vi har trengt for å få fremgang i oppgaven, men vi har slitt litt med å få konkrete ønsker fra oppdragsgiver. Dette har medført at vi har antatt for eksempel ulike metadata i parallellpubliseringsløsningen og innsparingspotensialet til løsningen. Dette er områder oppdragsgiver må sette seg ned med selv og utvikle videre.

Vi er fornøyd med oppgavens tema og hvordan vi har løst oppgaven. Parallellpubliseringsløsningen er utviklet for at vi skulle bli kjent med teknologien og hvordan vi kan hjelpe oppdragsgiver til å gjøre de riktige valgene i fremtiden mot en god og funksjonell løsning. Vi kan konkret vise til hvordan parallellpubliseringsløsningen gruppen har utviklet har vært med på å gi oss resultatene vi trengte for å svare på problemstillingen.

I begynnelsen av oppgaven ble det brukt mye tid på å sette seg inn i teknologier som dreide seg om parallellpublisering. Mye av dette kom også av at informasjonen rundt denne teknologien på markedet er ny og lite utbredt. Konkurransen i markedet er derfor stor, som gjør at det er vanskelig å få innsikt i anvendelsen av teknologien og eventuelt feil som er blitt gjort. Dette førte til at vi var nødt til å utvikle en egen løsning, for å få de svarene vi var ute etter.

Leif E. Nordahl har vært vår veileder i prosjektet. Han har bidratt til veiledning innenfor prosjektstyring og rundt den formelle gangen i prosjektet. Vi har hatt ukentlige møter der vi har diskutert hvordan prosessen har gått og hva som er viktig å tenke på fremover.

Prosjektet har omhandlet flere forskjellige fagfelt som skolen har høy kompetanse innefor, og vi har benyttet oss av dette. Innenfor utvikling av prototypen så har vi benyttet oss av professor for IMT Rune Hjelsvold. Han har gitt gode tilbakemeldinger rundt etablering av DTD og hvordan utnytte XML på best mulig måte. Innenfor område fargestyring så har høgskolelektor Peter Nussbaum vært en ressursperson. Vi også forhørt oss med høgskolelektor Terje Stafseng, som tidligere har vært veileder for medietekniske prosjekter.

Vi har også fått opparbeidet oss et kontaktnett innen for en del av markedet, noe som er positivt for oss i en senere anledning.

8.4 EGENEVALUERINGER

Eivind Brandsnes

Jeg har hatt rollen som teknisk ansvarlig under bacheloroppgaven denne våren. Dette vil si at jeg har hatt ansvaret for de tekniske løsningene som har blitt til under prosjektet. Gruppens webside har jeg utviklet og driftet gjennom prosjektperioden. Samtidig har jeg fungert som utvikler av prosjektets parallellpubliseringsløsning, dette har vært en krevende oppgave. Tilgjengelig har gruppen fått et godt grunnlag for hvilke beslutninger vi har tatt, ved å ta utgangspunkt i prototypen. Dette har også hatt sammenheng med at de eksisterende tilbyderne på markedet ikke har vært interessert i å gi oss all nødvendig informasjon vi har lett etter. Innhenting av informasjon er det jeg mener har vært den største utfordringen ved oppgaven. Og vi har hatt behov for å være kritiske til våre kilder på grunn av mye usikkerhet på området, og innhale kilder i den forstand at de har subjektive meninger og ønsker og tilby en løsning de har.

Jeg synes prosjektet har vært interessant og lærerikt. Oppgavens tema er svært aktuelt i dagens marked og jeg har tilegnet meg relevant kompetanse på området. Vi har også hatt kontakt med forskjellige fagpersoner i den grafiske bransje som vil være aktuelt at jeg benytter meg av senere.

Jeg mener jeg har fått anvendt kunnskapen fra tidligere emner på en god måte, i sammenheng med at jeg har satt meg inn i mye ny kunnskap. Jeg er godt fornøyd med valg av oppgave, og anser det som et fagfelt jeg ønsker å kunne jobbe med i arbeidslivet.

Ole Christian Rønning:

Det siste halve året har jeg vært prosjektleder for bacheloroppgaven parallellpublisering fra print til web. Jeg har hatt det overordnede ansvaret for prosjektets fremdrift, kontakt med oppdragsgiver samt koordinere arbeidsoppgaver.

Ved prosjektstart så ble tidlig klart at en formell og autoritær lederstil ikke var aktuelt. Jeg kjenner de andre gruppemedlemmene veldig godt, og vi har jobbet sammen i prosjekt før, og jeg vet hvilke kvalifikasjoner Julie og Eivind sitter inne med. Samarbeidet innad i gruppen har gått fint, vi har både vært enige og uenige i løpet av prosjektiden, når noe skulle avgjøres så stemte vi over saken og forslaget med to stemmer ble vedtatt.

Den største utfordringen i prosjektet har vært utviklingen av prototypen. Denne har vært grunnsteinen i prosjektet, her har vi testet mulige løsninger og fått svar som har hjulpet oss videre i prosjektet.

Julie Hagen Helland

Ved oppstart av prosjektet fordelte vi faste ansvarsoppgaver til alle gruppe-medlemmene. Jeg fikk rollen som administrator og mine ansvarsområdet var; e-post, referater og møteinnkalling. Det ble etter hvert slik at Ole Christian fikk all kontakten med vår oppdragsgiver, så det ble naturlig at han hadde kontakten med de via e-post og telefon. Store deler av kommunikasjonen gjennom prosjektet har foregått via e-post. Jeg har også hatt ansvaret for å føre logg og skrive møtereferater. Referatene er skrevet i forhold til hva som var vesentlig i møtet, og hva vi burde jobbe med videre.

Jeg synes arbeidet med oppgaven har gått greit, det har selvfølgelig vært litt tyngre noen ganger ettersom det er har vært vanskelig å finne stoff om dagens parallellpubliseringsløsninger.

Prosjektet har vært utrolig lærerikt, og jeg har fått tatt i bruk store deler av kunnskapen jeg har tilegnet meg tidligere i studiet. I form av at oppgaven baserte seg på et tema jeg ikke kunne så veldig mye om krevde det mye arbeid i begynnelsen for å sette seg inn i de forskjellige teknikkene og teorien bak deler av dette. Den største utfordringen i prosjektet var å samle informasjon rundt parallellpubliseringsløsninger på markedet. Jeg føler vi har gitt et representativt bilde av markedet ut i fra den informasjon vi har fått tak i, men fokusert på hva som er viktig for oppdragsgiver. I tillegg har parallellpubliseringsløsningen vært med på å gi svar til problemstillingen vår, og hvordan vi kan anbefale vår oppdragsgiver å løse situasjonen. Jeg mener vi har løst oppgaven godt ut i fra problemene vi hadde med innsamling av informasjon rundt parallellpubliseringsløsninger på markedet.

Parallellpublisering er på vei inn i markedet, og jeg synes det kunne vært spennende å jobbe mer med dette området senere.

8.5 KILDER

Informasjon rundt vår oppdragsgiver og kunde av oppdragsgiver

Hamar Media

<http://www.hamarmedia.no/index.asp?menuItem=4>

Hamar Arbeiderblad

<http://www.h-a.no/>

Idé Trykk

<http://idetrykk.no/>

React

<http://www.react.no/>

Svin

<http://svin.no/>

Informasjon om bransjen og konkurrentene

07-Gruppen

<http://07.no/id/72.0>

Pixelhospitalet

<http://www.pixelhospitalet.no/xp/pub/topp2/hoved>

Laboremussoftware

<http://www.laboremussoftware.no/>

Laboremus

<http://www.laboremus.no/prepress/index.asp?id=27447>

Graforama

<http://www.graforama.no/xp/pub/topp/hovedside/index.html>

Capellamedia

<http://capellamedia.no/Startside.aspx> - Bransjeinformasjon, konkurrent

Generell informasjon om bransjen

Fagpressen

<http://www.fagpressen.no>

Apressen

<http://apressen.no/>

Solarcable

<http://www.solarcable.no/cable/>

Adobe

<http://www.adobe.com/no/products/indesign/partners/>

TNS Gallup

<http://www.tns-gallup.no/>

Mediebedriftene

<http://www.mediebedriftene.no/index.asp?id=44644>

Hjemmet Mortensen

<http://www.hm-trykk.no/>

IGM

<http://www.igm.no/index.gan?id=27>

Informasjon rundt bransjestandard, reklame på nett, hvorfor satse på web og tidsskriftdatabase

News Industry Text Format

<http://nitf.org/>

International Press Telecommunications Consil

<http://www.iptc.org/pages/index.php>

Digme

<http://www.digme.no/ehandel/nettreklame/annonser.html>

Universitetsforlaget

<http://www.universitetsforlaget.no/>

Idunn

<http://www.idunn.no/>

Oppslagsverk vi har brukt til hjelp i oppgaven

Kunnskapssenteret

<http://www.kunnskapssenteret.com>

Wikipedia norsk

<http://no.wikipedia.org>

Wikipedia engelsk

<http://en.wikipedia.org/wiki/>

Digi

<http://digi.no/>

Teknologisk rundt oppgaven

World Wide Web Consortium

<http://www.w3.org/consortium>

Full web building tutorials

www.w3schools.com

Adobe

<http://www.adobe.com/products/indesign/scripting/> -

PHPManual

www.php.net

MySQL

www.mysql.com

Litteraturliste:

Arne Waagbø (2005) – Utvikling og muligheter: en moderne bransje med lange historiske røtter.

Nesbru: Vett og viten AS

Hege Lamark (2001) – Som journalister spør: om intervju som arbeidsmetode i nyhetsjournalistikk
Kristiansand: Høgskoleforlaget

Jacob Nielsen (1993) – Usability engineering : brukervennlighet i hverdagen
USA: Academic Press

Harald Westhagen, Ola Faafeng, Kjell Gunnar Hoff, Tor Kjeldesen, Erik Røine (2002) – Prosjektarbeid
Oslo: Gyldendal akademisk

Philip Kotler (2005) – Markedsføringsledelse: markedsføring og markedsføringsledelse
Oslo: Gyldendal akademisk

James J. Maivald (2008) A Designer's guide to Adobe InDesign and XML.
USA: Peachpit

Jeremy Keith (2007) – Bulletproof Ajax
USA: New Riders

David Hunter, Jeff Rafter, Joe Fawcett og Eric van der Vlist (2007) - Beginning XML, 4th Edition
Timothy Boronczyk (2006) – PHP and MySQL
Canada: Wiley Publishing

Rick Ralston (2007) - The Designer's Apprentice: Automating Photoshop, Illustrator, and InDesign in Adobe Creative Suite 3
USA: Peachpit

Nicolas C. Zakas, Jeremy McPeak, Joe Fawcett (2007) – Professional Ajax 2nd Edition
Canada: Wiley Publishing

Håvard Briskeby (2004) – Parallellpublisering av telefonkataloger – Diplomattoppgave
http://www.nada.kth.se/utbildning/grukth/exjobb/rapportlistor/2004/rapporter04/briskeby_havard_04040.pdf

Nettredaktøren.no
http://www.nettredaktor.no/Hvorfor_satse_pa_web/
<http://www.nettredaktor.no/Web-produksjon/Brukervennlighet/>

Kjersti Foss (2004) – En innføring i farger og fargestyring, hovedprosjekt HIG
Kjetil Engen (2005) – RGB-arbeidsflyt i heatset , hovedprosjekt HIG

VEDLEGG



INNHOILDSFORTEGNELSE

Statusrapporter	131
Møtereferater	135
Møter med oppdragsgiver	135
Møter med veileder	141
Andre referater	149
E-post til og fra Hamar Media	159
E-post til og fra ressurspersoner	167
Telefonmøter	173
Forprosjekt	177
Gruppregler	195
Logg	199
Eksempel: XML-dokument	207
Eksempel: DTD-dokument	208
Eksempel: Prototypen	209

I vedleggene til oppgaven følger statusrapporter, veiledningsmøter, møter med oppdragsgiver, mailreferater og telefonintervju. Vedlegg inneholder også logg, timer og forprosjektet.

STATUSRAPPORTER

Statusrapport 1. Februar

Avsluttede oppgaver

Vi har denne måneden arbeidet med forprosjektet og websiden. Websiden er laget fra bunn av og er utviklet av Eivind. Websiden var oppe dagen vi leverte forprosjektet 29.01.08. Forprosjektet er avsluttet

Oppgaver under arbeid

Vi har samtidig opprettet god kontakt med oppdragsgiver og samler informasjon som kan brukes i oppgaven.

Fremdriftplan

Vi er i rute i følge fremdriftsplanen

Problemer underveis

Vi har hatt litt problemer med å konkretisere problemstilling og avgrensninger i forhold til oppgaven. Vi føler vi har en omfattende problemstilling og har klart å avgrense oppgaven i forhold til hva vi har ressurser til å gjøre.

Veilederkontakt

Vi har hatt ukentlig møte med veileder og vært på ett møte med oppdragsgiver.

Statusrapport 1. Mars

Avsluttede oppgaver

Deler av researchfasen er avsluttet, men vi må kontinuerlig søke informasjon for å dekke området til oppgaven. Vi har fått innsyn i hvordan oppdragsgiver arbeider per i dag og hva de kan tenke seg i en parallellpubliseringsløsning.

Oppgaver under arbeid

Vi prøver å komme i kontakt med konkurrentene som finnes på markedet, men det viser seg å være vanskelig å innhente informasjon fra disse kildene. Ettersom de har et fortinn i markedet, er de ikke villige til å dele informasjon med andre. Vi er i full gang med å utvikle en prototype av en parallellpubliseringsløsning.

Fremdriftplan

Vi er fortsatt i rute i følge fremdriftsplanen

Problemer underveis.

Vi sliter litt med å få til noen funksjoner i parallellpubliseringsløsningen, men vi er på rett vei.

Veilederkontakt

Vi har hatt ukentlig møte med veileder og vi har hatt to møter med Rune Hjelsvold, professor ved HiG. Vi har også hatt to møter med oppdragsgiver. I tillegg har vi hatt et møte med Tale Døvle Jonassen fra IGM om konvertering fra Indesign til XML.

Statusrapport 1. April

Avsluttede oppgaver

Etter forrige statusrapport har vi fått flere deler av researchfasen unnagjort men har fortsatt flere områder å søke informasjon om.

Oppgaver under arbeid

Vi arbeider med å få prototypen ferdig slik at vi kan begynne med brukertesting av den.

Fremdriftplan

Vi er nå ett par dager på etterskudd av fremdriftplanen, men vi satser på å ta igjen dette i løpet av de første dagene i april.

Problemer underveis

Vi møter fortsatt problemer i innsamling av informasjon i forhold til parallellpubliseringsløsninger. Vi har en formening om at vi har utviklet løsningen delvis riktig i forhold til hva andre har gjort.

Veilederkontakt

Vi har hatt ukentlig møte med veileder, ett møte med Rune Hjelsvold og ett møte med oppdragsgiver. Vi har også vært i kontakt med Peter Nussbaum, Høgskolelektor ved HiG, i forhold til fargestyring i en parallellpubliseringsløsning og hva slags problemer vi kan møte. I tillegg har vi hatt ett møte med Tom E. Johansen fra Viskom om hva slags problemer en parallellpubliseringsløsning kan møte i bransjen.

Statusrapport 1. Mai

Avsluttede oppgaver

Etter forrige statusrapport har vi fått skrevet ferdig nesten alt som skal være med i innleveringen av bacheloroppgaven. Parallellpubliseringsløsningen er ferdig og vi har brukertestet denne.

Oppgaver under arbeid

Oppgaver som er under arbeid er korrekturprosessen og en del skriving rundt det tekniske rundt parallellpubliseringsløsningen.

Fremdriftplan

Vi er mer eller mindre i rute i forhold til fremdriftsplanen, men ser for oss at det blir en god del sene kvelder fremover mot sluttfasen av bacheloroppgaven.

Problemer underveis

Vi har hatt noen problemer med utviklingen av DTD men Rune Hjelsvold hjalp oss på riktig vei med denne. Vi har også hatt noen problemer med å sette opp disposisjonen til oppgaven og få en god flyt, men vi er nesten enige om hvordan disposisjonen blir nå.

Veilederkontakt

Vi har hatt ukentlig kontakt med veileder, og han har blitt brukt flittig i den siste tiden. Vi har også hatt kontakt med oppdragsgiver via mail. I tillegg har vi hatt ett møte med Rune Hjelsvold for å få vite om vi har tenkt og handlet riktig i forhold til utviklingen av DTD-en til parallellpubliseringsløsningen.

MØTEREFERATER

Møter med oppdragsgiver Hamar Media, Idé Trykk og React

Referat fra møte med Hamar Media 07.11.07

Tid: 13.00

Sted: Møterom Hamar Media

Tilstede: Hans Jørgen Øveraasen – markedsdirektør, Sven Arne Nilsen – Teknisk direktør, Eivind, Ole Christian og Julie.

Først presenteret vi oss for det som etter hvert skulle bli oppdragsgiver. Vi snakket litt om våre interesseområder og at vi ville ha en litt praktisk oppgave. Deretter fikk Hamar Media presentere sine behov og ønsker. Vi hadde idémyldring om aktuelle områder som kunne være interessante å gjøre en oppgave rundt.

- Parallellproduksjon – fra print til nett – Idé Trykk.
- XML system – betalingsløsning på nett.
- Web 2 print.
- Følge ordreflyten helt inn i produksjonen.
- Optimalisere ordreflyt.
- utfordringer i bransjen.
- Strukturering av data.
- Grafisk bransje er i modnings/mettningsfase.
- Se opp mot NHO Grafisk og bransjen generelt.
- Hvordan skal NHO beholde kundene.
- Hvordan skal NHO produsere effektivt på nett.
- Vil parallellproduksjon fungere i praksis.
- Hva slags rammebetingelser krever parallellproduksjon.
- Se på den grafiske bransje og dens historie og utvikling.
- Utvikle en XML standard for tidsskrift.
- utfordringer i den grafiske bransje.
- Hvordan kan man oppdatere dagens NHO.
- Se på fargestyring, filformater og teori i forhold til parallellproduksjon.

Etter mange gode forslag ble vi enige om at parallellpublisering var et spennende område. Dette skulle begge parter tenke litt på før vi kom opp med en problemstilling. Vi ble også satt i kontakt med daglig leder av Idé Trykk ettersom det er han oppgaven etter hvert skulle gå gjennom.

Som gruppe falt vi for området parallellpublisering fra print til web, ettersom det er den motsatte vei av web til print og det ikke er gjort så mye på dette området fra før av.

Referat fra møte med Hamar Media 16.01.08

Tid: 13.00

Sted: Møterom Hamar Media

Tilstede: Einar Simensen – daglig leder Idé Trykk, Jan Gudbrandsen – daglig leder React, Hans Jørgen Øveraasen, Eivind, Ole Christian, Julie.

Etter at gruppa var blitt enig om område å jobbe med, måtte vi bli enige med oppdragsgiver om noen rammer for oppgaven. Vi var på nytt møte med oppdragsgiver, men nå med de to bedriftene som har brukt for parallellpublisering, Idé Trykk og React.

Vi ble sittende å snakke om riktig funksjonalitet på nett og dynamiske løsninger. Det ble også snakket om at designbedriften hadde bruk for noe som ville gjort prosessen fra print til web lettere og mer effektiv. Kunden vil i fremtiden være med å sette føringer, så derfor er det viktig å være litt føre var å prøve å sette retningslinje for gjennomføring av en sånn prosess så tidlig som mulig. Vi snakket også om konvertering og eksport av Indesign-filer til XML.

Dersom vi skulle se på konvertering, var det viktig å se på hvordan verktøyene fungerer og hva de kan gjøre, hvordan maler kan brukes i konverteringsprosessen og hvilke produkter som allerede finnes på markedet. Informasjonsflyt, korrektur, åpne og lukkede dokumenter er også temaer vi må se på i sammenheng med parallellpublisering. Det ble også snakket om å kartlegge produksjonsflyt innad i bedriften og fra kunde til bedrift som også kommer i sammenheng med parallellpublisering.

Vi ble enige om at vi som gruppe fikk lov å styre oppgaven i den retningen vi ville så skulle oppdragsgiver være med å hjelpe oss på riktig vei dersom det var ting vi var usikre på og trengte hjelp til.

Referat fra møte med Idé Trykk 13.02.08

Tid: 09.00

Sted: Møterom Idé Trykk

Tilstede: Einar Simensen, Johan Tømte – designer Idé Trykk, Eivind, Ole Christian, Julie.

Møtet i dag var for å få klarhet i hva slags tanker Idé Trykk har rundt parallellpublisering. Gjennom dette møtet kom det frem at Idé Trykk ikke har tenkt mye på denne utviklingen. Deres Indesign spesialist har kun jobbet litt med Indesign eksport. Vi har jobbet med Indesign import og mulighetene dette medfører, hva som kan gjøres med Indesign import.

I dag møtte vi en av designerne på Idé Trykk for å få innsyn i hva han mente de trengte i en parallellpubliseringsløsning, begrensninger, kunnskap og ønsker.

Vi viste frem hva vi har kommet frem til nå til nå i vår løsning, og Idé Trykk ble imponert over hvor bra det faktisk fungerte så tidlig i prosessen. Vi fikk vist frem tanken bak og hvordan det er mulig å utføre Indesign Import.

Vi fikk i tillegg en god forklaring på hvordan Idé Trykk jobber per i dag, arbeidsprosessen deres.

Referat fra møte med React 25.02.08

Tid: 08.30

Sted: Reacts kontor

Tilstede: Eivind Molstad – seniorutvikler, Leif Randen – it-konsulent, Jan Gudbrandsen, Eivind, Ole Christian, Julie.

Møtet med React i dag var for å få vite hvordan de jobber og hvordan de mottar filer fra Idé Trykk. Hva som skjer i prosessen i publiseringen til web, og hva de kunne tenke seg i en parallellpubliseringsløsning.

React vil helst bli kvitt dagens prosess, ettersom de er en IT- og programmeringsbedrift og ikke noe designbyrå; de driver ikke med webdesign. Derfor er det veldig aktuelt for React å bli kvitt den delen der de må sitte og brette om en PDF. React ser nytteverdien av en parallellpubliseringsløsning men de har ikke sett så mye på hvordan man kan utvikle en slik løsning.

Teknisk sett er React mest interessert i å få en XML -fil fra Idé Trykk, slik at filen kan gå automatisk til publisering. Det finnes nemlig et helautomatisk system allerede i konsernet Hamar Media utviklet av React. Hamar Arbeiderblad er helautomatisert, klokken 06.00 hver morgen sendes alle XML-filene som skal publiseres på web.

I forhold til annonsering på web, har de fleste av Idé Trykks kunder ikke tatt stilling til om de vil ha en webside, så annonsering på nett blir fortsatt en god stund frem i tid. Så lenge man er klar over det allerede i dag, dersom det skulle komme interesse for annonsering på web, skal det ikke bli noe stort problem den dagen det oppstår ønske for annonsering.

Vi viste frem vår parallellpubliseringsløsning til React og de syns vi hadde gjort en god jobb og at det var et spennende konsept samtidig som vi har tenkt riktig i forhold til publisering.

Referat fra møte med Idé Trykk og Svin 28.02.08

Tid: 12.00

Sted: Idé Trykks møterom

Tilstede: Einar Simensen, Tore Mælumsæter – redaktør Svin, Eivind, Ole Christian, Julie.

I dag har vi hatt møte med en av Idé Trykks sine kunder, Svin. Redaktøren i Svin stilte opp for å svare på våre spørsmål.

Han forklarte arbeidsprosessen hos dem i dag, hvordan de jobber for å få sammenstilt en utgave av tidsskriftet Svin, hvilke programmer de bruker og hva slags ressurser de har til rådighet.

Svin har allerede en webside. Den oppdateres månedlig og har forbedringspotensialet. Svin har ikke tatt stilling til om de vil ha en lett oppdaterbar webside; pr i dag legger de ut PDF filer på websiden og har en webansvarlig som gjør dette. I forhold til en parallellpubliseringsløsning stiller ikke Svin seg negativ. Tore er veldig positiv, men han kunne ønske seg en artikkeldatabase i systemet for å bruke det.

Referat fra møte med Norsvin 09.04.08

Tid: 10.00

Sted: Norsvins kontorer

Tilstede: Tore Mælumsæter, Eivind, Ole Christian, Julie.

Tore Mælumsæter, vår kontaktperson i NorSvin, møtte til brukertesting av registreringsformen. Vi viste først innlogging for å så prøve å få han til å fylle ut en artikkel.

Tore klarte å fylle ut første side med overskrift, ingress og brødtekst. Når det kom til siden metadata, stoppet det litt opp fordi det krevde litt forklaring. Etter dette ble det til at Eivind guidet gjennom resten av registreringsformen ved å fylle inn det som manglet og forklarte teknologien bak. Eivind viste hva som skjedde videre i registreringsformen og hvordan det ble generert XML og hvordan denne kunne brukes. Etter dette viste Eivind også frem administrasjonsdelen av registreringsformen hvor det kan publiseres til print og web og viste hvor enkelt og greit det kunne publiseres artikler på nett.

Tore var veldig positiv til det han ble vist. Han syntes ikke det var så vanskelig og det skulle være lett å sette seg inn i dette, hvis han fikk det som arbeidsform. Tore så absolutt muligheten for effektivisering. Han så også mulighetene innad i sin egen bedrift. Ettersom de selv operer websiden, kunne de også få en bedre flyt i publiseringen og kunne samkjørt prosessene. De vil også effektivisere prosessene og vil kunne gjøre mer arbeid selv som vil redusere kostnadene ved å bruke publiseringsløsningen.

Tore var opptatt av arkivering av tidligere artikler og en artikkeldatabase. Det er ikke utviklet i vår prototype, men burde så absolutt være med i et fremtidig system ettersom det er noe kundene ønsker.

Vi fikk ikke brukertestet helt på den måten vi så for oss. Brukerne hadde noen vanskeligheter med å skulle gjøre noen av innfyllingene uten å ha fått en innføring først. Derfor ble brukertesting ikke gjennomført på tenkt måte, men ble mer en gjennomgang av systemet. Vi fikk kanskje ikke helt de tilbakemeldingene vi håpet på ettersom kunden ikke har opparbeidet seg noen ønsker, krav eller behov til en publiseringsløsning.

Referat fra møte med Idé Trykk og React 09.04.08

Tid: 13.00

Sted: Reacts kontor

Tilstede: Johan Tømte, Jan Gudbrandsen, Eivind, Ole Christian, Julie.

Vi forklarte situasjonen vår og hvordan systemet skal brukes. Deretter logget Eivind inn i systemet og tok en rask gjennomgang av systemet på grunn av knapp tid hos de frammøtte. Begge de fremmøtte var overrasket og imponert over hva som var blitt utviklet hittil i bacheloroppgaven. Verken Johan eller Jan var spesielt kritiske, men de hadde et par synspunkter.

For React vil det være viktig med temarelatering, språk og versjonskontroll. Det er også viktig med autolagring i en publiseringsløsning i tilfellet strømbrydd eller brydd på internett-tilkoblingen.

For Idé Trykk er det vesentlig å se hvordan orddelingen skjer. Designerne sitter nemlig med manuell orddeling i Indesign. Dersom man oppdaterer til den nye XML-fila som det er gjort endringer i vil, det bli mer ombrekking på designerne med orddeling. Idé Trykk og Johan ville gjerne at alt som endres i XML-en gjøres i en farge slik at de eventuelt slipper å importere hele filen på nytt.

Det er også viktig å se på artikkelnummerering, samt det med korrektur. Her må det bli en stopp i prosessen for en av brukerne, slik at det ikke blir dobbelt opp med arbeide. Det må være en «walkietalkie» funksjon som gjør at den ene parten ikke får tilgang til artikkelen mens den andre jobber med artikkelen.

Det ble også ytret et ønske om en brukermanual slik at man selv kan lære seg publiseringsløsningen. Muligheten for å tilpasse systemet til hver enkelt kunde og bruker. Brukermanual vil kun fremstilles for et ferdig produkt.

Johan er sikker på at det vil spare tid, men han ønsket flere innfyllingsfelt på artikkelensiden. Jan ser for seg at parallellpubliseringsløsningen kutter ut hele leddet med React og ved helautomatisering krever det ikke noe innblanding fra React side. Tilbakemeldingene fra testbrukerne var positive, men Johan hadde noen små kommentarer som kan hjelpe oss å optimalisere prototypen.

MØTER MED VEILEDER LEIF E. NORDAHL.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 14.01.08

Tid: 13.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

Vi forklarte hvor langt vi var kommet nå i forhold til innlevering av forprosjektet og hvordan vi har tenkt til å angripe oppgaven.

For oss var det viktig å få en oversikt over hvordan NHO Grafisk fungerte og hvordan vi kunne bruke de i vår oppgave. Det viste seg at det ikke var relevant å bruke NHO Grafisk i vår oppgave i følge veileder.

Vi spurte også om kontaktbedrifter og vi fikk disse bedriftene til å begynne med:

- Luthgruppen
- 07 Gruppen
- Allkopi.no
- Hjemmet Mortensen

Vi lurte også på når websiden skulle være oppe å gå. Det skulle skje samtidig med innlevering av forprosjektet.

I tillegg ville veileder at vi skulle skrive om teknologien fra 1990 og frem til i dag og snakke med lærere på skolen om XML.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 21.01.08

Tid: 13.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

Åpnet møte ved å fortelle hvor langt vi var kommet nå og hva vi trengte hjelp til.

Vi trengt hjelp til følgende i forprosjektet:

- Spikre målene ved oppgaven
- Om tidene i forhold til milepælene er realistiske
- Avgrensninger og rammer i forhold til oppgaven
- Problemstilling og hvordan løse oppgaven

Veileder påpekte at vi måtte finne en påstand som kan underbygge problemstillingen og hvordan Hamar Media kan bruke teknologien. Samtidig hva slags krav oppdragsgiver har til en bacheloroppgave og hensikten til at de vil ha en bacheloroppgave.

Vi måtte definere hva vi skulle parallellpublisere og hvorfor, samt utviklingen til parallellpublisering. Målene våre med oppgaven må være målbare og konkrete. Det er også viktig å se på historikk og litteratur i forhold til oppgaven.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 14.02.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

Første møte etter innlevering av forprosjektet og det var ett par småting vi måtte rette på, som forsiden og noen småting i form av formulering i forprosjektet.

Vi har tatt på oss å lage en prototype. Da mener veileder vi skal lage det vi mener er riktig ettersom oppdragsgiver ikke har noen preferanser om hvordan de forventer en løsning. Deretter skal vi foreslå en opptrappingsplan for hvordan de forskjellige kundegruppene skal ta løsningen i bruk.

Vi må også kartlegge hva som faktisk er i bedriften i form av hva de har av kompetanse og muligheter for å utvikle en parallellpubliseringsløsning selv. Dette fordi oppdragsgiver ikke vil bruke mye ressurser på å kjøpe en løsning. I tillegg vise arbeidsflyten innad i bedriften pr i dag og hva som faktisk er mulig med en parallellpubliseringsløsning, vise de hvor mye ressurser de vil spare.

Veileder mente vi burde undersøke om det finnes noen standard på markedet, eventuelt hvem som har en standard og om deler av dette kan brukes til å løse vår oppgave.

Veileder foreslo at vi skulle lage en ideell verden og la Idé Trykk tilpasse seg den. Til brukertesting burde vi lage hypoteser i forhold til brukerscenarior.

Referat møte med Leif E. Nordahl 28.02.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

I dag leverte vi nytt forprosjekt med de få endringene vi fikk beskjed om å rette på.

Etter å ha forklart hvor vi nå er i prosessen, sa veileder at vi må se på åpen og lukket løsning i forhold til et tidsskrift og en parallellpubliseringsløsning.

Per i dag har vi angrepet oppgaven riktig i følge oppdragsgiver og veileder. Vi må fortsette å gjøre det vi mener er riktig, ettersom vi ikke får noen tilbakemelding på hvordan vi skal løse oppgaven.

Veileder presiserer at vi skal fokusere på bakgrunn teknologier og hvordan de benyttes.

I forhold til prototypetestingen er det viktig å få gode tilbakemeldinger for å få rettet opp eventuelle feil. Vi må se på brukervennlighet og om parallellpubliseringsløsningen passer til grensesnittet.

Igjen vil veileder ha informasjon om parallellpublisering, og hva det innebærer å parallellpublisere. Hva legger kundene i det, hva blir fremtiden for parallellpublisering og forskjeller på nett og papir.

Referat møte med Leif E. Nordahl 13.03.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

Vi informerte veileder hvor langt vi var i prosessen nå og hva vi har tenkt til å gjøre videre.

Vi har funnet ut at A-pressen opererer med samme standard som Hamar Arbeideblad gjør. Vi har fått tak i standarden til HA sin automatiske løsning for publisering av nettavis, og vi har konkludert med at vi har tenkt riktig i forhold til vår løsning for tidsskrift. Vi har stort sett de samme metadataene og det er et bra tegn.

I forhold til referanser i oppgaven ønsker veileder å få disse samler bakerst i oppgaven. Skal vi sitere kan vi vise dette i teksten. Vi kan også innlede deler av oppgaven med hvor vi har hentet stoffet fra i tillegg til å referere bakerst i oppgaven.

Referat møte med Leif E. Nordahl 27.03.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Ole Christian, Julie.

Igjen åpnes møtet med å informere hvor langt vi var kommet i oppgaven.

Vi har fortsatt litt problemer med å innhente informasjon i forhold til de eksisterende løsningene på markedet. Konkurrentene holder informasjonen hemmelig. Veileder sier vi bare skal prøve de samme personene igjen og forklare hvorfor vi trenger deres hjelp.

Parallellpubliseringsløsningen er mer eller mindre ferdig og klar for å brukertestet.

Referat møte med Leif E. Nordahl 09.04.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Julie.

Vi forklarer veileder hvor vi er i prosessen i dag, og at vi har fått testet publiseringsløsningen hos kunde og oppdragsgiver. Vi savner tilbakemeldinger, men dette kommer av at oppdragsgiver har få ønsker, behov og krav til systemet. Så vi må se det som at oppdragsgiver vil bruke vår CMS til deres utvikling av en parallellpubliseringsløsning og gjøre kravspekk etter vår løsning.

Vi må også skissere en utviklingsvei i forhold til hvilken kunde som skal bruke systemet, ta utgangspunkt i hypotesene og lage en utviklingsvei i forhold til det. Resten av parallellpubliseringsløsningen må beskrives teoretisk, ettersom vi ikke skal levere en komplett løsning, men forslag til hvordan det kan gjøres. I tillegg må vi skrive rundt teknologien slik at de med dårligst kompetanse også kan bruke løsningen.

Det er yttre ønske om en brukermanual fra oppdragsgiver, men vi skal ikke lage det fordi dette lages til et ferdig system. Vi skal lage en oversikt over hvordan systemet fungerer per i dag og det kan brukes som en form for manual.

Kunden til Idé Trykk har ønske om å få rapporten når vi er ferdig, fordi han har vært med å teste systemet. Om vi har mulighet til å gi den til han, kommer ann på hva oppdragsgiver vil. Det skal egentlig ikke være noe problem ettersom oppgaven er åpen, men vi bør spørre for sikkerhetsskyld.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 17.04.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

Vi gjorde opp status for oppgaven per dags dato, samt fortalte om møtet vi hadde med Rune Hjelsvold på tirsdag.

Veileder påpekte at vi skal kartlegge hvordan konsernet er organisert og hvordan rapporteringen foregår. Dersom det er avdelinger gjøres det klart dette. Se de økonomiske aspektene ut i fra konsernets synspunkt.

Vi ble også bedt om å finne innsparingspotensialet i form av antall timer eller prosent; finne en effektiviseringsgevinst og anta en effektiviseringsprosent dersom vi har kilder som sier de vil tjene på parallellpubliseringsløsningen.

I forhold til hvordan vi skal gjøre det med parallellpubliseringsløsningen, ble vi enige om at den skal legges ved oppgaven, med brukernavn og passord. Da har man mulighet til å gå inn å se på løsningen, samt at logikken og gangen i parallellpubliseringsløsningen forklares og vises ved hjelp av noen bilder. Deretter legger vi ved veien videre, teoretisk sett.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 29.04.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie.

Vi åpnet møte med å fortelle at vi nå har begynt med korrektur av oppgaven. Det vi lurte på i dag var hvordan oppgaven skal levers 19.05.08 og hvordan vektlegges den tekniske løsningen til oppgaven vår.

Oppgaven skal leveres til kopisentralen, men informasjon om dette skal komme på mail i løpet av den nærmeste tiden. Vektleggingen på prototypen vil være en tredjedel fordi den er en tredjedel av vårt prosjekt. Skriver vi hvor mye tid vi har brukt på utvikling av den og forklarer godt rundt denne blir den vektlagt som en tredjepart.

Vi må også forklare godt hvorfor vi har sett på H-A-malen for avis og understreke problematikken vi har møtt rundt utviklingen av parallellpubliseringsløsningen. Det er også lurt å skrive om veien videre for parallellpubliseringsløsningen.

Veileder er opptatt av at vi får tallfestet effektiviseringen, at vi får en prosent på hvor mye Hamar Media vil spare på parallellpubliseringsløsningen. Ettersom vi ikke får noen konkrete svar fra oppdragsgiver på dette, skal vi anta hva vi tror er realistisk. Vi burde også skrive rundt den frigjorte tiden og hva den kan brukes til. Dette blir en ledelsessak.

I tillegg fikk vi vite at veileder ringer oppdragsgiver når hovedprosjektet er levert for å forhøre seg om de er fornøyd med resultatet gruppen leverer og hvordan samarbeidet har gått.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 08.05.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie

Vi åpnet møte med å fortelle hvordan vi lå an i forhold til innlevering av bacheloroppgaven.

Vi spør nå hvordan vi kan legge frem prototypen vår på en best mulig måte ettersom vi er de eneste som leverer bachelor som har en teknisk oppgave. Veileder ønsket en brukermanual til prototypen, men på dette tidspunktet har vi ikke tid til å lage en komplett brukermanual. Så vi ønsket å få lov til å vise veileder hvordan prototypen skal brukes, og noe av logikken bak den, og det får vi gjøre på neste veiledermøte.

Veileder sa også at så lenge vi forklarer godt teknologien bak prototypen skal det ikke være noen grunn til at vi skal bli trukket i karakter for dette. Er det presisert at prototypen ikke skal brukes, at den er ufullstendig og at den skal være et utgangspunkt for oppdragsgiver til å kunne se hvordan en slik løsning fungerer, vil det heller ikke ha negativ effekt på vår oppgave.

Veileder gikk også raskt igjennom hvordan presentasjon skal foregå og hvordan vi bør presentere oppgaven vår.

Referat fra møte med Leif E. Nordahl 16.05.08

Tid: 10.00

Sted: Leifs kontor

Tilstede: Leif, Eivind, Ole Christian, Julie

Møtet i dag var for å vise veileder hvordan prototypen virker og forklare deler av teknologien bak.

Veileder forstod hvordan prototypen fungerte og syns parallellpubliseringen virket bra.

Sitat Leif Egil Nordahl, «til og med jeg forstår det her.»

ANDRE REFERATER

Referat fra møte med Tale Døvle Jonassen, IGM mandag 18 februar

Tid: 15.00

Sted: Høgskolen i Gjøvik

Dato: 18.02.08

Tilstede: Tale Døvle Jonassen, Eivind, Julie

Tale underviser på høgskolenivå innen for Indesign og XML.

Først presenterte vi oppgaven for Tale og hva vil lurte på i forhold til eksportering av XML, oppdatering av XML og om det er mulig å importere flere XML om gangen.

Tale sa at vi har tenkt riktig i forhold til import i Indesign. Det er mer gunstig å importere artikler inn i Indesign fra XML. Man kan også oppdatere XML-en for så å importere på nytt i Indesign.

Tale påpekte at det er vanskelig å snu grafisk bransje, noe vi tidligere har påpekt. Mange i den grafiske bransje er av den gamle skole og har vanskeligheter for å tilegne seg ny informasjon og gjøre noe nytt. Mange er redde for jobbene sine og vil holde på det gode gamle.

Det er mulig å linke til XML men man mister attributter. Bruker man en Word-mal på riktig måte, fungerer det også å importere denne rett til Indesign. Ved å tagge en XML-fil riktig vil den vises riktig i Indesign, og du har da riktige tekst-maler. Klarer man å tagge de tingene som skal være like likt, blir det likt i de forskjellige programmene. Word og Adobe jobber bra sammen.

Indesign kan by på noen problemer i forhold til XML. I Indesign skjer stort sett den lille ekstra ombrekkingen i form av kniping av luft og andre ting, og dette er umulig å gjøre i en XML-fil.

Det er fullt mulig å importere flere XML-filer til Indesign om gangen, men det kan være vanskelig å beholde strukturen. Tale foreslår at vi tester strukturen i XML.

Generelt er XML bygget opp på en streng struktur, dette er ikke grafisk bransje. Grafisk bransje er mer flytende og kreativ uten så mange retningslinjer. XML er retningslinjer hele veien. Her kommer problemet med at bransjene ikke snakker samme språk inn. Grafikerne jobber med tekstmalers mens programmererne jobber med styles. Vi kan møte på problemer i forhold til at folk opererer med forskjellige uttrykk på forskjellige ting, for eksempel overskrift, tittel, heading osv. Spesialtegn kan også være vanskelig å forholde seg til.

Word kan lage problemer i Indesign. Word operer med forskjellige stiler som man ikke får gjort noe med i Indesign.

Fordelen og ulempen med programmere er at de kan XML-en men de kan kun dette. Det samme går for den grafiske bransjen, de kan kun sitt område.

Klare man å overbevise bedriftene om at ved å bruke en parallellpubliserings-løsning vil man effektivisere og spare tid og penger, vil mange bli interessert i dette. Men skal man effektivisere krever det andre deadliner for den grafiske bransje.

Referat fra møte med Rune Hjelsvold 05.02.08

Tid: 13.00

Sted: Runes kontor

Tilstede: Rune Hjelsvold, Eivind, Ole Christian, Julie.

Rune Hjelsvold er professor ved HiG innenfor data/informasjonsmodellering, databaser og web-baserte systemer.

Vi presenterte oppgaven for Rune og hvordan vi tenker i forhold til problemstillingen parallellpublisering. Rune har lest forprosjektet vårt og kommenterer en del punkter, samtidig som han påpeker at vi bør lage en prototype. Han spør oss også om hva slags ressurser Hamar Media har, hvor mye penger de har mulighet til å bruke. Vil de utvikle systemet selv, eller kjøpe en løsning, eller en blanding av dette? Hvordan kan Hamar Media bygge opp et slikt system selv? Hva slags krav har de til systemet og hvilken kompetanse innehar de?

Rune forteller at Graforama, Capella Media og Grafikon skal ha eksisterende løsninger på parallellpublisering.

Vi må se på hvem bransjen er, vår oppdragsgiver og deres samarbeidspartnere. Det er sentralt for oss å få sett på arbeidsflyten dem i mellom og hva slags krav de har til ordreflyten i en så stor organisasjon. Vi må også se på hva bedriften tilbyr per i dag, hvordan funksjonaliteten i dette fungerer og hva de kan tilby i fremtiden med eventuelt en parallellpubliseringsløsning.

Klarer man å lage gode dokumentmaler, er man på god vei. Man må også velge stilarter. Hvis vi klarer å kartlegge roller, data og systemer, er vi også et godt skritt på vei i riktig retning.

Det er viktig å utvikle seg eller så taper man kunder. Dette igjen påpeker at vi må gjøre endringer ett sted. Da blir spørsmålet hvor endringen skal komme. Hos skribentene? Ved å gjøre dette, kan man redusere kostnadene og øke inntekten.

Referat fra møte med Rune Hjelsvold 18.02.08

Tid: 09.00

Sted: Runes kontor

Tilstede: Rune Hjelsvold, Eivind, Ole Christian, Julie.

Vi presenterte hva vi hadde gjort siden sist for Rune og hva vi skulle gjøre videre, samt hva vi lurte på.

Rune sa at en omveltning vil være skremmende for mange, så vi må tilrettelegge for en trinnvis utvikling hos Idé Trykk og deres kunder. Tre skritt istedenfor ett, da kan vi klare å gjøre utviklingen mindre skremmende.

Bransjen må tilpasse seg til enkeltkunden og prøve å få tilbake en del av de tjenestene de tidligere har gitt bort gratis, for eksempel korrektur.

Ved utvikling av en parallellpubliseringsløsning, kan vi tilby moduler til de som har kompetansen til å gjøre mer arbeid selv. Da kan man selv ønske oppdateringer for å effektivisere selve prosessen. Det kan oppstå kostnader ved lagring og det er også noe man må ta til etterretning når man skal selge ut moduler. Dette er kostnader i forhold til verdi, som kan gi økt inntektsstrøm.

I en parallellpubliseringsløsning er det viktig å definere faser i arbeidet og hvem som har tilgang på de forskjellige dokumentene. Samtidig er det viktig med fleksibilitet, arbeidsflyt og status på dokumenter. Så en parallellpubliseringsløsning må være så oversiktlig at den klarer og håndtere alle disse faktorene.

For å få så gode tilbakemeldinger på parallellpubliseringsløsningen som mulig, vil det være nyttig å ta kunden gjennom hele arbeidsflyten. Da får man vite hva de ønsker, hva de forskjellige ønsker og oppnå, hvor fornøyde de er i dag, og hvor de vil endringen skal skje. I tillegg får man også innsikt i begrensningene hos kunden, og hva slags aksept de har for nye ting og endringer.

Grafisk bransje har gitt bort tjenester tidligere, noe som tilsier at grafisk bransje gjør frilansjournalistene en stor tjeneste.

Ting vi bør ta hensyn til ved utvikling av en parallellpubliseringsløsning er:

- Språk : norsk, engelsk, dataspråk, designspråk?
- Tidsaspekt, versjoner og forandring i løsningen
- Presentasjon av hele artikler

I forhold til det tekniske sier Rune at det kan være en fordel å bruke DTD, nettopp fordi det har vært lengre på markedet, men samtidig er det ikke det så lett å blande elementer og tekst i DTD. Det er også lurt å ta i bruk database etter som det holder orden, alt er på en plass – adgangskontroll, litt tyngre og koster gjerne litt mer. Høy ytelse – ekstra innsats – så enkelt som mulig.

Flate filer, relasjonsdatabase, xmldatabase

Vi bør kunne metodikk for å kunne spørre de riktige spørsmålene. Vi må også gjøre oss opp en mening hva vi vil finne svar på og hva vi skal bruke resultatene til.

Referat fra møte med Rune Hjelsvold 15.04.08

Tid: 09.30

Sted: Runes kontor

Tilstede: Rune Hjelsvold, Eivind, Ole Christian, Julie

Vi åpnet møte med å forklare hva vi har gjort til nå og planene for den gjenstående tiden av hovedprosjektet. Vi viste frem prototypen og gangen i denne, administrasjonspanelet og bruken av dette og publisert siden. Dette for at Rune fikk se hele prosessen og hvor enkelt det er å publisere en artikkel på web.

Rune fikk selv prøve å bruke parallellpubliseringsløsningen og hadde en del kommentarer underveis i form av visningen av stegene i arbeidsflyten ikke er klar nok. Han satte også spørsmål rundt opplastningen av filtyper, hvorfor går ikke de forskjellige filtypene og alle burde fungere i en slik opplastning. Add-knappen er bare forvirrende i forhold til opplastningen av bilder og fullfør ikonet for å sende inn artikkelen er kanskje ikke det beste, burde være ett klarere tegn for fullfør. Det Rune stusser mest på ved parallellpubliseringsløsningen, er at det er ikke mulig å dobbeltklikke som stort sett resten av IT-verden fungerer på. Samtidig sier han til at ting som ikke er brukt på riktig måte må få tilbakemelding. I stikkord under metadata kan du fylle inn så mange stikkord du bare vil, så lenge de skilles med semikolon, dette kan skape problemer. Det kan også føre til juksing, at journalistene jukser seg gjennom og ikke fullfører på riktig vis.

Rune påpeker at så lenge man starter oppbyggingen av en parallellpubliseringsløsning bygd med gode tilbakemeldinger og kontrollspørsmål i begynnelsen av produksjonen, kan man luke bort problemer tidlig. Det samme gjelder for språk i oppbyggingen.

Det vi sliter mest med i oppgaven, er korrekturgangen. Rune sa at korrekturgangen alltid vil være et problem siden kunden selv skal rette på feil. Importeringen inn igjen i InDesign vil skape problemer på nytt, og vil kreve nye manuelle justeringer. Det vi burde sjekke er hvordan dette kan unngås eller i det minste gjøres mest mulig knirkefritt.

Mange vil ha problemer med å tilpasse seg bruk av en ny editor, og den bør være så brukervennlig som overhode mulig. Dette er et kritisk punkt for vår parallellpubliseringsløsning ettersom brukergruppene stort sett er lite motiverte for å bytte fremgangsmåte.

Rune mener vi fremover burde ta hensyn til hva som blir viktigst for rapporten vår. Prototypen er til for å kartlegge feil i systemet og frembringe forbedringer til en ferdig versjon. Klarer vi å se på idealsituasjonen til kundegruppen og begrense det tekniske etter dette, vil vi være på god vei i forhold til prototypen.

Tar vi for oss ønsker og behov hos kundegruppene og tilpasser parallellpubliseringsløsningen mest mulig, samt skriver hva som skal ekstra til for de forskjellige kundegruppene, vil vi svare god på oppgaven.

Til slutt mente Rune vi burde skrive litt rundt innsparingspotensialet til parallellpubliseringsløsningen og sette fokus på hva kunden vil ønske og vil lære mer om. Vi må svare på hva oppdragsgiver lurer på og hva de eventuelt trenger av egne metadata, hva slags språk de vil bruke og deres prioriteringer. Det vil være vesentlig å se på en internasjonalisering av XML-en og parallellpubliseringsløsningen, samt versjonskontrollen er ganske viktig å ha en klar struktur på. I tillegg så er det greit å gjøre en analyse av hva som skal til for at organisatoriske arbeidsrutiner skal fungere hos oppdragsgiver, ansvarsfordeling, økonomi og samarbeid bedriftene seg i mellom. Dette blir da begrenset ut i fra vårt ståsted og kun det lille vi har sett og vet.

Møte med Rune Hjelsvold 09.05.08

Tid: 09.30

Sted: Runes kontor

Tilstede: Rune Hjelsvold, Eivind, Julie

Vi åpnet møte med Rune med å fortelle at vi var litt usikre på hvordan vi skal legge frem oppgaven vår på fremføringen i forhold til at det er en noe teknisk oppgave.

Rune sier vi må fokusere på hva som er grunnlag for karakter, og hvor vi som gruppe har brukt tid. Andre punkter vi også må se på er hva som er har vært verdifullt i forhold til utviklingen av prototypen og hva som er vesentlig for oppdragsgiver.

Vi må se på hva prototypen betyr i forhold til prosesser, arbeidsflyt, økonomi og organisering hos oppdragsgiver. Se på hva slags kunnskap utviklingen av prototypen har gitt oss, og hvordan vi kan formidle dette til oppdragsgiver. Hva slags konsekvenser en ny løsning vil ha for kunden og hva slags teknisk kompetanse de må inneha, og reflektere over prosessene vi har gjort.

Forklarer vi hvorfor vi har gjort den tekniske utviklingen og hva det vil si for vår problemstilling, vinkler vi oppgaven riktig. Den tekniske utviklingen vil gi oss svarene på problemstillingen vår.

Rune presiserer at prototypen ikke er viktigst, og at vi kan vinne på å fremlegge hva prototypen har gitt oss av svar. De svarene vi har fått ut av prototypen gjør at vi kan rådgi oppdragsgiver til å ta de riktige beslutningene i forhold til utvikling av en parallellpubliseringsløsning.

I tillegg sier Rune at en oppdragsgiver oppfatter en prototype som 90% ferdig, men den er opprinnelig bare 20% ferdig utviklet. I prototypen vil funksjonaliteten fungere, men ikke optimalt. Den vil mangle vesentlige deler som logger, rapporter, tilbakemeldinger, robusthet og lignende.

I forhold til fremføring mener Rune vi bør ha en annen grunn til å vise prototypen enn bare fordi vi har brukt mye tid på den. Legger vi frem prototypen på den måten at det er den som har gitt oss beslutningsgrunnlaget i rapporten vår, vil det vise modenhet i presentasjonen. Vi må også forklare hva prototypen gir vår oppdragsgiver, og hvordan veien videre for dem vil være.

Det vil alltid være en betydning i det vi har gjort, i den forstand at vi kan anbefale oppdragsgiver hva de skal gjøre. Rådgi dem til og enten utvikle selv, eller investere i en allerede eksisterende løsning. Her er det også lurt å si noe om kostnader. Vi kan ha gitt oppdragsgiver innkjøpskompetanse dersom de velger å ikke utvikle selv. De vet nå hva slags krav de skal stille til et slikt system og hvordan oppbygningen kan være.

Referat fra møte med Peter Nussbaum 27.03.08

Tid: 12.30

Sted: Peters kontor

Tilstede: Peter Nussbaum, Ole Christian, Julie

Peter Nussbaum er Høgskolelektort ved HiG. Han har fagområde; fargelære, digital bildereproduksjon, fargestyring og bildekvalitetsvaluering.

Møte åpnes med at vi forklarer problemstillingen til oppgaven og hva vil lurer på. Vi lurte på hva slags problemer parallellpubliseringsløsningen kan møte på i forhold til fargestyring.

En teknisk anbefaling rundt dette er vanskelig å kontrollere. En parallellpubliseringsløsning kan fungere under kontrollerte forhold. Dette forutsetter at man har oversikt over brukere og utstyr og at alt utstyret er kalibrert under de samme forholdene. Faktorer som kan spille inne ved en kalibrering er:

- Betrakningslys
- Printerteknologi
- Substrat
- Applikasjon
- Profil

Alle skjermer som skal bruke parallellpubliseringsløsningen bør være kalibrert på samme grunnlag.

Uansett hvordan man vri og vender på det, vil bilder i RGB og CMYK bli forskjellige. Det man kan jobbe med er arbeidsflyt som tar vare på bildeinformasjonen så langt i prosessen som mulig.

I fargestyringsbransjen fokuseres det mer og mer mot en ISO-standard som vil kontrollere elementer i fremtiden i form av fargestyring.

Er man flink til å strukturere feilkoder, da kan man «nesten» unngå feil.

Det er tekniske begrensinger i en parallellpubliseringsløsning. Dette er et så stort område at man vil ha problemer med å kontrollere hvordan denne prosessen foregår hos de forskjellige brukerne av løsningen. Området er vanskelig å kontrollere, men vi bør gjøre oppdragsgiver oppmerksom på hva som kan påvirke parallellpubliseringsløsningen.

Referat fra møte med Tom E. Johansen NHO Grafisk 27.03 2008

Tid: 14.00

Sted: Høgskolen i Gjøvik

Tilstede: Tom E. Johansen, Julie

Tom E. Johansen jobber som prosjektleder i Viskom og har tidligere undervist ved HiG.

Vi presenterte oppgaven for Tom og forklarte problemstillingen. Vi spurte så om synspunkter i forhold til oppgaven og problemområder vi kan møte på.

Tom syntes det var en spennende oppgave, men satte spørsmålsteget ved hvor godt vi har definert parallellpublisering og avgrensning. Han påpeker at det er viktig å begrense oppgaven i forhold til å klare å svare godt nok på oppgaven. Det er også viktig å beskrive hvilken form for parallellpublisering det er oppgaven dreier seg om.

Tom mente vi skulle se på at det er ulike funksjoner på web og papir, da vår kunde ikke har ressurser til å skrive for web også ettersom dette krever mer av både journalist og desk. Dette fordi det er forskjellige måter å skrive på for web og papir og siden det er mange frilansjournalister som ikke skriver for begge mediene, er det viktig å begrense oppgaven i forhold til dette og oppdragsgivers ressurser.

Oppgaven burde også ta for seg innholdsforskjeller og utseendemessige forskjeller.

Møte med Terje Stafseng 13.05.08

Tid: 08.30

Sted: Terjes kontor

Tilstede: Terje Stafseng, Eivind, Ole Christian, Julie

Vi åpnet møte med å forklare kort rundt hva vi har gjort i oppgaven, og hva det er vi er usikre på inn mot fremføring og innspurten på oppgaven.

Terje presiserer det at prototypen vår er utviklet og blitt brukt som et verktøy i prosessen. Hvis dette er satt fokus på i rapporten vil det være bra for oppgaven. Prototypen har gått hånd i hånd med å tenke arbeidsflyt hos konsernet og er brukt som en metode for å komme frem til svar.

Dersom vi er entydige når vi forklarer prototypen vår i oppgaven vil det være med på å gjøre oppgaven mer helhetlig.

Til fremføring bør vi fokusere på å legge frem undersøkelsene på arbeidsflyten som det viktigste i oppgaven, men visualiserer vi dette med bruken av prototypen vil vi få en god fremføring. Delen rundt prototypen bør ikke ta mer enn tre til fem minutter. Fokus også på at vi måtte ha noe å teste det på for å komme i mål med oppgaven.

Terje ville sett at vi hadde skrevet noe om hvilket stadiet prototypen er på i forhold til et ferdig produkt. Si noe om hva som mangler osv.

E-POST TIL OG FRA HAMAR MEDIA

Dato: 23.10.07

Fra: Print til web.

Til: Hans Jørgen Øveraasen

Hei!

Mitt navn er Julie Hagen Helland og undersøker på vegne av min gruppe. Jeg har fått deg oppgitt som kontaktperson av min kullkordinator Leif Nordahl, Medie Mangament, ved Høgskolen i Gjøvik.

Vi setter i gang med hovedprosjekt etter jul, og et hovedprosjekt skal utgjør 800-900 arbeidstimer frem til mai. Et hovedprosjekt kan være så mangt, så det jeg lurer på er om du og din bedrift har noe dere trenger å få opplyst? Hvis du ikke har vært borte i hovedprosjekt før, kan jeg sende deg en mail med forslag på en oppgave.

Håper på positiv tilbakemelding

Svar fra Øveraasen

Fint om du har idé om hva du skal skrive om.

Har du en idé?

Før neste mail har det vært en telefonsamtale rundt idéer og tanker rundt problemstilling til hovedoppgaven.

Dato: 24.10.07

Fra: Print til web.

Til: Hans Jørgen Øveraasen

Hei hei

Her kommer linkene til informasjon om hovedoppgave.

<http://hig100.hig.no/fagplaner/fagbeskrivelse.php?fagkode=IMT3941&aar=2006&sprk=1>

link til informasjon for mediemangament hovedoppgave

http://www.hig.no/student/bacheloroppgave/informasjon_08

link til litt mer generell informasjon om hovedoppgave.

Telefon nummer til Leif Nordahl 90066270 som det kan rettes flere spørsmål hvis det er formelle ting om oppgaven det lures på.

Svar fra Øveraasen

Hei igjen!

Akkurat nå er det vel denne delen som skal på plass: «Forprosjektes oppbygging og problemstilling, herunder litteraturundersøkelse, beskrivelse av metodevalg og prosjektets nytteverdi.»

Når problemstillingen er på plass, bør dere få på plass en tidsplan:

Feks:

Dato: innledning, problemstilling, disposisjon, relevant teori, hypoteser, presentasjon av metode,

Dato: datainnsamling

Dato: dataanalyse, resultater, konklusjon(er)

Dato gjennomgang av oppgaven, sammendrag, forord

Dato første innlevering av oppgave

Dato oppdatering av oppgave

Dato endelig levering av oppgave

Dato disputas

Det er ikke mange årene sidene jeg skrev masteroppgave i merkevare. Sammen-
draget av oppgaven følger her, kanskje du finner et tips?

Dato: 30.10.07

Fra: Print til web.

Til: Hans Jørgen Øveraasen

Hei Hans Jørgen.

Har du fått sett noe mer på hva vi sendte videre?

(retningslinjer for hovedoppgave)

Svar fra Øveraasen

Hei igjen!

Jeg har hatt en prat med teknisk direktør, Sven Arne Nielsen, om oppgaven.

Sven Arne har overordnet ansvar for produksjon i konsernet.

Vi vil gjerne ta en prat med dere på onsdag 7. nov kl 13.00 ->.

Kan dere komme til Hamar Media?

Til spørsmålet ditt: Det vi lurer på i forhold til ordreflyt er om du vil ha utviklet
et program eller forslag til løsninger gjennom en rapport?

Oppgaven kan helt sikkert løses på flere måter og i flere retninger. Det er best
om vi tar en prat om saken før dere bestemmer dere for løsningsvalg.

En ny problemstilling

Parallellproduksjon fra print til nett.

Hamar Media har flere datterselskap to av disse er Idé Trykk (www.idetrykk.no)
og React (www.react.no)

Idé Trykk er en komplett grafisk virksomhet mot print.

React leverer CMS-løsninger.

Hvordan skal Idé Trykk og React leverer effektive løsninger for parallell-
produksjon?

Nok en problemstilling

Som nevnt over, React leverer CMS-løsninger. Hvordan skal React
implementere funksjoner i CMS-løsninger som hensyntar søkemotor-
optimalisering?

Meta-tagger, korrekt bruk av title, registrering av domener.....

Jeg er sikker på at vi kan konkretisere mange problemstillinger. Det viktigste er at vi finner noe som er innenfor deres hovedinteresseområde.

Passer det med møte onsdag 7. nov kl 13.00.

Etter denne mailen var vi på møte hos Hamar Media, og vi har hatt løpende kontakt over telefon, mail og møter hos oppdragsgiver.

Dato: 22.01.08

Fra: Print til web

Til: Einar Simensen, Daglig leder Idé Trykk.

Hei.

Vi har nå snart spikret forprosjektrapporten men det er noen småting som veileder savner. Vi skal blant annet ha noen tall å forholde oss til når det gjelder effektmålene ved oppgaven. Slik vi forsto oss på dere så er det flere kunder som kunne sette i gang å bruke et slik system vi skal lage oppgaven rundt. Så er det realistisk å si at 2-3 kunder av dere skal bruke et slik system de nærmeste 1 – 1,5 årene?

Eller hvor mange kunder ser du for deg?

Svar fra Simensen:

Hei!

Jeg vil nok si at per dato vil nok 4 av våre kunder kunne være interessert i et slik system de nærmeste 1,5 til 2 år.

Dato: 06.02.08

Fra: Print til web.

Til: Hans Jørgen Øveraasen og Einar Simensen.

Hei, har prøvd å nå dere begge på telefon i dag. (Hans Jørgen og Einar)

Vi er nå inne i researchfasen og prøver å kartlegge hva som finnes på markedet. Slik vi forstår så har HA et publiseringssystem der artiklene blir lagt ut på nett samtidig som de blir trykket. Vi ønsker å se hvordan en journalist gjør dette, fra start til mål.

Hans Jørgen:

Få litt mer klarhet i mål og forretningsmodell ved prosjektet. Hvilke ressurser eventuelt Hamar Media vil legge i et slik system hvis det skal gjennomføres.

Idé Trykk:

Vi har nå hatt kontakt med flere lærere her på HiG, og funnet flere typer teknologier vi skal undersøke. Så et møte med Johan Tømte angående bruk av Indesign opp mot dette hadde vært fint å få til.

Vi ønsker også å se på hvordan dagens system virker. Hva som skjer med word-

filen når den ankommer Idé Trykk til den blir trykket /lagt ut på web. Dette for å få en oversikt over prosessen for å vite hva som burde effektiviseres.

Hadde vi klart å samlet dette på samme dag hadde det vært fint.
Dette passer best for oss neste uke: Mandag og onsdag: fra 09:00 og utover dagen. Tirsdag: etter lunsj.

Svar Simensen:

Onsdag passer oss best.

Svar Øveraasen:

Hei, jeg har vært på ferie. Onsdag er jeg opptatt.

Dato 13.02.08

Fra: Print til web.

Til Einar Simensen.

Møtet tirsdag 13 februar belyste de punktene vi hadde foresatt oss og kan nå ta et steg videre i prosjektet.

De to store utfordringene blir korrekturdelen og hvilket malsystem/program de forskjellige brukerne skal benytte.

Et møte med en potensiell kunde hadde passet bra inn nå. Slik jeg forsto så kunne dette skje i uke 9 rundt den 25-26 feb. Venter på beskjed fra deg når dette blir presisert.

Svar fra Simensen:

Hei! Jeg tar kontakt når vi skal ha møte med redaktøren i SVIN.
Møte tid: 28 februar her på Hamar.

Dato: 18.02.08

Fra: Print to web.

Til: Jan Gudbrandsen

Hei.

Vi har nå kommet et lite stykke på vei inn i prosjektfasen.

Vi har nå noen spørsmål:

Hva gjør React når de mottar PDF filen fra Idé Trykk, få se arbeidsflyten.

Hvordan React ser for seg at et slik publiseringsprogram kan se ut?

Hvilke CMS system dere bruker pr i dag? Mulighet for integreringer av moduler for et publiseringsystem?

Vi skal ha et møte med Idé Trykk mandag 25 februar, tidspunktet er ikke fast-

lagt enda. Er det mulighet for å samkjøre det med et møte hos dere samme dag?
Hvilket klokkeslett passer beste for dere?

Svar fra Gudbrandsen:

Hei.

Vi har avtalt kundemøte med en avis som kommer hit kl 10:00 og det er planlagt ferdig kl 14:00, men kan drøye.

Hvis vi skal ha en prat, ville det vært lurt å ta den så tidlig som mulig på mandag.

Leif Randen hos oss kjenner arbeidet med Jakt og Fiske som vi gjør for Idé Trykk, mens det andre med XML-filen er det Eivind som kjenner best.

Slik sett bør dette deles i 2 - hvor Leif blir med den første halvtimen, og Eivind den andre.

Foreslår 08:30 til 09:30 her hos oss i 3. etg. på Hamar.

Dato: 11.03.08

Fra: Print til web

Til: Eivind Molstad, Operatør på React Solutions.

God dag.

(Har prøvd å sendt mail til Jan)

Men håper du kan svare kort på dette.

Vi har noen spørsmål angående NIFT standarden dere bruker ved parallellpublisering av avis.

- Hvilke metadata kan man legge inn i denne standarden, har dere noe skjema/liste over alle metadata som er i standarden?
- Hvilke av disse bruker dere?

Svar fra Molstad.

Hei!

Her er info om standarden; <http://nitf.org/>

Jeg har ikke noen oversikt over hvordan HA (MPress) bruker standarden, men jeg sender dere noen artikkelfiler så kan dere se selv hvordan de legger inn data. Vi trekker ut data fra XML-filene via XML-støtte i .NET

Dato: 01.04.08

Fra: Print til web.

Til: Einar Simensen

Hei.

Vi er nå ferdig med prototypen og ønsker å teste denne for bruk. Vi trenger to testpersoner fra Idé Trykk og ønsker oss en redaktør/testperson fra et tidsskrift. Vi vil gå gjennom hvordan vi har bygd opp systemet, hvilke nye fordeler og vi vil se hvordan en operatør bruker programmet. Få litt tips og råd til evt. videreutvikling.

Vi trenger ca 1 time per person.

Du får se når dere har tid til dette, passer godt for oss neste uke, onsdag eller torsdag.

Svar fra Simensen:

Hei!

Dere kan ta Johan Tømte i Ide Trykk (62 51 96 76)
og Tore Mælumsæter i Svin (62 51 01 00)

Dato: 21.04.08

Fra: Print til web.

Til: Johan Tømte.

Heisann.

Vi har et kort spørsmål .

- Hvor mye tid tror du som designer kommer til å spare pr. artikkel ved det nye systemet? Tenker da på import av tekst/bilder til Indesign. Evt andre områder.

Svar fra Tømte:

Hei.

Det er vanskelig å si ettersom det er forskjell på hvor lang tid som blir brukt på hver artikkel på grunn av mengde og på hvor kompleks tekstkodingen er.

Det er uten tvil et system som vil spare tid, når rutinene sitter mellom oss og kunden.

Dato 01.05.08

Fra: Print til web

Til: Jan Gudbrandsen

Hei.

Vi er nå i slutfasen i prosjektet.

Et av punktene som gjenstår er å finne ut hvor mye tid operatørene kan spare i timer på en standard jobb. Leif Randen mente han brukte rundt

seks til åtte timer på å brette om PDF-en til webbrukergrensesnittet, så det er klarlagt. Slik vi ser det så blir denne jobben helt borte når systemet settes i gang.

Hvor lang tid tror du dere bruker på å utvikle en modul for parallellpublisering for tidsskrifter? Trenger bare et ca tall, helst timer.

Fra svar Gudbrandsen:

Hei.

Det vil avhenge mye av hvor komplisert en ønsker å gjøre dette, men vi vil ta utgangspunkt i det vi gjør for nettaviser.

Får vi inn en gyldig xml, som inneholder nødvendig informasjon om emne, tittel, ingress, artikkeltekst, bilder, artikkelbilder osv osv, så antyder jeg at vil vil bruke 2 til 3 dager (15 - 20 timer) på en slik tilpassing for å vise innholdet på en web side.

I tillegg kommer jobben med å lage selve web siden med design og det hele dersom dette ikke allerede eksisterer.

E-POST TIL OG FRA RESSURSPERSONER

Dato: 16.04.08

Fra: Print til web.

Til: Tore Mælumsæter, Norsvin.

Hei.

Vi har noen spørsmål angående Svin:

- Hvor stort opplag har dere?
- Hvor mange år har Svin eksistert, på trykk og på web?
- Og slik jeg forsto så var dere instilt på å publisere hele innholdet på web. På et lukket område der medlemmer hadde tilgang?

Svar fra Mælumsæter:

- Godkjent kontr.opplag (Fagpressens mediekontroll) 1. halvår -07 2827
- Svin har eksistert på trykk siden 1966, og går nå i sin 43. årgang
- Svin har vært lagt ut på web (delvis/litt) siden 2004

- Vi vurderer å publisere hele eller store deler av innholdet på web, og i så fall på et lukket område
- Vi vil ikke publisere det til medlemmer, kun til abonnenter eller evt. andre som vil betale fort å lese det på nett

Dato: 30.01.08

Fra: Print til web.

Til: Rune Hjelsvold. Professor IMT, Høgskolen i Gjøvik.

Hei!

Vi er tre studenter ved mediemanagement som har satt i gang med bachelor-oppgave nå. Vi har problemstillingen:

Tidskrifter og magasiner har i dag et stort ønske om å parallellpublisere sine trykte artikler ut web på en mer effektiv måte.

- Hvordan kan Idé Trykk utnytte parallellpubliseringen fra print til web på en mer effektiv måte?
- Hvordan anvende teknologien for å oppnå best mulig resultat?
- Hvordan kan Idé Trykk få bedre arbeidsflyt fra print til web?

Vi skal prøve å finne en løsning på en konverteringsplattform og eventuelt en XML-standard.

I forhold til det som står på din fagprofil på HiGs hjemmeside, lurte vi på om du hadde hatt mulighet til et møte med oss, hvor vi kan få synspunkter og meninger rundt oppgaven vår.

Svar fra Hjelsvold:

Det høres ut som en interessant oppgave. Vi kan gjerne ta et møte på kontoret mitt for å diskutere den. Det hadde vært nyttig om dere forberedte et slikt møte med å sende meg det dere eventuelt sitter på av informasjon utover de tre punktene dere har listet opp. Dere må også gi meg en (gjerne muntlig) status på hva dere har gjort så langt og hvor dere står i prosjektet akkurat nå. Dagen i dag passer ikke særlig bra, men jeg er ledig i hele morgen og hele fredag. Foreslå et tidspunkt så skal jeg føre dere inn i kalenderen min.

Dato: 15.02.08

Fra: Print til web.

Til: Rune Hjelsvold

Hei.

Vi er nå godt i gang, men har noen oppfølgingsspørsmål fra forrige gang ang. databaser opp mot XML.

Er også nysgjerrige på hvordan utviklingen til slike systemer har vært de siste 10 årene.

Passer det på mandag? Ser du har undervisningsfri.

Vi er ledige både før og etter lunsj, du får bestemme det som passer best.

Svar fra Hjelsvold:

Mandag kl. 09.00

Jeg fant en forskningsartikkel innen temaet «motstand mot forandring» som kan være relevant for dere (se vedlegg). Den er kanskje for forskningsorientert og vel knapp i stilen, men den er kanskje til nytte likevel. Ellers vil jeg anbefale dere å høre med Tom Røise som har kontor i A202B. Hans fagområde er system utvikling så han kjenner sikkert problemstillingen.

Dato: 15.02.08

Fra: Print to web

Til: Tale Døvle Jonassen, IGM.

Heisann.

Vi er tre studenter ved Høgskolen i Gjøvik som denne våren skal gjennomføre en bacheloroppgave. Vi skal utforme/forklare hvordan effektivisere parallellpublisering fra print til web, rettet mot tidsskrifter og blader.

Vi alle har gjennomført Indesign kurs med deg for noen år tilbake og vet at du er en «kløpper» i programmet. Har også pratet med Trine på IGM, og ryktene sier at du skal være på Gjøvik mandag og tirsdag neste uke. Så vi lurte på om du hadde 15-20 min å avsette til et lite møte, har noen spørsmål angående import/eksport av XML i Indesign. Ser også at du har et kurs i dette i mai, men vi skal levere prosjektet rundt de tidene der.

Vi har tid begge dagene. Håper vi kan få til dette.

Prosjektets hjemmeside : http://hovedprosjekter.hig.no/v2008/imt/mm/hamar_media/

Svar fra Døvle Jonassen

Hei

Vi kan godt ta et lite møte i morgen mandag etter kurset sånn litt over 1500.

Dato: 06.03.08

Fra: Print til web.

Til: Tom Røise. Høgskolelektor. IMT, Høgskolen I Gjøvik.

Hei,

Vi er tre mediemanagementstudenter som denne våren gjennomfører bacheloroppgaven. Vi samarbeider med Hamar Media og datterselskapene Idé Trykk og React Solutions.

Problemstilling:

Tidskrifter og magasiner har i dag et stort ønske om å parallellpublisere sine trykte artikler ut web på en mer effektiv måte.

- Hvordan kan Idé Trykk utnytte parallellpubliseringen fra
- print til web på en mer effektiv måte?
- Hvordan anvende teknologien for å oppnå best mulig
- resultat?
- Hvordan kan Idé Trykk få bedre arbeidsflyt fra print til
- web?

Vi skal lage en prototyp på hvordan dette kan se ut i et brukergrensesnitt. Sammen med en rapport.

- Vi er ute etter informasjon rundt hvordan en bruker oppfatter et nytt system som dette? Finnes det noen teorier rundt dette?
- Hvordan få brukeren til å utnytte og bruke systemet optimalt?

Slik vi ser for oss arbeidsflyten i dag:

1. Bruker/journalist legger til artikkel, bilder, video og andre filer som skal være med i publiseringen. Samtidig legger den til Metadata som eksempelvis hvilket tema artikkelen har, tid, sted, dato, med forfattere osv.
2. Webapplikasjonen/prototypen genererer en XML-fil.
3. Idé Trykk laster inn XML filen i Adobe Indesign. Lager tidsskriftet ferdig. Sender korrektur til kunde. Retter evt. feil i Indesign, oppdaterer denne slik XML filen alltid er oppdatert. Tidsskriftet sendes til trykk.
4. XML filen blir transformert (template) til HTML og publisert på nett. (Automatisk) Hvis artikkelen bare skal publiseres på nett så skjer korrekturen over web.

Vi har liten erfaring med å foreslå en arbeidsflyt, er det noen «grunnregler»? tips, råd.... Har du tid til et møte tidlig i neste uke?

Svar fra Røise:

Hei

Litt usikker på om jeg er rett mann for dere, men kom gjerne innom for en prat. Jeg er på Jørstadmoen på mandag, men tilgjengelig er på kontoret (A202B) rett etter lunsj på tirsdag (1230)

Umiddelbart så vil jeg foreslå at dere i Microsoft Visio kikker på UML-modellering og diagramtypen Activity Diagram (Aktivitetesdiagram). Kilder med litt overordnet info om dette finnes f.eks. på :

<http://www.agilemodeling.com/artifacts/activityDiagram.htm>

<http://www.developer.com/design/article.php/2247041>

TELEFONMØTER

Referat av telefonintervju. Laboremus. 05.05.08.

Tid: 11.00

Intervjuer: Ole Christian

- *Hvilket program bruker dere i parallellpubliserings løsningen deres?*

Vi benytter oss av Adobe FrameMakers og vår eget program Novus, dette er utviklet av Laboremus Software. Novus er et CMS publiserer artikler på nett, dette er bygd opp med forskjellige moduler for å tilpasse kunden.

- *På hvilken måte får dere inn artiklene fra kunden?*

Artiklene kommer inn til oss på mange måter. Det er kunden som bestemmer dette, kan være over mail eller artikler lagt på en CD som vi får i posten.

- *Forklar kort hvordan dere jobber i FrameMaker.*

Importere teksten inn i programmet og finner riktig font og størrelse. Limer teksten inn i malene som er forhåndsdefinerte. Fullfører resten av det kreative arbeidet, og gjør klar dokumentet til korrektur. Sender en PDF til kunde for korrektur.

- *Hvordan konverterer dere fra print til web?*

Vi eksporterer printversjonen fra FrameMaker til XML fil, denne inneholder tagger som definerer hvilke artikler som hører sammen med hvilke bilder. Denne XML-filen blir lastet opp i Novus som trekker ut den informasjonen som skal publiseres. Denne operasjonen tar litt tid fordi den krever flere typer innstillinger på forskjellige typer tidsskrift.

- *Har dere en artikkeldatabase dere jobber opp mot?*

Ja vi henter data fra en SQL-database som kan generere så og si ferdige kataloger inn i FrameMaker.

Referat av telefonintervju. Graforama og RMgrafika. 05.05.08.

Tid: 12.00

Intervjuer: Ole Christian

- *Hvilket program bruker dere i parallellpubliserings løsningen deres?*

Vi bruker Adobe Indesign i den grafiske biten og XPublish ved publisering på nett.

- *På hvilken måte får dere inn artiklene fra kunden?*

Det variere veldig, men det normale er å få artiklene over mail.

- *Forklar kort hvordan dere jobber.*

Jeg jobber med den grafiske biten i Indesign og lager tidsskriftet slik det skal se ut på trykk. Legger til all tekst, bilder og grafiske elementer. Når dette er gjort sendes tidsskriftet til korrektur hos kunden. Jeg gjør eventuelle endringer slik at produktet er klart til publisering.

Nå starter prosessen med å få samme innhold på web. Jeg skal levere en XML fil til Pixelhospitalet og begynner med å tagge hver artikkel sammen med de bildene som hører til. Dette gjør jeg med alle artiklene i hele tidsskriftet. Eksporterer så dette dokumentet til en XML fil å sender den videre til neste ledd.

Referat av telefonintervju. 07 Gruppen, Widar Holmedal Avdelingsleder
Utvikling.

tid 10.00. 26.02.08

Intervjuer: Eivind

- *Har dere utviklet XML DTD/XML-Schemas selv?*

07 gruppen har utviklet disse selv. Her har det vært veldig tilpasset hver enkelt kunde, og jobber med å generalisere dette mer. Det er altså flere DTD'er enn bare en.

- *Hvilke systemer bruker dere i parallellpubliseringsløsningen?*

Det jobbes i dag med å integrere to systemer inn i hverandre, fra Gan-tiden. Gloria, et redaksjonelt system for web
Moses , et redaksjonelt system for grafisk

- *Har dere noen kundeeksempler?*

Legetidskriften – www.tidsskriftet.no
Dette er den største enkeltstående kunde, som har vært siden år 2000.
Publiseres både på print og web

Referat av telefonintervju. 07 Gruppen.

Tid: 11.00. 15.05.08.

Intervjuer: Ole Christian

- *Hvor lenge har dere drevet med parallellpublisering ?*

Vi har snart parallellpublisert i 10 år.

- *Utviklet dere parallellpubliseringsløsningen i eget hus?*

Vi hadde et samarbeid med eksterne utviklere og personer innad i bedriften.

- *Hvor lang tid brukte dere på å lage en slik løsning?*

Det er litt vanskelig å si, det er gått i flere perioder. Utviklingen har skjedd gradvis.

- *Hvor mye ressurser tror du dere brukte på selve parallellpubliseringen?*

Dette er også et vanskelig spørsmål å ta på sparket. Det har vært for mange faktorer som har spilt inn i løpet av årene.

- *Vi er litt ute etter å få vite hvor mye en bedrift må ut med for å kjøpe en slik løsning ute på markedet? har du noen formeninger rundt det?*

Vi selger ikke vår løsning til konkurrenter eller andre bedrifter. Men inngår gjerne samarbeid for å utvikle et bedre produkt. Det er mange hensyn som må tas og jeg kan ikke tippe et tall her på sparket.

- *På hvilken måte får dere inn artiklene på?*

Vi får de fleste i Word format sendt via e-post.

- *Hvordan fungerer korrekturprosessen deres?*

Vi sender en PDF eller en papirkopi til kunden som gjør korrektur selv.

- *Har dere en artikkeldatabase for kundene?*

Ja, vi har form for lagring av artiklene.

FORPROSJEKTRAPPORT

- PARALLELLPUBLISERING FRA PRINT TIL WEB

AV
EIVIND BRANDSNES
OLE CHRISTIAN RØNNING
JULIE HAGEN HELLAND



 **Hamar Media**

INNHold

Bakgrunn	183
Hamar Media	183
Problemstilling	184
Avgrensninger	184
Rammer	184
Oppgavebeskrivelse	185
Prosjekt mål	185
Effekt mål	185
Resultat mål	185
Lærings mål	185
Prosjekt faser	186
Milepæler	186
Fremdriftsplan	186
Metode	187
Risikoanalyse	187
Prosjektgruppen	188
Roller	188
Organisering	189
Møtevirksomhet	190
Kvalitetsikring	190
Økonomi	191
Ressursbehov	191
Kontrakt	192

SAMMENDRAG

Tittel:	Parallellpublisering fra print til web.
Dato:	29.01.08
Prosjektleder:	Ole Christian Rønning.
Forfattere:	Eivind Brandsnes, Ole Christian Rønning og Julie Hagen Helland.
Veileder:	Leif E. Nordahl.
Oppdragsgiver:	Hamar Media ved Hans Jørgen Øverassen, Idé Trykk ved Einar Simensen og React ved Jan Gudbrandsen
Kontaktperson:	Ole Christian Rønning
Antall sider:	13

Abstrakt: Hovedprosjektets oppdragsgiver er Hamar Media og deres datterselskaper Idé Trykk AS og React Solutions AS. Bedriftene har ønske om å gjøre prosessen fra print til web mer effektiv og «tidsparene» slik at deres kunder selv kan gjøre denne delen av arbeidet. Prosjektgruppens oppgave blir å se på markedet, utviklingen i markedet og hva markedet ønsker. Gjøre undersøkelser som kan være med på å finne en løsning som kan fungere mer effektiv en dagens allerede eksisterende løsninger. I tillegg komme opp med et forslag på hvordan opprette en konverteringsplattform. Rapporten vil være et hjelpemiddel for Hamar Media i prosessen videre for å finne en optimal løsning på deres problem.

BAKRUNN

Bakgrunnen til oppgaven er at gruppen skal gjennomføre en bacheloroppgave ved Høgskolen i Gjøvik siste semester, 30 studiepoeng. Gruppen kontaktet selv Hamar Media fordi gruppen så for seg at de kunne ha mye spennende å arbeide med. Og riktig nok hadde de det. Etter møte med Hamar Media kom vi frem til at parallellpublisering og arbeidsflyt fra print til web var områder de ville ha belyst. Gruppen så på dette som en spennende utfordring og en mulighet til å forbedre kompetansen innen fagområdet. Prosjektets innhold vil også gi oss ny kompetanse og nye erfaringer som er relevante for vår utdanning.

HAMAR MEDIA

Hamar Media er en ledende virksomhet innen informasjon og markedskommunikasjon i Innlandet.

Konsernet Hamar Media består av morselskapet Hamar Media AS og datterselskapene Hamar Arbeiderblad AS, Sør-Østerdal Media AS, Exact Media AS, Avis-Trykk Hamar AS, Rim Ide & Kommunikasjon AS, Idé Trykk AS, Mjøs Distribusjon AS og React Solutions AS.

Konsernet består av 185 ansatte og en omsetning på ca. 230 millioner kroner. Konsernet er organisert etter to virksomhetsområder:

- Kommunikasjonskanaler (avis, nettavis, magasin, radio, distribusjon)
- Kommunikasjonsløsninger (merkevarestrategi, tekst, idé, design, webpublisering, trykk)

Morselskapet forvalter eierinteressene i alle datterselskapene og ivaretar økonomi-, personal-, markeds- og teknologifunksjonene, samt eiendomsforvaltningen for hele konsernet.

Idé Trykk AS leverer grafiske løsninger fra idé til ferdig produkt

React Solutions AS er et IT-selskap som leverer internettbaserte løsninger for publisering av informasjon.

Gruppens prosjekt i samarbeid med Hamar Media, Idé Trykk AS og React Solutions AS blir å finne en løsning for riktig ordreflyt fra journalist til publisering ut på web. Hvordan man kan benytte seg av verktøyet Adobe Indesign til konverteringer til XML, som videre blir hentet inn i magasinets Content Management System for web.

PROBLEMSTILLING

Tidskrifter og magasiner har i dag et stort ønske om å parallellpublisere sine trykte artikler ut web på en mer effektiv måte.

- Hvordan kan Idé Trykk utnytte parallellpubliseringen fra print til web på en mer effektiv måte?
- Hvordan anvende teknologien for å oppnå best mulig resultat?
- Hvordan kan Idé Trykk få bedre arbeidsflyt fra print til web?

AVGRENSNINGER

Rapporten vil i hovedsak omhandle mulige løsninger fra print til web. Hamar Media vil ha belyst området parallellpublisering av trykksaker på web og hvordan dette kan gjøres på en mer effektiv måte. Rapporten vil i hovedsak omhandle mulige løsninger fra print til web. Gruppen innehar tilstrekkelig teknisk kunnskap på område til å lage en prototyp.

I rapporten skal disse punktene undersøkes:

- Hvordan fungerer verktøyet Adobe Indesign opp mot XML?
- Hvordan egen utvikle en konverteringsplattform?
- Kartlegge produksjonsflyt, informasjonsflyt og korrektur?
- Multimediapublishing – muligheter for dynamikk på web.
- Xml standarder?
- Hva ønsker oppdragsgiver og til hvilke ressurser?
- Lage en prototyp som beskriver arbeidsgangen til løsningen.

Disse punktene vil være med å begrense innholdet i rapporten, og hvilke områder som skal belyses.

RAMMER

Rammene til oppgaven er gitt av skolen, og det er klare retningslinjer for bruk av tid og datoer for innlevering. Forprosjektet skal leveres 29.januar 08 innen kl 1200. Bacheloroppgaven leveres til kosisentralen 19.mai 08 innen kl 1200. En A3 plakat leveres til laminering 28.mai 08 innen kl 1200. Presentasjonen er 5.juni 08.

Arbeidet med oppgaven vil hovedsakelig foregå på HiG, men det vil også være arbeid hos oppdragsgiver. Oppdragsgiver og veileder vil være gode ressurser i oppgaveløsningen. I tillegg vil prosjektet begrenses av de materielle og økonomiske rammene vi har rundt prosjektet.

OPPGAVEBESKRIVELSE

Bacheloroppgaven vil hovedsakelig gå ut på å finne mer effektive løsninger på hvordan ulike magasiner og tidsskrifter skal ha mulighet til å parallellpublisere fra print til web. Hvordan ordreflyt, produksjonsflyt og informasjonsflyt vil foregå fra kunde til leverandør til bruker. Hvordan gruppen i samarbeid med Idé Trykk kan strukturere løsninger på dette området og hvordan dette skal skje på enklest mulige måter for alle ledd i produksjonen.

Oppgaven vil være tre delt. Det vil legges mest vekt på del to, men for å få en helhetlig oppgave må vi se i sammenheng med del en og del tre. Del en vil være undersøkelse av hvordan verktøy fungerer og mulige løsninger. Del to vil være analyser av allerede eksisterende produkter i form av spørreundersøkelser og dybdeintervjuer samt muligheter for å opprette en konverteringsplattform. Og del tre vil være en anbefaling av hvordan det vil være mest effektivt å parallellpublisere fra print til web.

I del en og del to vil det inngå intervjuer med kunder og brukere, og det vil også gjøres undersøkelser av markedet.

Del en	Del to	Del tre
Undersøkelser av verktøy. Hvordan løsninger fungerer.	Analyse av eksisterende produkter.	Hvordan løsninger fungerer Anbefaling av løsninger.
Styrker og svakheter ved eksisterende løsninger.	Hvilken vei vil oppdragsgiver gå?	Utvikle en prototyp.

PROSJEKTMÅL

Prosjektets mål beskriver hva gruppen sammen med oppdragsgiver vil finne ut av i løpet av prosjekttiden. Målsettinger hjelper gruppen å holde seg innenfor de rammene som er bestemt.

Effektmål

Prosjektets effektmål vil være at Hamar Media skal vite hva slags løsninger som kan fungere bedre for deres kunder for å parallellpublisere egne trykksaker på web

Resultatmål

Rapporten skal inneholde undersøkelser og teori som skal komme frem til forslag til strategiske valg som kan være med å forbedre nåværende produkt for parallellpublisering for Hamar Media. Idé Trykk har som målsetning at om 1,5 år til 2 år vil fire av deres kunder bruke den nye løsningen.

Læringsmål

Prosjektgruppens læringsmål er å oppnå bedre kunnskap om hvordan artikler kan publiseres fra trykk til web. Gruppen skal oppsøke relevant kunnskap om

metoder for å automatisere publisering av trykksaker på web. Prosjektgruppen må ut i markedet for å søke informasjon. Problemstilling inneholder en ny anvendelse innenfor område, derfor må prosjektgruppen håndtere informasjonen fra ressurspersonene på en åpen men kritisk måte. I tillegg vil gruppen få erfaring fra å arbeide med en ekstern oppdragsgiver, forholde seg til hverandre og veileder, ta beslutninger, samarbeide, overholde tidsfrister og strukturere rapport.

Prosjektfaser

Forprosjekt - Det formelle rundt oppgaven med nedsetting av regler, rammer og oppgavens omfang

Innsamling av informasjon – Undersøke markedet og dets løsninger slik at gruppen kan stille godt forberedt til analysedelen av oppgaven

Analyse og undersøkelser - Kontakte nøkkelpersoner i markedet for å få innsikt i hvordan prosessene fra print til webløsninger fungerer i dag. Finne styrker og svakheter ved løsningene som allerede eksisterer.

Etterarbeid og nye løsninger - Hvordan gruppen kan bruke informasjonen som er funnet til å komme opp med forslag til en bedre løsning

Ferdigstilling av skriftlig rapport - Skrive rapporten ferdig slik at den er klar for korrektur og ombrekking

Presentasjon - Klargjøre til presentasjon.

Milepæl 1 – Forprosjekt 29. januar 2008.

Milepæl 2 – Innsamling av informasjon 10. februar 2008

Milepæl 3 – Analyse og undersøkelser 9. mars 2008

Milepæl 4 – Etterarbeid og nye løsninger 20. april 2008

Milepæl 5 – Ferdigstilling av rapport 19. mai 2008

Milepæl 6 – Innlevering skriftlig rapport 19. mai 2008 og plakat 28. mai 2008.

Milepæl 7 – Muntlig presentasjon av bacheloroppgaven 5. juni 2008.

FREMDRIFTSPLAN

Aktiviteter	Tidsforbruk			Måned																						
	Start	Slutt	Ant.	Januar			Februar				Mars				April				Mai			Juni				
				2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
Skrive rapport	04.02	19.05	105 d.																							
Forprosjekt	07.01	29.01	27 d.																							
Research	07.01	10.02	42 d.																							
Analyse av undersøkelse	11.02	09.03	28 d.																							
Evaluere tidligere løsninger	11.02	17.02	7 d.																							
Utføre intervjuer/møter	18.02	02.03	14 d.																							
Utarbeide hypoteser	03.03	09.03	7 d.																							
Etterarbeid	10.03	20.04	35 d.																							
Bearbeide undersøkelser	10.03	22.03	14 d.																							
Finne løsninger	31.03	20.03	21 d.																							
Ferdigstilling av rapport	21.04	19.05	28 d.																							
Konkludere	21.04	11.05	21 d.																							
Korrektur	12.05	19.05	7 d.																							
Innlevering av rapport	19.05	19.05	1 d.																							
Forberedelse av presentasj.	20.05	05.06	17 d.																							

METODE

Det vil bli benyttet kvalitative undersøkelser, kvantitative undersøkelser og dybdeintervjuer for å innhente informasjonen gruppen skal trenge for å løse oppgaven.

Kvalitativ metode er en metode for innhenting av opplysninger hvor man istedenfor å undersøke flest mulig forekomster konsentrerer seg om noen få, og undersøker disse svært grundig. Kvantitative metoder er forskningsmetoder som befatter seg med tall og det som er målbart. Dybdeintervju (intensive intervjuer) er et intervju med en person av gangen om et nærmere definert problem. Gruppen vil også innhente informasjon gjennom internett og bøker om bransjen. I tillegg vil det gjennomføres dybdeintervjuer med kunder av Idé Trykk for å kartlegge situasjonen og deres muligheter for utvikling.

Det vil være relevant for gruppen og trekke noen sammenhenger opp mot avis og deres form for parallellpublisering, og bruke deler av den kunnskapen de allerede innehar for å komme frem til en fremtidig løsning.

RISIKOANALYSE

- Det er usikkerhet i hvor mye informasjon gruppen vil finne. Bedriftsmarkedet har mest sannsynlig ikke tenkt til å røpe hemmeligheter til en bacheloroppgave, og gruppen vil i den forstand gå glipp av eventuell sensitiv informasjon i forhold til oppgaven.
- Gruppen ser det som lite sannsynlig at det vil oppstå konflikter i gruppen, men skjer dette kontaktes veileder som veileder gruppen gjennom problemet.
- Gruppen har satt av god tid til ferdigstilling av rapporten, og med dette vil det mest sannsynlig ikke bli problemer med utskrift og innbinding av oppgaven.
- Ved å ha satt gode rammer og begrensinger for oppgaven vil gruppen ha klar innsikt i hvor stort omfanget til prosjektet blir og vil lettere disponere tiden. Gruppen kan ikke garantere at informasjon ikke blir borte, men for å forhindre dette tas det regelmessig backup og informasjonen lagres på en ekstern hard disk.
- Dersom oppdragsgiver ikke går med på å dele kostnadene for oppgaven, er det gruppen selv som må dekke kostnadene.
- Gruppen ser det som en risiko at det vil være mangel på informasjon, men vil prøve å innhente nok informasjon gjennom spørreundersøkelser og dybdeintervjuer.
- Ved eventuell skade eller alvorlig sykdom vil arbeidet til rette legges så godt som over hode mulig for dette. Dersom det blir skade/sykdom som går over lengre tid (14 dager) og gruppemedlemmet ikke gjennomfører arbeidet, vil gruppemedlemmet bli fjernet fra gruppen.
- Det vil være rom for at gruppen ikke er nok kritisk til kilder, og dette kan medføre usikkerhet i oppgaven, men her kommer veileder og oppdragsgiver inn og rettleder gruppen videre i riktig retning.

PROSJEKTGRUPPEN

Gruppenavn : *Print til web, Print to web.*

KOMPETANSE OG BAKRUNN

Deltagerne på gruppen går alle tredje og siste året på mediemanagement ved Høgskolen i Gjøvik. Gjennom tidligere emner har gruppen tilegnet seg gode kunnskaper for hvordan et prosjekt skal gjennomføres. Dette er nyttig kunnskap for å gjennomføre denne oppgaven også. I tillegg har gruppen fordypet seg i teknologien.

ROLLER OG ANSVARSFORDELING

For at gjennomføringen av oppgaven skal gå så lett som mulig er det viktig at det fordeles roller og ansvar i gruppen, samtidig som gruppen skal ha åpen kommunikasjon. Gruppemedlemmene har jobbet sammen i prosjekt tidligere. Alle tre personene i gruppen har forskjellig bakgrunn fra tidligere skolegang, noe som vil være en fordel for gruppen. Ansvaret er fordelt ut i fra ønsker og kompetanse. Alle gruppens medlemmer har like stort ansvar for fremgangen i prosjektet og det endelige produktet.

Prosjektleder – Ole Christian Rønning - Overordnet ansvar for gruppens planlegging, fremdrift og resultater.

Teknisk ansvarlig – Eivind Brandsnes - Ansvar for tekniske løsninger

Administrator – Julie Hagen Helland - Ansvar for mail, referater og møteinnkalling

ØVRIGE ROLLER

Veileder

Leif Egil Nordahl er studieprogramansvarlig for studiet mediemanagement ved Høgskolen i Gjøvik og er veileder for gruppen gjennom prosjektet. Han har lang erfaring innenfor trykkeribransjen og har mange gode kontakter vi kan dra nytte av i oppgaven.

Oppdragsgiver

Gruppens kontaktperson hos Hamar Media vil være markedsdirektør Hans Jørgen Øveraasen, daglig leder i Idé Trykk Einar Simensen og daglig leder Jan Gudbrandsen – React Solutions AS.

ORGANISERING

Deltagere og kontaktpersoner

Gruppedlem:

Eivind Brandsnes

Johan Castbergsgate 19

2815 Gjøvik

Tlf: 48047138

Mail: eivind@blakedesign.no

Gruppedlem:

Ole Christian Rønning

Johan Castbergsgate 19

2815 Gjøvik

Tlf: 95848342

Mail: oc.ronning@gmail.com

Gruppedlem:

Julie Hagen Helland

Håkons gate 15

2815 Gjøvik

Tlf: 48196041

Mail: julie_helland@hotmail.com

Veileder:

Leif Egil Nordahl

Tlf: 90066270

Mail: leif.nordahl@hig.no

Kontaktperson:

Markedsdirektør Hamar Media

Hans Jørgen Øveraasen

Tlf: 90534335

Mail: hj@hamarmedia.no

Kontaktperson:

Daglig leder Idé Trykk

Einar Simensen

Tlf: 91 70 25 92

Mail: einar.simensen@idetrykk.no

Kontaktperson:

Daglig leder React Solutions AS

Jan Gudbrandsen

Tlf: 91 52 04 26

Mail: jg@react.no

MØTEVIRKSOMHET

Møter med veileder:

Veiledningsmøter vil være på torsdager fra klokken 10.00 til 11.00, eller ved annet behov, på Leif E. Nordahl sitt kontor. Hvis det ikke er behov for møtet, gis det beskjed om det minst en dag i forveien.

Møter med oppdragsgiver:

Møter med oppdragsgiver vil i hovedsak skje på Hamar, eller der oppdragsgiver vil møte.

Statusmøter:

Hver mandag morgen vil det bli avholdt et statusmøte i gruppen for å si noen om hva som er gjort i uken i forveien, hvordan uken skal gjennomføres, og hva som er status på situasjonen akkurat nå.

KVALITETSSIKRING

Dokumentlagring

Dokumentene til gruppen vil bli lagret underveis som doc filer. Den endelige rapporten vil bli lagret som et PDF-dokument. Rapporten skal også lagres på en ekstern disk.

Webpublisering

Arbeidet som legges ut på prosjektets hjemmeside, skal godkjennes før publisering.

Referanser

Alle gruppemedlemmene forplikter seg til å skrive fullstendige referanser over sitt kildebruk, og bruke Harvardmetoden ved sitering og referansehandtering. For at alle i gruppen skal hele tiden være oppdatert på hva som er skrevet, loggført og lignende skal alle deltagerne lese igjennom alt som blir skrevet og godkjenne dette.

Interne rutiner

Det vil føres logg for hver endt arbeidsdag. Loggen vil inneholde dato, beskrivelse og antall timer. Etter møter med veileder og oppdragsgiver vil det bli skrevet ett referat over de viktigste punktene på møtet.

ØKONOMI

Kostnader:

Det vil i hovedsak dreie seg om reiseutgifter, Gjøvik – Hamar, utgiftene vil skje ved bruk av bil hvorav det føres kjøreliste. Gruppen antar at det også vil være telefonutgifter knyttet til prosjektet i løpet av prosjektperioden. Gruppen får støtte av oppdragsgiver til å dekke utsending av materiell til aktuelle kilder.

Budsjett:

Gruppen søker oppdragsgiver om støtte til utgiftene, og regner med 50% dekning, og resten av utgiftene deles likt på gruppens tre medlemmer.

Møtevirksomhet		
Hamar	6 møter	1620
Oslo	3 møter	3870
Telefonutgifter		500
Litteratur		1000
Uforutsette kostnader		500
Totale kostnader		7490

RESSURSBEHOV

Gruppen vil jobbe hovedsakelig på egne maskiner med programmer lisensiert igjennom skolen. Der dette ikke eksisterer må skolens maskiner benyttes for bruk disse programmene. Ved dybdeintervju vil gruppen ha behov for en diktafon, men dette vil gruppen ha mulighet for å få lånt. Gruppen har også behov for noe litteratur.



HØGSKOLEN I GJØVIK

PROSJEKTAVTALE

mellom Høgskolen i Gjøvik (HiG) (utdanningsinstitusjon),

Hammer Media

(oppdragsgiver), og

EIVIND BRANDSVES, OLE CHRISTIAN RONNING,
JUNIE HAGEN BERKHAUD

(student(er))

Avtalen angir avtalepartenes plikter vedrørende gjennomføring av prosjektet og rettigheter til anvendelse av de resultater som prosjektet frembringer:

1. Student(en)(e) skal gjennomføre prosjektet i perioden fra 01.01.08. til 19.05.08.

Studentene skal i denne perioden følge en oppsatt fremdriftsplan der HiG yter veiledning.

Oppdragsgiver yter avtalt prosjektbistand til fastsatte tider. Oppdragsgiver stiller til rådighet kunnskap og materiale som er nødvendig for å få gjennomført prosjektet. Det forutsettes at de gitte problemstillinger det arbeides med er aktuelle og på et nivå tilpasset studentenes faglige kunnskaper. Oppdragsgiver plikter på forespørsel fra HiG å gi en vurdering av prosjektet vederlagsfritt.

2. Kostnadene ved gjennomføringen av prosjektet dekkes på følgende måte:
- Oppdragsgiver dekker selv gjennomføring av prosjektet når det gjelder f.eks. materiell, telefon/fax, reiser og nødvendig overnatting på steder langt fra HiG. Studentene dekker utgifter for trykking og ferdigstillelse av den skriftlige besvarelsen vedrørende prosjektet.
 - Eiendomsretten til eventuell prototyp tilfaller den som har betalt komponenter og materiell mv. som er brukt til prototypen. Dersom det er nødvendig med større og/eller spesielle investeringer for å få gjennomført prosjektet, må det gjøres en egen avtale mellom partene om eventuell kostnadsfordeling og eiendomsrett.
3. HiG står ikke som garantist for at det oppdragsgiver har bestilt fungerer etter hensikten, ei heller at prosjektet blir fullført. Prosjektet må anses som en eksamensrelatert oppgave som blir bedømt av faglærer/veileder og sensor. Likevel er det en forpliktelse for utøverne av prosjektet å fullføre dette til avtalte spesifikasjoner, funksjonsnivå og tider.
4. Den totale besvarelsen med tegninger, modeller og apparatur så vel som programlisting, kildekode, disketter, taper mv. som inngår som del av eller vedlegg til besvarelsen, gis det en kopi av til HiG, som vederlagsfritt kan benyttes til undervisnings- og forskningsformål. Besvarelsen, eller vedlegg til den, må ikke nyttes av HiG til andre formål, og ikke overlates til utenforstående uten etter avtale med de øvrige parter i denne avtalen. Dette gjelder også firmaer hvor ansatte ved HiG og/eller studenter har interesser.

Besvarelser med karakter C eller bedre registreres og plasseres i skolens bibliotek. Det legges også ut en elektronisk prosjektbesvarelse uten vedlegg på bibliotekets del av skolens Internett-sider. Dette avhenger av at studentene skriver under på en egen avtale hvor de gir biblioteket tillatelse til at deres hovedprosjekt blir gjort tilgjengelig i papir og nettulgate (jfr. Lov om opphavsrett). Oppdragsgiver og veileder godtar slik

offentliggjøring når de signerer denne prosjektaftalen, og må evt. gi skriftlig melding til studenter og dekan om de i løpet av prosjektet endrer syn på slik offentliggjøring.

5. Besvarelsens spesifikasjoner og resultat kan anvendes i oppdragsgivers egen virksomhet. Gjør studenten(e) i sin besvarelse, eller under arbeidet med den, en patentbar oppfinnelse, gjelder i forholdet mellom oppdragsgiver og student(er) bestemmelsene i Lov om retten til oppfinnelser av 17. april 1970, §§ 4-10.
6. Ut over den offentliggjøring som er nevnt i punkt 4 har studenten(e) ikke rett til å publisere sin besvarelse, det være seg helt eller delvis eller som del i annet arbeide, uten samtykke fra oppdragsgiver. Tilsvarende samtykke må foreligge i forholdet mellom student(er) og faglærer/veileder for det materialet som faglærer/veileder stiller til disposisjon.
7. Studenten(e) leverer 3 - tre - eksemplarer av oppgavebesvarelsen med vedlegg til Studentrådet. I tillegg leveres et eksemplar til oppdragsgiver. HiG kan stille til disposisjon ytterligere eksemplar(er) for oppdragsgiver mot at denne godtgjør produksjonskostnadene.
8. Denne avtalen utferdiges med et eksemplar til hver av partene. På vegne av HiG er det dekan som godkjenner avtalen.
9. I det enkelte tilfelle kan det inngås egen avtale mellom oppdragsgiver, student(er) og HiG som nærmere regulerer forhold vedrørende bl.a. eiendomsrett, videre bruk, konfidensialitet, kostnadsdekning og økonomisk umyttelse av resultatene.
Dersom oppdragsgiver og student(er) ønsker en videre eller ny avtale, skjer dette uten HiG som partner.
10. Når HiG også opptrer som oppdragsgiver trer HiG inn i kontrakten både som utdanningsinstitusjon og som oppdragsgiver.
11. Eventuell uenighet vedrørende forståelse av denne avtale løses ved forhandlinger avtalepartene i mellom. Dersom det ikke oppnås enighet, er partene enige om at tvisten løses av voldgift, etter bestemmelsene i tvistemålsloven av 13.8.1915 nr. 6, kapittel 32.
12. Deltakende personer ved prosjektgjennomføringen:

HiGs veileder (navn):

LEIF E. NORDAHL

Oppdragsgivers
kontaktperson (navn):

HANS J. ØVERRAASEN

Student(er) (signatur):

Eivind Brandrud

dato 16.01.08

De Christen Rønning

dato 16.01.08

Finn Hagen Heltend

dato 16.01.08

dato

Oppdragsgiver (signatur):

Hans J. Overraasen

dato 16/1-08

Dekan (signatur):

Moe

dato 28/1-08

GRUPPEREGLER

1. Gruppens medlemmer

- Gruppens medlemmer er Eivind Brandsnes, Ole Christian Rønning og Julie Hagen Helland.

2. Beslutningsdyktighet

- Alle medlemmene i gruppen må være tilstede for å ta viktige beslutninger.
- Det mest ideelle er at alle medlemmene er enige. Men hvis uenigheter oppstår så blir forslaget som inneholder to stemmer vedtatt.
- Ved større uenigheter som ikke blir løst, skal veileder trekkes inn for sin vurdering av problemet, og flertallet tar den endelige avgjørelsen på problemet.
- Alle medlemmene i gruppen har rett til å signere på gruppens vegne.
- Alle kostnader som oppstår i forbindelse med prosjektet skal deles likt på gruppens medlemmer.

3. Problemløsning

- Når ikke arbeidskrav er gjennomført av enkelte medlemmer skal gruppen sammen med veileder finne en løsning. Hvis dette skjer gjentatte ganger så vil medlemmet bli fjernet fra gruppen.

4. Arbeidsdag

- Arbeidsdagen strekker seg fra 0800 – 1500 mandag til og med fredag.
- Arbeid utover dette blir avtalt innad i gruppen og også om det er behov for helgearbeid.
- Møter med oppdragsgiver vil bli holdt på Hamar.
- Gruppemedlemmene må regne med overtidarbeid i slutfasen av prosjektet og i avslutningen av faser.

5. Pauser

- Lunsj avholdes fra 1130 – 1200.

6. Møter

- Alle gruppemedlemmene er møtepliktige på møter, dersom ikke annet er avtalt.
- Prosjektleder kaller inn til møter med oppdragsgiver og veileder.

7. Arbeidssted

- Høgskolen i Gjøvik vil være vårt arbeidssted, dersom ikke noe annet faller seg naturlig.

8. Fremdrift

- Arbeidsdagen startes med å fastsette arbeidsoppgaver for dagen.
- Hver uke skal det utarbeides en fremdriftsplan for uken, denne kan bli revidert underveis i arbeidet.
- Alle medlemmene er pliktige til å følge den fastsatte tidsplanen.
- Det skal gjennomføres statusmøte med veileder hver uke ved behov. Opp-

dragsgiver vil bli kontaktet ved behov.

- Arbeidsmengden vil bli fordelt jevnt over arbeidsperioden for å unngå stress og skippertak i sluttperioden.

9. Ansvarsområder

- Ole Christian Rønning - Overordnet ansvar for gruppens planlegging, fremdrift og resultater.
- Eivind Brandsnes - Ansvar for tekniske løsninger
- Julie Hagen Helland – Ansvar for mail, referater og møteinnkalling

10. Presentasjon

- Alle gruppens medlemmer skal delta i presentasjonen av oppgaven i juni. Hvem som presenterer hva blir fordelt ut i fra hva som blir strukturen i presentasjonen.

11. Sikkerhetskopi

- Hvert enkelt medlem har ansvar for å ta sikkerhetskopi hver dag, mens prosjektleder tar sikkerhetskopi hver fullførte uke.
- Informasjonen lagres da på en ekstern harddisk.

12. Motivasjon

- Alle deltagerne i gruppen har ansvar for å motivere hverandre og gjøre samarbeidet enklest mulig ved å gi beskjeder tidlig og tilrettelegge mest mulig. Samtidig skal vi kritisere hverandres arbeid og forsøke å skape en positiv atmosfære.

LOGG

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 07.11			Onsdag 14.11		
Ole Christian:	Oppstart Prosjekt	5	Ole Christian:	Oppstart Prosjekt	4
Eivind:	Oppstart Prosjekt	5	Eivind:	Oppstart Prosjekt	4
Julie:	Oppstart Prosjekt	7	Julie:	Oppstart Prosjekt	6
Totalt		17	Totalt		14
Møte med oppdragsgiver			Idémyldring rundt oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 07.01			Tirsdag 08.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	7	Ole Christian:	Forprosjekt	7
Eivind:	Forprosjekt	0	Eivind:	Forprosjekt	0
Julie:	Forprosjekt	7	Julie:	Forprosjekt	7
Totalt		14	Totalt		14
Befynt på forprosjektet			Skrevet grupperegler		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 09.01			Torsdag 10.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	7	Ole Christian:	Forprosjekt	4
Eivind:	Forprosjekt	0	Eivind:	Forprosjekt	0
Julie:	Forprosjekt	7	Julie:	Forprosjekt	6
Totalt		14	Totalt		10
Begynt på problemstilling			Fortsatt på problemstilling		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 11.01			Mandag 14.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	4	Ole Christian:	Forprosjekt	8
Eivind:	Forprosjekt	0	Eivind:	Forprosjekt	8
Julie:	Forprosjekt	4	Julie:	Forprosjekt	8
Totalt		8	Totalt		24
Skrevet rammer for oppgaven			Møte med veileder		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 15.01			Onsdag 16.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	6	Ole Christian:	Forprosjekt	7
Eivind:	Forprosjekt	6	Eivind:	Forprosjekt	7
Julie:	Forprosjekt	6	Julie:	Forprosjekt	7
Totalt		18	Totalt		21
Forberedt møte med oppdragsgiver			Møte med oppdragsgiver		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 17.01			Fredag 18.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	6	Ole Christian:	Forprosjekt	8
Eivind:	Forprosjekt	6	Eivind:	Forprosjekt	8
Julie:	Forprosjekt	8	Julie:	Forprosjekt	8
Totalt		20	Totalt		24
Begrensninger i oppgaven			Begynt på websiden		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 21.01			Tirsdag 22.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	8	Ole Christian:	Forprosjekt	6
Eivind:	Forprosjekt	8	Eivind:	Forprosjekt	6
Julie:	Forprosjekt	8	Julie:	Forprosjekt	6
Totalt		24	Totalt		18
Gruppenavn og webside			Fremdriftsplan		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 23.01			Torsdag 24.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	9	Ole Christian:	Forprosjekt	6
Eivind:	Forprosjekt	9	Eivind:	Forprosjekt	6
Julie:	Forprosjekt	9	Julie:	Forprosjekt	6
Totalt		27	Totalt		18
Kontrakt			Websiden og tekst til forprosjektet		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 25.01			Mandag 28.01		
Ole Christian:	Forprosjekt	5	Ole Christian:	Forprosjekt	7
Eivind:	Forprosjekt	5	Eivind:	Forprosjekt	7
Julie:	Forprosjekt	5	Julie:	Forprosjekt	7
Totalt		15	Totalt		21
Forprosjekt			Oppsett av forprosjekt i Indesign		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 29.01			Onsdag 30.01		
Ole Christian:	Levert forprosjekt	6	Ole Christian:	Research	8
Eivind:	Levert forprosjekt	6	Eivind:	Research	8
Julie:	Levert forprosjekt	6	Julie:	Research	8
Totalt		18	Totalt		24
Levert forprosjekt			Kartlagt neste fase av prosjektet		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 31.01			Fredag 01.02		
Ole Christian:	Research	5	Ole Christian:	Research	4
Eivind:	Research	4	Eivind:	Research	5
Julie:	Research	7	Julie:	Research	5
Totalt		16	Totalt		14
Sette seg inn i teknologi			Sette seg inn i teknologi		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 04.02			Tirsdag 05.02		
Ole Christian:	Research	7	Ole Christian:	Research	7
Eivind:	Research	7	Eivind:	Research	7
Julie:	Research	7	Julie:	Research	8
Totalt		21	Totalt		22
Møte med veileder			Møte med Rune Hjelsvold		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 06.02			Torsdag 07.02		
Ole Christian:	Research	6	Ole Christian:	Research	8
Eivind:	Research	6	Eivind:	Research	7
Julie:	Research	6	Julie:	Research	7
Totalt		18	Totalt		22
Retting i forprosjekt			Lete etter informasjon		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 08.02			Mandag 11.02		
Ole Christian:	Research	6	Ole Christian:	Research	7
Eivind:	Research	6	Eivind:	Research	7
Julie:	Research	6	Julie:	Research	7
Totalt		18	Totalt		21
Sette seg inn i stoff rundt XML			Tanker rundt utvikling av prototype		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 12.02			Onsdag 13.02		
Ole Christian:	Research	8	Ole Christian:	Research	9
Eivind:	Research	7	Eivind:	Research	9
Julie:	Research	7	Julie:	Research	9
Totalt		22	Totalt		27
Forberedet møte med Hamar			Møte med Idé Trykk		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 14.02			Fredag 15.02		
Ole Christian:	Research	7	Ole Christian:	Research	7
Eivind:	Research	7	Eivind:	Research	7
Julie:	Research	6	Julie:	Research	7
Totalt		20	Totalt		21
Hvordan ordeflyt fungerer			Tekst rundt konsenert Hamar Media		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 18.02			Tirsdag 19.02		
Ole Christian:	Hoveddel 1	6	Ole Christian:	Hoveddel 1	7
Eivind:	Hoveddel 1	7	Eivind:	Hoveddel 1	7
Julie:	Hoveddel 1	6	Julie:	Hoveddel 1	7
Totalt		19	Totalt		21
Møte med Tale Døvle Jonassen			Utvikling av prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 20.02			Torsdag 21.02		
Ole Christian:	Hoveddel 1	8	Ole Christian:	Hoveddel 1	5
Eivind:	Hoveddel 1	8	Eivind:	Hoveddel 1	10
Julie:	Hoveddel 1	10	Julie:	Hoveddel 1	5
Totalt		26	Totalt		20
Utvikling av prototypen			Utvikling av prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 22.02			Mandag 25.02		
Ole Christian:	Hoveddel 1	4	Ole Christian:	Hoveddel 1	8
Eivind:	Hoveddel 1	6	Eivind:	Hoveddel 1	6
Julie:	Hoveddel 1	8	Julie:	Hoveddel 1	7
Totalt		18	Totalt		21
Forberede møte med oppdragsgiver			Møte med React		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 26.02			Onsdag 27.02		
Ole Christian:	Hoveddel 1	6	Ole Christian:	Hoveddel 1	8
Eivind:	Hoveddel 1	6	Eivind:	Hoveddel 1	13
Julie:	Hoveddel 1	6	Julie:	Hoveddel 1	8
Totalt		18	Totalt		29
Kontakt med 07-gruppen			Forberedet møte med kunde		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 28.02			Fredag 29.02		
Ole Christian:	Hoveddel 1	6	Ole Christian:	Hoveddel 1	8
Eivind:	Hoveddel 1	8	Eivind:	Hoveddel 1	9
Julie:	Hoveddel 1	7	Julie:	Hoveddel 1	7
Totalt		21	Totalt		24
Møte med Svin			Plan for de neste ukene		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 3.03			Tirsdag 4.03		
Ole Christian:	Hoveddel 1	7	Ole Christian:	Hoveddel 1	6
Eivind:	Hoveddel 1	7	Eivind:	Hoveddel 1	12
Julie:	Hoveddel 1	7	Julie:	Hoveddel 1	8
Totalt		21	Totalt		26
Begynt å skrive			Begynte å skrive		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 5.03			Torsdag 6.03		
Ole Christian:	Hoveddel 1	9	Ole Christian:	Hoveddel 1	6
Eivind:	Hoveddel 1	6	Eivind:	Hoveddel 1	7
Julie:	Hoveddel 1	7	Julie:	Hoveddel 1	6
Totalt		22	Totalt		19
Utvikling av prototypen			Utvikling av prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 7.03			Mandag 10.03		
Ole Christian:	Hoveddel 1	7	Ole Christian:	Hoveddel 1	8
Eivind:	Hoveddel 1	7	Eivind:	Hoveddel 1	8
Julie:	Hoveddel 1	7	Julie:	Hoveddel 1	7
Totalt		21	Totalt		23
Utvikling av prototypen			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 11.03			Onsdag 12.03		
Ole Christian:	Hoveddel 1	6	Ole Christian:	Hoveddel 1	0
Eivind:	Hoveddel 1	10	Eivind:	Hoveddel 1	9
Julie:	Hoveddel 1	6	Julie:	Hoveddel 1	9
Totalt		22	Totalt		18
Utvikling og muligheter i grafisk bransje			Utvikling og muligheter i grafisk bransje		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 13.03			Fredag 14.03		
Ole Christian:	Hoveddel 1	6	Ole Christian:	Hoveddel 1	5
Eivind:	Hoveddel 1	10	Eivind:	Hoveddel 1	5
Julie:	Hoveddel 1	6	Julie:	Hoveddel 1	0
Totalt		22	Totalt		10
Administrasjonsdelen i prototypen			Administrasjonsdelen i prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 25.03			Onsdag 26.03		
Ole Christian:	Hoveddel 2	7	Ole Christian:	Hoveddel 2	7
Eivind:	Hoveddel 2	10	Eivind:	Hoveddel 2	2
Julie:	Hoveddel 2	0	Julie:	Hoveddel 2	7
Totalt		17	Totalt		16
Oversikt over hva som gjenstår			Utvikling av prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 27.03			Fredag 28.03		
Ole Christian:	Hoveddel 2	5	Ole Christian:	Hoveddel 2	0
Eivind:	Hoveddel 2	5	Eivind:	Hoveddel 2	6
Julie:	Hoveddel 2	5	Julie:	Hoveddel 2	7
Totalt		15	Totalt		13
Møte Peter Nussbaum			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 31.03			Tirsdag 01.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	7	Ole Christian:	Hoveddel 2	8
Eivind:	Hoveddel 2	7	Eivind:	Hoveddel 2	9
Julie:	Hoveddel 2	7	Julie:	Hoveddel 2	8
Totalt		21	Totalt		25
Disposisjon til oppgaven			Utvikling av prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 02.04			Torsdag 03.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	4	Ole Christian:	Hoveddel 2	6
Eivind:	Hoveddel 2	8	Eivind:	Hoveddel 2	9
Julie:	Hoveddel 2	8	Julie:	Hoveddel 2	6
Totalt		20	Totalt		21
Skrive til oppgaven			Utvikling av prototypen		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 04.04			Mandag 07.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	5	Ole Christian:	Hoveddel 2	7
Eivind:	Hoveddel 2	5	Eivind:	Hoveddel 2	9
Julie:	Hoveddel 2	5	Julie:	Hoveddel 2	7
Totalt		15	Totalt		23
Utvikling av prototypen			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 08.04			Onsdag 09.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	7	Ole Christian:	Hoveddel 2	8
Eivind:	Hoveddel 2	9	Eivind:	Hoveddel 2	8
Julie:	Hoveddel 2	7	Julie:	Hoveddel 2	8
Totalt		23	Totalt		24
Forberede møte med Svin og React			Møter på Hamar		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 10.04			Fredag 11.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	2	Ole Christian:	Hoveddel 2	7
Eivind:	Hoveddel 2	7	Eivind:	Hoveddel 2	7
Julie:	Hoveddel 2	7	Julie:	Hoveddel 2	7
Totalt		16	Totalt		21
Møte med veileder			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 14.04			Tirsdag 15.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	7	Ole Christian:	Hoveddel 2	6
Eivind:	Hoveddel 2	8	Eivind:	Hoveddel 2	6
Julie:	Hoveddel 2	7	Julie:	Hoveddel 2	6
Totalt		22	Totalt		18
Skrive til oppgaven			Møte med Rune Hjelsvold		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 16.04			Torsdag 17.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	8	Ole Christian:	Hoveddel 2	6
Eivind:	Hoveddel 2	8	Eivind:	Hoveddel 2	7
Julie:	Hoveddel 2	8	Julie:	Hoveddel 2	6
Totalt		24	Totalt		19
Skrive til oppgaven			Møte med veileder		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 18.04			Mandag 21.04		
Ole Christian:	Hoveddel 2	3	Ole Christian:	Etterarbeid	7
Eivind:	Hoveddel 2	5	Eivind:	Etterarbeid	9
Julie:	Hoveddel 2	5	Julie:	Etterarbeid	7
Totalt		13	Totalt		23
Skrive til oppgaven			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 22.04			Onsdag 23.04		
Ole Christian:	Etterarbeid	6	Ole Christian:	Etterarbeid	8
Eivind:	Etterarbeid	8	Eivind:	Etterarbeid	7
Julie:	Etterarbeid	6	Julie:	Etterarbeid	8
Totalt		20	Totalt		23
Skrive til oppgaven			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 24.04			Fredag 25.04		
Ole Christian:	Etterarbeid	6	Ole Christian:	Etterarbeid	6
Eivind:	Etterarbeid	8	Eivind:	Etterarbeid	6
Julie:	Etterarbeid	6	Julie:	Etterarbeid	0
Totalt		20	Totalt		12
Skrive til oppgaven			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 28.04			Tirsdag 29.04		
Ole Christian:	Etterarbeid	7	Ole Christian:	Etterarbeid	6
Eivind:	Etterarbeid	9	Eivind:	Etterarbeid	6
Julie:	Etterarbeid	7	Julie:	Etterarbeid	6
Totalt		23	Totalt		18
Skrive til oppgaven			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 30.04			Torsdag 1.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	8	Ole Christian:	Etterarbeid	7
Eivind:	Etterarbeid	8	Eivind:	Etterarbeid	6
Julie:	Etterarbeid	8	Julie:	Etterarbeid	7
Totalt		24	Totalt		20
Skrive til oppgaven			Skrive til oppgaven		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 2.05			Lørdag 3.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	6	Ole Christian:	Etterarbeid	4
Eivind:	Etterarbeid	8	Eivind:	Etterarbeid	5
Julie:			Julie:	Etterarbeid	5
Totalt		14	Totalt		14
Korrektur			Korrektur		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Mandag 5.05			Tirsdag 6.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	11	Ole Christian:	Etterarbeid	7
Eivind:	Etterarbeid	11	Eivind:	Etterarbeid	7
Julie:	Etterarbeid	6	Julie:	Etterarbeid	6
Totalt		28	Totalt		20
Korrektur			Korrektur		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Onsdag 7.05			Torsdag 8.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	9	Ole Christian:	Etterarbeid	9
Eivind:	Etterarbeid	7	Eivind:	Etterarbeid	6
Julie:	Etterarbeid	5	Julie:	Etterarbeid	5
Totalt		21	Totalt		20
Mal i Indesign			Oppsett i Indesign		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Fredag 9.05			Lørdag 10.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	5	Ole Christian:	Etterarbeid	7
Eivind:	Etterarbeid	9	Eivind:	Etterarbeid	7
Julie:	Etterarbeid	7	Julie:	Etterarbeid	7
Totalt		21	Totalt		21
Oppsett i Indesign			Korrektur		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Søndag 11.05			Mandag 12.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	5	Ole Christian:	Etterarbeid	8
Eivind:	Etterarbeid	7	Eivind:	Etterarbeid	10
Julie:	Etterarbeid	4	Julie:	Etterarbeid	9
Totalt		16	Totalt		27
Korrektur			Korrektur		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Tirsdag 13.05			Onsdag 14.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	12	Ole Christian:	Etterarbeid	11
Eivind:	Etterarbeid	12	Eivind:	Etterarbeid	11
Julie:	Etterarbeid	12	Julie:	Etterarbeid	12
Totalt		36	Totalt		34
Indesign rettelser			Indesign rettelser		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Torsdag 15.05			Fredag 16.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	12	Ole Christian:	Etterarbeid	12
Eivind:	Etterarbeid	12	Eivind:	Etterarbeid	12
Julie:	Etterarbeid	12	Julie:	Etterarbeid	12
Totalt		36	Totalt		36
Indesign rettelser			Indesign rettelser		

Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:	Dag/dato:	Beskrivelse	Timer:
Lørdag 17.05			Søndag 18.05		
Ole Christian:	Etterarbeid	9	Ole Christian:	Etterarbeid	6
Eivind:	Etterarbeid	9	Eivind:	Etterarbeid	6
Julie:	Etterarbeid	9	Julie:	Etterarbeid	6
Totalt		27	Totalt		18
Siste korrektur			Rettelse Indesign		

Totalt tidsbruk i prosjektet

Estimert tidsbruk frem i tid:	
uke 21	75
uke 22	75
uke 23	50
Totalt antall timer i prosjektperioden: 2164	
Fordelt på tre	721

EKSEMPEL: XML-DOKUMENT

Dette er et forslag til hvordan et XML-dokument kan brukes som kommunikasjon mellom MySQL-databasen og Adobe Indesign:

```

1  <?xml version='1.0' encoding='UTF-8' standalone='yes'?>
2  <artikkel id="a_12345">
3      <byline>
4          <forfatter>Ola Nordmann</forfatter>
5      </byline>
6      <overskrift>Eksempel Artikkel</overskrift>
7      <ingress>Et eksempel på hvordan man kan benytte XML i Ado
8      be Indesign.</ingress>
9      <tekst>Si bla faccum qui er in ullan ut wisit ipissit, co
10     nse dipit iurem quisseq uatinci et in henit, quat lan vel uta
11     t am, quat, susci tiscinc incilis senibh enim quat, commod ma
12     gna ate diam,Agnibh et venit iureetum vullan et incilit iliqu
13     am consequam, quisse facillaore delit exerostion henisl ulla
14     facil euisl in er iuscilit alis ad dolor am illam ilit venim
15     quis adion ea feu faciduisl ex et wisit volore dolobor perost
16     o exeratem dunt augiamconsed modiamet, consequis augiam iure
17     commodolor senit doloborper autat praessit voluptatio exercip
18     is adip exercin velis num zzrit aute ming eugait lum zzriusci
19     tatueros et lor augiam ad euisequis augiat vullum eugait nu
20     lputat veniat. Ut velis enibh eum quat lor sequatu mmodit la
21     at velisi.
22     Obore modolore ea adipis nonsenibh eumsand ionsequis ad esequ
23     isit el eugiam vulput lummolore feugait lut nisl exercil ea f
24     euguer am in hent iuscipit lamet lore volenim augue magna feu
25     giam, qui tatum et utat utet, velit am zzzrillandre dions non
26     henis er acinim inciduipit vent ecte molessim dolorpe rcilisi
27     t iriure feu feugait, veliquam velisim veliquamet del dolupta
28     t volor incillaore molortin utat. Ut volobortis autate digna
29     accum dolore del delectetet nonsed tat. Ut lummy nostion veli
30     s eliqui blamcon vendrero do corer inibh eugiat doluptatue mo
31     luptat, quat. Duipisl dolorer iriurem inim quipit verostionse
32     corem nonsectetue feugueraesed tissequatum veliquisi bla feu
33     feum doloree tuercil exeraestisci blandit ex et wis diatumm
34     olobore eu euguer sum aciduis num et vullute dolorperatue dol
35     obore magna feu faciliquat, quat, vel euisciliquam velesquat
36     non er atueros esequat, core voloreet num ver am, suscipit v
37     ulla feugue min eu facing eros doloreros adiamet praessim vel
38     ectem delendrem verit ipisi blan erosto eui et, venim vel ut
39     e vent dolorpe rcilla con euis nibh etumsan erilis nulla cor
40     sisi.
41     Riurem il utem dignis nisisit accum do od dolortie commy nibh
42     eugue faccum nullaor perate tio dit lummy nullam dolore feug
43     ait in velessecte magna faci endipis siscili quatem zzzrilla a
44     liquat.
45     </tekst>
46     <bilder>
47         <bilde id="b_432434">
48             <filnavn href="file://_1016988.jpg"></filnavn>
49             <fotograf>Eivind Brandsnes</fotograf>
50             <bildetittel>Great Ocean Road</bildetittel>
51             <bildetekst>Det ble for det meste bare torsk.</bi
52             ldetekst>
53         </bilde>
54         <bilde id="b_432434">
55             <filnavn href="file://_1017010.jpg"></filnavn>
56             <fotograf>Eivind Brandsnes</fotograf>
57             <bildetittel>Sydney</bildetittel>
58             <bildetekst>Operahuset i Sydney er en populær att
59             raksjon.</bildetekst>
60         </bilde>
61     </bilder>
62 </artikkel>

```

EKSEMPEL: DTD-DOKUMENT

Dette er et eksempel på et validerings-dokument som skal kontrollere opp i mot XML-dokumentene som blir importert i Indesign. DTD-dokumentet importeres inn i strukturpanelet i Indesign og vil gi varsel om XML-dokumentene er ugyldig. Samtidig som det vil gi varsel om man har lastet inn samme artikkel to ganger.:

```
1 <!ELEMENT artikler (artikkel+)>
2 <!ELEMENT artikkel (byline,overskrift,ingress,tekst,bilder?)>
3 <!ELEMENT byline (forfatter, medforfattere?)>
4 <!ELEMENT overskrift (#PCDATA)>
5 <!ELEMENT ingress (#PCDATA)>
6 <!ELEMENT tekst (#PCDATA)>
7 <!ELEMENT bilder (bilde+)>
8
9 <!ELEMENT forfatter (#PCDATA)>
10 <!ELEMENT medforfattere (#PCDATA)>
11
12 <!ELEMENT bilde (filnavn, fotograf, bildetittel, bildetekst)>
13 <!ELEMENT filnavn EMPTY>
14 <!ELEMENT fotograf (#PCDATA)>
15 <!ELEMENT bildetittel (#PCDATA)>
16 <!ELEMENT bildetekst (#PCDATA)>
17
18 <!ATTLIST artikkel id ID #REQUIRED>
19 <!ATTLIST bilde id ID #REQUIRED>
20 <!ATTLIST filnavn href CDATA #REQUIRED>
```


EKSEMPEL: PROTOTYPE

Prototypen som ble utviklet i løpet av prosjektperioden vil kunne testes ut. Det er viktig og være klarover at dette ikke er noe ferdig produkt. Dette vil si at den er ikke optimalisert opp mot forskjellige nettlesere og vil ikke gi konkrete tilbakemeldinger. Vi har valgt å utvikle løsningen mot Internett Explorer 7. Prototypen er derfor ikke beregnet på bruk, men er et hjelpemiddel som er blitt brukt for å opplyse eventuelle utfordringer ved å utvikle og bruke et slik system.

Man vil heller ikke få innsikt i hvordan kildekode er utformet da dette ikke er relevant for denne oppgaven.

Prototypen vil være tilgjengelig på følgende adresse:

http://hovedprosjekter.hig.no/v2008/imt/mm/hamar_media/prototype

Brukernavn:

demo

Passord:

demo