Clipping geeft content een tweede en derde leven

13-12-2016 09:51



Clipping

Om content te kunnen hergebruiken moet deze ‘losgeknipt’ worden uit de originele publicatie (clipping). Bekende bestandsformaten voor publicaties, zoals pdf of ePub, zijn niet flexibel genoeg voor alle verschillende nieuwe verschijningsvormen. Daarom moet het eerst vertaald worden naar een mediumneutraal formaat dat wel als basis kan dienen voor alle soorten hergebruik: op het internet, in een app, in een RSS-feed, in een nieuwsbrief, zelfs op papier.



Bij clipping wordt de content dus omgezet naar een mediumneutraal bestandsformaat, maar dat is niet het enige. Er worden allerlei gegevens aan toegevoegd, bijvoorbeeld over de originele opmaak. Harry Puts

(eigenaar van Graphicart eServices): ‘Soms moet de content bij hergebruik zo goed mogelijk lijken op het originele product, maar er zijn ook platforms die hun eigen opmaak gebruiken. Die keuze tussen origineel of eigen, die flexibiliteit, heb je alleen als de gegevens over de opmaak worden meegenomen naar de mediumneutrale opslag. Wij zorgen voor de juiste codering waardoor alle specificaties mogelijk zijn. Vervolgens moet in het stylesheet van de publicatie geregeld worden dat die codering op de juiste manier vertaald wordt naar de opmaak.’

De informatie over de originele opmaak dient echter niet alleen om lezers een vertrouwde look and feel te geven, het zegt ook iets over het belang dat een artikel volgens de redactie heeft: een bericht op de voorpagina met een kop in chocoladeletters is belangrijker dan een kortje op pagina 17. Die informatie kan gebruikt worden om een artikel op de goede plek in een digitaal medium te zetten.

Multichannel bij De Telegraaf

De Telegraaf maakt al jaren gebruik van de clipping-dienst van Graphicart eServices. De krant plaatst al artikelen door sinds de website telegraaf.nl online ging, maar met de komst van de iPhone en later de iPad nam het pas een grote vlucht. In het begin leverden ze de pdf aan die ook naar de drukker ging, tegenwoordig is het XML dat rechtstreeks uit het publicatiesysteem komt. Tim Klein Haneveld (Marketing Director bij De Telegraaf): ‘We stuurden de pdf naar Graphicart eServices en die lieten het in India bewerken. Eerst ging de computer aan de slag, daarna werd er nog veel met de hand gedaan. Omdat De Telegraaf een nogal wilde opmaak heeft, kwam de computer er regelmatig niet goed uit welke koppen, teksten en foto’s bij elkaar hoorden. De Indiërs vonden dat ook lastig in het begin, maar die konden de krant al gauw goed ‘lezen’.

(tekst gaat verder onder de illustratie)



Nu leveren we XML aan waarin ook de coördinaten van de opmaak staan: wat staat waar op welke pagina. Onze redactie kan snel controleren of alle vlakken op de pagina's correct zijn aangegeven. Kleine aanpassingen kunnen eenvoudig in de editor worden doorgevoerd.'

Nu staat rond middernacht de hele krant in de app

Dankzij het tijdverschil tussen Nederland en India en het flexibel inzetbare personeel daar lukte het altijd al om de kopij online te krijgen voordat de eerste krant de drukkerij verliet, maar nu gaat dat nog sneller. Klein Haneveld: 'Als er laat op de avond nog een bericht bij komt, dan kan altijd een update gestuurd worden. Voordat de mediumneutrale content wordt uitgeleverd doet de redactie in Amsterdam in een webomgeving een snelle check of alles goed is verwerkt.' Daardoor staat nu rond middernacht de hele krant in de app. 'Het zou zelf nog eerder kunnen: rond tien uur 's avonds is het grootste deel van de krant wel klaar. Alleen als er breaking news is, verandert er nog wat. In dat geval sturen we de abonnees een push-bericht en kan het artikel altijd nog worden toegevoegd. '

Multi-platform

De bestanden die De Telegraaf terugkrijgt van Graphicart eServices worden via allerlei kanalen verspreid: op de website, naar tablets en smartphones op iOS, Android en Windows. De krant is zelfs te beluisteren: op alle platforms is een tekst-to-speech functie aanwezig en er is een speciale webbox voor blinden en slechtzienden de tekst omzet naar spraak.
Daarnaast verschijnt het op platforms als Blendle, MSN en Facebook en in een speciale service voor KLM-Air

France. Klein Hanekamp: ‘Als we rond zijn met een partij die onze content wil hergebruiken is dat meestal binnen een dag technisch voor elkaar.’

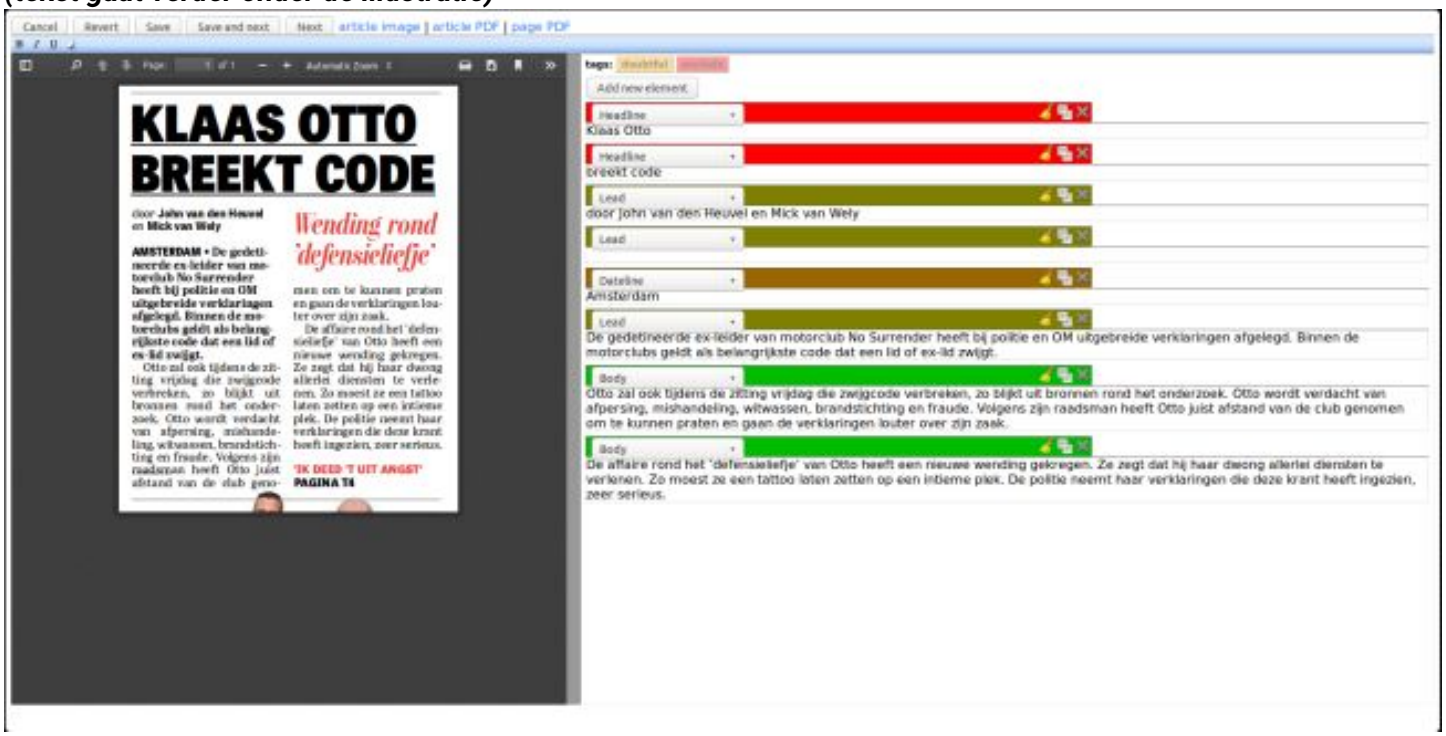
Multimedia

In de mediumneutrale bestanden blijven de koppelingen naar beeld en multimediale content behouden. Die multimedia kunnen, afhankelijk van wat de maker en publicatiedienst daarover afspreken, vanaf de servers van de contenteigenaar worden getoond of meegeleverd worden naar het nieuwe publicatiesysteem. Of ze worden bij een specialistische derde partij geplaatst die ervoor zorgt dat ze altijd, overal en snel beschikbaar zijn. Sinds enige tijd is het ook mogelijk om koppelingen met advertenties te behouden: als er een advertentie in het gedrukte product staat, verschijnt er ook een (digitale) advertentie in de digitale versie. Die is bovendien gelinkt aan een landingspagina van de adverteerder met meer informatie over de aanbieding.

Metadata en personalisatie

Het aanbod aan informatie en vermaak is zo groot dat een voorselectie voor de lezer maken steeds belangrijker wordt. Daarvoor is het belangrijk dat er zo veel mogelijk bekend is over de inhoud en dat betekent metadateren. ‘Personalisatie heeft natuurlijk veel voordelen’, zegt Tim Klein Haneveld. ‘De replica-producten zoals wij ze noemen, de digitale producten die het meest op de krant lijken, zijn vooral bedoeld voor digital immigrants: mensen die pas op latere leeftijd met de computer kennis hebben gemaakt. Voor de jongere generatie werken wij ook aan een meer digital native aanbod. We gaan onze lezers er veel meer toe verleiden om in te loggen en we verbeteren de metadatering van onze content. Op die manier kunnen we steeds meer maatwerk leveren.’

(tekst gaat verder onder de illustratie)



Automatische metadatering

Metadata kunnen door de redactie aan het artikel toegevoegd worden, maar met automatische tekstanalyse kan dat sneller en uitgebreider. Graphicart eServices heeft software die tijdens het verwerkingsproces de juiste trefwoorden toegekend. ‘Daarbij wordt ook rekening gehouden met de context van het artikel, de verbanden die woorden onderling hebben en hun relatie met de wereld’, zegt Mark Kleiter (Business Developer bij Graphicart eServices). ‘Die verbanden worden steeds verbeterd en aan de veranderende werkelijkheid aangepast. Daardoor kan de match tussen wat bekend is van de voorkeuren van een lezer en het contentaanbod steeds nauwkeuriger gelegd worden.’

Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met Graphic*art* eServices.

Frank Veerkamp