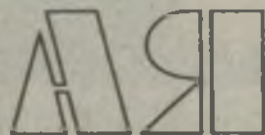


КОМПЬЮТЕРНАЯ ГАЗЕТА



ЕСЛИ ХОЧЕШЬ ЖИТЬ И РАБОТАТЬ СПОКОЙНО - НЕ ОПЕРЕЖАЙ КОМПЬЮТЕР В РАЗВИТИИ

ПРИЛОЖЕНИЕ К ГАЗЕТЕ

СВОБОДНАЯ ГРУЗИЯ

საზოგადოებრივი ბეჭდობა

5 октября 1997 г. Воскресенье, № 174 (21142) - со дня выхода "Зари Востока"

ТАКАЯ ИЗМЕНЧИВАЯ И ТАКАЯ ПОСТОЯННАЯ МОДА

Мода... Нет, наверно, в мире второго такого понятия, которое объединяет эпохи, мысли и народы. Желание быть красивым наблюдается у Центрально-Африканских каннибалов, у Алеутских эскимосов и у завсегдатаев ресторанов "Планета Голливуд". Сегодня даже по применяемым украшениям сразу и не скажешь, куда попал. То ли очередное шоу ведущего дома моды, то ли костюмированная иллюстрация "из жизни австралопитеков". Так похожи силуэты, материалы, аксессуары. Часто возникает ощущение, что где-то это уже показывали. Боже мой! Так ведь бабушка в этом ходила! Хотя, нет, не в этом, но до боли похожем...

В наши дни мода - это мировая индустрия, мало в чем уступающая производству бомбардировщиков или интегральных микросхем. Десятки ведущих домов моделей. Именных и не очень. Многочисленные бутики. Салоны красоты. Самая разнообразная косметика и парфюмерия, производимая и продаваемая на десятки миллиардов долларов ежегодно. И само собой - модные журналы. Это да! Это вершина. Это несбыточный мираж сказочной жизни, к которой стремятся приобщиться сотни миллионов человек раз уж не удается так пожить на самом деле. Честно вам скажу, если бы этих журналов не было, то их непременно следовало бы придумать. Именно сияющие глянец страницы продают все, что относится к моде, конечным покупателям. Именно после пролистывания их страниц возникает то самое заветное "хочу". Самым весомым подтверждением этих слов является интервью с главным редактором "Vogue", не так давно попавшее мне на глаза. Оказывается, маркетинговое исследование читательской аудитории, проведенное по заказу редакции, выявило, что основными потребителями элитного и достаточно дорогого издания прежде всего являются представители среднего класса. То есть те, кто могут позволить себе от силы одну-две вещи из всего рекламируемого многообразия. Зато какая красивая сказка. Как хочется хотя бы один день так пожить. В результате "Vogue" перешел от продвижения конкретных модных штучек к рекламе самого стиля модной жизни. Такие вот дела.

Предвижу вопрос: а какое отношение имеет Интернет к моде? Да самое непосредственное. Именно мода как наиболее массовое увлечение (а теперь и не мелкая индустрия) после электронной торговли и непосредственного общения является ведущей силой развивающей Всемирную

Паутину невиданными темпами. Что есть мода, если не мудрствовать лукаво? Не что иное как журналы, показы и магазины (где увиденное в предыдущих пунктах можно заполучить). Вот в этой последовательности и приступим.

Поисковая служба Yahoo (www.yahoo.com) - одна из самых больших в Сети - располагает электронными адресами шестидесяти восьми изданий на тему моды, которые публикуют свои сайты. Притом многие из них имеют больше одной страницы. Так, журнал ELLE публикует семь ресурсов. Marie Claire - три. Cosmopolitan - четыре. География самая широкая: от Кореи до Канады.

Начнем путешествие в мир моды с журнала Cosmopolitan как самого популярного в нашей республике, если судить по газетным киоскам и коммерческим лоткам. В Интернет представлены четыре варианта журнала: универсальный (международный - на английском языке, <http://www.designercity.com/cosmopolitan/>), итальянский, британский (<http://www.cosmomag.com/>) и испанский. В Великобритании уже доступен даже октябрьский номер Cosmopolitan, так что можете поинтересоваться. Это значительно дешевле, чем покупать бумажный журнал и, раз прочитав, забыть на журнальном столике. Кстати сказать, все варианты несколько отличаются друг от друга как стилем оформления, так и содержанием. Что там есть, перечислять не будем. Сами прочтете, да и не хватит тут места даже для четверти их статей.

Web-версии практически любого журнала о моде сильно отличаются от печатных. Там значительно меньше рекламы (если она вообще присутствует). Зато восторженных или разгромных повествований о новомодных показах самых-самых коллекций - хоть отбавляй. Причем часто упоминаются такие фамилии, о которых в нашей стране, если кто и говорил, то совсем мельком. Потому как сам практически еще ничего не знает. Например, имя Marianne Faithfull вам что-нибудь говорит? А вот в США ее коллекция Girl On A Motorcycle произвела много шума.

Или тот же ELLE (американская версия <http://www.ellemag.com/>), в отличие от остальных шести, превозносится как издание о самом high-стиле. И они правы. Действительно, последние показы, календарь крупнейших выставок и презентаций. Баннеры с чудесно оформленными картинками духов и прочей парфюмерии. Где взять. Сколько стоит. Кто из великих мира сего предпочитает.

Чрезвычайно респектабельно.

Мода неразрывно связана с моделями. Я имею в виду не платья или белье, а тех, на кого это обычно надевается для наиболее эффектной демонстрации заинтересованной публике. Их много - новых принцесс красоты. Линда Эванжелиста. Синдия Кроуфорд. Еще пять-шесть фамилий и все - подавляющее большинство людей выдыхаются. А ведь их значительно больше! Загляните на <http://www.ellemag.com/member/modelgal/> и познакомьтесь сами.

Как я уже говорил, мода давно превратилась в своеобразную индустрию с гигантскими оборотами. А индустрия - это продажи, продажи и опять продажи. Мода продается в бутиках. Во всяком случае так пытаются представить положение дел ведущие представители мира моды. Бутики же мало чем отличаются от обычных магазинов. Разве что цены выше, выбор своеобразнее и атмосфера особая. На местный гастроном или ГУМ совершенно не похоже. Цель бутика - продавать, а самый мощный двигатель рекламы, как известно, - реклама. Вот и множатся в Сети специфические web-сайты, где любой желающий способен зайти и поглазеть, не опасаясь плечистых ребят из охраны или режущей холодности взглядов надменных продавщиц. Например, бутик на Кутузовском проспекте в Москве (<http://www.shaker.ru/arlekin/a/alena/windex.html>) с поэтическим названием "Аленино царство". Место во всех отношениях примечательное. Его сайт открывается интервью владелицы АЛЕНОЙ ДУРНЕВОЙ корреспонденту "АРЛЕКИНО". Весьма рекомендую почитать и узнать, как относятся к жизни и какими глазами

смотрят на окружающий мир люди, постоянно живущие в сказке и предлагающие ее элементы другим.

Однако виртуальный бутик, в отличие от реального, является не столько торговым местом, сколько храмом красоты с резным алтарем для проповедей "о смысле жизни". Стоит хотя бы раз посетить бутик "Мода" (опять, к сожалению, в Москве) на <http://www.moda.ru/main.html>. Один перечень основных тем уже привлекает внимание. Русские идут. Люди моды. Энциклопедия моды. Модельные агентства. Русские дизайнеры. И многие другие. За каждой из тем увлекательное путешествие.

Например, "русские дизайнеры" - это посещение маленького виртуально музея с анфиладой комнат, каждая из которых - известная в мире русской моды фамилия. АЛЕКСАНДР АРНГОЛЬД. АЛЕКСЕЙ МЕШКОВ. АНТОН. ВАЛЕНТИН ЮДАШКИН. СВЕТЛАНА ТОМСКАЯ. ЯНИС ЧАМАПИДИ. И много других. В комнатах не мудрено и заблудиться. Меня заинтересовало имя АНТОН. Оказалось, что речь идет об Антоне Алферове, чьи модели можно не только демонстрировать с подиумов, но и с успехом носить (для чего и предназначена любая одежда). Вам самим стоит на это взглянуть. И сравнить с чем-нибудь, например с творениями Славы Зайцева (см. там же).

Откровенно говоря, русские модели и модельеры (с точки зрения обитателя Торонто или Бостона) уже давно перешли из разряда приготовашек в категорию весьма серьезных конкурентов матерых волков своего дела из Старого и Нового Света. Живанши и Диор с успехом пользуются услугами

Продолжение на 8 странице

В номере:

Графика в Интернете стр. 3

Собаки, математика и Паганини стр. 4

Ссылки, HTML, URL стр. 7

Взрослые дети стр. 8

20 млн американцев считают сеть Internet незаменимой

По оценкам, приведенным в бюллетене Internet Index#19, во втором квартале 1997 г. в сеть Internet было вложено 561,5 млн дол. венчурного капитала, полученных 111 компаниями. 20 млн американцев считают сеть Internet незаменимой. В отчете прогнозируется, что к 2000 г. 41% объема электронной торговли будет приходиться на продажу билетов на транспорт. По оценкам, количество сообщений электронной почты, которые будут посланы в 2000 г., составит 6,9 трлн, причем бизнес-пользователи проведут в онлайн-режиме на 65% времени больше, чем домашние пользователи.

Источник: NUA Internet Surveys

Siemens представляет сервер для передачи речи по IP-сетям

Компания Siemens Business Communication Systems анонсировала сервер для Internet-телефонии под названием Hicom Xpress Telephony Internet Server (TIS). По заявлению производителя, эта серверная технология позволяет конечным пользователям отправлять в реальном времени голосовые и факс-сообщения по корпоративным интрасетям или Internet.

С помощью TIS можно направлять факсы и голосовые сообщения из частных АТС в IP-сеть.

Представители Siemens также сообщили о предстоящей реализации передачи сообщений в реальном времени с телефона на телефон, в факса на факс, с ПК на телефон и наоборот, а также с компьютера на компьютер по инфраструктуре Internet и интрасетей.

Сервер Siemens Hicom Xpress TIS может обрабатывать до 46 звонков одновременно. Его поставки планируется начать в марте 1998 г. по цене от 22 850 дол. за систему с 12 голосовыми портами до 71 350 дол. за систему с 46 голосовыми и 28 факс-портами.

Источник: Newsbytes

Netscape и Microsoft выпускают новые браузеры

За день до официального анонсирования корпорацией Microsoft браузера Internet Explorer 4.0 компания Netscape представила новый пользовательский интерфейс Aurora из своего пакета коммуникационного ПО Communicator. По сообщению представителей Netscape, ПО Aurora будет тесно интегрировано с такими ОС как Windows 3.1 и Windows 95, а также с будущими версиями Windows, с рядом Unix-платформ и Mac OS.

Исполнительный директор Netscape Джеймс Барксдейл (James Barksdale) заявил, что новый браузер Internet Explorer 4.0 "труден в работе и сбивает с толку пользователей". Он предупредил, что его интеграция с Windows 98 может привести к опасным последствиям, а именно к перегрузке и сбоям в работе всей системы.

Источник: Edupage

Microsoft нагоняет Netscape - исследование рынка Web-браузеров

Недавнее исследование рынка, проведенное компанией Zona Research, показало, что доля Web-браузера Microsoft Internet Explorer (MSIE) продолжает расти, а браузер Netscape Navigator постепенно сдает свои позиции.

Сотрудники Zona Research провели опрос 279 компаний. Оказалось, что 36% из них в качестве основного используют браузер MSIE, а 62% - Netscape Navigator. Тогда как восемь месяцев назад MSIE занимал всего лишь 3% рынка, а Navigator - 74%. Доля браузеров остальных производителей тогда составляла 23%, а теперь - только 2%.

Итак, можно сказать, что на рынке браузеров остались только 2 игрока - Microsoft и Netscape, и рост доли Microsoft будет в дальнейшем происходить только за счет Netscape.

Источник: Newsbytes

Compaq начинает сборку настольных ПК на заказ

Компания Compaq Computer планирует начать выпуск четырех новых моделей компьютеров, предназначенных для корпоративного рынка.

Три месяца назад в Compaq было принято решение о начале сборки компьютеров на заказ, чтобы достойно конкурировать с компаниями, специализирующимися на прямых продажах, таких как, например Dell Computer. Теперь на заказ будет выпускаться целая линия бизнес-компьютеров Deskpro.

Новые ПК будут более мощными и гибкими по сравнению со своими предшественниками, они будут комплектоваться процессорами Intel Pentium II и новыми усовершенствованными графическими платами. Предполагается выпустить 3 модели - Deskpro 2000, 4000 и 6000 - с процессорами Pentium II с тактовыми частотами 233, 266 и 300 МГц, соответственно. На компьютеры будет предустанавливаться ОС Microsoft Windows NT Workstation 4.0. Минимальная цена модели Deskpro 2000 - 1739 дол., модели 4000 - 1849 дол., а компьютера Deskpro 6000 - 2399 дол.

Четвертая модель Deskpro 4000S предназначена для так называемого сектора сетевых компьютеров NetPC. Ее минимальная цена - 1099 дол. Эти компьютеры оснащаются процессорами Pentium MMX и имеют более компактный корпус, по сравнению с обычными машинами от Compaq.

Источник: NewsHub

Intel демонстрирует 350 МГц Pentium

Конференция Intel Developer Forum началась с демонстрации фрагмента из фильма "Маска" на машине, оснащенной 350 МГц микропроцессором Pentium II и 100 МГц шиной связи процессора с памятью SDRAM. Обе новые технологии были продемонстрированы в действии впервые.

Источник: NewsHub

Автоматическая проверка на вирусы открываемых документов для Microsoft Word

На выставке SoftTool'97 ЗАО "ДиалогНаука" впервые представило новую антивирусную программу Пристав. В настоящее время вышла уже версия 0.03beta, которая распространяется свободно (при условии сохранения целостности дистрибутива). Она является beta-версией и это означает, что она предназначена только для тестирования и ознакомления с функциональными возможностями. Несмотря на тестирование, проведенное разработчиками и специалистами АО "ДиалогНаука", при работе данной программы могут обнаружиться особенности, связанные с конфигурацией компьютера и установленного программного обеспечения.

Срок действия версии - 1 месяц со дня выхода.

Антивирусная программа Пристав предназначена для предотвращения заражения среды Microsoft Word и файлов макрокомандными вирусами, часто неточно называемыми макровирусами. Текущая версия рассчитана на русскоязычные версии Microsoft Word 6.0 и выше.

Защитный механизм Пристава основан на внедрении в программную среду Microsoft Word специальных модулей, которые осуществляют проверку всех загружаемых файлов на наличие в них макрокомандных вирусов до передачи управления макрокомандам, которые могут присутствовать в файлах Microsoft Word. Если в загружаемом файле будет обнаружен вирус, то его загрузка не производится, а

Пользователю выдается соответствующее сообщение. Таким образом, даже если в загружаемом файле и присутствует вирус, то его дальнейшее распространение блокируется.

Собственно проверка файла осуществляется полифагом Doctor Web, который должен быть установлен на компьютере до установки Пристава. Уровень защиты целиком определяется способностью полифага выявлять в проверяемых файлах наличие макрокомандных вирусов. Для этой цели рекомендуется версия Doctor Web не ниже 3.22, так как именно этот полифаг не только обладает способностью определять известные вирусы, но и содержит механизм эвристического анализа, позволяющий выявлять новые, ранее неизвестные вирусы.

После установки Пристава в Word добавляется меню "Защита", кнопка запуска Doctor Web (первая кнопка с красным крестом), а также изменяется вид кнопки загрузки документа (на ней появляется фон в виде красного креста).

При установленном Приставе технология работы пользователя с Word не претерпевает существенных изменений. Но загрузка файла сопровождается его предварительной проверкой при помощи Doctor Web. Если Doctor Web определяет наличие вируса или подозревает его наличие, то пользователю выдается диагностическое сообщение, а загрузка файла не производится.

Источник: InfoArt News Service

Пара советов начинающему Web-мастеру

В последнее время появилась еще одна категория пользователей, обрашающихся к графическим редакторам. Это те, кто в силу служебных обязанностей или просто ради своего удовольствия изготавливает Web-страницы.

Разумеется, проблему не решить парочкой публикаций. Компьютерная графика вообще бесконечная тема, а применительно к Web она обрастает массой дополнительных тонкостей, с которыми не сталкиваются, например, дизайнеры по рекламе. Было бы непорочно пройти мимо столь насыщенных и интересных вещей. Вот я и решил для начала поговорить о двух приемах, важных с точки зрения украшения Web-страниц.

С помощью растровой графики авторы Web-документов не только дополняют их текст иллюстрациями, но и придают привлекательность самому "бланку" страницы. Графически выполняются логотипы, разделяющие текст линейки и маркированные списки, названия и заголовки, а также элементы управления, позволяющие переходить с одной страницы на другую, - кнопки, меню и карты переходов.

Глубокая интеграция графических элементов в текст подразумевает использование более выразительных форм, чем прямоугольные. Конечно, на "технологическом" уровне все картинки в Web-документе занимают прямоугольные области, но читатель этого обычно не видит. Эффект достигается за счет либо абсолютного совпадения фона картинки и Web-страницы, либо создания в изображении прозрачных участков. На этом я и хочу остановиться.

В Web-документы сегодня встраиваются растровые картинки в основном двух форматов - GIF и JPEG. В обоих случаях используются эффективные алгоритмы сжатия, что и обеспечивает им широкое распространение с учетом невысокой скорости передачи данных по Интернет. Причем если формат JPEG отличается сильным сжатием и выгоден для размещения в Web больших иллюстраций, то GIF предоставляет более богатые изобразительные возможности, включая прозрачность и даже анимацию.

В графическом редакторе Adobe Photoshop имеются средства для записи как JPEG-, так и GIF-файлов. А с учетом его богатейших возможностей и удобства работы он вполне может претендовать на роль основного графического инструмента Web-мастера. Чтобы вы сами убедились в этом, предлагаю посмотреть, как можно в Adobe Photoshop создать картинки с прозрачными участками.

Полупрозрачность и мягкие контуры

Этот эффект может показаться вам сложным в реализации, но зато он более выразительный, так как помогает придать Web-странице объем. Для примера создания мягкой тени подготвим простенькую Web-страничку, посвященную бабочкам. Естественно, что на ней будет изображено это красивое насекомое, причем стоит попробовать создать иллюзию объема. Пусть бабочка присядет на страничку, как в солнечный день на стену дома, готовая сорваться и улететь при первой же опасности.

Объем плоской странице можно придать только с помощью теней. У меня под рукой оказалась фотография бабочки с компакт-диска фотографирующей с Adobe компании Corel. Разумеется, бабочка снята на фоне зеленой травы. Для использования этой картинки на Web-странице трава не нужна, поэтому стоит начать с ее удаления. Чтобы удалить часть изображения, необходимо построить маску, которая защитит от удаления полезные части картинки, или, что то же самое, выделить (select) ненужное.

Облегчить построение маски для такой картинки, как выбранная для примера, можно, если использовать тот факт, что на фотографии бабочка, на крыльях которой преобладают желтые и красные тона, сидит на зеленой траве. Существенная разница в цветах полезной и ненужной частей снимка подталкивает к мысли о выборе части изображения по цветовому ключу -

функции Select/Color Range.

В окне выбора по цвету предлагается манипулировать пипетками (задающей исходный цвет, добавляющей и вычитающей цвета) и регулятором разброса Fuzziness, который определяет диапазон включаемых в маску оттенков выбранного пипеткой цвета. Учтите, что действие команды Color Range распространяется на всю картинку, то есть в маску включается помеченный пипеткой цвет со всего изображения, а не только в том месте, где вы ею ткнули. Кроме того, в создании маски принимают участие все видимые в настоящий момент слои, то есть цвет собирается с той картинки, что вы видите в окне редактора, а не только с активного слоя.

Эти особенности Color Range часто ставят в тупик новичков, которые никак не могут отделить, щелкая пипетками, ненужную часть изображения, так как все время задевают и полезные пиксели. Напомню, что маска, если мы не хотим получить полупрозрачные области, должна состоять только из белого и черного цветов. А в окне просмотра все время присутствует серый. Между тем если применение выбора по цвету оправданно, то есть цвета в отрезаемой части картинки сильно отличаются от тех, которые останутся, можно без особых проблем получить идеальную маску.

Чтобы выбрать на фотографии с бабочкой фон, предстоит собирать пипеткой зеленые тона. Сначала надо задать солидный разброс оттенков, примерно 100 из 200 возможных. Взяв в левую из трех пипеток средней по интенсивности зеленый цвет с фотографии, переключаемся на добавляющую пипетку (средняя, помеченная плюсом) и вводим в маску еще один цвет. Цвет удобнее брать не с фотографии, а в окне просмотра. Если белый цвет с фона перекинется на бабочку, пора уменьшить разброс раза в два-три и продолжить добавление цветов. Последовательно уменьшая разброс (вплоть до нуля), получаем практически идеальную маску.

Замечу, что моя фотография бабочки не самый легкий для Color Range случай. Дело в том, что как на траве есть близкие к желтому тона, так и на крыльях бабочки можно найти почти зеленые оттенки.

После нажатия кнопки "OK" в окне редактора появляются выделенные участки. Разумеется, маска не идеальна и ее придется подправить. Переходим в режим Quick Mask, нажав клавишу [Q], берем из палитры инструментов карандаш. Белым убираем пропущенные пиксели фона и черным дорисовываем края крыльев бабочки, ее усики и те места на крыльях, которые все-таки оказались включенными в цветовую маску. Подправив маску, возвращаемся в обычный режим редактирования, снова нажав клавишу [Q].

Теперь надо переименовать слой Background. Поскольку фотография была взята мной из файла формата TIFF, который не предусматривает слоев, в палитре Layers присутствует только слой Background, возможности работы с которым ограничены. Дважды щелкнув мышкой в палитре слоев по слою Background, даю ему новое имя - Butterfly.

Чтобы осталась одна бабочка, а остальная часть изображения стала прозрачной, надо просто удалить выделенные пиксели, тривиально нажав клавишу [Del]. Разметка нам больше не нужна, так что ее можно сбросить клавишами [Ctrl]+[D]. Освобожденную от травы бабочку скопируем на новый слой, перетянув мышкой в палитре Layers слой Butterfly на кнопку создания нового слоя. Нижний из двух получившихся слоев понадобится для тени.

Легче всего закрасить бабочку черным цветом, если воспользоваться для этого черным карандашом большого размера. Чтобы не повредить прозрачную часть слоя, на время закрашивания надо установить в палитре Layers флажок Preserve Transparency. В этом режиме Photoshop не даст модифицировать прозрачные пиксели активного слоя.

Чтобы черный отпечаток бабочки на

нижнем слое превратил в похожую на настоящую тень, надо размыть его контур. Воспользуемся для этого фильтром Gaussian Blur, радиус растушевки надо подбирать, исходя из разрешения картинки. В случае с бабочкой желательнее оставить различимой тень от ее усиков. Обычно, кстати, ориентироваться при растушевке тени стоит именно на тонкие детали изображения, следы, чтобы они не пропали.

Не удивляйтесь, если фильтр Gaussian Blur никак не действует на картинку. Это значит, что вы просто-напросто забыли выключить режим Preserve Transparency.

Растушеванную тень следует сдвинуть относительно изображения бабочки на верхнем слое (Butterfly copy) вниз и немного вправо. Чтобы было легче ориентироваться, включите видимость верхнего слоя. Не отодвигайте тень слишком сильно, ведь бабочка у нас сидит на страничке, а не улетает с нее. Последняя операция при создании тени - подбор ее плотности регулятором Opacity в палитре Layers.

Картинка для Web-страницы готова, пора записать ее в формате GIF, сохраняя прозрачность.

В меню File выбираем команду Export/GIF89a Export. На экране появится окно под названием GIF89a Export Options. В нем обязательно надо указать цвет фона разрабатываемой Web-страницы. Почему? Дело в том, что формат GIF не предусматривает полупрозрачность пикселей. Пиксели могут быть или совсем прозрачными, или непрозрачными. Photoshop имитирует мягкие контуры тени, подкладывая под нее фон задаваемого пользователем цвета. Если вы еще не определились окончательно с цветом фона Web-страницы, рекомендую сохранить картинку в формате Photoshop, тогда вы впоследствии сможете экспортировать ее в GIF еще раз.

Задав цвет фона, посмотрите на результаты работы. Нажмите для этого кнопку Preview. Если все в порядке, записывайте GIF-файл и подключайте его к Web-документу.

Полная прозрачность и четкие контуры

Одна из особенностей формата GIF состоит в том, что он рассчитан на глубину цвета до 8 бит, то есть всего на 256 цветов в палитре. Кстати, чем меньше цветов окажется в вашей картинке и, соответственно, в прилагаемой к ней палитре, тем компактнее будет файл и тем быстрее будет загружаться в Web-браузер.

Цветовая модель, содержащая до 256 цветов, в Photoshop, как и в других профессиональных графических редакторах, называется индексированной (Index), поскольку каждый цвет в ней задается порядковым номером в палитре. Во втором примере мы воспользуемся изображением именно такого типа, чтобы посмотреть, как в нем можно задать прозрачность.

Для страницы о бабочках у нас пока нет красивого заголовка. Предположим, что его удалось найти в каком-то журнале и сосканировать. С таким же успехом заголовок можно построить и в самом Photoshop, но рассказ о работе в нем с текстом и шрифтами угрожает увести далеко от основной темы, так что пусть название страницы попадет к нам в уже готовом виде.

Однако в сосканированной картинке нет прозрачности, ведь сканеры ее не понимают. Зато есть фон, предположим, черный. Таким образом, нам надо для размещения этой картинки на Web-странице сделать черный фон прозрачным. Задача исключительно простая.

Открыв файл со словом "бабочки" в Photoshop, возьмем из палитры инструментов волшебную палочку и выделим с ее помощью те области в нем, которые должны будут стать прозрачными. Если фон у нас ровный, в палитре Magic Wand Options можно установить минимальный допуск (Tolerance), то есть равный нулю. Тогда выделенная область не заденет края букв.

Выделенную область придется собирать по частям. Сначала укажем вол-

шебной палочкой на фон вокруг текста, а затем, удерживая нажатой клавишу [Shift], будем добавлять к ней участки фона внутри букв, не размеченные сразу.

Хотите узнать, почему нельзя воспользоваться той же функцией построения маски по цветовому ключу, что в прошлом примере? Кажется, что случай более чем подходящий? Вовсе не так. Обратите внимание, что черный цвет кроме фона присутствует и в самих буквах. Поэтому и предлагаю при разметке букв воспользоваться волшебной палочкой. Кстати, мной выбран типичный случай, так что при работе с текстами в растровой графике вам чаще всего придется работать именно этим инструментом.

Разметив весь фон, инвертируйте выбранную область. В файле GIF должны будут остаться буквы, а не фон, поэтому и маска обязана выделять их. Чтобы инвертировать маску, можно вызвать через меню команду Select/Inverse или нажать на клавиатуре комбинацию [Ctrl]+[Shift]+[I].

Думаю, что вы запомните эти клавиши, так как к инвертированию маски приходится прибегать очень часто.

Далее маску надо записать в новый канал. Это команда Save Selection из меню Select. Пользоваться ею просто - в окне диалога надо оставить все, как есть, и просто нажать кнопку "OK". Канал, в котором будет записана маска, получит имя #2.

После сохранения маску можно сбросить клавишами [Ctrl]+[D]. Она больше не понадобится, будет только мешать. Перед тем как приступить к записи картинки в файл формата GIF, стоит еще раз убедиться, что он преобразован к цветовой индексированной модели. Да, все в порядке.

Через меню File вызываем команду Export/GIF89a Export. Перед нами другой сценарий диалога. В первом случае мы имели дело с файлом цветовой RGB-модели, в котором прозрачность была задана в самом деле прозрачными пикселями. Тогда Photoshop предложил подсказать только цвет будущего фона для полупрозрачных пикселей. И все. Теперь придется иметь дело и с другими параметрами.

Прозрачность в картинке можно задать по цветовому ключу, примерно как в функции Color Range. Только цвет выбирается без допуска. Делается это пипеткой: плюс рядом с ней указывает, что идет суммирование цветов, которые станут прозрачными.

На первой картинке с окном GIF89a Export Options вы видите, что было бы, если сделать черный цвет прозрачным (прозрачные области помечены серым). Внутри букв пропала бы черная окантовка.

Но мы пойдем другим путем. В списке Transparency From выбираем добавленный раньше канал с маской для надписи, то есть канал #2. Теперь другое дело. Черный фон вокруг букв помечен как прозрачная область, но сами буквы остались без изменений. Можно записывать заголовок в GIF-файл.

Как выглядит Web-страница с только что созданными картинками с прозрачными и полупрозрачными участками, показано на последнем экране. Помоему, все как и планировалось.

Конечно, разработка графики для Web - процесс более сложный. Мы сегодня рассмотрели только два случая, касающиеся базовых операций с прозрачностью при создании в Photoshop картинок для Web-документов. И дело не только в дизайне и разработке стиля. Это само собой. Но есть еще масса специфических тонкостей, с которыми приходится сталкиваться именно при работе с графикой на Web-страницах.

Это и оптимизация объемов файлов при минимальных потерях в качестве, и подбор палитр, которые будут правильно воспроизведены на любом компьютере, и работа с картинками очень малого размера, когда приходится манипулировать чуть ли не отдельными пикселями.

Впрочем, оставим все это на потом, будет о чем потолковать.

Ваша собака

В отличие от человека, собака совершенно не считает зазорным открыто демонстрировать свою любовь и привязанность к хозяину без каких-либо предварительных условий или обязательств. Многие педиатры советуют родителям завести своему ребенку собаку. Заботясь и ухаживая за ней, маленький человек значительно лучше сможет адаптироваться к жизни и вероятнее всего вырастет добрым, терпеливым, чутким и заботливым.



Уход за домашним животным требует массы самых различных качеств и навыков. Какую породу выбрать и как это сделать хотя бы более или менее квалифицировано? Чем та или иная порода отличается и для каких условий содержания подходит? Что едят собаки и как готовить им пищу? Как их лечить от разных хворей? Отсутствие ответов на эти и другие вопросы часто вызывают нежелание обзаводиться псом из боязни сделать что-либо не так. С появлением в свободной продаже мультимедиа энциклопедии "ВАША СОБАКА", подготовленной фирмой из Киева S.Y.Soft, такой проблемы больше не существует.

"ВАША СОБАКА" представляет собой богато иллюстрированное и насыщенное пособие по уходу за своим четвероногим другом. Причем разговор начинается с обширного каталога существующих пород. В энциклопедии их описано целых сто шестьдесят пять видов! Описания многих пород сопровождаются краткими видео-роликами приличного качества. Имея перед глазами столь обширную информацию, выбрать собаку по душе не составляет никакого труда.

Кроме общего описания существующих пород, "ВАША СОБАКА" уделяет большое внимание вопросу питания каждой из них. Это только на первый взгляд кажется, что кормление четвероногого друга — вопрос простой и понятный. На самом деле большая часть заболеваний у животных связана как раз с неправильным питанием. Как избежать досадных недоразумений, как обеспечить своему питомцу сбалансированное питание, полный рацион и в то же время не закормить его, не нанести ему вред, и рассказывается в энциклопедии.

Не менее подробно "ВАША СОБАКА" рассматривает вопросы ухода за животным, его мытья, расчесывания и выгуливания. По этому поводу дается множество полезных практических рекомендаций, сведенных в единую стройную систему мер по обеспечению собаке счастливой и здоровой жизни.

Много внимания в энциклопедии уделяется проблеме собачьих болезней и способов их лечения. На самом деле животные болеют не менее часто, чем люди, а перечень их заболеваний часто пересекается с людским. Как помочь своему питомцу, как самому избежать заражения — ответ на эти и другие вопросы находится в разделах "Забота о здоровье" и "Болезни собак".

В последнем разделе "Дрессировка" даются чрезвычайно полезные советы по данной проблеме.

С каждым годом персональный компьютер рушит все больше и больше всяческих стереотипов. Одним из них является широко распространенное мнение: всему научит только школа. Мол, там и дипломированные специалисты, и учебные пособия, и научно обоснованные методики. Правда, к столь оптимистичным и неоспоримым плюсам добавляется некоторое количество минусов. Тяжелая нагрузка на ребенка. Большое количество занятий и гигантский объем учебного материала. Слишком резкий переход от льготных условий детского сада к жесткому распорядку школы. Вот бы самые азы знаний привить ребенку слегка пораньше. Года в три-четыре. Когда он, словно губка, впитывает в себя новые знания без каких-либо усилий, в процессе игр и развлечений. Да только как это сделать?

Для того, чтобы помочь родителям, обеспокоенным судьбой своего ребенка, и была создана обучающая энциклопедия "УРОКИ МАТЕМАТИКИ". Ее автор — фирма "ЗАРЕАЛЬЕ", специализирующаяся на обучающих и воспитательных программах для детей от трех до семи лет. В данном случае курс рассчитан на обучение малышей трех-пяти лет азам математики и привитие им навыков общения с компьютером.

Учебный курс включает в себя простое наглядное интерактивное

пособие по интерфейсу игры. Этот интерфейс, хотя и упрощен для удобства детского восприятия, тем не менее полностью соответствует принципам взаимодействия с интерфейсом Windows, что обеспечивает обучение детей младшего возраста работе с компьютером практически без помощи взрослых. Непосредственно сразу после запуска "УРОКОВ МАТЕМАТИКИ" компьютер полностью берет на себя все функции обучения и развлечения ребенка.

Данное пособие охватывает тему математики, начиная с понятий "цифра" и "число" и заканчивая простыми арифметическими действиями сложения, вычитания, деления и умножения. Курс разбит на двадцать уроков длительностью в семь-пятнадцать минут каждый. Сам урок представляет собой смесь игры, сказки и лекции на какую-либо тему. Используя простые при-

Уроки математики



сопровожденные наглядными картинками в мультипликационном стиле, энциклопедия "УРОКИ МАТЕМАТИКИ" объясняет ребенку значение каждого понятия. Урок сопровождается музыкальными вставками и голосами профессиональных актеров и дикторов детских радиопередач. Голоса часто меняются, озвучивание часто переключается с обычного текста на стихи или сказки. Правильные действия и положительные ответы сопровождаются радостными мотивами, что привлекает внимание ребенка и стимулирует желание продолжать дальше.

Отличительной чертой учебного интерактивного курса "УРОКИ МАТЕМАТИКИ" является его полная автономность. Все подсказки, кнопки, комментарии и рекомендации озвучены. Таким образом, курсом может пользоваться даже ребенок,

еще не умеющий хорошо говорить. Кроме того, подобная организация уроков не требует постоянного присутствия взрослых, что не может не повысить самостоятельность обучаемого и его чувства уверенности в себе.

По своей организации "УРОКИ МАТЕМАТИКИ" позволяют обучать несколько детей по одному компактному. Курс сохраняет информацию о каждом обучаемом и способен продолжить занятия с того места, где они были прерваны в прошлый раз. В тоже время, организация программы позволяет в любой момент вернуться в любое место курса и повторить как интересующую часть, так и весь цикл целиком.

Организация занятий делает большой упор на слуховое восприятие подаваемого материала, что также способствует развитию ребенка. Да и вообще, в "УРОКАХ МАТЕМАТИКИ" практически ничего, кроме цифр, читать не надо. Персональный компьютер либо говорит, либо показывает интуитивно понятные картинки. Вместе с тем подача картинок, их реакция на действия ребенка тренируют усидчивость и внимательность, что так необходимо детям в процессе их дальнейшего обучения.

(Интересно, когда же и у нас появятся такие компакт-диски на грузинском языке?)

Никколо Паганини, жизнь и творчество

Как это ни печально, но классическое искусство и его история все больше и больше отдаляются от нынешней жизни. Приобретая образ божественности, классика превращается во что-то отвлеченное, и местами даже бессмысленное. Особенно в нашей стране, где старшее поколение больше предпочитает произведения тридцатых-шестидесятых годов, а молодежь отрицает все, кроме самого последнего вздоха массовой моды. В таких условиях инициатива создания мультимедийной энциклопедии "НИККОЛО ПАГАНИНИ, ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО" выглядит более чем революционным начинанием.

По замыслу авторов эта энциклопедия должна позволить самому широкому кругу людей близко познакомиться с жизнью и творчеством одного из выдающихся композиторов за всю историю Земли — Никколо Паганини.

"НИККОЛО ПАГАНИНИ, ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО" представляет собой причудливую смесь библиографии и истории музыки. Двадцать произведений маэстро позволяют составить собственное мнение о творчестве композитора. Развернутая историческая лекция подробно знакомит пользователя со всеми более или менее изученными событиями из жизни Паганини. А жизнь этого замечательного человека не была длинной (1782 — 1840) и не отличалась скукой и обыденностью.

Кроме обычных исторических фактов, "НИККОЛО ПАГАНИНИ, ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО" содержит и несколько неформальные повествования об этом человеке. Как и любая другая выдающаяся личность, Никколо Паганини отличался увлеченностью натуры и крайней экспрессивностью характера. Естественно, такие черты характера мало способствовали тихой и скучной жизни. С кем только не сталкивалась судьба Паганини в эпоху Золотого Века Европы. Бетховен и Берлиоз. Россини и Каприччо, Гете и Гварнери. Между прочим, энциклопедия содержит объемистые справки и на этих людей. Собственно, "НИККОЛО ПАГАНИНИ, ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО" является прекрасным описанием эпохи конца восемнадцатого — начала девятнадцатого века с точки зрения Паганини и людей, с которыми он общался.

Жизнь Никколо Паганини была окутана множеством легенд, слухов и тайн. Некоторые из них представлены в энциклопедии. Например, знаменитое противостояние со Стендалем (автора нашумевшего романа "Красное и черное"). Стендаль считал Паганини самым великим мошенником всех времен и народов. Так как сам Стендаль был человеком далеко не последним в европейских модных салонах, то обычная склока двух одаренных людей превратилась в достояние истории и попала в список историй диска "НИККОЛО ПАГАНИНИ, ЖИЗНЬ И ТВОРЧЕСТВО".

Данная мультимедиа энциклопедия открывает целую серию "Введение в Мир Искусства", задача которой — представить эпоху и ее достижения в лицах, звуках и образах.



Что такое ССЫЛКА и с чем ее едят

Как известно, любой сервер, любая страница во Всемирной Паутине имеет свой уникальный адрес. Как и в почтовом деле, он необходим для точной идентификации конкретного места в киберпространстве. В компьютерном мире адрес называется URL (в переводе с английского - универсальный локатор ресурсов) и служит четкой инструкцией к немедленному исполнению. Этим-то и отличается Интернет от всего, что каким-либо образом служит для передачи информации.

Сам по себе адрес - не более чем набор букв и цифр. Но, будучи записанным определенным образом в специально отведенном месте описания страницы на языке HTML, он служит переходом между тем местом, где его написали, и местом ресурса, по этому адресу расположенного. Как раз именно по этой причине зачастую многие люди не вдаются в такие тонкости и называют адрес ссылкой (search). Вот к этому вопросу мы и приступим.

Насколько нам известно, ссылки можно разделить на две большие группы по типу обращения. Если ссылка указывает на какое-либо место вне документа, на котором написана, то она называется ссылкой. Но если в результате выполнения перехода вы оказываетесь в этом же документе, то такая ссылка уже носит название цель (target). По принципу действия и search и target совершенно идентичны, хотя описываются разными тегами.

В языке HTML ссылка задается так:
`<A HREF="URL"></A>`,

где URL - это какой-либо конкретный адрес, к примеру `www.chat.ru` или `www.yahoo.com`.

Например:

`<a href="http://www.yahoo.com"></a>`.

Однако сама по себе ссылка вряд ли окажется хоть сколько-нибудь полезной, ибо, как мы уже говорили, сами таги браузером на экран не выводятся. Таким образом, наш пример слишком уж теоретический. Как идеальная жидкость или абсолютно черное тело. На практике необходимо создать хоть какую-нибудь табличку или указатель, иначе знать о красоте и насыщенности вашей страницы будете только вы сами. Остальные просто ничего не поймут. Может, и есть что-нибудь по ту сторону фона, а может, и нет. Для облегчения поиска ссылку лучше всего назначать какому-нибудь видимому объекту: букве, слову или соответствующей картинке.

К примеру, наберем слово "переход" и попробуем сделать так, чтобы "клик" по нему привел к переходу на другую страницу. Исходный текст выглядит следующим образом:

```
<UL>
< CENTER > < LI > <
HREF="www.infoart.ru"><FONT
COLOR="#000040">переход:</FONT>
</A></LI></CENTER>
</UL>
```

Разберем сию абракадабру поинтереснее. Как видно из примера, к простому описанию ссылки на URL-адрес `www.infoart.ru` справа добавлено описание цвета шрифта и набор какого-то бреда. Начнем с конца. Флажком `FONT COLOR` задаем цвет ссылки, чтобы она выделялась из окружающего текста не только подчеркиванием, что делается по умолчанию, но и контрастным цветом. Опять же по умолчанию любой редактор устанавливает цвет ссылки как `#000040`. Это синий. Однако нет ничего постоянного, чего нельзя было бы переменить. Если стиль и общий дизайн вашей страницы совершенно несовместим с таким видом ссылки, то ее цвет вполне можно и даже нужно изменить. В данном случае оформление - дело не главное, поэтому оставим все, как есть. Сочетание описания ссылки (`HREF="www.infoart.ru"`) и описания текста (`<FONT COLOR="#000040">переход:</FONT>`) трактуется браузером как слово "переход", к которому мы при-

соединили ссылку на московский сервер ИнфоАрт. Теперь, если во время просмотра страницы дважды щелкнуть по выделенному синим цветом слову, автоматически осуществится переход на титульную страницу сервера ИнфоАрт (`www.infoart.ru`).

Несмотря на особое значение задействованного слова, с точки зрения браузера оно является таким же объектом, как любой другой. Следовательно, на него также распространяются обычные правила форматирования. Если имеет смысл назначить ссылку на слово или выражение, которое является частью предложения, то форматировать его индивидуально смысла нет. Но во всех остальных случаях ссылка, точнее, объект, которому она назначена, подчиняется таким командам, как `LEFT`, `RIGHT` или `CENTER`.

Кроме того, допускается применение различных стилей. Так, в нашем примере присутствует флажок `<LI>` `</LI>`, который ставит жирную точку перед словом.

Что можно сделать с помощью ссылки? Прежде всего - обеспечить активную связь с другим документом. Например, титульная страница содержит перечень глав интересной интерактивной книги. Каждому пункту перечня соответствует своя страница с содержанием. Следовательно, имеет смысл воспользоваться ссылкой с названием главы на страницу с его содержанием.

Вторым способом применения ссылки является минимизация объема вашей страницы. Предположим, очень нужно опубликовать во Всемирной Паутине просто-таки революционный проект нового коттеджа с массой текста и огромным количеством высококачественных иллюстраций. Если задачу решать "в лоб", то получится очень длинная страница с множеством картинок, равным текстом и одним единственным недостатком. Общий объем такого сайта будет столь велик, что даже вам самому надбест ждать, пока все это хозяйство, наконец, будет загружено по сети. Это при условии, что скорость чтения будет приемлемой и процесс не оборвется в самый неподходящий момент. Что уж тут говорить о посторонних людях, впервые попавших сюда. Значит, результатом огромных трудов окажутся полная безвестность и тотально негативные отзывы.

Избежать подобного конфуза можно. Причем без сколько-нибудь серьезных затрат рабочего времени. Хитрость заключается в том, что в текст основного документа вставляются отдельные заготовленные иллюстрации, но маленького размера и отсканированные в значительно меньшем разрешении. Естественно, в этом случае рассмотреть детали на такой картинке вряд ли удастся, но для этого и существуют ссылки. Можно ведь сразу obavестись двумя одинаковыми изображениями. Одно маленькое, да и по объему небольшое, а второе - самое большое из допустимых монитором со всеми деталями и яркими сочными красками. Свяжите их ссылкой - и все проблемы будут решены. Назначение ссылки иллюстрации выглядит следующим образом:

```
<CENTER><P><A HREF="www.
infoart.ru"><IMG SRC="Animcon.gif"
ALT="Тут будет картинка" HEIGHT=40
WIDTH=40></A></P></CENTER>
```

Как вы сами видите, по структуре конструкция флажка напоминает предыдущую. Только здесь вместо текстовой строки, которой назначена ссылка, присутствует описание самой картинки.

`IMG SRC="Animcon.gif"`

Если графический объект расположен в той же папке, что и сама страница, то достаточно просто указать его имя. В противном случае необходимо указывать полный путь, начиная с текущего диска. Старайтесь этого избегать. Удобно, конечно, создать стройную иерархическую структуру для хранения данных.

Только когда ваш сайт очутится на web-сервере, а вы именно к этому и стремитесь, иначе зачем его вообще создавать, то что-нибудь в путях обязательно изменится, например имя диска, а программа будет наивно полагать, что ничего не случилось и... Если же все будет находиться в одной папке, то никакие переносы с машины на машину не смогут нарушить изящество вашего замысла и красоты его реализации.

Теперь немного об общей этике. Есть золотое правило законченного лентяя: зачем делать что-то сегодня, если это можно сделать завтра. Разные люди относятся к нему по-разному, но в области программирования чаще всего встречаются именно лентяи. Даже самая информативная и самая стильная кнопка имеет смысл только тогда, когда появляется на экране. До этого момента ее просто нет. А какой смысл в пустом месте? Если за кнопкой скрывается переход на какое-либо жутко интересное место, то попасть на него можно будет лишь после того, как кнопка предстанет во всей красе и можно будет, наконец, прочитать, куда, собственно, ведет дорога. А теперь представьте, что этот элемент навигации находится в самом конце длинной страницы с множеством различных прибабасов, занимающих достаточно много места. Вы просто вспомните себя в подобной ситуации - и станет понятно, чего обычно нехватает. Именно пояснения. Простого словосочетания, объясняющего вкратце назначение загружаемой картинки. Это пояснение указывается в поле `"ALT"`:

`ALT="Тут будет картинка"`

Конечно, вместо "тут будет картинка" на реальной странице следует указывать что-нибудь более информативное. Кстати, верхом изящества в Интернет при разработке сайтов считается определение еще и альтернативной картинки. Рассмотрим такой пример:

```
<CENTER><P><IMG SRC=
"Boats.jpg" LOWSRC="Flag.gif"
ALT="Выход" HEIGHT=55
WIDTH=100></P></CENTER>
```

В качестве основного элемента загружается изображение `Boats.jpg`. Предположим, что эта самая подводная лодка снята в разрешении 1024 на 768 при глубине цвета в 64К да еще и размером на три четверти видимой части экрана. Объем - сами понимаете. Грузиться такая иллюстрация будет долго, и все это время ваш сайт будет иметь вид недостроенного и всеми забытого дома. Не слишком эстетично. Для того, чтобы исправить ситуацию, на первое время появляется чисто текстовое пояснение "Выход" (или что-нибудь более подходящее к содержанию вашей работы). Потом загружается элемент, указанный в поле `LOWSRC`. Это может быть та же иллюстрация, но в меньшем разрешении и с меньшим количеством цветов. Благодаря значительно меньшему объему она попадет на экран гораздо быстрее и придаст ему более или менее законченный вид. Ну и в самую последнюю очередь загружается основное изображение, то что указано в поле `IMG SRC`.

Такая конструкция позволяет манипулировать внешним видом страницы в очень широком диапазоне без больших неудобств для тех людей, которые придут на нее посмотреть. С другой стороны, можно "малой кровью" хоть ежедневно менять дизайн страницы за счет замены основной иллюстрации, той, что задается в `IMG SRC`. Далеко не каждый серфер в сети обладает достаточным терпением, чтобы дожидаться окончания чтения бесконечных картинок, и те, кто все же выдержит, каждый раз будут приятно удивлены.

Со ссылками мы разобрались. Однако рассмотренные решения и приемы далеко не всегда приемлемы. Возьмем наиболее типовую для Интернет ситуации. Необходимо создать интерактивный раздел ответов на письма благодарных читателей

вашей страницы. Обычно суть любого вопроса сводится к одному, максимум двум конкретным предложениям. Ответ, естественно, тоже уступает по объему Большой Британской Энциклопедии. Таким образом, и вопрос, и ответ в сумме занимают не более двух-трех коротких абзацев. При решении этой задачи можно пойти стандартным путем: создать для каждого вопроса отдельную страницу и связать ее с помощью ссылки с отдельным титульным листом, на котором будут расположены только сами вопросы.

Несмотря на кажущуюся эффективность приведенного решения, на практике оно зачастую оказывается самым неудобным и медленным. Дело в том, что каждый раз нужно заново описывать всю страницу, задавать фон, ломать голову над единым стилем оформления, дабы сохранить визуальную целостность всей конструкции. А все это требует объема. Так, мало-помалу несколько килобайт текста многократно обрастают всякой необходимой всячиной, от которой нельзя отказаться. По эту сторону клавиатуры такая многосвязанная структура скорее вызовет раздражение, чем поразит виртуозностью замысла. Сидишь и ждешь десять минут при плохой связи ради того, чтобы пробежать за десять секунд пару абзацев и убедиться, что время потрачено зря.

Именно для подобных ситуаций, кроме обычной ссылки, предусмотрен вариант `"TARGET"`. В русскоязычной литературе его иногда называют закладкой по аналогии с обычной бумажкой, заложенной между страниц на интересном месте. По принципу действия `"TARGET"` практически аналогичен такой закладке, но лично мне не совсем нравится показывать на паровоз и называть его пылесосом. Раз уж пишется команда словом `"TARGET"`, значит, так тому и быть, и произносить ее тоже лучше как "target" или "цель".

Указание к переходу по `"TARGET"` описывается следующим образом:

`<a href="#NumberOne"></a>`

Так как по принципу действия `"TARGET"` ничем не отличается от обычной ссылки, то и задается он до боли знакомым образом. С той лишь разницей, что вместо URL-адреса в поле `href` указывается имя таргета. В остальном сия конструкция полностью идентична простой ссылке. Точно также ее следует привязывать к чему-нибудь материальному. Например, к текстовой строке или рисунку. Правда, чаще всего в подобном случае излишние украшения не применяются. По внешнему виду таргет не отличается от ссылки, и обычный человек не может точно сказать, где стоит ссылка, а где таргет.

Остается определить имя таргета. Делается это так:

`<a name="NumberOne"></a>`

Строку описания таргета следует поставить непосредственно перед тем местом документа, которое необходимо продемонстрировать пользователю в ответ на клик по какому-либо специально отведенному месту.

Поскольку сам таргет не несет никакой смысловой нагрузки, то и отображать его чем-то видимым нет никакого смысла. Тут именно тот случай, когда не отображаемость флажков играет на руку.

Собственно говоря, спецификация языка гипертекстовой разметки HTML позволяет еще и комбинировать обычную ссылку и таргет в одном флаконе. Если имя таргета описать не в текущей странице, а в какой-либо другой, то очень даже можно заставить ссылку грузить новую страницу не с самого начала, как это происходит по умолчанию, а с перехода сразу же к месту описания таргета. В этом случае поле `href` следует указать и то, и другое. Сначала URL-адрес, а потом имя конкретного таргета, заданного на той странице, куда указывает адрес.

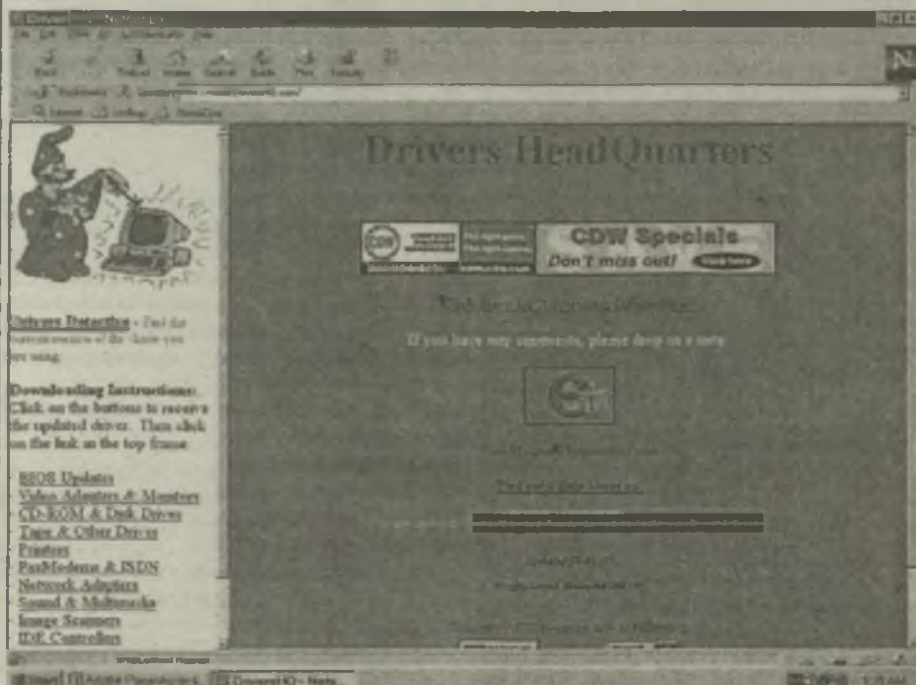
Пока все.

Архивный сервер DriversHQ

<http://www.DriversHQ.com/>

Этот американский узел Интернет содержит обширный перечень драйверов для компьютерных устройств различного назначения. Например, раздел CD-ROM включает тридцать один свежий драйвер к данному типу устройств самых различных семейств. Как поставляемых изготовителями под собственными торговыми знаками, так и продающихся по линии OEM-партнеров. Всего на DriversHQ собрано программное обеспечение по следующим направлениям: апгрэйд-версии BIOS, видеоадаптеры и мониторы, CD-ROM и дисковые накопители, ленточные и прочие накопители, принтеры, модемы и факс-модемы, сетевые адаптеры, звуковые карты и устройства мультимедиа, IDE-контроллеры, SCSI контроллеры, устройства ввода, прочие устройства.

Сервер разработан для обращения по HTTP и практически не дает какого-либо выигрыша от попытки подключиться к нему по другому протоколу.



Сервер Driverzone

<http://www.driverzone.com/>

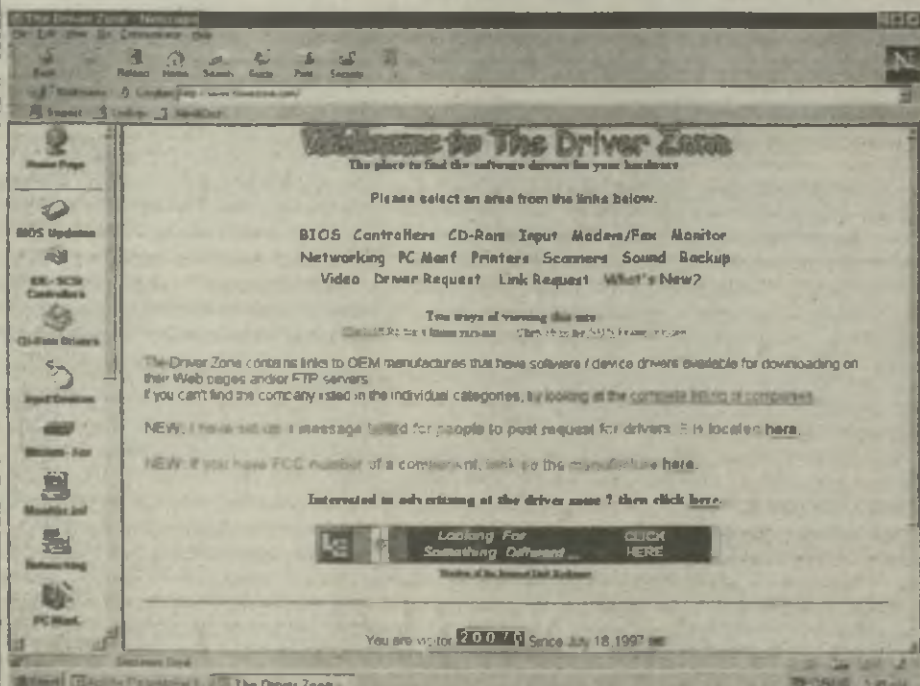
По своему основному назначению сервер DRIVERZONE аналогичен DriversHQ (<http://www.DriversHQ.com/>), но имеет ряд коренных отличий, значительно повышающих ценность данного узла.

Прежде всего разработчики сразу предлагают каждому вошедшему определить дальнейший протокол взаимодействия. Если определенной цели пока нет, то страницы, их содержание и описание содержимого допускается просмотреть по HTTP. Если цель посещения определена, то можно сразу связаться по FTP и скопировать интересующее программное обеспечение значительно быстрее, чем по HTTP.

Во-вторых, в большинстве случаев сервер DRIVERZONE сам не хранит у себя указанные программы. Вошедшему сразу предлагается перейти по ссылке на специализированный узел фирмы-разработчика (если речь идет о продуктах третьих фирм) или непосредственно на страницу предприятия-изготовителя конкретного устройства. Таким образом, DRIVERZONE обеспечивает максимальную оперативность обновления содержимого.

По охвату типов комплектации сервер DRIVERZONE аналогичен DriversHQ. Только перечень DRIVERZONE дополнительно включает подборку драйверов для сканеров и мэйнфреймов.

Кроме того, на DRIVERZONE создана собственная подборка действующих ссылок на другие места в Интернет подобного назначения.



Сервер Quantex

<http://www.quantex.com/>

Содержит техническую информацию о различных моделях жестких дисков ведущих мировых производителей. Поддерживается возможность связаться в on-line со службой технической помощи фирмы Microsoft.

Фактически Quantex является обычным фирменным сервером и предназначен прежде всего для технической поддержки клиентов фирмы и сопровождения ее продукции — персональных компьютеров собственной сборки. Этим и обосновывается некоторая ограниченность номенклатуры описанных устройств. Судя по всему, опубликованный перечень узлов полностью соответствует спецификации комплектующих, применяемых фирмой. Зато вся представленная комплектация описана очень подробно, на уровне фирменных технических паспортов, коими свою продукцию сопровождают сами фирмы-производители.

Quantex содержит следующие, наиболее информативные, разделы.

<http://kb.quantex.com/hddinfo.htm#conneride> — винчестеры (в том числе по адресу <http://kb.quantex.com/hddinst.htm> расположена подробная инструкция из двадцати восьми пунктов по правильной установке жесткого диска в персональный компьютер). Сайт знакомит с полными характеристиками накопителей, как и у самих производителей, только quantex использует продукцию сразу нескольких предприятий, что позволяет увидеть все необходимые данные в одном месте без нужды в долгих путешествиях в Интернет.

<http://kb.quantex.com/moninfo.htm> — мониторы (в основном модели MAG разных типов). На странице описаны модели с диагоналями от четырнадцати до двадцати одного дюйма различных ценовых классов. От простых экономических решений до профессиональных мониторов высокой стоимости и выдающихся характеристик.

<http://kb.quantex.com/vgainfo.htm> — объемная страница видеокарт таких производителей, как ATI, STB, DIAMOND, Matrox и многих других. Имеются фотографии контроллеров и их подробные характеристики.

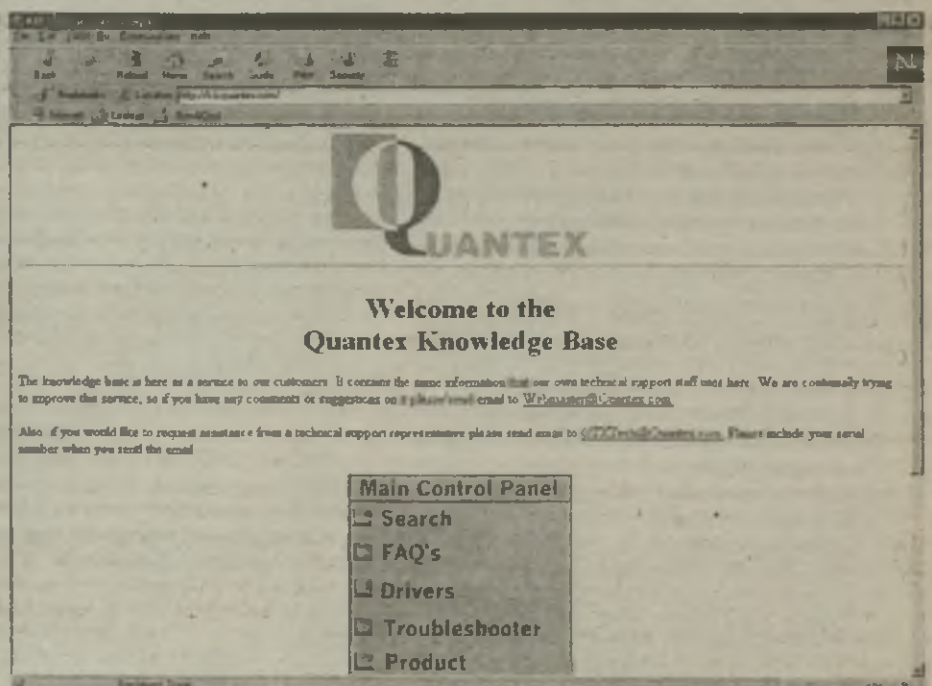
<http://kb.quantex.com/mgoinfo.htm> — магнито-оптика (фирмы Sony). Самая бедная страница с точки зрения содержания по сравнению с общим уровнем этого сервера.

<http://kb.quantex.com/cdrinfo.htm> — приводы CD-ROM со скоростями от двух до шестнадцати. Указаны особенности эксплуатации, наиболее часто встречаемые трудности и способы их решения.

<http://kb.quantex.com/mbdinfo.htm> — материнские платы (в основном модели фирмы Intel).

Quantex оборудован встроенной интерактивной справочно-поисковой системой (<http://kb.quantex.com/search/query.htm>) для оперативного получения ответов на часто встречающиеся вопросы, если они отсутствуют на специализированной странице FAQ <http://kb.quantex.com/Tblshoot/trblmain.htm>. Вообще <http://kb.quantex.com/Tblshoot/trblmain.htm> больше напоминает руководство по борьбе с капризами аппаратного обеспечения. Советы сведены по группам устройств и способу устранения проблем. Просто и информативно.

Для быстрого копирования необходимых драйверов из Сети на собственный компьютер разработчиками сервера подготовлено специализированное место, напоминающее внешним видом и функциями обычную электронную доску объявлений (BBS) <http://kb.quantex.com/bbsqtx.htm>. Принцип навигации также идентичен принятому в BBS и сводится к указанию в имеющемся перечне программ интересующих наименований для группировки их в пакет для последующей передачи.



А почему, собственно?!

30.03.97
30.03.97

Когда ребенок становится взрослым, как-то само собой разумеется, что все игрушки и детские забавы он должен оставить навсегда. Если кто-нибудь нарушает это неписаное правило, то все окружающие ставят наглеца на место. Мол, такой

всяческих зол и своеобразный наркотик. Как говорится - что за зверь и как с ним бороться.

А ведь отнюдь не взрослые придумали игры. Дети их придумали. Дети! Любая игра - это не только развлечение, но и обучение. Способ научиться жить в окружающем мире. Способ понять его. Поэтому-то дети и играют. Играют, пока не вырастут. Смешно, но, кроме десятка примитивных поделок, для деток ВСЯ МИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ компьютерных игр НИЧЕГО не смогла предложить. До недавнего времени. До тех пор, пока на игровое поле не вышли новые игроки. Молодые российские компании, желающие найти (или отвоевать) свое место под солнцем. (Авторы знаменитой игры "КУРТАН" - где вы?)

Одна из них - New Media Generation (NMG). Несмотря на свое англоязычное название, она выпустила в свет игру "Волшебные истории Тутти". Это когда маленькая мохнатая симпатичная зеленая гусеница, будущая очаровательная бабочка, Тутси рассказывает очередную сказку. Точнее, это целый детский сериал, объединяющий много разных детских сказок. Одна из последних серий называется "Али-Баба и сорок разбойников".

Кто это сказал, что компьютерные игры детей обольщают и калечат?! Вы-то сами эти игры видели? Взять хотя бы Али-Бабу от NMG. Это же самая что ни есть развивающая игра. Это и добрая сказка - рисованный мультфильм - о приключениях двух восточных братьев. Это и игрушка, далеко не одна. Любую сцену можно остановить и попробовать поискать спрятанные в

ней секреты. Всякие секреты. Например, как сковородкой ворону огреть. Секретов много, и, с детской точки зрения, они неожиданные и смешные.

А еще в каждом эпизоде таится какая-нибудь простенькая игрушка. Вот зашел, к примеру, Али-Баба в разбойничью пещеру, и хочется ему унести с собой побольше. (А кому в этой ситуации не захочется?) Да вот беда,

в процессе дипломированной воспитательной работы. Это вам не рекомендации Бенджамина Спока в жизнь воплощать. Да и голова не болит по поводу неприятностей. Где дитя? Да вот оно, туточки. Смелой Зейнаб, жене Али-Бабы, коварных разбойников усмирить помогает. Да еще так увлечен, что не оторвать.

На взгляд человека взрослого, опытом умудренного и жизнью



мешок-то с собой всего один, да и тот крохотный. Вот и стоит придумать, как его заполнить с максимальной плотностью. Причем заполнить быстро, ибо разбойникам такое желание вряд ли придется по вкусу. Упаковка материальных ценностей очень напоминает вечно молодой тетрис. Только стилизованный для детского восприятия. Весело и доступно. А еще головой думать заставляет. Исподволь и с юмором.

Так, сами того не замечая, дети учатся. Учатся добру. Учатся не бояться компьютера. Учатся анализировать. Много чему учатся. Причем гораздо быстрее и значительно эффективнее, чем

избалованного, "Али-Баба и сорок разбойников" вообще не достойна даже мимолетного взгляда. Тут нет динамических текстур. Нет трехмерных объектов и графических энжинов. Тут вообще ничего примечательного нет. Все одномерное, совершенно плоское и, практически, схематичное. Так рисуют дети. Овал с палками вместо рук и ног. Круг вместо головы. В очередной "Истории Тутси" рисунки, конечно, более продвинутые, но не намного. Так они же ориентированы на деток, которым меньше шести, а не больше сорока...

NMG все очень здорово сделала. Игра настолько очаровательна, что даже взрослых на некоторое время захватывает. Seriously! Экспериментаторы были! Действует безошибочно. Примерно на пятом-шестом эпизоде взрослый ребенок начинает проявлять некоторое беспокойство (а в игре всего-то шестнадцать эпизодов) и окончательно понимает, что все слишком просто, только по окончании эпизодов восьми-деяти. Вот так. А как в "Али-Бабу" режутся дети, вообще описать невозможно. С визгом. С азартом. С блеском в глазах.

Все это стоит того, чтобы взглянуть самим. Во всяком случае, мы посмотрели, и нам понравилось!

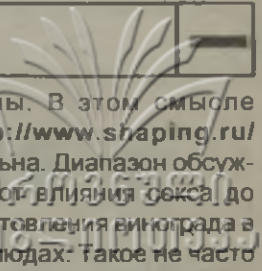


большой, а все еще в игрушки играешь. Позор-то какой! А большому дядям так хотелось просто поиграть.

Вы сами знаете, если чего-то очень-очень хочется, то это обязательно происходит. Дядям хотелось поиграть даже больше, чем просто очень-очень. Вот они и придумали компьютер. Очень взрослую, очень серьезную и очень солидную... игрушку для взрослых. Теперь игра стала гордо именоваться "программированием", "созданием виртуальных миров" и прочими не менее глубокомысленными терминами. Наехать при таком раскладе со старыми претензиями на впадение в детство уже не получится!

Само собой, в электронной персональной игрушке просто не могли не появиться игрушки программные. Те самые компьютерные игры. Но ориентированы они были исключительно на взрослых. Ну не сажать же дитя несмысленное за штурвал истребителя F-18! Тут не очень давно над сибирской тайгой ребенку на пять минут доверили порулить пассажирским аэробусом. В курсе, чем все закончилось? Грохнулся аэробус. И высоты в десять километров ему оказалось мало... А вы говорите...

Так или примерно так рассуждало подавляющее большинство программистов во всех странах мира и с чистой совестью творило всяческие "думы", "кваки" и "крафты". Взрослые игры для взрослых. Дошло до того, что психологи стали мусолить тему компьютерных игр как источника



наших моделей и нехорошими глазами смотрят на многие коллекции наших модельеров. Немало интересного о перипетиях закулисной жизни звезд подиума, о колдобинах и ухабах пути на сияющий Олимп повествуется на личных страницах супермоделей. При этом страницы бывших "наших" девушек гораздо более информативнее, чем аналогичные ресурсы звезд "западных". Загляните на <http://www.russianwebgirls.com/profile/index-r.html>. Это личная страница Оксаны Бабий, уже более трех лет живущей и работающей в Нью-Йорке. Ей 24 года, и она модель. Ее фотографии были опубликованы в журналах "Paper" и "Bride". Она работает с известными агентствами Cunningham (для телерекламы) и с Lure для печатных изданий. В общем, знает, что говорит, а говорит много и интересно. Эдакая история про золушку из украинского Ивано-Франковска, которая нашла свою фею и попала на королевский бал. А там ... чего только нет. И красивого (до ослепления) и не совсем.

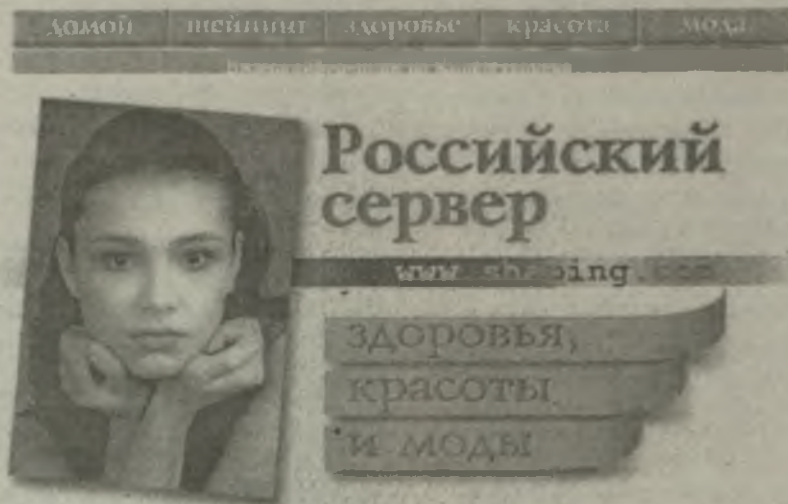
Собственно, уже несколько узкоколовым выглядит понимание моды как некоего набора нарядов, украшений, аксессуаров и рекомендаций по их правильному использованию. Теперь мода, прямо или косвенно, связана и со здоровьем, и со спортом. И с совершенно иным стилем жизни. Более активным. Более изысканным. Таким образом, открывается целый мир со своими, особыми законами. В Большой Сети есть множество интереснейших узлов, повествующих о новых проявлениях этого мира.

Наиболее типичным узлом подобного рода является <http://www.shaping.ru/>, или "Российский сервер здоровья красоты и моды", как авторы сами назвали это место. На нем фанаты идеи здорового образа жизни тратят массу времени, рас-

сказывая, например, о шейпинге и потрясающих результатах, достигнутых с помощью тренировок. С рекомендациями специалистов и фотографиями "до, в процессе и после". Шейпинг - это система физического и духовного совершенствования человека посредством повышения его внешней привлекательности. Благодаря своей эффективности шейпинг получил большую популярность среди совре-

различными методиками правильного питания, использования витаминов и питательных сбалансированных составов. Как в любом сложном деле, "правильная" еда без использования опробованных методик и обоснованных диет просто невозможна. Иначе - недалеко и до гастрита, потом до язвы и упорного труда на благо коммерческих аптек.

Сегодня рынок предлагает широкий ассортимент товаров и услуг.



На нашем сервере



менных женщин. Шейпинг-залы работают в 126 городах мира. Подробнее о шейпинге вы можете прочитать здесь: <http://www.shaping.ru/Shaping/index.html>. А еще познакомьтесь с международной ассоциацией шейпинга, с историей его успеха. Сможете посетить конкурс по шейпингу ("совершенство года") и взглянуть на фотографии известных шейпинг-моделей.

Здоровый образ жизни самым тесным образом переплетается с

Как уберечь себя от тех из них, которые могут создать проблемы для вашего здоровья. Рубрика "Экспертный совет сообщает" (<http://www.shaping.ru/>) дает информацию по некоторым товарам и услугам. Как пользоваться сжигателями жира и можно ли без этого. Косметика ANAVA (Израиль), как и что после нее бывает. Сухие овощи и их влияние на объем талии. Самые разные вопросы простыми словами для всех окружающих. Без латыни и навяз-

чивой рекламы. В этом смысле страница <http://www.shaping.ru/> вообще уникальна. Диапазон обсуждаемых тем - от влияния секса до рецептов приготовления винограда и диетических блюд. Такое не часто встретишь, и уж тем более по-русски.

Если кому-то кажется, что мода - это исключительно женская область интересов, то, смеем заверить, большего заблуждения и найти трудно. Мы уж не говорим о всей Интернет. Достаточно спросить в любой русской поисковой системе - и обширность ответов многих удивит. Сходите хотя бы на страницу журнала "АМАДЕЙ" (<http://www.solo.ru/amadeus/>), а потом расскажите свои впечатления. Интервью с Джимом Курье (помните такого теннисиста). Репортаж с автошоу (<http://www.solo.ru/amadeus/10/34-38/34-38.htm>), а кто сказал, что в понятие "красота" не входят автомобили?

Надеемся, из всего сказанного стало ясно, что Интернет, если и не является модой, сама по себе, то обладает одним поистине уникальным качеством: быть одновременно даже не в двух, и не в трех, а в десятке мест одновременно. На показах модели рассматривать (во всех отношениях) и одновременно листать свежий номер любимого журнала (и какое вам дело до того, что его еще в городе нет), прогуливаться по залам стильных магазинов и первым чувствовать самые свежие дуновения еще только грядущих изменений в направлениях моды. И что самое главное - только Большая Паутина позволяет составить свое собственное представление, а не идти на поводу у профессиональных обозревателей и брюзжащих критиков. Заметьте, без каких-либо трудностей и больших затрат. Полная свобода, господа!



**Проектирование,
изготовление и
монтаж по
индивидуальным
заказам и
каталогам офисной
мебели, в том числе
для компьютеров и
оргтехники**

О.О.О. "ИНТЕРЬЕР"



**Тбилиси,
пр. Церетели, 118
(Центр Выставок)**

**телефон: 34-59-10
34-11-00**



**КомпьютернАЯ
Газета №10'97**

приложение к газете
СВОБОДНАЯ ГРУЗИЯ

Главный редактор:
А. А. СИЛАГАДЗЕ
Редакционная коллегия:
**И. И. СЕРЕДА
Т. Г. АБАШИДЗЕ
Д. Д. ГОРИДЗЕ**

Газета выходит один раз в неделю.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

Адресс редакции:
**380008, Тбилиси,
пр. Руставели, 42
"СГ"+ "КГ"
тел: 93-11-58
факс: 93-17-06
E-mail: com.gazeta@usa.net**

Цена - **30** тетри