

УДК 655.59+881.3

М. Р. Зуб, В. М. Сеньківський

Українська академія друкарства

КОМПОЗИЦІЙНІ КРИТЕРІЇ РІЗНИХ ТИПІВ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ

Розглянуто найважливіші критерії композиційного оформлення для трьох типів електронних видань: веб-порталу, мультимедійної презентації і PDF-журналу.

Кожне видання (друковане чи електронне) є художнім твором з притаманними йому мистецькими цінностями. Рівень оформлення та подання матеріалу, його композиційна довершеність і шрифтова гама відіграють важливу роль у залученні читачької аудиторії та витворенні в неї певної інформаційної культури, забезпечують конкурентоспроможність видання [7].

Оцінювання якості електронного видання можливе за допомогою методів попереднього визначення сукупного впливу на якість видання багатьох критеріїв на різних етапах підготовки та випуску. Особливого значення при цьому набуває початкова стадія формування, тобто процес проектування видання, в результаті якого закладаються композиційний фундамент та естетичні засади майбутнього продукту.

На цій стадії бажано визначити всі можливі критерії впливу на композиційне формування електронного видання. Підібрати критерії для нього надзвичайно важко, оскільки немає конкретних стандартів, правил оформлення, класифікацій і т. п. Технологія створення електронних видань є відносно новою галуззю, їх асортимент і різноманітність постійно зростають, а тому класифікація цих видань та композиційних критеріїв їх творення повинна бути, з одного боку, достатньо повною, а з іншого — допускати модифікацію з урахуванням актуальних потреб.

На сьогодні немає науково обґрунтованих підходів щодо апріорного моделювання електронного видання, що визначає актуальність та доцільність постановки і розв'язання задачі з виявлення максимально повної множини композиційних критеріїв, встановлення експертних оцінок важливості впливу кожного з них на вихідний продукт, аналізу взаємозв'язків і взаємовпливів критеріїв та їх складових компонентів.

Пропоноване дослідження стосується композиційних критеріїв творення електронного видання, формування його індивідуального вигляду, який вміщає як текстове наповнення, так і властиві цьому виданню аспекти структурування та оформлення. Найважливішим завданням на шляху до створення індивідуального вигляду видання є розроблення оптимальної для конкретного видання структури — основи дизайнерських рішень.

Електронне видання може бути як простим web-ресурсом, так і повноцінним програмним мультимедійним продуктом. У цьому разі розглядаються найважливіші критерії композиційного оформлення для трьох типів

електронних видань: веб-порталу, мультимедійної презентації і PDF-журналу. Одні з цих критеріїв наявні у всіх трьох виданнях (наприклад, шрифтове оформлення, ілюстраційний матеріал, способи верстання, інтерактивні елементи і т. п.), а інші є унікальними, присутніми тільки у даному виданні чи групі видань (такі, як гнучкість та прозорість дизайну, наявність банерів, рівень заповненості слайдів і т. п.).

Шрифтове оформлення. Основним елементом будь-якого видання є текст, у зв'язку з чим вирішальним завданням під час розроблення художньо-графічної концепції видання є вибір шрифтів. Поява великої кількості комп'ютерних шрифтів, практично необмежені можливості їхньої видозміни призвели до необхідності більш скрупульозного ставлення до підбору шрифтів, їх компонування, виявлення відповідності загальній концепції оформлення видання. Основна вимога, що висувається до текстових шрифтів — зручність читання [7].

При опрацюванні та підготовці текстового матеріалу потрібно звернути увагу на такі чинники, що забезпечують читабельність тексту:

достатній контраст кольору тексту і фону;

жирність букв повинна бути оптимальною, інакше міжбуквені пробіли практично зникають або «світяться» великими дірками;

відстань між буквами повинна бути достатньою, щоб букви не «навалювалися» одна на одну і слова не розпадалися на окремі символи;

пропорції розмірів букв: надвзуські і надширокі шрифти ускладнюють читання;

кегель шрифту повинен забезпечувати комфортне читання тексту;

довжина рядків, яка залежить від горизонтального формату, істотно впливає на зручність читання.

у текстах для екранного читання краще вибирати зручні шрифти, спеціально оптимізовані для екранів, наприклад Verdana;

шрифт повинен гармонійно інтегруватися в загальну дизайнерську композицію [6].

Ілюстраційний матеріал. Невід'ємною складовою графічного вигляду сторінки є ілюстрації. Їх особливість залежить від конкретного типу електронного видання. Так, для веб-ресурсу вона полягає в доволі жорстких обмеженнях, що накладаються на обсяг файлів, а отже, і на якість графічних елементів. Це пов'язано не стільки з економією дискового простору комп'ютера, скільки з пропускнуою спроможністю каналів зв'язку. Якщо веб-сторінка завантажується в браузері довше, ніж 10–15 секунд, це дратує відвідувачів, які можуть перейти за іншою адресою, так і не дочекавшись закінчення завантаження.

Для мультимедійних продуктів такого обмеження немає. Тут все навпаки: графіка має бути на найвищому рівні. Великого значення надається вибору кольорової палітри для графіки, яка своєю чергою, також залежить від типу видання [3].

Анімація. В електронних виданнях використовується комп'ютерна мультиплікація або прості анімаційні файли. Вони часто зустрічаються на різних Web-сторінках, причому здебільшого у вигляді реклами. У той же час, така мультиплікація з успіхом може використовуватися для ілюстрування послідовності виконання технологічних операцій поліграфічних машин і комплексів, візуалізації перетворень у комп'ютерних програмних пакетах. Крім того, на сторінці можна застосувати анімацію і звук для описання етапів складної процедури або процесу. Конкретне призначення продукту, що розробляється, значною мірою визначатиме тип анімації і програмного забезпечення, необхідного для її створення. Анімація — важлива складова дизайну [1]. Її роль полягає також у привертанні уваги відвідувачів до ресурсу. Проте анімація може бути також розважальною та інформативною. Діти, особливо ті, які вчать читати, обожають рух, і їх увага завжди сконцентровується на ньому. За допомогою анімації можна захопити і надовго зосередити увагу на концепції, яку хочеться передати.

Верстання сторінки. Хоча прообразом верстки електронних видань є традиційна верстка, між ними існує одна важлива відмінність. Будь-яка поліграфічна продукція на зразок буклета, листівки або брошури друкується на листах встановленого розміру і в межах одного тиражу має лише незначні або навіть непомітні відмінності. У той же час сторінка, наприклад, веб-видання запускається на комп'ютері під управлінням клієнтської програми, тобто браузером. Зрозуміло, що операційна система, її заздалегідь налаштовані параметри і, власне, браузер у різних комп'ютерах відрізняються між собою. Звідси випливає тривіальний висновок, що один і той же документ сайту по-різному відображається у кожного користувача.

З огляду на вищесказане верстання веб-документів має свої особливості:

- ширина сторінки залежить від розміру екрана монітора, з урахуванням чого утвердилися два способи верстання — фіксований і гнучкий;

- веб-сторінка повинна вписуватися у вікно браузера по ширині без горизонтальних смуг прокрутки, у той час, як висота може змінюватися в дуже широкому діапазоні;

- всі об'єкти на веб-сторінці повинні мати прямокутну форму;

- якщо на сайті є вертикальна смуга прокрутки, то в підвалі сайту, крім копірайту та інформації про авторство, має бути копія основних посилань сайту;

- не потрібно перевантажувати графікою шапку сайту [8].

Під час верстання мультимедійних видань ставляться такі умови:

- роздільна здатність продукту повинна наближатися до максимальної (це не відноситься до мультимедійних видань, які доступні через веб-простір);

- смуг прокрутки, за виключенням деяких випадків, взагалі не повинно бути ;

не потрібно перенавантажувати графікою шапку сторінки;
у довільній точці продукту має бути доступною опція виходу;
загальне меню забезпечується опцією увімкнення/вимкнення звуку.

На якість верстки впливають також фактори, перейняті з традиційної поліграфії, а саме: якісне використання шрифтів, заголовків, виділень, відбивок ілюстрацій та ін.

Зручність інтерфейсу/навігації (usability). Usability (англ. Usability — дослівно «використовуваність», «можливість бути використовуваним», Wikipedia) — поняття мікроергономіки, що позначає загальний ступінь зручності предмета при використанні. Стосовно комп'ютерної техніки терміном usability називають концепцію розроблення призначених для користувача інтерфейсів програмного забезпечення, орієнтованих на максимальну психологічну й естетичну зручність для користувача.

Стосовно електронного видання usability — це зручність користування і концепція побудови інтерфейсу видання, направлена на досягнення основної мети (або цілей), поставленої перед електронним виданням [5]. Це міра «доброзичливості» сайту, інтерфейсу програми і т. п. Користувач не повинен відчувати незручностей при роботі: все повинно бути зрозумілим з першого погляду, логічно, продумано, функціонально. Тобто, usability — це комбінація чинників, що впливають на сприйняття системи [2].

Відзначимо основні помилки та неузгодженості, яких припускаються під час проектування електронних видань. Насамперед, це відсутність чітких цілей і покрокових інструкцій на початковому етапі проектування. Згодом спостерігається неправильне групування і розміщення функціональних блоків, непродумана навігація та надмірна інформативність. Шкодить загальному враженню також перевантаженість ефектами, заставками, графікою, рекламою [5].

Інтерактивність. Термін «інтерактивність» походить від англ. interaction, яке в перекладі означає «взаємодію». В електронних виданнях одним з учасників взаємодії є людина. Основна мета користувача — це отримання інформації та спілкування з іншими суб'єктами. При цьому взаємодія може здійснюватись як з ресурсом, так і з іншою людиною, з якою цей користувач спілкується за допомогою служб Інтернету (електронна пошта, ICQ, web-форум та ін.).

Елементами інтерактивності є всі програмні модулі (функції продукту), за допомогою яких користувач може взаємодіяти з цим виданням або іншим суб'єктом через ці інструменти.

Найпопулярнішими є такі модулі:
реєстрація користувачів;
проведення опитування і голосування;
форуми і гостьові книги;
стрічка новин;
цільові поштові розсилки;

FAQ зворотна форма;
кабінет клієнта й ін. [9].

Гнучкість дизайну. Цей критерій належить до електронних видань, що розповсюджуються через інтернет, а точніше — web-сайти.

Розрізняють два види дизайну:

«жорсткий» дизайн («фікс») — в якому величина кожної комірки задається в пікселях, або картинкою чи іншим елементом, поміщеним у цю комірку;

«гнучкий» дизайн — в якому ширина однієї або декількох комірок задається у відсотках від ширини вікна.

«Жорсткий» дизайн набагато простіше розробляти, оскільки всі пікселі фіксованої ширини і розташовані статично один від одного. Отже, для більшого контролю над розміткою сторінки слід задавати її фіксовану ширину, яка залишатиметься постійною для всіх користувачів, незалежно від розміру монітора або змін розмірів вікна. Цей підхід засновано на принципах створення сторінок у видавничій справі, таких як підтримка постійної сітки, взаємодії елементів, розташованих на сторінці, зручні довжини рядків.

У «гнучкому» дизайні веб-сторінки за замовчуванням гнучкі. Текст і елементи HTML-файлу потрапляють у вікно браузера, заповнюючи весь доступний простір, незалежно від розмірів монітора. Якщо розмір вікна браузера змінюється, елементи повторно виводяться, щоб налаштуватися на нові розміри. Розробників спочатку шокує непередбачуваність місця появи елементів сторінки, але потім вони зазвичай навчаються обходитися без повного управління сторінкою.

Можна використовувати також комбінований підхід, якщо сторінка складається зі стовпців (або фреймів), заданих комбінаціями абсолютних і відносних розмірів. У цьому разі при зміні розміру вікна один стовпець зберігає колишню величину, тоді як інші змінюють розмір і заповнюють вільне місце. Здебільшого використовують саме цей метод [10].

Нявність/доречність банерів. У час ринкової конкуренції сайти «виживають» за рахунок реклами. Проте не потрібно дуже явно демонструвати свою зацікавленість у комерційному успіхові ресурсу і розмішувати по два десятки банерів на кожній сторінці. Це відлякуватиме відвідувачів і знижуватиме престиж сайту, особливо якщо рекламуються товари сумнівної якості, що не викликають довіри (БАДИ, мережеві піраміди, способи розбагатіти і т. д.). На одній сторінці допускається розміщення не більше двох банерів великих розмірів (один — зверху сторінки, інший — знизу) і чотири банери розміром 88x31. Потрібно, щоб вони вписувалися у загальний дизайн і відповідали тематиці веб-ресурсу [4].

Прозорість дизайну. Цей критерій належить до мультимедійної презентації. Під прозорістю дизайну розуміється ступінь заповнення слайдів елементами художнього оформлення, які підкреслювали б загальне приємне враження від презентації. Для різних типів презентацій цей

ступінь наповненості буде неоднаковим і залежатиме від різних факторів. Наприклад, для презентації-ролика чи презентації-листівки дизайнерське оформлення відіграватиме дуже важливу роль для привернення уваги чи зацікавлення. Для іміджевої презентації чи каталогу товарів зайві елементи оформлення заважатимуть та відвертатимуть увагу від головних об'єктів презентації.

Рівень заповненості слайдів. Цей критерій, знову ж таки, належить до мультимедійної презентації. Звичайно, що елементів на слайді не має бути багато, його вміст має легко сприйматися. Однак рівень наповненості цього вмісту (тексту, графіки чи анімації) буде різний залежно від типу презентації. Якщо презентація має навчальний характер і подана для домашнього опрацювання, то, наприклад, тексту на такому слайді може розміщуватися більше, ніж на слайді іміджевої презентації, призначеної для сприйняття у конференц-залі, де увага мусить бути максимальною, а навантаження на очі мінімальним.

Формат складання. Доволі незвичний критерій як для електронних видань, бо основну перевагу він має при проектуванні поліграфічної продукції. Однак у цьому разі його можна застосувати для проектування PDF-видання, яке є найбільш наближеним за оформленням до друкованого.

Формат та розташування шпальти на сторінці значною мірою обумовлюють вигляд видання та вимоги до варіантів верстання. Їх вибір визначає пропорції та розміри зображувальної площини — сторінки складання видання. Формат складання визначається не тільки композиційними критеріями. Іноді доводиться змінювати формат, виходячи з розміру і характеру ілюстрацій чи таблиць, довжини формул та інших елементів. Нарешті, при виборі формату необхідно дотримуватися пропорції між форматом електронного видання та обсягом текстового матеріалу [7, 10].

Ритм розміщення елементів. Чіткість сприйняття композиції, її властивість бути легко зафіксованою залежить від ритму розміщення і, відповідно, сприйняття матеріалу. Він може проявляти себе в багатьох нюансах — від блоків на сторінці до пауз і відбивок у шрифтових композиціях. У сторінкових композиціях важливо дотримуватися ритму зображень, елементів та відбивок. Монотонний ритм породжує нецікаву та нудну композицію, яку важко нівелювати перевагами цікавого змісту.

Закон ритму проявляється у чергуванні і повторенні однорідних частин художньої форми: рядків, сторінок, колонок, міжрядь, міжбуквених просвітів. Багаторазове повторення у виданні однакових прийомів оформлення надає йому стрункості і цілісності, формує його вигляд, полегшує пошук потрібних матеріалів [7].

Рівновага у співвідношенні елементів за масштабом. Закон рівноваги вимагає розташовувати матеріали на сторінці таким чином, щоб не виникало відчуття, що одна її частина «важча» від іншої. Пропонується дотримуватися співвідношення різних елементів оформлення за масштабом.

Гармонія єдності стилю оформлення. Закон гармонії вказує на те, що всі елементи оформлення сторінки повинні узгоджуватися між собою, являти собою гармонійну єдність. Іноді варто пожертвувати будь-яким ефектним прийомом, якщо він порушує загальний стиль оформлення, вносить дисонанс у створюваний графічний образ майбутнього електронного видання.

Отже, завдання композиції полягає в тому, щоб пов'язати між собою, з'єднати в нерозривне ціле елементи, з яких складається сторінка видання. Матеріалізація ідеології побудови публікації потребує виокремлення множини критеріїв, дотичних дизайнерській сутності видання, встановлення пріоритетності їх важливості стосовно впливу на якість та результат процесу структурування електронного документа. З огляду на це, вищеназвані критерії можна прирівняти до функцій автоматизованої системи проектування електронних видань. Для їх використання лінгвістичні невизначеності складових, що описують суть і призначення критерію, треба перевести у множину формалізованих змінних, достатніх для введення в комп'ютер та подальшого логічного опрацювання. Це окремі задачі, розв'язання яких лежить в області нечітких множин та апарата теорії математичного моделювання.

1. Анимационная лаборатория: web-анимация [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: http://animatelab.jino-net.ru/school.php?id_category=21. 2. Веб-студия HI Design: что такое юзабилити [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://std22.ru/54.html>. 3. Дизайн: дизайн сайта [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.infoterra.ru/design.phtml>. 4. Дизайн-навигатор: как не надо верстать сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://web-silver.ru/articles/verstka/mistakes-beginning-web-master.php>. 5. Usability или как сделать сайт удобным [Електронний ресурс] // Денис Мамонтов. — Режим доступу: URL: <http://www.mamontov.com.ua/usability.html>. 6. Про дизайн: фактори читабельності тексту [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.ffstudio.ru/pro/design/24.html>. 7. Сеньківський В. М. Автоматизоване проектування книжкових видань / В. М. Сеньківський, Р. О. Козак. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. 8. HTML, CSS, верстка: особенности верстки веб-страниц [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.2html.ru/verstka2.php>. 9. Euro-site: интерактивность сайта [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.euro-site.ru/article.php?idn=886>. 10. Joomla студия Redsoft: виды дизайна [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.redsoft.ru/sozдание-sajtov/index.php>.

КОМПОЗИЦИОННЫЕ КРИТЕРИИ РАЗНЫХ ТИПОВ ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ

Рассмотрены важнейшие критерии композиционного оформления для трех типов электронных изданий: веб-портала, мультимедийной презентации и PDF-журнала.

COMPOSITION CRITERIA OF DIFFERENT TYPES OF ELECTRONIC EDITIONS

Considered the most important criteria for composite design for three types of electronic publications: web portal, multimedia presentation and PDF-magazine.

Стаття надійшла 4.03.2009