

19291 *zofe2*

40

PROPOZYCJE i MATERIAŁY

Marek Stepowicz

CECHY FORMALNE CZASOPISM INTERNETOWYCH

WYDAWNICTWO
SBP



40

**Cechy formalne
czasopism internetowych
w odniesieniu do analogicznych
publikacji drukowanych**

„NAGRODA MŁODYCH SBP”

POLISH LIBRARIANS ASSOCIATION

CONTRIBUTIONS AND MATERIALS

Marek Stepowicz

**THE FORMAL FEATURES
OF INTERNET MAGAZINES
IN RELATION TO PARALLEL
PRINTED PUBLICATIONS**

WYDAWNICTWO
SBP



WARSAW 2000

STOWARZYSZENIE BIBLIOTEKARZY POLSKICH

PROPOZYCJE I MATERIAŁY

Marek Stepowicz

CECHY FORMALNE CZASOPISM INTERNETOWYCH W ODNIESIENIU DO ANALOGICZNYCH PUBLIKACJI DRUKOWANYCH

WYDAWNICTWO
SBP



WARSZAWA 2000

Komitet Redakcyjny serii wydawniczej

<<PROPOZYCJE I MATERIAŁY>>

Stanisław Czajka (przewodniczący), Lucjan BILIŃSKI, Jan BURAKOWSKI,
Marcin DRZEWIECKI, Janina JAGIELSKA, Janusz NOWICKI (sekretarz),
Ewa STACHOWSKA-MUSIAŁ, Maria WASIK-ŚWIDERSKA, Elżbieta Barbara ZYBERT

**Marek Stepowicz zwyciężył w II edycji ogólnopolskiego konkursu na
najlepszą pracę magisterską i uzyskał NAGRODĘ MŁODYCH SBP**

Projekt graficzny okładki i strony tytułowej
Wydawnictwo SBP



Redaktor tomu
Janusz NOWICKI

Redakcja techniczna i korekta
Anna LIS

© Copyright by Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich

ISBN 83-87629-44-8

CIP - Biblioteka Narodowa

Stepowicz, Marek

Cechy formalne czasopism internetowych w odniesieniu do analogicznych publikacji
drukowanych / Marek Stepowicz. - Warszawa : Wydaw. SBP, 2000. - (Propozycje i
Materiały / Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich ; 40)

Wydawnictwo SBP, Warszawa 2000, Wyd. I. Ark. wyd. 3,2. Ark. druk. 4,5

Łamanie: Krzysztof Brawiński. Druk i oprawa: Z.P. Poligrafia
00-389 Warszawa, ul. Smulikowskiego 6/8, tel. 826-06-03

WSTĘP

Praca *Cechy formalne czasopism internetowych w odniesieniu do analogicznych publikacji drukowanych* koncentruje się na problemach związanych z typografią dokumentów w formacie HTML przeznaczonych do publikacji w sieci Internet.

Termin typografia w swoim historycznym znaczeniu oznacza sposób powielenia tekstu za pomocą druku wypukłego (druk typograficzny, drukarnia typograficzna). Pierwotnie z typografią łączona była czcionka służąca do odbijania tekstu (składu) na stronie. Wraz z upowszechnieniem się fotoskładu i technik prepress, korzystających najczęściej z druku offsetowego, w zakładach poligraficznych zaprzestano stosowania czcionek. Termin typografia nawiązując do tradycji „czarnej sztuki” zaczął oznaczać sposób użycia materiału zecerskiego (we współczesnym rozumieniu – odpowiednio sformatowanego tekstu) i elementów graficznych do kształtowania kolumny tekstu publikacji. Typografia jako wiedza o sposobach kształtowania dokumentów drukowanych (ich cech formalnych), ma istotne znaczenie dla procesu powstawania książek i czasopism, które zgodnie ze swoim założeniem powinny być tak przygotowane, by ich fizyczna forma korespondująca z treścią, stanowiła możliwie idealne narzędzie dla czytelnika.

Użycie terminu typografia jako synonimu wiedzy o kształtowaniu cech formalnych dokumentów elektronicznych, w tym dokumentów w formacie HTML, które z założenia nie są przeznaczone do druku, podkreśla bliski związek dokumentów elektronicznych i drukowanych. Z punktu widzenia funkcji jakie pełnią dokumenty drukowane i internetowe, jak również sposobów osiągania celów w pierwszym i drugim przypadku, pojawiają się charakterystyczne analogie. Dokument drukowany, powielony w dużej liczbie egzemplarzy, jak również rozpowszechniony, w swoim założeniu stanowi formę fizyczną dla zawartych w nim treści w celu przekazania ich czytelnikom. Strona www umieszczona na serwerze i udostępniona milionom użytkowników, zawierając identyczny materiał tekstowy pełni dokładnie tę samą funkcję. W dokumentach drukowanych za pomocą formatowania tekstu (czcionka, jej atrybuty, stopień, interlinia, wielkość kolumny) osiągnięte jest podniesienie czytelności i stopnia rozumienia tekstu. W dokumentach w formacie HTML stosowane są bardzo zbliżone techniki.

Próbie zbliżenia świata dokumentów drukowanych i elektronicznych można dokonać badając czasopisma funkcjonujące zarówno na drukowanej, jak i sieciowej płaszczyźnie. Ten sam rodowód i funkcje, umożli-

wiają szukanie analogii i najlepszych sposobów realizacji możliwie idealnych narzędzi rozpowszechniania informacji (książek, czasopism i stron www).

Czasopisma internetowe (ang. *electronic journal*), są szczególnym typem dokumentów dostępnych w Sieci, które za względu na swoje cechy (periodyczność, zakres, charakter, związek z organizacjami, instytucjami, przeznaczenie dla określonych grup odbiorców itp.), przypominają wykształcone wcześniej formy tradycyjnych periodyków. Podstawowa trudność w definiowaniu tego typu czasopism jest związana z różnorodnością dokumentów znajdujących się w Internecie, których forma zazwyczaj nie jest ustalona i utrwalona tak, jak w przypadku dokumentów drukowanych. Dokument lub zbiór dokumentów umieszczony na serwerze www, może być modyfikowany, uaktualniany, przeredagowywany w określonych lub nieokreślonych z góry odstępach czasu, przez co publikacja może nabierać nieznanego wcześniej charakteru – powoli ewoluuje w czasie, zarówno pod względem treści i formy. W związku z tym, wydaje się, że termin **czasopismo elektroniczne (internetowe)** powinien być zarezerwowany dla dokumentów charakteryzujących się w pierwszym rzędzie cechami właściwymi dla czasopism tradycyjnych, tj. periodycznością ukazywania się, skończonych pod względem redakcyjnym, kolejnych numerów pisma.

Tak pojmowane czasopisma różnią się od swoich starszych, „papierowych” braci jedynie formą i sposobem dystrybucji. Poziom merytoryczny i jakość opracowania technicznego zależą od redakcji. Czasopisma elektroniczne nie muszą być mniej wiarygodne od publikacji papierowych, choć należy pamiętać, że względnie niskie koszty opracowania i rozpowszechniania pisma umożliwiają podjęcie roli wydawcy niemal każdemu.

Czasopisma elektroniczne rozwijały się dwutorowo. Pierwszy rodzaj zainicjowali wydawcy czasopism tradycyjnych, którzy dostrzegając zalety Internetu postanowili w nim zaistnieć, konstruując elektroniczne wersje drukowanych periodyków. Zawartość tego rodzaju internetowych czasopism jest bardzo zróżnicowana, od krótkich informacji o charakterze, zawartości i sposobie prenumeraty „czasopisma matki”, po rozbudowane serwisy zawierające kompletnie artykuły, archiwum wcześniejszych numerów z możliwością interaktywnego przeszukiwania (np. „Rzeczpospolita”, czy „Gazeta Wyborcza”), do szeregu usług dodatkowych, takich jak np.: wyszukiwarka internetowa, możliwość przeprowadzania rozmów w czasie rzeczywistym z innymi czytelnikami, a nawet tworzenia „własnej” – zawartości numeru pod kątem indywidualnych zainteresowań odbiorcy (np. „Magazyn Komputerowy Chip”). Tendencja do rozbudowywania serwisów związanych z czasopismami tradycyjnymi zwłaszcza u „silnych” wydawców związana jest z dostrzeganiem rozwoju rynku internetowego i możliwością zaspokojenia potrzeb jego użytkowników. Czasopisma te wydają się być dopełnieniem papierowej wersji pisma (np. o informacje dosłownie „z ostatniej chwili”, uzupełniane na bieżąco) i krokiem w stronę integracji mediów (tekst drukowany, dźwięk, audycje radiowe np. w formacie *Real Audio*, sekwencje filmowe, archiwa plików w różnych formatach, programów komputerowych itp.).

Drugi rodzaj czasopism elektronicznych związany jest z zamiarem tworzenia periodyków elektronicznych, istniejących tylko w Sieci, bez odpowiedników drukowanych (papierowych). Przedsięwzięcia te były początkowo związane ze środowiskami akademickimi – pionierami dostępu do zasobów Internetu. Zdecydowana większość tych czasopism miała pierwotnie charakter niekomercyjny. Ewolucja tego rodzaju pism (od często hobbystycznych i z założenia niedochodowych, do wartościowych pod względem merytorycznym, utrzymujących się z zamieszczanych reklam i mających swoje stałe miejsce w Sieci) wskazuje na wzrost zainteresowania oraz liczbę odbiorców tego rodzaju przedsięwzięć. Większość czasopism elektronicznych dostępna jest na serwerach www, część z nich dostępna jest również na serwerach News, np. najstarszy polski dziennik „Donosy”, a częstą formą dystrybucji jest rozesyłanie kolejnych numerów za pomocą poczty elektronicznej (w formacie tekstowym i/lub HTML), co przypomina tradycyjną prenumeratę i uwalnia czytelnika od pamiętania o konieczności połączenia się z serwerem i pobrania najnowszego numeru pisma. Czasopisma elektroniczne mają pozornie charakter ulotny. W rzeczywistości, tworzone na bieżąco archiwa z wcześniejszych numerów, umożliwiają szybki dostęp do artykułów, stanowiąc wygodny w wyszukiwaniu i zarządzaniu zbiór informacji. Zbędna staje się konieczność archiwizowania numerów, by mieć je stale „pod ręką”.

Zdecydowana większość czasopism elektronicznych dostępna jest bezpłatnie. Automatyczna dystrybucja przez listserwery dodatkowo przyczynia się do obniżenia kosztów korzystania z nich przez czytelników, pokrywających koszty dostępu do Internetu w domu.

Internet wydaje się być znakomitym medium dla czasopism naukowych, które służą przede wszystkim do wymiany myśli naukowej, ogłaszania wyników najnowszych badań itp. Największą wadą naukowych czasopism drukowanych jest utrudniony dostęp do czytelników. W wielu przypadkach jedynym miejscem gdzie można zapoznać się z najnowszym numerem czasopisma jest czytelnia biblioteczna (i to tylko w tym przypadku gdy biblioteka gromadzi dany tytuł). Czasopismo dostępne w Internecie może służyć każdemu użytkownikowi bez żadnych opóźnień i ograniczeń. Potrzebne teksty można natychmiast zapisać na dysku. Archiwum numerów często z możliwością przeszukiwania zasobów tworzy pełnotekstową bazę danych z określonej dziedziny.

Problematyka typografii dokumentów w formacie www z powodu krótkiej historii tego zjawiska nie doczekała się jeszcze specjalistycznych opracowań. Większość publikacji na ten temat dotyczy jedynie technicznego aspektu tworzenia dokumentów za pomocą języka opisu strony HTML, nie poruszając problemów związanych z czytelnością strony, sposobami kształtowania hipertekstowej struktury dokumentów, aparatu nawigacyjnego, doboru formalnego kształtu strony w zależności od specyfiki tekstu i oczekiwania odbiorców.

Najwartościowszym źródłem informacji o typografii stron internetowych jest *Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites* opracowany przez Patricka J. Lyncha i Sarah Horton (pracownicy Yale University School of Medicine), wydany przez Yale University Press

w 1999 r.¹ Omówiono w nim szczegółowo strategię i techniki projektowania stron, kształtowanie interfejsu i aparatu nawigacyjnego, hipertekstową strukturę serwisu, projektowanie poszczególnych stron, przygotowywanie grafiki przeznaczonej do wykorzystania na stronach www.

Ze względu na ogromną liczbę dostępnych w Internecie czasopism i wiążącymi się z tym trudnościami z ich opracowaniem, zdecydowano się na przyjęcie metody analizy przypadków (ang. *case study*), gdyż ta umożliwia uzyskanie dokładnego obrazu określonego wycinka rzeczywistości w sytuacji, gdy nie jest możliwe zbadanie dużej liczby przypadków danego zjawiska. **Praca ta nie ma na celu określenie statystycznych prawidłowości rządzących światem czasopism internetowych, lecz ma stanowić próbę zrozumienia mechanizmów kształtowania dokumentów elektronicznych.** Z uwagi, iż czasopisma internetowe i drukowane są do siebie bardzo zbliżone i stanowią w pewnym sensie odmianę tego samego zjawiska, możliwe jest wyciąganie wniosków na podstawie obserwowanych analogii.

¹ Dostępny także pod adresem: <http://info.med.yale.edu/caim/manual/>

TYPOGRAFIA WSPÓŁCZESNYCH CZASOPISM DRUKOWANYCH

Typografia jest sposobem kształtowania kolumny tekstu za pomocą odpowiedniego doboru materiału zecerskiego i elementów graficznych. Problematyka typografii jest niezwykle ważna dla dokumentów piśmienniczych funkcjonujących w określonych grupach społecznych np. książek i czasopism. Jej istotę z teoretycznego punktu widzenia ujmuje funkcjonalna koncepcja książki, stanowiąca jedną z podstaw metodologicznych nauki o książce. W tym kontekście książka (traktowana szerzej jako dzieło piśmiennicze tworzone z myślą o jego publikowaniu dla większej grupy odbiorców) jest celowym tworem, który zawiera określone cechy formalne i treściowe ujawniające swoje wartości w dialektycznych związkach ze społeczeństwem. Tak więc książka i czasopismo w świetle bibliologii, powinno być dziełem optymalnie służącym użytkownikowi, czyli zaspokajającym jego potrzeby, odpowiednio opracowanym autorsko i edytorsko, jak również efektywnie mu udostępnianym.

Czasopismo jest więc produktem opracowania celowego, które składa się z kilku etapów sprawiających, że tekst stworzony przez autora (autorów), po przekształceniach w toku opracowania edytorskiego, trafia do rąk czytelnika. Funkcjonalna koncepcja książki zakłada, że na ostateczny kształt i wartość dzieła wpływają wszystkie etapy jego powstawania, z uwzględnieniem tego, iż powinny one nawzajem na siebie wpływać i oddziaływać. Forma powinna korespondować z treścią, aby sprawniej ją przekazywać użytkownikowi¹. Ma to swoją szczególną wartość gdy spojrzymy na czasopisma funkcjonujące w warunkach rynkowych, zmuszone wykazywać się konkurencyjnością w stosunku do innych podobnych „atakujących” ten sam lub zbliżony segment rynku. W takich realiach zwyciężają czasopisma „lepsze”, to znaczy takie, których zawartość dokładniej odpowiada oczekiwaniom danego typu odbiorców, których szata graficzna jest efektywniejsza (czyli bardziej funkcjonalna i estetyczna), oraz cena i sposób dystrybucji są atrakcyjniejsze.

Tak więc, w świetle tych rozważań opracowanie typograficzne jest o tyle istotne, iż dokonuje się w momencie projektowania czasopisma, kiedy otrzymuje ono swój fizyczny kształt. Poziom i jakość tego etapu ma pierwszorzędną znaczenie dla percepcji danego dzieła wśród użytkowni-

¹ Por. T. Zbiński: *Prakseosemiotyka książki czyli książka funkcjonalna*. „Studia o Książce”, 1978, T. 8, s. 3-35.

ków. Instytucją opracowującą tekst na interesującym nas etapie jest wydawca (edytor). Należy w tym miejscu pamiętać, iż rola wydawcy nie ogranicza się wyłącznie do redakcji technicznej tekstu (składu i łamania), lecz jego rola jest znacznie większa, jest także koordynatorem i kreatorem publikacji.

Na funkcje „koordynacyjne” wydawcy składają się:

- rozpoznanie i zbadanie potrzeb użytkowników, inicjowanie tworzenia publikacji, opracowanie jej funkcji i miejsca na rynku,
- koordynowanie realizacji dzieła, zarządzanie zespołem ludzi w wydawnictwie, czuwanie nad realizacją zaplanowanych zadań,
- permanentne badanie rynku czytelniczego, stopnia zaspokojenia jego potrzeb w celu realnej oceny swoich wyrobów.

Na zadania wydawcy związane z nadawaniem fizycznego kształtu czasopismu składa się:

- dobranie odpowiedniego formatu,
- zastosowanie właściwego kroju i stopnia czcionki,
- zaprojektowanie proporcji i stylu kolumny, sposobu umieszczenia materiału ikonograficznego itd.,
- zaprojektowanie wewnętrznej struktury czasopisma, uwzględnienie rodzaju i kolejności jego stałych podelementów, miejsca na reklamy itp.

Wszystkie wyżej wymienione elementy typograficznego kształtowania czasopisma związane są z dwoma podstawowymi problemami typografii tzn. czytelności i estetyki.

Zjawisko czytelności tekstu wiąże się bezpośrednio z fizjologią procesu czytania. Czytanie nie przebiega w sposób linearny, ciągły, lecz sekwencyjny – skokami. Tekst przyjmowany jest przez mózg w momentach tzw. fiksacji, kiedy oko zatrzymuje się na moment postrzegając od razu większą grupę wyrazów. Pole widzenia jest zależne od indywidualnego lub/i wykształconego postrzegania czytelnika, jak również od właściwości typograficznych tekstu. Jedną z podstawowych przeszkód w efektywnym czytaniu jest zjawisko regresji polegające na powracaniu wzroku czytelnika do raz już przeczytanych fragmentów tekstu, co powodować może, między innymi, nieodpowiednio zastosowane kształtowanie typograficzne kolumny. Szybkość i łatwość czytania tekstu drukowanego pozostaje w ścisłym związku z jego rozumieniem, im tekst jest lepiej przygotowany typograficznie – tym większy jest jego stopień rozumienia przez czytelnika. Czcionka półgruba, gruba lub kursywa jest mniej czytelna niż pismo odręczne, co powoduje, iż nadaje się ona jedynie do wyróżnień, nie można stosować jej do drukowania większych fragmentów tekstu². Pisma bezszeryfowe są mniej czytelne niż szeryfowe. Z punktu widzenia funkcjonalności znaków kontrast między literą a stroną powinien być jak największy, najlepszy jest czarny, niebieski, lub zielony druk na białym papierze, najgorszy czarny druk na szkarłatnym, lub czerwony na zielonym papierze. Typowa wielkość czcionki w publikacji gazetowej powinna wynosić od 8 do 9 punktów, a szerokość kolumny ok. 5-5,5 cm, przy interlinii wynoszącej 2 punkty (zbyt długie wiersze powodują zjawisko regresji, a zbyt

² Zob. A.M. Tinker: *Zasady skuteczności procesu czytania*. „Litera” 1973, nr 35, s. 6.

krótkie zwiększają częstotliwość fiksacji). Tytuły w czasopismach są czytelniejsze gdy oprócz pierwszej litery są drukowane czcionkami minuskulnymi. Szerokość marginesów powinna kształtować się w następującej kolejności: największy dolny, później mniejszy zewnętrzny, górny i wewnętrzny. Marginesy o stałej szerokości sprawiają, że rozkładówka traci swoją spójność, strony rozpadają się optycznie i tracą wzajemną łączność. Korzystne jest wydzielenie szpał pionową linią³.

Oprócz cech czysto funkcjonalnych strona czasopisma powinna wykazywać się pewną estetyką, wpływającą bezpośrednio na charakter percepcji całości. Format powinien być dostosowany do wygodnego korzystania z czasopisma, proporcje boków powinny być zgodne z tzw. złotym podziałem, czyli z zachowaniem proporcji 1:1,618 lub 5:8. Na kryteria estetyczne składa się także poprawny sposób łamania kolumny, który wymaga przestrzegania prawideł typograficznych określających sposób postępowania operatora łamiącego stroną czasopisma⁴, np.:

- jeżeli końcowy wiersz akapitu jest krótszy od pełnego wiersza o mniej niż o jeden firet należy go zjustować na szerokość kolumny,
- jeżeli ostatni wiersz akapitu nie równa się co najmniej dwukrotnej szerokości wcięcia akapitowego, należy zgubić tę końcówkę w wierszach położonych wyżej,
- wcięcia akapitowe w części tekstu składanej mniejszą czcionką powinny być takie same jak w części głównej,
- należy unikać zbyt dużych odstępów między wyrazami tzw. dziur, odstępy nie powinny być większe niż 1,5 fireta,
- w składzie nie może dochodzić do powstawania tzw. rynien lub „korytarzy” zarówno pionowych jak i po przekątnej,
- powinno się dążyć do stosowania interlinii o tej samej wielkości,
- na końcu wiersza nie można zostawiać pojedynczych liter, zwłaszcza spółgłosek,
- należy unikać przeniesienia pięciu kolejnych wierszy,
- nie wolno przenosić czteroliterowych wyrazów np. za-ba, ra-ma itp.,
- duże cyfry oddziela się spacją dwupunktową licząc co trzy od końca np. 1 000 000, z wyjątkiem ułamków dziesiętnych, lat i numerów, które nie dzieli się na grupy trzycyfrowe np. numery czeków itp.,
- słów składanych kursywą zazwyczaj nie spacjuje się w celu wyróżnienia,
- tytuły w tekście powinny być w zasadzie ujednolicone pod względem typograficznym, z wyjątkiem sytuacji, które wymagałyby odstępstwa od tej zasady np. konieczność położenia silnego akcentu,
- w tytułach nie wolno dzielić wyrazów, z wyjątkiem tytułów wielowierszowych,
- tytuły poszczególnych artykułów nie powinny spotykać się w linii poziomej, z wyjątkiem szczytu kolumny,
- należy unikać rozbijania akapitów dodatkowymi interliniami,

³ Por. tamże s. 59-75 i H. Spencer: *Widoczność słowa*. „Litera” 1970, nr 38, s. 3-18.

⁴ Zob. F. Trzaska: *Podstawy techniki wydawniczej*. Warszawa, 1987, s. 112-122.

- nie powinno się rozpoczynać nowej kolumny ostatnim wierszem poprzedniego akapitu czyli tzw. bękartem,
- nie należy zostawiać u dołu kolumny pierwszego wciętego wiersza nowego akapitu czyli tzw. szewca,
- tytuł artykułu powinien być składany tym samym krojem czcionki, co tekst podstawowy,
- odstęp między tekstem a tytułem powinien być wszędzie jednakowy,
- nad tytułem od góry, lub pod nim u dołu nie należy umieszczać mniej niż cztery wiersze tekstu,
- kolumny czasopisma stanowią jedną całość, nie można zostawiać żadnych wolnych, pustych obszarów,
- ilustracje obfamywane tekstem należy umieszczać przy zewnętrznej krawędzi kolumny, lub w jej optycznym środku, który leży nieco powyżej geometrycznego środka strony,
- umieszczając dwie ilustracje obok siebie, jeżeli nie zajmują całej szerokości kolumny, należy dbać o to, aby światło między nimi było mniejsze niż po ich zewnętrznych bokach,
- między dwie ilustracje umieszczone pionowo należy włączyć nie mniej niż cztery wiersze tekstu,
- zasady umieszczania tabel są analogiczne jak w przypadku ilustracji,
- w uzasadnionych przypadkach korzystne jest rozbijanie artykułów na mniejsze całości za pomocą śródtytułów, co może podnieść walory informacyjne tekstu,
- cykliczność czasopisma powoduje że czytelnik przyzwyczaja się do jego wewnętrznej struktury, więc należy dbać o przestrzeganie raz przyjętego schematu.

Oczywiście od wyżej wymienionych zasad mogą nastąpić pewne odstępstwa, jeśli wymaga tego szczególna sytuacja, a od umiejętności operatora łąiącego kolumnę zależy by czasopismo nie straciło na swojej funkcjonalności i estetyce.

Opierając się na funkcjonalnej koncepcji szeroko rozumianej książki można przyjąć, iż różne sposoby, trendy i style w typografii czasopism mają swój ścisły związek z cechami treściowymi, przeznaczeniem, adresem i funkcją określonych wydawnictw. Problem analizy typograficznej wydawnictw ciągłych komplikuje fakt, że na rynku w Polsce w 1996 r. występowało 3559 tytułów⁵ czasopism, co utrudnia ich precyzyjne zbadanie i opisanie. Również podział wydawnictw ciągłych pod względem różnych kryteriów nie pozwala znaleźć łatwej odpowiedzi na pytanie, dlaczego poszczególne rodzaje czasopism charakteryzuje się takimi, a nie innymi cechami typograficznymi.

Na rynek współczesnych czasopism w Polsce wpłynęły wydarzenia polityczne, gospodarcze i społeczne zaistniałe po 1989 r. Zniesienie cenzury i monopolu państwa na zarządzanie sprawami związanymi z funkcjonowaniem systemu wydawnictw ciągłych w naszym kraju, spowodowało, że zaczęły masowo ukazywać się nowe wydawnictwa, także takie, które na swoich łamach poruszały problemy zakazane w realiach

⁵ *Katalog Mediów Polskich*. Kraków 1996.

Polski Ludowej. Czasopisma i gazety musiały przestawić się na działalność w gospodarce rynkowej, co wiązało się z pojawieniem nowych problemów wcześniej nie znanych, takich jak konkurencja na rynku, zabieganie o reklamodawców, dążenie do uzyskiwania realnych zysków, które należy inwestować w dalszą działalność. Te zjawiska spowodowały dalsze reakcje. W wydawnictwach upowszechnił się komputerowy skład tekstu, dokonywano wymiany przestarzałego sprzętu poligraficznego, przez co tworzenie czasopism i książek stało się efektywniejsze. Część czasopism po upadku monopolu RSW Prasa Książka Ruch, zostało przejętych przez zachodnie koncerny prasowe, co pociągnęło za sobą napływ nowych technologii i tradycji wydawniczych wypracowanych w krajach zachodnich. Obecnie wszelkie trendy w światowej działalności edytorskiej są widoczne w Polsce, różnice formalne między tygodnikiem „The Time”, „Newsweek”, czy „Polityką” lub „Wprost” są w zasadzie niezauważalne. W połowie lat dziewięćdziesiątych, rynek czasopism w Polsce ustabilizował się na tyle, że przypomina on analogiczne w innych krajach europejskich.

Próba opisanie czasopism pod względem typograficznym wymaga przyjęcia pewnych działów lub klas zawierających określony typ wydawnictw charakteryzujących się podobnym kształtowaniem typograficznym.

Na pierwszy dział składać się mogą czasopisma lub gazety wydawane najczęściej w formacie A3 lub A2, na papierze zwykle niskiej klasy, w konwencji czarno-białej, choć obserwowane są także tendencje do wprowadzania koloru na pierwszej stronie. Kolumna podzielona jest zwykle na 4 do 6 szpalt, z dużą ilością materiału ikonograficznego włącznie tak, by wyraźnie odnosił się do odpowiednich artykułów. Periodyki wydawane w tej formie to zwykle gazety codzienne takie jak np. „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Słowo Polskie”, „Życie”, „Życie Warszawy” i wiele innych. Gazety te wydawane są w bardzo dużych nakładach, mają spory zasięg geograficzny, ich częstotliwość ukazywania się wymaga, by posiadały możliwie niską cenę. Ich pierwszoplanową rolą jest dostarczanie odbiorcom bieżącej informacji o otaczającym ich świecie, co przekłada się na krótkie artykuły, które łatwo odszukać i „przebiec” wzrokiem.

W podobnej formie wydawane są również czasopisma adresowane dla szczególnych typów odbiorców takie jak np. „Gazeta Prawna”, „Prawo i Życie”, „Gazeta Bankowa”, „Puls Biznesu” itp. Wydawnictwa te nie muszą zabiegać o czytelników efektywną szatą graficzną, umożliwiając jednocześnie redukcję kosztów własnych.

Ta forma typograficzna właściwa jest także dla czasopism o niewielkim lokalnym zasięgu, który uniemożliwia zastosowanie drogiej a jednocześnie efektywnej szaty graficznej, przykładami takich periodyków są np.: „Wiadomości Oławskie”, „Tygodnik Wałbrzyski”, „Panorama Oleśnicka”, „Nowiny Jeleniogórskie” itp.

Drugą grupą czasopism mogą być ogólnoinformacyjne tygodniki, wyposażone w efektywne, przyciągające wzrok okładki, wydawane na wyższej klasy papierze, posiadające dobrej jakości ilustracje, szyte drutem, w formacie zwykle A4 i liczące ponad 100 stron. Charakterystycznymi dla polskiego rynku tego typu periodykami są „Polityka” i „Wprost”. Przyjęły

one styl typograficzny od innych czasopism zagranicznych takich jak „Newsweek”, „The Time”, „Stern” itp. Kolumny łamane są nie w więcej niż trzy łamy, artykuły są większej objętości, gdyż autorzy próbują się w nich ustosunkować do pewnych problemów lub wydarzeń, funkcja bieżącej informacji schodzi na plan dalszy, na korzyść komentarza. W celu efektywnego korzystania z czasopisma konieczny jest spis treści. Periodyki te mimo sporych nakładów są już nieco droższe niż pierwszy typ.

Trzecim typem czasopism mogą być miesięczniki adresowane do specjalnych typów odbiorców np. kobiet: „Uroda”, „Twój Styl”, „Poradnik Domowy”, „Cztery Kąty”; użytkowników komputerów: „Chip”, „Enter”, „Amiga”, „PC World Komputer”, „PC Kurier”, „Internet”; miłośników samochodów: „Auto Moto Sport”, „Auto Motor i Sport”, „Auto Sukces” itp.; amatorów filmu: „Film”, „Kino” itd. Również tutaj umieścić można miesięczniki popularnonaukowe takie jak: „Wiedza i Życie”, „Świat Nauki”, „Science”, „Natur Wissenschaften”. Tę grupę uzupełniają niektóre komercyjne czasopisma fachowe takie jak: „Wydawca”, „Print and Publishing”, „Świat Druku”, „Megaron”, „Notes Wydawniczy” czy „Nowe Książki”. Charakteryzują się one efektywną z komercyjnego punktu widzenia okładką, bardzo dobrym papierem, wysokiej jakości materiałem ikonograficznym, zawierają zwykle ponad 100 stron. Są one bardzo interesujące pod względem typograficznym, muszą wyróżniać się nie tylko treścią ale także i formą, gdyż tego wymaga współczesny rynek odbiorców.

Czwartym typem czasopism charakteryzujących się specyficzną szatą graficzną są czasopisma dla dzieci. Z uwagi iż są przeznaczone dla specjalnego typu odbiorcy, elementy treściowe i formalne muszą być dostosowane do możliwości percepcyjnych dziecka. Przykładem tego typu wydawnictw mogą być: „Zwierzaki”, „Promyczek”, „Bęc”, „Miś” i bardzo wiele innych. Charakteryzują się one dość dużym stopniem czcionki wynoszącym od około 14 do 18 punktów. Kolumna łamana jest najwyżej w dwie szpalty, format waha się między A4 i A5. Czasopisma te wyposażone są zazwyczaj w dużą ilość dobrej jakości ilustracji, poszczególne artykuły nie są zbyt obszerne. Wydawnictwa te są zarazem atrakcyjne dla dzieci, pomagając jednocześnie w opanowaniu trudnej sztuki czytania, rozwijają zainteresowania czytelnicze, rozszerzają wiedzę zdobywaną w szkole i przyzwyczajają do systematycznych kontaktów ze słowem drukowanym.

Charakterystyczną grupą czasopism są także wydawnictwa adresowane dla młodzieży takie jak: „Nasza Nastolatka”, „Bravo”, „Brum”, „Luz”. W czasopismach tego typu zauważalna jest przewaga materiału ilustracyjnego nad słowem drukowanym, jednak wspólną cechą czasopism tego typu jest niezwykle dopracowana i efektowna szata graficzna. Wydawane są zazwyczaj w formacie A4, wyposażane są zwykle w zwracające uwagę kolorowe okładki, kompozycja kolumny bardzo dynamiczna, duża ilość kolorowych ilustracji z tendencją by na stronie nie występował kolor biały, więc tekst często drukowany jest na apli. Artykuły raczej krótkie o treści interesującej dla przeciętnego nastolatka lub nastolatki. Niska cena dostosowana jest do możliwości nabywczych tego typu czytelników.

Ostatnią grupą czasopism, którą można wyróżnić ze względu na rodzaj kształtowania typograficznego, są periodyki naukowe i fachowe o niekomercyjnym charakterze. Z formalnego punktu widzenia wydawnictwa te charakteryzują się najbardziej tradycyjną typografią – często niechęć do rewolucyjnych zmian szaty graficznej może być motywowana próbą podkreślenia długiej tradycji. Swym kształtem przypominają wydawnictwa zwarte tj. książki i broszury, w formacie najczęściej B5. Dominuje jednoszpaltowe kształtowanie kolumny charakterystyczne dla prac naukowych, gdyż sprzyja wnikliwemu choć niezbyt szybkiemu studiowaniu tekstu. Zauważalny jest brak wszelkich zbędnych elementów o charakterze zdobniczym. Przykładem tego typu czasopism naukowych mogą być: „Filozofia Nauki”, „Studia o Książce”, „Przegląd Filozoficzny”, „Roczniki Biblioteczne”, „Kwartalnik Filozoficzny”, „Heksis Kwartalnik Naukowo-Dydaktyczny”, „Studia Socjologiczne”, „Śląski Kwartalnik Historyczny” i inne, a z fachowych np. „Poradnik Bibliotekarza”, „Bibliotekarz” czy „Biblioteka w Szkole”. Specyficzne funkcje tego typu periodyków i konieczność ograniczenia kosztów, nie pozwalają na stosowanie efektywnej i atrakcyjnej dla czytelnika szaty graficznej, charakterystycznej dla komercyjnych czasopism. Pierwszoplanowym elementem jest zapewnienie wysokiej czytelności tekstu i niskich kosztów wytwarzania czasopisma, by zagwarantować istnienie tych wydawnictw na rynku.

Reasumując, z punktu widzenia typografii współczesny rynek czasopism w Polsce możemy podzielić wyróżniając wydawnictwa komercyjne i niekomercyjne. Czasopisma komercyjne muszą być wyposażone w interesującą i poprawnie przygotowaną szatę graficzną, gdyż „przyciąga” ona bezpośrednio potencjalnego czytelnika, który może kupić dany tytuł dokonując wyboru wśród wielu innych. Walka o klienta wymusza stosowanie agresywnej reklamy, korzystnego systemu prenumeraty, czy tworzenia serwisów informacyjnych w Internecie. Czasopisma niekomercyjne nie muszą „atakować” czytelnika efektywnie wyglądającą kolumną, z punktu widzenia funkcjonalności wystarczy by odznaczały się odpowiednio dobraną czcionką, formatem i poprawnym łamaniem.

ZJAWISKA ZWIĄZANE Z KOMPONOWANIEM ELEMENTÓW GRAFICZNYCH NA PŁASZCZYŹNIE

Każdy intencjonalny twór polegający na zagospodarowaniu określonej przestrzeni na płaszczyźnie w celu transmisji zamierzonych przekazów, jest systemem powiązanych i oddziaływujących ze sobą różnorodnych elementów treści i formy. Wzajemne relacje między treścią i formą, mają dalszy związek z funkcjami jakie ten twór posiada, do których zaliczyć można np. funkcję informacyjną, estetyczną itp. Zakładając komunikatywność przekazu, która jest podstawową cechą interesującej nas kreacji, można zastanawiać się nad mechanizmami warunkującymi poziom tejże komunikatywności, które tkwią „wewnątrz” interesującego obiektu i które sprowadzają się do świadomej kompozycji elementów obrazu.

Teoria, która zakłada racjonalne wyjaśnienie tej problematyki, musi brać pod uwagę złożoność problemu związanego z tym, że wykreowany obiekt jest odbierany przez żywego człowieka na płaszczyźnie kulturowej, psychofizjologicznej, indywidualnych cech osobowości itd. Człowiek interpretuje to, co postrzega przez pryzmat jego psychofizycznej konstrukcji, jak również jakość interpretacji jest związana z wartościami kulturowymi, jakie przyswoił sobie w dotychczasowym społecznym życiu¹. Drobek teoretyków sztuki i estetyki, nie pozwala na pełne naukowe wyjaśnienie fenomenu dzieła sztuki, umożliwia natomiast poznanie mechanizmów rządzących formami, które nie zawsze mają pretensję do zaliczenia ich do „sztuki wysokiej”, np. przekazy mające cechy użytkowe, reklamę, książkę, czasopismo, afisz informacyjny, strony www itp. Odkryte i opracowane wskazówki dotyczące kompozycji można stosować w działalności praktycznej, zapewniając tym możliwie pełne i zgodne z intencjami twórcy kreowanie przekazów.

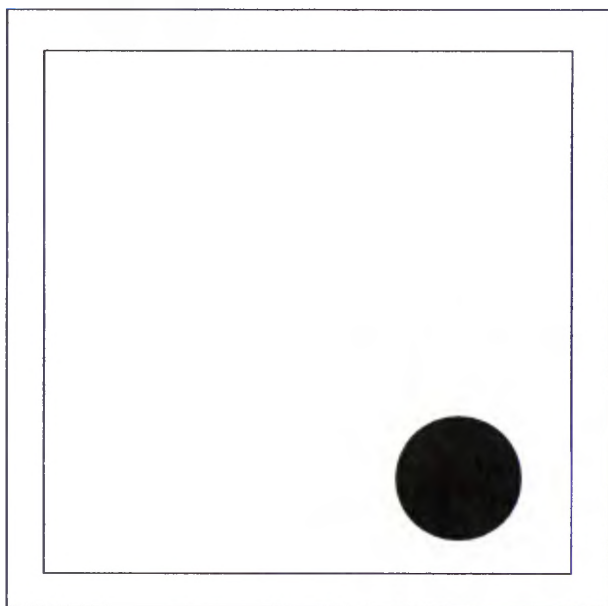
Problemy świadomej kompozycji płaszczyzny można zanalizować przez wyodrębnienie zjawisk związanych z rozmieszczeniem elementów obrazu i omówieniem funkcji kolorów, pamiętając, iż finalny efekt jest wynikiem połączenia tych dwóch podstawowych elementów w jeden system, obliczony na optymalne przekazanie treści użytkownikowi.

¹ Por. W. Strzeмиński: *Teoria widzenia*. Wyd. 3. Kraków, 1974.

Rozmieszczenie elementów obrazu na płaszczyźnie

Kształt przekazu wizualnego ograniczony jest do wycinka rzeczywistości wyodrębnionego w wyraźny sposób z całości uniwersum. Zaliczyć można do tego obraz ograniczony ramami, otwartą książkę, ekran w kinie, ekran monitora komputerowego itp. Wewnątrz ograniczających „ram” zawarty jest zbiór oddziaływujących na siebie elementów warunkujących jakość przekazu. Oddziaływanie elementów obrazu na odbiorcę związane jest z odpowiednim umieszczeniem ich w określonych elementach płaszczyzny, przez co nabierają nowych właściwości.

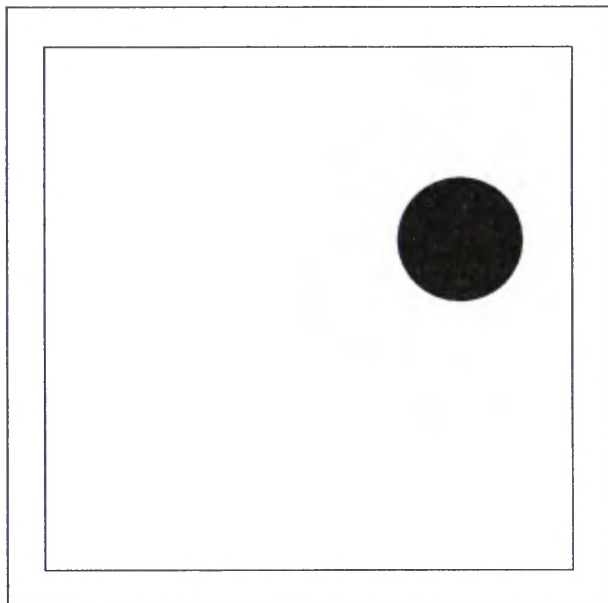
Na każdej przestrzeni określonej płaszczyzny, na której występują elementy graficzne ujawniają się napięcia funkcjonalne określające wzajemne relacje obiektów. Można to zobaczyć na przykładzie kompozycji złożonej z kwadratu i koła² (rys. 1). Widać, że koło nie zostało zawieszono w próżni – ma swoje wyznaczone miejsce, wyczuwalne jest także napięcie skierowane do środka kwadratu, jak również, ku jego krawędzi. Koło wygląda jakby kiedyś było w geometrycznym środku kwadratu i „dążyło” do tego aby powrócić na swoje centralne miejsce. Obecność koła podkreśla istnienie centralnego punktu, który na rysunku nie jest w żaden sposób zaznaczony.



Rys. 1

² Zob. P. Taranczewski: *O płaszczyźnie obrazu*. Wrocław 1992, s. 44.

Zmieniając położenie koła można zauważyć, że w różnych miejscach kwadratu jego „status” jest inny – w pewnych obszarach położenie jest stabilne (np. w geometrycznym środku), w innych odczuwalne jest dążenie ku innym miejscom, w jeszcze innych lokacja ma charakter niejasny lub niepewny. Koło na rys. 2 wygląda tak, jakby było przyciągane przez prawy bok kwadratu. Zmiana odległości od krawędzi wzmacnia lub osłabia to zjawisko. Dużą rolę odgrywają osie symetrii i przekątne. Na nich wszystkie siły ulegają zrównoważeniu, stąd obiekty nabierają charakteru statyki i pewności. Według Wasilija Kandinskiego³ charakterystyki poszczególnych boków kwadratu różnią się między sobą, przez co znajdujące się w nich elementy nabierają nowych właściwości.



Rys. 2

Górny obszar kwadratu kojarzy się z większym rozluźnieniem, poczuciem lekkości, swobody i wolności. Dolny związany jest z zagęszczeniem, ciężarem i skrępowaniem. „Wznoszenie” jest utrudnione, im bliżej krawędzi tym „ciężar” obiektu jest większy i swoboda ruchu jest ograniczona. Cechy układają się więc na zasadzie opozycji⁴:

³ Por. W. Kandinsky: *Punkt i linia a płaszczyzna: przyczynek do analizy elementów malarskich*. Warszawa 1986.

⁴ P. Taranczewski op. cit. s. 50.

- górny obszar – dolny obszar
- rozluźnienie – zagęszczenie
- lekkość – ciężar
- swoboda – skrzępowanie
- siła hamująca minimalna – siła hamująca maksymalna
- ruch ułatwiony – ruch utrudniony

Problematyka lewego i prawego obszaru kwadratu związana jest z cechami „góry” i „dołu”. Lewa strona sprawia wrażenie większego rozluźnienia, lekkości swobody i wolności. Zagęszczenie mocy tych cech zależne jest od stosunku górnej i dolnej krawędzi kwadratu (im wyżej tym swoboda większa).

Prawa strona jest w pewnym sensie przeciwieństwem lewej – ciężar, gęstość, ograniczenie swobody rosną przy zbliżaniu się do dolnej krawędzi kwadratu. Pamiętać należy, że charakterystyki poszczególnych fragmentów obrazu nie funkcjonują na zasadzie podziałów ostrych, lecz przechodzą płynnie jedno w drugie nie burząc integralności całej płaszczyzny.

Wyżej opisaną teorię wykorzystuje formalna kompozycja obrazu stosowana szeroko w działalności użytkowej (np. reklamie, wzornictwie przemysłowym) jak i sztukach pięknych. Zakłada ona konstruowanie struktur graficznych pod kątem ich maksymalnego i skutecznego oddziaływania na potencjalnego widza, zarówno przez osiąganą warstwę estetyczną jak i możliwość reinterpretacji w celu odczytania intencji twórcy przekazu (np. na co chciał przede wszystkim zwrócić uwagę odbiorcy).

Jedną z podstawowych zasad kompozycji elementów graficznych na płaszczyźnie jest wykorzystywanie reguły „złotego podziału”. System ten znany i praktykowany już w starożytnej Grecji zapewnia estetyczne kreowanie proporcji obiektów lub ich rozmieszczanie. Wyraża go równanie:

$$\frac{a}{b} = \frac{b}{a+b}$$

gdzie:

$a + b$ – długość całego odcinka np. długość krótszego i dłuższego boku prostokąta,

a – długość krótszego odcinka (np. długość krótszego boku prostokąta)

b – długość dłuższego odcinka (np. długość dłuższego boku prostokąta)

Stosunek odcinków charakterystycznych dla „złotego podziału” wyraża się wartością około 1:1,6.

Podział płaszczyzny wg „złotego podziału” ilustruje rys. 3.

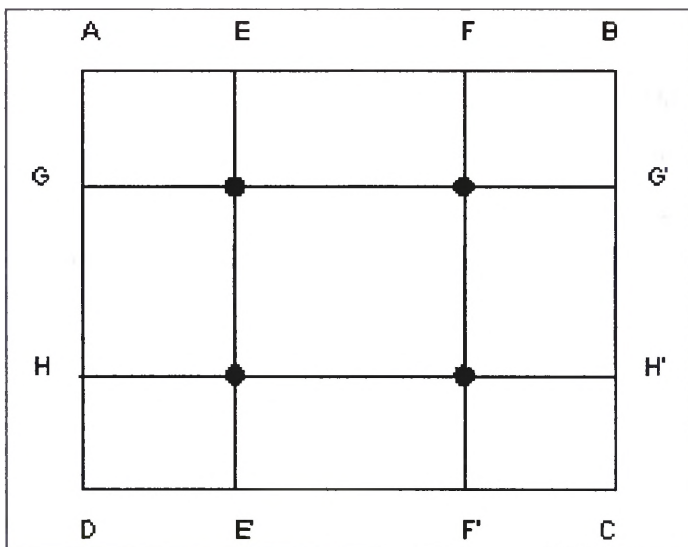
Podział powoduje powstanie odcinków o proporcjach:

$$AE:EB=EB:AB$$

$$FB:AF=AF:AB$$

$$AG:AP=HD:AD$$

W punktach przecięć odcinków EE' FF' i GG' HH' wypadają tzw. mocne punkty obrazu, gdzie w pierwszej kolejności pada wzrok odbiorcy. Punkty mocne zawsze znajdują się na przekątnych obrazu, charaktery-



Rys. 3

styczne również jest to że optyczny i geometryczny środek płaszczyzny nigdy nie jest punktem mocnym⁵.

Wyróżnia się dwa podstawowe modele kompozycji obrazu – kompozycję symetryczną i skośną. W pierwszym przypadku temat obrazu (główny, kluczowy motyw) zorientowany jest wg osi symetrii i wykorzystuje wszystkie punkty mocne. Osiąga się przez to podkreślenie wagi tematu, na którym koncentruje się uwaga odbiorcy. W przypadku kompozycji skośnej (po przekątnej) polegającej na umieszczeniu elementów graficznych na jednej z przekątnych, osiąga się naturalną dynamikę obrazu wywoływaną przez linie skośne. Największy stopień dynamiki osiąga się przez zastosowanie linii o nachyleniu około 30° w stosunku do poziomu⁶.

Ważną kategorią jest „równowaga obrazu” związana z pojęciem „ciężkości” (nie mylić z ciężarem, masą itp.) elementów graficznych. Ciężkość jest charakterystyką związaną z wielkością plamy, stopniem jej zaciemnienia, kontrastem pomiędzy plamą a tłem. Plama ciemna jest cięższa niż jasna, plama duża jest cięższa od małej, obraz utrzymany w jasnej tonacji ma ciężkie ciemne elementy itd. Zasady poprawnej kompozycji zakładają, że różnorodne elementy wykorzystane w kreacji obrazu będą się wzajemnie znosiły, przez co uniknie się niezrównoważonych obiektów w określonych fragmentach obrazu wprowadzających niepotrzebny niepokój dezorientujący odbiorcę.

⁵ P. Wójcik: *Kompozycja obrazu fotograficznego*. Warszawa, 1990, s. 25.

⁶ *Tamże* s. 31.

Poprawna kompozycja na płaszczyźnie powinna charakteryzować się właściwie umieszczonymi punktami węzłowymi. Punkty te (nie mylić z punktami mocnymi) powstają z linii kreowanych przez umysł odbiorcy związanych z elementami obrazu, które zbiegają się w określonym punkcie. Wyobrażane linie skupiają uwagę odbiorcy na określonym fragmencie płaszczyzny. W pewnych przypadkach punkt węzłowy może znajdować się poza płaszczyzną obrazu, co powoduje „wyrzucenie” uwagi odbiorcy na zewnątrz. Ten niezamierzony efekt może być poważnym błędem kompozycyjnym.

Ważną zasadą związaną z kompozycją obrazu jest **zasada kierunku**, wykorzystująca podświadomy nawyk odbiorcy wynikający z techniki czytania. Człowiek wychowany w kulturze śródziemnomorskiej w pierwszej kolejności kieruje wzrok (o ile nie zostanie zastosowany mocny akcent w innym miejscu) w lewy górny mocny punkt obrazu, po czym przenosi wzrok po przekątnej na prawy dolny mocny punkt. Obiekt znajdujący się w prawej części płaszczyzny jest podświadomie odbierany jako dążący w lewo, przez co osiąga podniesienie dynamiki obrazu. Znajomość zasady kierunku umożliwia budowanie interesujących kompozycji sugerujących inną niż zwykle kolejność czytania elementów płaszczyzny.

Efekt spójności elementów graficznych na płaszczyźnie można osiągnąć przez wpisanie ich w figurę geometryczną (trójkąt, kwadrat, prostokąt). Elementy umieszczone na bokach lub kątach będą postrzegane jako związane w pewien uporządkowany sposób ze sobą, zmieni się także ich status – będą ważniejsze niż te, które znajdują się „na zewnątrz” wyobrażonej figury.

Wyżej opisana kompozycja formalna dotyczy świadomego sterowania uwagą widza przez świadome i intencjonalne rozmieszczanie elementów graficznych na płaszczyźnie obrazu. Kategorią, która jest również immanentną wartością kreacji na płaszczyźnie, posiadającą podobne właściwości i funkcje, jest kolor.

Funkcje i właściwości kolorów

Kolor w kompozycji na płaszczyźnie odgrywa bardzo ważną rolę w podkreślaniu określonych elementów, kierowaniu uwagi odbiorcy przez rozmieszczanie akcentów za pomocą kontrastów barwnych, budowania określonego nastroju i charakteru obrazu. Kolor oddziałuje na psychikę człowieka z jednej strony odwołując się do archetypów psychofizjologicznych, z drugiej zaś do wartości obowiązujących w danym czasie w określonej kulturze. W średniowieczu istniała dokładnie określona symbolika kolorów⁷ będąca kluczem do odczytywania obrazów. Kolor zielony jako barwa wegetacyjna roślin był barwą używaną do przedstawiania Raju i symbolem wiekuistego szczęścia. Barwa żółta jako zbliżona

⁷ Zob. M. Rzepińska: *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*. T. 1. Warszawa, 1989, s. 133-135.

swoim kolorem do złota we wczesnym średniowieczu była symbolem cnoty, od XII w. stała się wyobrażeniem zdrady i fałszu – stąd Judasza przedstawiano w żółtym płaszczu, a kurtyzany miały żółte emblematy na swych szatach. Czerni miała charakter zdecydowanie negatywny, gdyż traktowano ją jako przeciwieństwo światła. Traktowano ją jako cechę niewiary, grzechu i wyrzeknięcia się świata. Dzisiaj symbolem prestiżu jest kolor czarny, granatowy lub niebieski – trudno wyobrazić sobie limuzynę lub garnitur dyplomaty w jasnych żywych barwach.

Kolory oddziałują na psychikę odbiorcy także w pozakulturowym aspekcie⁸. Barwy nasycone męczą wzrok i nie nadają się na tła dla dłuższych tekstów. Kolory blade dają wrażenie spoczynku. Czerwień działa podniecająco przykuwając uwagę odbiorcy, błękit i zieleń tonizuje nastroje. Żółty i pomarańczowy działa pogodnie i radośnie dając wrażenie ciepła. Ciemny błękit i fiolet działa przygnębiająco.

W funkcjonalnej teorii koloru niezbędne jest szukanie odpowiedzi na pytanie, na jakich zasadach można zestawiać barwy w celu konstruowania świadomych przekazów. Punktem wyjścia jest wyróżnienie tzw. barw podstawowych światła. Wszystkie barwy spotykane w przyrodzie można uzyskać przez mieszanie trzech kolorów światła: czerwonego, zielonego i ciemnoniebieskiego. Mieszając te kolory w równych proporcjach można uzyskać barwy wtórne, czyli:

- żółty (czerwony + zielony),
- purpurowy⁹ (czerwony + ciemnoniebieski),
- jasnyniebieski (zielony + ciemnoniebieski).

Na podstawie wyżej opisanych barw można skonstruować tzw. koło barw (diagram kołowy ułożony wg kolejności rozszczepionego widma światła białego), który pozwoli wyodrębnić tzw. barwy dopełniające generujące największe kontrasty. Kontrast w obrazie można budować na dwa sposoby¹⁰:

- przez zestawienie dwóch barw, które w zauważalny sposób różnią się między sobą (np. barwy dopełniające) – jest to tak zwany kontrast koloru,
- przez zestawienie tego samego koloru, lecz o dużej różnicy intensywności (np. jasnyniebieski i ciemnoniebieski) – kontrast waloru.

Z kontrastem waloru wiąże się ciekawe zjawisko – przy występowaniu obok siebie tego samego koloru o różnej intensywności barwy, uzyskujemy jego wzajemne wzmocnienie. Jasny kolor wydaje się jaśniejszy a ciemny – ciemniejszy. Na skutek charakterystycznych właściwości ludzkiego mózgu, walor koloru zawsze jest względny i zależy od innych barw, które wokół niego występują.

Dążąc do budowania efektywnych kontrastów można sumować kontrasty koloru i waloru. Pamiętać należy, że maksymalne zderzenia kolorów budowane na zasadzie zestawienia barw dopełniających o tej samej intensywności (walorze) np. magenta – zielony czy błękit cyjanowy – czer-

⁸ Tamże s. 17.

⁹ W dalszej części pracy barwa ta będzie określana terminem magenta.

¹⁰ Por. J.M. Perramon: *Jak powstaje kolor*. Wrocław, 1993, s. 40.

wień, jest wyjątkowo nieprzyjemne dla wzroku i może przyczyniać się do zakłócania widzenia¹¹, co jest jednym z podstawowych błędów kompozycyjnych.

Ważnym elementem jest także harmonizowanie kolorów, którego celem jest uzyskanie zgodności jednego koloru z innymi po to, aby uzyskać logicznie kolorystyczną całość. Z problemem tym wiąże się występowanie dwóch gam barwnych kolorów ciepłych i zimnych¹².

Do gamy barw ciepłych należy: fiolet, magenta, karmin, czerwień, pomarańczowy, żółty, jasna zieleń.

Do gamy barw zimnych zalicza się: jasna zieleń, zieleń, ciemna zieleń, błękit ultramaryna, ciemny błękit, fiolet¹³.

Budowanie kompozycji na zasadzie wykorzystywania jednej gamy barw, może prowadzić do braku efektownych zestawień kolorystycznych. Brak barw należących do alternatywnej gamy zwykle powoduje monotonię i nieoryginalność. „Obce” barwy bardzo dobrze nadają się do wyodrębnienia głównego motywu z tła przez powstanie zjawiska kontrastu koloru. Korzystne jest określenie jednej barwy podstawowej (dominującego koloru), co zapewni możliwość logicznego stosowania kontrastów i harmonizacji gam barwnych.

Płaszczyzna obrazu jest systemem powiązanych ze sobą elementów graficznych realizujących funkcję przekazu treści (informacji), która leży u podstaw interesujących nas kreacji. Jakość, charakter, rozmieszczenie elementów graficznych, zastosowany kolor, powinny współgrać z treścią, powodując podkreślenie jej charakteru, zwiększenie komunikatywności i atrakcyjności przekazu. Zdecydowanym błędem jest „zaciemnianie” przekazu, przez nieodpowiednią kompozycję elementów graficznych na płaszczyźnie.

¹¹ Tamże s. 98.

¹² Tamże s. 102.

¹³ Jasna zieleń i fiolet jako barwy przejściowe są zaliczane do obu gam barwnych.

JĘZYKI OPISU STRONY I ZAKRESY ICH STOSOWANIA

Język opisu strony ma na celu umożliwienie zapisu dokumentu w formie elektronicznej, z myślą o zachowaniu jego formy, prezentacji i/lub publikacji. Dalszą funkcją języka opisu strony jest przechowywanie niezbędnych informacji związanych z jego wartościami treściowymi ułatwiającymi proces automatycznego indeksowania (dotyczy do zwłaszcza formatów przeznaczonych do publikacji w Internecie). W technologii komputerowej ważne jest, aby dokumenty zakodowane w określonych formatach były „czytelne” dla oprogramowania funkcjonującego na różnych platformach sprzętowych i systemach operacyjnych, dlatego przyjęto kilka podstawowych standardów stosowanych w zależności od celu i charakteru elektronicznej publikacji. Z uwagi na to, iż podstawowym medium elektronicznej komunikacji, przy wykorzystaniu tekstu, jest Internet, wszystkie umówione formaty są wykorzystywane w „światowej pajęczynie” również jako metody stosowane w przypadku publikacji czasopism elektronicznych.

Format znakowy (ASCII)

ASCII (*American Standard Code for Information Interchange*) jest podstawowym i najstarszym (od 1968 r.) formatem wykorzystywanym w celu elektronicznej reprezentacji dokumentów tekstowych. Do opisu jednej litery wykorzystuje 8 bitów, obejmuje 128 uniwersalnych znaków (małe i wielkie litery, cyfry, znaki interpunkcyjne, operatory arytmetyczne i część znaków specjalnych). W przypadku polskich znaków diakrytycznych stosuje się odmiany ASCII wykorzystujące kody od 129 do 256 (oficjalny standard ISO 8859-2 i nieoficjalne: *Mazovia*, *Latin 2*, *CP 850*, *CP 1250*, *Microvex*, *DHN*, *Cyromat*, *CSK*). Zapis złożonych wzorów matematycznych i formuł chemicznych jest niemożliwy. Format ASCII pozwala jedynie na zapisanie treści niemal z całkowitym pominięciem warstwy typograficznej dokumentu (niewykonalna jest zmiana kroju pisma, wielkości i cech, odstępu między wierszami itp.). Największymi zaletami tego standardu jest: niezależność sprzętowa i programowa, minimalna wielkość pliku (brak informacji formatującej). Wykorzystywany w przypadku niektórych czasopism elektronicznych dostępnych przez e-mail i/lub FTP np. polski dziennik „Donosy”.

Format obrazowy – bitmapowy

Dokumenty zapisane w tym formacie są przechowywane w postaci grafiki rastrowej. Obraz dokumentu składa się z pojedynczych, kolejno po sobie następujących pikseli. Parametry charakteryzujące mapy bitowe to rozdzielczość (mierzona najczęściej w punktach na cal – DPI) oraz głębokość palety barw. Ten drugi atrybut mierzony jest liczbą bitów niezbędnych do przedstawienia jednego piksela. Wykorzystując jeden bit możliwe jest przedstawienie dokumentu czarno-białego (2^1), za pomocą 8 bitów w 256 odcieniach szarości (2^8), natomiast 24 bitów – w pełnym kolorze (2^{24} ok. 16,7 mln barw). Dokumenty w formatach bitmapowych osiąga się zazwyczaj za pomocą skanowania dokumentów papierowych (polimerowych). Największymi wadami tego formatu są: duża wielkość plików wynikowych (zwłaszcza w pełnym kolorze) i ogromne trudności w indeksowaniu zapisanych w nich tekstów. Zazwyczaj wykorzystuje się go do szybkiego i efektywnego archiwizowania dokumentów tradycyjnych (papierowych), a w przypadku Internetu stosuje się elementy graficzne zapisane w skompresowanych formatach GIF i JPEG.

Format obrazowy – wektorowy

Źródłem powstania tego formatu jest standard *Postscript* przeznaczony do opisu tekstu i grafiki. Jego dużą zaletą jest niezależność od platformy sprzętowej i programowej. Opis strony nie jest powiązany w jakikolwiek sposób z urządzeniem zewnętrznym i może być wydrukowany na każdej drukarce wyposażonej w interpreter *Postscriptu* lub wyświetlony za pomocą odpowiedniego oprogramowania na ekranie monitora. Standard ten został ustanowiony przez firmę *Adobe* i po raz pierwszy pojawił się w roku 1985 w drukarkach *LaserWriter* firmy *Apple*.

Wzrastająca popularność mediów elektronicznych wymusiła na producentach oprogramowania stworzenie formatów dla nich dedykowanych. Główną cechą tego formatu obrazowego jest fakt pełnej kontroli nad ostatecznym wyglądem dokumentu (wielkość czcionki, format strony, rozdzielczość wmontowanej grafiki, rozkład wszystkich elementów na stronie itp.).

Oprogramowanie dla tego formatu składa się najczęściej z dwóch, wzajemnie powiązanych części. Pierwsza służy do tworzenia dokumentu (program DTP lub graficzny) i generowania pliku postscriptowego za pomocą np. „Postscript Printer Driver”, natomiast za pomocą drugiej, często dystrybuowanej bezpłatnie (np. program „GhostScript”) można dokumenty przeglądać w dokładnie takiej formie jaką zaprojektował twórca. W przypadku Internetu stosowany jest najczęściej format PDF (*Portable Document Format*) będący odmianą postscriptu charakteryzującą się m.in. zastosowanym algorytmem kompresji, a także rozszerzonym o możliwość tworzenia hipertekstowych połączeń między poszczególnymi elementami dokumentu lub dokumentów. Format PDF dzięki przeglądarkom „Adobe

Acrobat Reader” dostępnych na wiele platform sprzętowych i programowych stosowany jest dla znacznej liczby czasopism naukowych z dziedzin matematyczno-techniczno-przyrodniczych¹.

Innym rodzajem formatów dokumentów elektronicznych są systemy wykorzystujące zawarte w kodzie źródłowym ciągi znaków odpowiedzialnych za wygląd (kształt typograficzny) i strukturę logiczną dokumentu. W pierwszym przypadku są to tzw. oznaczenia proceduralne informujące jak powinien być przetworzony dany fragment tekstu w celu wyświetlenia na ekranie lub wydruku, w drugim przypadku tzw. oznaczenia ogólne określają jaką funkcję logiczną pełni określony fragment tekstu w dokumencie (np. język SGML).

Język SGML

SGML – *Generalized Markup Language*, powstał w 1967 r. w Canadian Government Printing Office. SGML jest międzynarodowym standardem (ISO 8879:1986) definiującym metody reprezentacji tekstu w postaci elektronicznej, niezależnej od platformy sprzętowej i systemu operacyjnego. Umieszczone w tekście znaczniki niosą tylko informację znaczeniową i nie informują systemu o wyglądzie dokumentu, rodzaju użytych czcionek, rozmieszczeniu elementów tekstu na stronie itp. SGML opisuje nie tylko zawartość dokumentu (tekst, zdjęcia, animacje), lecz również jego strukturę logiczną (słowo, akapit, rozdział, sekcja). Pozwala także na tworzenie dokumentów składających się z wielu plików, zachowując przy tym ich integralność. Obiektem opisującym tekst są znaczniki. Na początku i na końcu każdego z nich znajdują się znaki (ograniczniki), które pozwalają na wyraźne oddzielenie obiektów opisujących tekst od zasadniczej treści dokumentu. Dokument SGML składa się z dwóch części: prologu i dokumentu zasadniczego. Prolog zawiera deklarację SGML (ang. *SGML declaration*) oraz definicję typu dokumentu (ang. *Document Type Definition* – DTD). Dokument zasadniczy zawiera tekst, który jest oznaczony zgodnie z DTD umieszczonym w prologu. Deklaracja SGML zawiera podstawowe dane o strukturze leksykalnej używanej w DTD oraz w dokumencie zasadniczym. Definiuje m.in. dozwolony zestaw znaków, maksymalną liczbę znaków w nazwach (elementów, atrybutów), maksymalną liczbę zadeklarowanych elementów w DTD, dozwolone ograniczniki (ang. *delimiters*). DTD określa logiczną strukturę dokumentu (zazwyczaj stosuje się go globalnie do całej klasy dokumentów), wzajemne zależności zachodzące pomiędzy jej częściami składowymi oraz ich prawidłową kolejność². SGML jest językiem, który stał się podstawą języka HTML.

¹ Por. Springer link. Berlin 1998, lub <http://link.springer.de/>

² Zob. R. Lewandowski: *Wprowadzenie do SGML*, <http://rafal.clpz.poznan.pl/Sgml/default.htm>

Język HTML

Język HTML (*Hyper Text Markup Language*) został stworzony przez Tim'a Bernersa-Lee pracownika CERN-u, został szybko rozpowszechniony w ciągu 1990 r. dzięki popularnej w Internecie przeglądarce Mosaic, przez co stał się podstawowym standardem dokumentów w sieci Internet. Dzięki zaimplementowanym oznaczeniom proceduralnym i ogólnym umożliwia kontrolowanie wyglądu dokumentów i ich właściwości (cech) logicznych (strukturalnych). Umożliwia:

- publikację dokumentów online wyposażonych w nagłówki, tekst (z dużą możliwością formatowania), tabele, listy wyliczeń, grafiki
- tworzenie hipertekstowej struktury wewnątrz i między dokumentami,
- projektowanie formularzy w celu interaktywnej wymiany informacji umożliwiającej np. rezerwację, zamawianie produktów, wyszukiwanie informacji itp.,
- umieszczanie odnośników do plików dźwiękowych, wideo i aplikacji wewnątrz dokumentu HTML,
- zawieranie wewnątrz kodu informacji służących do automatycznego indeksowania dokumentów (metadane),
- przeglądanie dokumentów dzięki przeglądarkom pracującym na wszystkich platformach sprzętowych i programowych.

Nad rozwojem języka HTML czuwa W3C (*World Wide Web Consortium*), które opracowuje i publikuje kolejne obowiązujące specyfikacje języka, niezbędne dla producentów oprogramowania (przeglądarek i edytorów) jak i twórców stron www.

Poszczególne wersje języka (HTML 2.0 styczeń 1995, HTML 3.0 również 1995, poprawiona wersja HTML 3.2 styczeń 1997 i HTML 4.0 1998)³ charakteryzują się coraz większymi możliwościami dokładnego i efektywnego opisu wyglądu strony. Wersja HTML 4.0 rozszerzona jest o mechanizm CSS – *Cascading Style Sheets*⁴ pozwalający całościowo lub lokalnie zmieniać cechy formatowanego tekstu. Style mogą oddziaływać na: cały dokument, fragment tekstu wyodrębniony określonym znacznikiem np. <P> </P>, na cały system stron za pomocą globalnej definicji w specjalnym pliku. Style mogą wpływać na: własności czcionek (krój, wielkość, styl, wariant, wagę), kolor i tło strony, własności tekstu (odstęp między literami i wyrazami, wyrównywanie tekstu, interlinię), marginesy i obramowania akapitów, wyświetlanie i wyróżnienia list wyliczeń, pozycjonowanie elementów strony (akapitów i grafiki).

Język HTML charakteryzuje się możliwością opisu strony dokumentu za pomocą odpowiednich znaczników (ang. *tags*), które niosą informację formatującą służącą przeglądarce do przetworzenia kodu źródłowego i wyświetlenia jego zawartości na ekranie monitora. Twórca (projektant) strony określa sposób kształtowania formy dokumentu, natomiast efekt

³ Zob. HTML specification, <http://www.w3.org/>

⁴ Cascading Style Sheets, level 1, W3C, <http://www.w3.org/pub/WWW/TR/REC-CSS1>

końcowy (wygląd dokumentu na ekranie) zależy od wielu czynników: rodzaju i wersji przeglądarki, rozdzielczości ekranowej, indywidualnych dyspozycji konfiguracyjnych przeglądarki itp. i może różnić się nieco na poszczególnych komputerach. Do dużych umiejętności projektanta stron www należy takie projektowanie dokumentów by zachowywały możliwie jednolity wygląd na różnych platformach sprzętowych i programowych. Ogromną zaletą HTML-a jest niewielka objętość wynikowych plików (plik tekstowy + znaczniki), znacznie mniejsza od analogicznych plików post-scriptowych i rastrowych.

Język HTML umożliwia implementację na stronie dokumentu apletów Javy – programów napisanych w obiektowym języku Java, które kompilowane są bezpośrednio na komputerze klienta dzięki „*Java Virtual Machine*” (wbudowanym w przeglądarkę kompilatorze Javy), co zapewnia niezależność sprzętową i programową. Innymi programami, które mogą być umieszczane w dokumentach są kontrolki (programy) *Active X* będące rozszerzeniem firmy Microsoft. Język HTML pozwala na umieszczanie w dokumentach kodu języków skryptowych np. *Java Script* firmy Netscape, które nie podlegają kompilacji lecz są wykonywane bezpośrednio przez przeglądarkę.

Dzięki Javy i Java Scriptu programów w dokumentach, język HTML umożliwia kreowanie interaktywnych obiektów składających się elementy strony, stwarzając nowe możliwości kształtowania formy elektronicznych dokumentów przekraczające granice wyznaczone przez ich drukowane pierwowzory.

Z uwagi na korzystne dla Internetu właściwości (niewielka objętość gotowych plików, popularność i uniwersalność) język HTML wydaje się być najodpowiedniejszy do opisu dokumentów publikowanych w Sieci i przechowywanych w formie elektronicznej. Jest podstawowym formatem większości popularnych i części naukowych czasopism spotykanych w Internecie.

PROBLEMATYKA KSZTAŁTOWANIA FORMY DOKUMENTÓW ELEKTRONICZNYCH W KONTEKŚCIE JĘZYKA OPISU STRONY HTML

Plik źródłowy języka HTML stanowi plik tekstowy ASCII wyposażony w znaczniki (ang. *tags*) odpowiedzialne za wygląd poszczególnych elementów dokumentu. Odtwarzaniem poszczególnych dokumentów HTML standardowo zajmują się przeglądarki (ang. *browsers*). Oprogramowanie odpowiedzialne za przetwarzanie pliku w formacie HTML (np. wyświetlanie dokumentu na ekranie monitora) inicjuje procedurę pobrania odpowiedniego pliku z serwera www i przetwarza go zgodnie z zawartymi w nim instrukcjami dotyczącymi wizualizacji dokumentu. Ta procedura zapewnia transport przez sieć plików o możliwie minimalnej wielkości, co ma znaczenie z uwagi o ograniczoną fizycznie prędkość transmisji.

Z uwagi, iż poszczególne przeglądarki internetowe różnią się między sobą pod względem wizualizacji instrukcji zawartych w kodzie języka HTML, działają na różnych platformach sprzętowych i programowych, interpretują rozszerzenia języka HTML spoza oficjalnego standardu, w praktyce zachodzi zjawisko polegające na tym, że ten sam dokument w języku HTML może być różnie interpretowany przez oprogramowanie działające na poszczególnych komputerach.

Zjawisko to może wynikać co najmniej z jednej z poniższych przyczyn:

- ograniczenia natury technicznej – np. w przypadku terminalu tekstowego nie jest możliwe stosowanie różnego kroju, stopnia i koloru czcionki;
- obsługiwanej wersji języka HTML – jedną z podstawowych cech przeglądarek internetowych jest zasada ignorowania nieznanych znaczników, co powoduje, że nowe „tagi” występujące w kolejnej wersji specyfikacji języka nie są interpretowane przez starsze oprogramowanie;
- rozszerzenia specyficzne dla producenta przeglądarki – producenci poszczególnych przeglądarek wprowadzili własne rozszerzenia języka HTML, które nie są poprawnie interpretowane przez produkty firm konkurencyjnych;
- specjalne rozszerzenia dokonane przez producenta przeglądarki i/lub użytkownika – poszczególne przeglądarki interpretują poszczególne znaczniki na swój charakterystyczny sposób, istnieje także duża dowol-

ność w konfigurowaniu oprogramowania przez użytkownika (domyślny stopień, krój kolor czcionki, kolor odsyłaczy hipertekstowych itp.).¹

Poprawne i świadome projektowanie stron w języku HTML musi uwzględniać powyższe zjawiska.

Język HTML w swoich początkowych wersjach umożliwiał jedynie w bardzo ograniczonym zestawie kształtowanie elementów dokumentu, co wystarczało ówczesnym użytkownikom Sieci. Z czasem pojawiła się tendencja dążenia do możliwie precyzyjnego opisu poszczególnych elementów strony, co umożliwiła konstruowanie stron posiadających oprócz walorów czysto funkcjonalnych, również estetyczne. Fakt ten wiąże się ze zmianą funkcji dokumentów elektronicznych w Internecie, z pierwotnej – publikowania „surowych” w swej formie artykułów naukowych (prymat zawartości i jakości merytorycznej nad formą techniczną pracy), po zastosowania komercyjne, mające w swej istocie pierwiastek reklamowy i dużą wagę jakości estetycznej publikowanego materiału (co obecnie stało się już standardem). Zjawisko to pozwala na wyciągnięcie wniosku upodabniania się funkcji, celów i metod typografii tradycyjnej i elektronicznej. W chwili obecnej techniki DTP umożliwiają dowolne kształtowanie elementów typograficznych zgodnie z intencją redaktora technicznego. Faza łamania kolumny dokonywana jest przez człowieka i współczesne oprogramowanie DTP nie stwarza ograniczeń technicznych co do kształtowania elementów, a jedynymi barierami mogą być ograniczenia związane z zastosowaną techniką poligraficzną. W przypadku dokumentów HTML „łamanie kolumn” dokonywane jest przez oprogramowanie zainstalowane na poszczególnych komputerach, więc w tym przypadku redaktor techniczny (webmaster) musi uwzględniać margines nieokreśloności formalnej projektowanych i tworzonych przez niego dokumentów. Prawidłowe projektowanie dokumentów powinno dążyć więc do zachowania projektowanego kształtu dokumentu, niezależnie od przeglądarki i platformy programowo-sprzętowej, na jakim będzie on przetwarzany.

Tradycyjna typografia wykształciła metody takiego kształtowania formalnego dokumentów, by zapewnić możliwie wysoką czytelność i funkcjonalność odbioru tekstu i ilustracji przez czytelnika. Część z ogólnie przyjętych zasad może mieć zastosowanie w typografii elektronicznej. Istotnym problemem jest fakt, iż można tylko do pewnego stopnia traktować analogicznie kolumnę tekstu na papierze i odpowiednio złamany tekst na ekranie monitora. Tekst na ekranie monitora jest sam w swej istocie mniej czytelny, co wynika z małej rozdzielczości fizycznej lampy kineskopowej (ok. 72) DPI, zmęczenia wzroku wskutek patrzenia na ekran, kłopotów z nawigacją (u niewprawnych użytkowników).

Podstawowym problemem jest zastosowanie odpowiedniej wielkości czcionki, interlinii i formatu kolumny. W tradycyjnej typografii ukształtowała się zasada, że w pracach dziełowych stosuje się zazwyczaj czcionkę szeryfową lub bezszeryfową o stopniu 10 i interlinii wynoszącej 12 punktów (10/12 p). W przypadku dokumentów HTML istnieje możliwość zdefiniowania dokładnej wielkości i interlinii tylko w przypadku zastosowania

¹ Zob. *Chip Special: HTML i Java*, 1997, nr 3, s. 6.

mechanizmów CSS (*Cascading Style Sheet* – stylów kaskadowych), co ogranicza poprawną interpretację kodu tylko do najnowszych przeglądarek (Netscape Navigator od wersji 4.0 i Internet Explorer od wersji 3.0) – widoczne jest tutaj dążenie do zbliżenia z tradycyjną typografią. Przeglądarki pracujące w trybie graficznym dysponowały (i dysponują) mechanizmem wyświetlania czcionek w 7 standardowych wielkościach. Domyślną wartością jest wartość 3, możliwe jest więc osiągnięcie 3 trybów czcionek o większym stopniu (do zastosowania np. tytułów 1., 2., 3. rzędu) i trzech o mniejszej wielkości. Interlinia jest proporcjonalna, dodawana automatycznie i nie można jej zmieniać. Ten tryb określania wielkości czcionki uwzględnia ergonomię czytania tekstu z ekranu komputera i powinien być stosowany. 7 poziomów wielkości czcionki umożliwia poprawne zaadiustowanie tekstu o złożonej hierarchii wewnętrznej.

Innym problemem jest określanie kroju czcionki. Język HTML umożliwia określenie kroju czcionki, którą powinna zastosować przeglądarka do wyświetlenia odpowiedniego fragmentu tekstu. Mechanizm ten działa skutecznie do momentu, gdy zalecony w kodzie krój pisma zainstalowany jest fizycznie w systemie użytkownika. Gdy krój pisma jest nieosiągalny zostaje automatycznie zastosowana czcionka domyślna. Istnieje więc niebezpieczeństwo utraty atrybutu kroju pisma w przypadku fontów spoza standardowego wyposażenia komputera interpretującego kod źródłowy dokumentu. Największa zbieżność między typografią tradycyjną i elektroniczną zachodzi w przypadku koloru pisma i strony, na którym się znajduje. Największa czytelność zachodzi w przypadku zastosowania możliwie mocnego kontrastu barwy między tekstem a tłem. W Internecie często spotyka się strony skomponowane z białych (jasnych) liter na ciemnym (czarnym tle) – czyli w kontrze, które charakteryzują się dobrą czytelnością. Język HTML umożliwia zdefiniowanie pliku graficznego mogącego stanowić tło strony, projektant powinien dbać o to, aby faktura i kolorystyka ta nie zakłócała percepcji tekstu.

Najmniej zbieżności występuje między kolumną tekstu zależną od formatu książki (w typografii tradycyjnej) a „wielkością” kolumny tekstu na ekranie komputera. Wyodrębniona przez marginesy kolumna tekstu tworzy pewną estetyczną i logiczną całość zamkniętą fizycznie przez obszar strony. W dokumentach elektronicznych kolumna przypomina zwój przewijany z góry do dołu, nie można wyodrębnić poszczególnych stron (jednostką podziału jest akapit). W akcie przewijania „widoczny” jest zazwyczaj jedynie fragment tekstu, reszta „ucieka” z oczu czytelnika. W tym przypadku można mówić jedynie o parametrze odpowiedzialnym za szerokość kolumny. Kolumna zbyt szeroka jest źle czytelna, zbyt wąska powoduje, że na ekranie mieści się zbyt mały fragment tekstu utrudniający percepcję całości. Od wycucia projektanta strony zależy dobranie odpowiedniej szerokości kolumny. Standardowa szerokość „na cały ekran” wydaje się zbyt wielka – można zaproponować optymalną wynoszącą 640 pikseli, zapobiegającą „przelamywaniu” dokumentu przy zmianie rozdzielczości, lub układ dwufamowy ze zmniejszonym stopniem pisma.

Z badań wynika, że ok. 10% użytkowników sieci przewija w oknie przeglądarki długi dokument w pionie, korzystny jest więc podział dużego pliku na kilka mniejszych².

Ważnym problemem wydaje się estetyka kolumny tekstu. W przypadku typografii tradycyjnej estetyka zależy (oprócz wymiarów kolumny, stopnia i kroju czcionki, interlinii) od parametrów regulujących odstęp międzywyrazowe, międzyliterowe, przeniesienia wyrazów i justowanie lub jego brak, eliminacja „wiszących” spójników itp. Zasada łamania tekstu przez przeglądarkę powoduje, iż proces ten musiał zostać uproszczony i nie można bezwzględnie przenosić zasad estetycznych wypracowanych przez tradycyjną typografię na dokumenty elektroniczne. W dokumentach HTML nie istnieje (jak dotąd) możliwość stosowania systemu przenoszenia wyrazów, przez co równe i prawidłowe odstęp międzywyrazowe są dostępne tylko w przypadku wyrównywania jednostronnego. W przypadku justowania na szerokość kolumny odstęp są bardzo rozciągane, co daje bardzo niekorzystny efekt, zwłaszcza przy wąskiej kolumnie. Z powodu automatycznego łamania kolumn często na końcu wiersza pojawiają się „wiszące” spójniki, jednak ręczne ich usuwanie (np. znacznikiem
) nic nie daje, gdyż przy przełamaniu na innym komputerze może wystąpić zupełnie inny rozkład tekstu. Tak więc do dokumentów opisanych za pomocą języka HTML należy podchodzić mniej rygorystycznie i stosować inne kryteria oceny uwzględniające specyfikę dokumentów sieciowych. W przeglądarkach nie do końca zaimplementowano poprawną interpretację znaków pochodzących z tradycyjnej typografii, takich jak np. półpauza, pauza, cudzysłowy typograficzne, cudzysłowy francuskie, apostrof itp., co uniemożliwia ich stosowanie w dokumentach.

Język HTML został wyposażony w arsenal znaczników umożliwiających wyodrębnianie fragmentów tekstu za pomocą wyróżnień, takich jak czcionka kursywna, półgruba, podkreślona, przekreślona, indeks dolny i górny, czcionka migająca, o określonym kolorze, wielkości i kroju, o stałej szerokości znaku. Stanowi to istotne ułatwienie w adiustowaniu dokumentów przeznaczonych do selektywnego czytania, a także jest niezbędne w kontekście gorszej percepcji tekstu z ekranu komputera. Język HTML umożliwi wstawienie w określonym miejscu odpowiednio spreparowanego pliku graficznego, co umożliwi niemal dowolne rozwijanie elementów strony niezależnie od możliwości przetwarzania tekstu przez przeglądarkę.

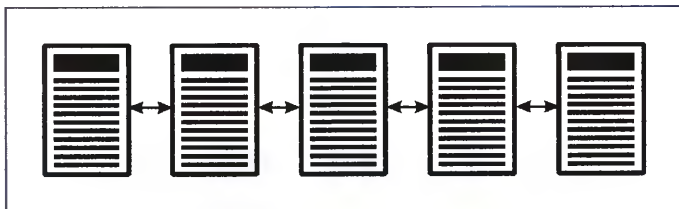
Istotną cechą odróżniającą dokumenty „papierowe” od opisanych w języku HTML jest hipertekstowość tych ostatnich. Poszczególne dokumenty mogą zostać połączone siecią aktywnych odsyłaczy umożliwiających nawigowanie po systemie dokumentów, np. za pomocą „kliknięć” komputerowej myszy. Ważnym problemem staje się sposób kompozycji systemu stron tak, by zachowały one logiczną spójność i charakteryzowały się „intuicyjnością” obsługi przez użytkownika (czytelnika).

² P.J. Lynch, S. Horton: *World Wide Web Style Manual*, <http://info.med.yale.edu/caim/manual/>

Do systemów organizacji dokumentów hipertekstowych zalicza się struktury logiczne typu:

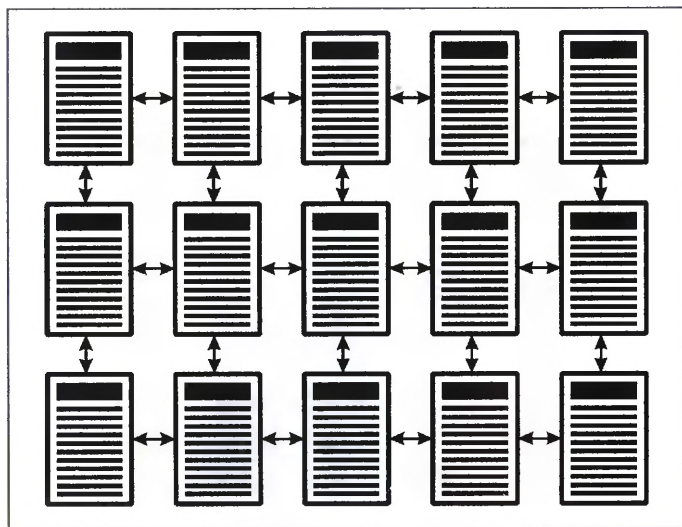
- szereg,
- kratownica,
- system hierarchiczny.

Dokumenty zorganizowane w szereg (rys. 4) wykorzystuje się przy materiale tekstowym o charakterze linearnym, ciągłym. Tekst ulega podziałowi na mniejsze fragmenty (np. podrozdziały). Istniejące w tekście odsyłacze umożliwiają poruszanie się kolejno ze strony na stronę tak jak zaprojektował to webmaster. Gwarantuje to zapoznanie się z całością tekstu przez użytkownika.



Rys. 4

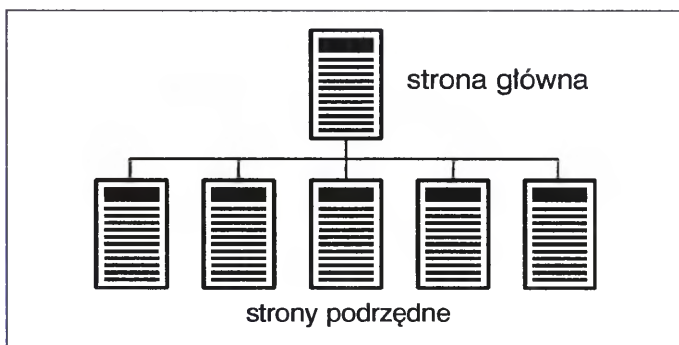
Kratownicę (rys. 5) stosuje się w przypadku tekstu, który może być czytany przez użytkownika w dowolny i podyktowany jego potrzebami sposób (np. podręczniki). Odsyłacze kierują czytelnika do podobnych (zbliżonych) logicznie problemów.



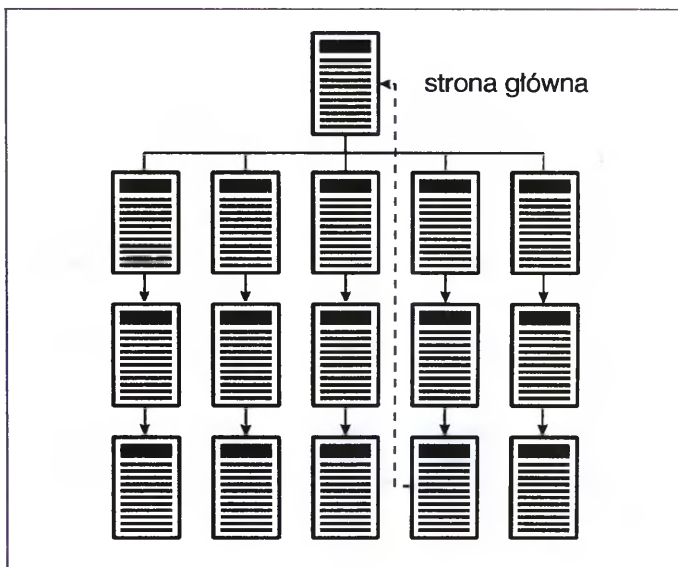
Rys. 5

System hierarchiczny opiera się na systematycznej strukturze logicznej tekstu. W pierwszym szeregu znajdują się problemy nadrzędne, będące punktem wyjścia do szczegółowych rozważań. Ze względu na charakter hipertekstowych dokumentów, w wielu przypadkach system hierarchiczny najlepiej nadaje się do kształtowania logicznej struktur www.

Najprostszą hipertekstową strukturę stron HTML można przedstawić następująco – jeden dokument główny pełniący rolę dokumentu wyjściowego (ang. *home page*) i szereg dokumentów znajdujących się na hierarchicznie niższym poziomie połączonych hipertekstowymi odsyłaczami z dokumentem głównym (rys. 6).



Rys. 6

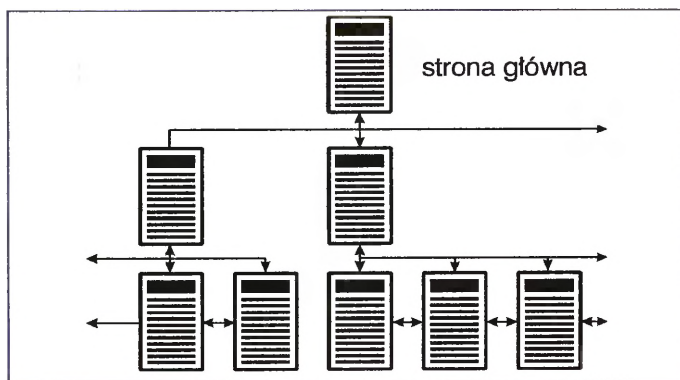


Rys. 7

Użytkownik wczytujący stronę główną może korzystając z odsyłaczy wczytać pozostałe strony będące w hierarchii o stopień niższej. Konieczne jest umieszczenie odsyłaczy do strony głównej na stronach podrzędnych.

W przypadku zaistniałym na rys. 7 może zachodzić zjawisko zgubienia się użytkownika w kilkupoziomowej hierarchii dokumentu, przez brak umieszczenia odsyłaczy do strony głównej na niższych poziomach.

Odsyłacze od strony głównej (lub stron podrzędnych) konstruowane są najczęściej w postaci stałych (graficznych lub tekstowych) „pasków nawigacyjnych” (wykazu odsyłaczy) ułatwiających nawigację. Badania wykazały że użytkownicy preferują „paski nawigacyjne” złożone z 5-7 pozycji³. Przy bardzo rozbudowanych systemach stron korzystne jest stosowanie kilku poziomów dzielących kolejno materiał na działy w sposób systematyczny (dział nadrzędny dzieli się na działy mniejsze itd.) rys. 8. Należy unikać struktury zbyt płaskiej (strona główna zawiera dużą ilość odsyłaczy do stron znaj-

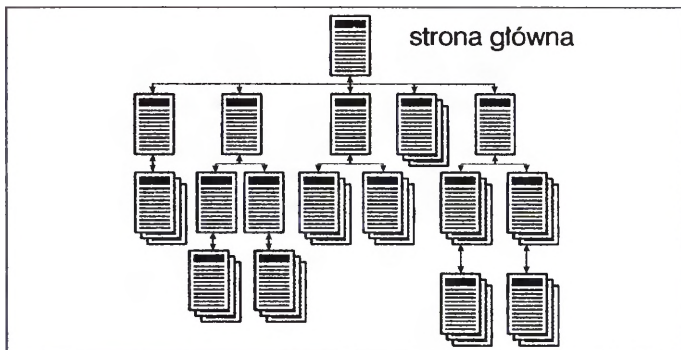


Rys. 8

dujących się o poziom niżej) i zbyt głębokiej (gdy strony z właściwą zawartością znajdują się o kilka poziomów niżej od strony głównej). Odpowiednie zaprojektowanie struktury stron HTML wymaga optymalnego podziału materiału tekstowego i ilustracyjnego na mniejsze fragmenty z uwzględnieniem ich hierarchii. Schematyczny diagram takiej struktury ukazuje rys. 9.

Większość twórców stron organizuje nawigację między dokumentami za pomocą tekstowych lub graficznych pasków z odsyłaczami, jak również przez zastosowanie ramek, co powoduje, że „ pasek nawigacyjny” jest zawsze obecny na ekranie, przez co unika się dezorientacji użytkownika. System „pasków nawigacyjnych” nawiązuje bezpośrednio do interfejsu multimedialnych programów komputerowych. Z uwagi, iż w przypadku dokumentów znajdujących się w Internecie, bardzo dużą rolę odgrywa czas ładowania strony, powinno dążyć się do minimalizacji grafiki pobieranej przez przeglądarkę wraz z dokumentem.

³ Tamże.



Rys. 9

Dokumenty (i ich wzajemne relacje) znajdujące się w Internecie przez cały czas mogą podlegać zmianom, np. mogą pojawiać się nowe informacje, uzupełnienia, komentarze itd. W tej sytuacji korzystne jest wyodrębnienie działu, w którym znajdują się informacje o nowych dokumentach, ułatwiające stałym użytkownikom orientację w dostępnym aktualnie materiale.

Projektant stron musi uwzględniać fakt, iż dokumenty będą odczytywane za pomocą oprogramowania działającego na różnych platformach sprzętowych i programowych. Do dodatkowych parametrów komplikujących tworzenie stron www, konieczne jest uwzględnienie różnych ustawień rozdzielczości monitora i głębi kolorów. Zmiana rozdzielczości ekranu powoduje „przełamanie” dokumentu, poszczególne elementy strony mogą zmienić swoje położenie lub nie mieścić się w przewidzianych dla nich miejscach. Nieuwzględnienie głębi kolorów może spowodować że tło, które harmonizuje z tekstem przy pełnej paletce barw, przy ograniczeniu liczby kolorów do 256 będzie powodowało nieczytelność tekstu. Na monitorach monochromatycznych barwy kontrastujące ze sobą (np. kolor czerwony i niebieski) mogą przybrać podobny stopień szarości, całkowicie zacierając czytelność strony.

Jak wykazały badania⁴, użytkowników stron www można podzielić na dwie kategorie. Do pierwszej zaliczyć można internautów, którzy pierwszy raz trafili do określonego miejsca w Sieci (np. stron www czasopisma) i próbują się zorientować co do zawartości i struktury dokumentów. Dodatkowym atrybutem ważnym dla tej kategorii użytkowników jest atrakcyjna szata graficzna, przyciągająca uwagę i zachęcająca do eksploracji danego miejsca. W tym przypadku ważne jest także zaprojektowanie stron, by zapewniły możliwie doskonałe odzwierciedlenie hierarchicznej struktury logicznej tekstów, jak również charakteryzowały się atrakcyjnym kształtowaniem graficznym (odpowiednie zestawienie kolorów, interesująca grafika, javascript, animowane obrazki itp.). Często korzysta się z tzw. interfejsu graficznego – strony zestawionej głównie z elementów graficznych. Wadą tego rozwiązania jest duża ilość plików graficznych,

⁴ Tamże.

które muszą być wczytane do prawidłowej interpretacji strony, co niekorzystnie wydłuża czas oczekiwania użytkownika. Drugi typ użytkowników, to internauci od dłuższego czasu korzystający z usług określonego serwisu, świetnie zorientowani co do układu poszczególnych działów i poddziałów. Atrakcyjna szata graficzna ma dla nich drugorzędne znaczenie, oczekują natomiast możliwe szybkiego dotarcia do interesujących ich informacji. W tym drugim przypadku stosowany jest często tzw. interfejs tekstowy zapewniający bardzo krótki czas ładowania strony. *Home pages* znajdujące się w Internecie często zapewniają wybór „interfejsu graficznego” lub „interfejsu tekstowego” w zależności od oczekiwań i typu użytkownika.

Poprawne kształtowanie stron www musi uwzględniać przede wszystkim specyfikę materiału tekstowego oraz typ i oczekiwania odbiorców. Hipertekstowa struktura dokumentów powinna odzwierciedlać hierarchiczną logikę tekstów, by zapewniać możliwie łatwe i szybkie dotarcie użytkownika do interesujących go informacji. Warstwa typograficzna poszczególnych stron powinna maksymalnie wzmacniać czytelność tekstu z ekranu komputera. Całość powinna być tak skonstruowana, aby realizacja omówionych wyżej cech była możliwa na każdej platformie sprzętowej i programowej, stosowanej przez użytkownika.

ANALIZA WYBRANYCH CZASOPISM DOSTĘPNYCH W SIECI INTERNET

W tym rozdziale poddano analizie wybrane czasopisma Internetowe charakteryzujące się interesującym kształtowaniem typograficznym i różnymi rozwiązaniami aparatu nawigacyjnego. Obecnie w Internecie znajduje się ogromna liczba czasopism (nie można podać dokładnej ich liczby znajdujących się w zasobach światowych). Najdokładniejsza *Lista polskich czasopism elektronicznych oraz elektronicznych odpowiedników periodyków drukowanych* zestawiona przez Wiktora Gawareckiego liczy 1229 tytułów²⁸.

Zakres tematyczny czasopism elektronicznych jest ogromny: od gazetek szkolnych oraz redagowanych przez studentów, przez pisma ogólne (dzienniki, tygodniki i miesięczniki), naukowe, po związane z instytucjami religijnymi. Wybór czasopism przeznaczony do analizy: „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „USA Today” (dzienniki ogólne), „Polityka”, „Newsweek”, (tygodniki społeczno-polityczne), „Reporter”, „Magazyn Komputerowy Chip”, (miesięczniki ogólne i związane z branżą komputerową), „Ariadne i Anstronomy Now” (miesięczniki naukowe i popularnonaukowe) wybrane zostały przede wszystkim ze względu na ich cechy formalne, pozwalające prześledzić tendencje i rozwiązania stosowane przy kształtowaniu stron www.

Obserwacji poddano szczególnie aparat nawigacyjny stanowiący system odpowiedzialny za ergonomię i skuteczność wczytywania poszczególnych artykułów czasopisma, oraz czytelność i estetykę strony niezwykle istotną dla właściwej percepcji tekstów.

Gazeta Wyborcza
<http://www.gazeta.pl/>

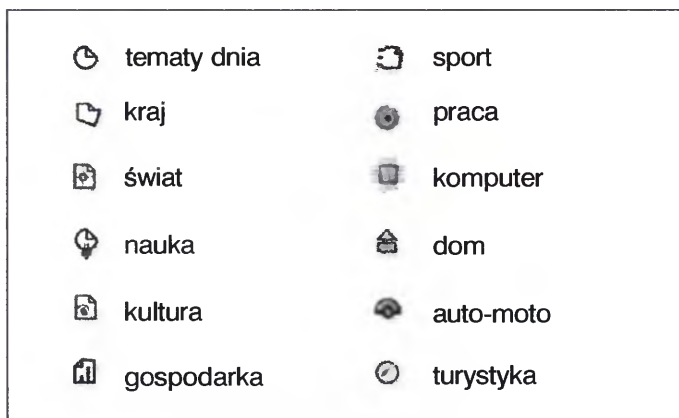


Internetowe wydanie „Gazety Wyborczej” nawiązuje do swojego drukowanego pierwowzoru. Strona główna (*home page*) i strony podrzędne są aktualizowane i wyposażane w wybrany materiał tekstowo-ilustracyjny z bieżących numerów czasopisma. Strona główna zawiera najważniejszy artykuł (artykuł dnia) (rys. 10) i odsyłacze do działów takich jak: „TEMATY DNIA”, „KRAJ”, „ŚWIAT”, „NAUKA”, „KULTURA”, „GOSPODARKA”, „SPORT”, „PRACA”, „KOMPUTER”, „DOM”, „AUTO-MOTO”, „TURYSTYKA”, oznaczone dodatkowo piktogramami (rys.11). Strona główna zbudowana jest przy wykorzystaniu tabeli o dwóch kolumnach. W lewej kolumnie zawarte jest streżenie artykułu dnia i odsyłacze do głównych działów, w prawej odsyła-



Rys. 10

cze do najważniejszych artykułów numeru i odnośniki do regionalnych dodatków „Gazety Wyborczej” w: Białymstoku, Bielsku-Białej, Bydgoszczy, Częstochowie, Gdańsku, Gorzowie Wielkopolskim, Katowicach, Kielcach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Olsztynie, Opolu, Płocku, Poznaniu, Rzeszowie, Toruniu, Szczecinie, Warszawie, Wrocławiu i Zielonej Górze.

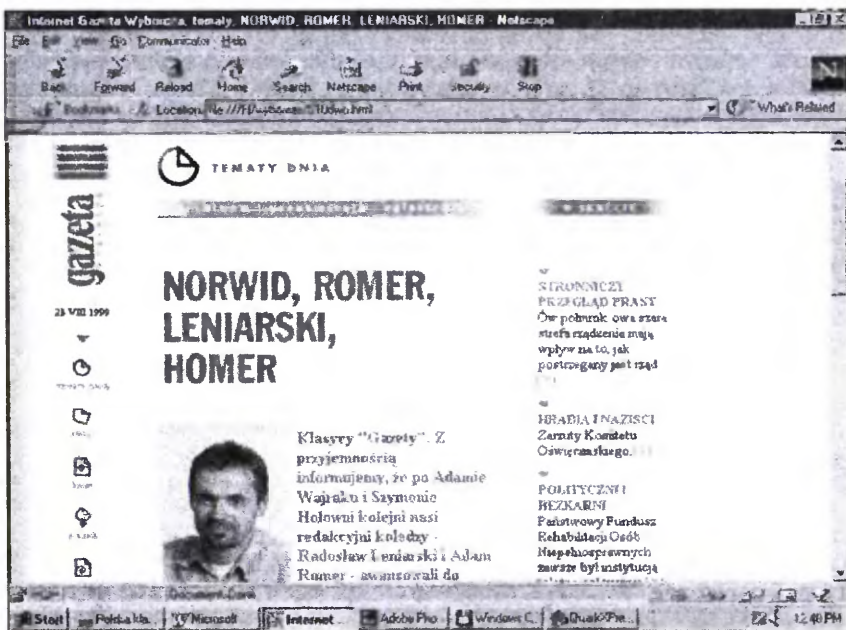


Rys. 11

Strona główna pełni rolę spisu treści i umożliwia użytkownikowi za pomocą systemu odsyłaczy wczytać inne dokumenty (podstrony).

Podstrony zrealizowane są według następującego schematu. Zastosowano tabelę z trzema kolumnami (rys. 12). W lewej zawarte są odsyłacze do głównych działów („TEMATY DNIA”, „KRAJ”, „ŚWIAT”, „NAUKA”, „KULTURA”, „GOSPODARKA”, „SPORT”, „PRACA”, „KOMPUTER”, „DOM”, „AUTO-MOTO”, „TURYSTYKA”) zaopatrzone dodatkowo w piktoqramy znane ze strony głównej. Kolumna środkowa zawiera właściwy artykuł, a kolumna z prawej strony odsyłacze do innych artykułów z tego działu. Przy wykorzystaniu tego schematu zrealizowano strony wszystkich działów głównych. Wczytanie pozostałych artykułów z określonych działów, umożliwiając odsyłacze umieszczone w prawej kolumnie. Przejście do innego działu (np. z działu „KULTURA” do „NAUKI”), nie wymaga powrotu do strony głównej, pomocna w tej sytuacji jest kolumna znajdująca się po lewej stronie dokumentu. Powrót do strony głównej umożliwia kliknięcie w logo „Gazety Wyborczej”, które znajduje się na każdej z podstron serwisu w lewym górnym rogu ekranu.

Internetowa wersja „Gazety Wyborczej” oferuje dodatkowe usługi, do których można zaliczyć dział „PRENUMERATA”, umożliwiający dokonania prenumeraty za pomocą formularza znajdującego się na stronie. Umożliwia on realizację standardowej prenumeraty wersji papierowej w kraju i za granicą, a także prenumeratę „Gazety Wyborczej” w wersji elektronicznej, dostępnej przez Internet, zawierającą wszystkie artykuły z ogólnopolskiej



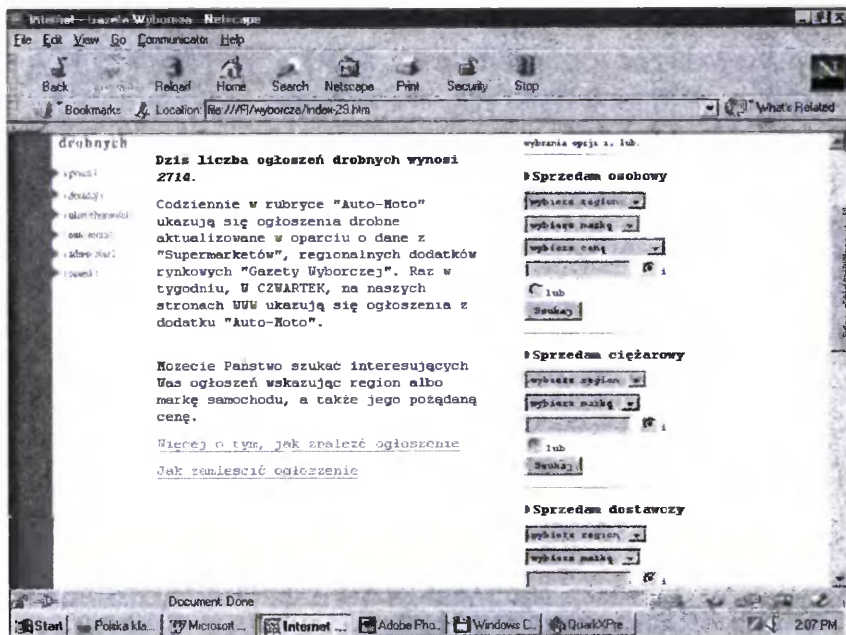
Rys. 12

części „Gazety Wyborczej” (bez dodatków lokalnych, branżowych i magazynu), już w momencie druku dziennika.

Innym ważnym elementem wersji elektronicznej jest „Internetowe Archiwum Gazety Wyborczej”, będące pełnotekstową bazą danych złożoną z ponad 800 000 artykułów, które zostały opublikowane w ogólnopolskiej części „Gazety Wyborczej” od 1992 r. i ważniejszymi tekstami z wydań wcześniejszych. Archiwum zostało także wzbogacone o artykuły z 18 dodatków lokalnych „Gazety” (od 1998 r.), a także dodatków tematycznych takich jak: „Praca”, „Komputer”, „Biuro”, „Komunikaty”, „Dom”, „Nieruchomości”, „Auto-Moto”, „Co Jest Grane” i „Turystyka”.

Zasoby archiwum udostępnione są do bezpłatnego wyszukiwania przez wszystkich użytkowników Internetu. Pełne teksty wyszukanych artykułów dostępne są dla licencjonowanych użytkowników.

Ważnym działem internetowej „Gazety Wyborczej” są OGŁOSZENIA. Dział ten stanowi bazę danych złożoną z ok. 15 000 ogłoszeń pochodzących z bieżącego wydania krajowego „Gazety Wyborczej”, ze wszystkich krajowych dodatków branżowych, z 20 dodatków regionalnych, a także oferty pracy z następujących agencji doradztwa personalnego: Antal, Bigram, Idea, JKM, Lafarge, LPK, Naj, SMG/KRC, Solution, Take it. „OGŁOSZENIA” podzielone są na mniejsze działy takie jak „Praca”, „Nieruchomości” i „Auto-Moto”. Wyszukiwanie odbywa się za pomocą formularzy, które służą do określania charakterystyki wyszukiwawczej zapytania użytkownika (rys. 13).



Rys. 13

Internetowa wersja „Gazety Wyborczej” charakteryzuje się spójnością systemu odsyłaczy hipertekstowych. Ze strony głównej użytkownik może łatwo przemieścić się do działów znajdujących się na drugim poziomie hierarchii („TEMATY DNIA”, „KRAJ”, „ŚWIAT”, „NAUKA” itd.). Wszystkie działy traktowane są równorzędnie, z poziomu każdego z nich można wczytać dokumenty znajdujące się w innym dziale bez potrzeby powrotu do strony głównej. Zapewnia to szybką i intuicyjną nawigację po wszystkich dokumentach w serwisie. Wszystkie strony zbudowane są za pomocą tego samego wzorca, co ułatwia użytkownikowi łatwą lokalizację elementów nawigacyjnych. Oszczędna grafika zapewnia czytelność i szybkie ściąganie elementów strony przez sieć komputerową. Zastosowanie białego tła zapewnia duży kontrast z tekstem. Tekst właściwy artykułu znajduje się zawsze w środkowej kolumnie tabeli, co powoduje jego niewielką szerokość kolumny znacznie ułatwiającą czytanie. Strony optymalizowane są pod kątem komputerów pracujących w rozdzielczości 640×480 pikseli, przeglądanie przy większych rozdzielczościach ekranu nie powoduje „przełamania” strony.

Internetowa wersja „Gazety Wyborczej” jest bardzo dobrze zaprojektowana. Charakteryzuje się przejrzystością i spójnością hipertekstowej struktury, która zapewnia łatwe i szybkie dotarcie do interesujących użytkownika artykułów.

Rzeczpospolita On Line
<http://www.rzeczpospolita.pl/>



Serwis [www](http://www.rzeczpospolita.pl/) składa się z codziennego wydania gazety „Rzeczpospolita” aktualizowanego 6 lub więcej razy dziennie (wiadomości „Z OSTATNIEJ CHWILI”) i innych informacji np. informacje o gazecie, zespole redakcyjnym, działalności wydawnictwa książkowego „Rzeczpospolita”, dane teleadresowe, archiwum tekstów i ogłoszeń oraz galerię rysunków i fotografii prasowej, jak również użyteczne odsyłacze do innych stron [www](http://www.rzeczpospolita.pl/).

Internetowa wersja gazety Rzeczpospolita – Rzeczpospolita On Line pod względem kształtowania typograficznego nawiązuje do wydania papierowego. Strona główna (*home page*) jest portalem prowadzącym do poszczególnych działów gazety, takich jak: „DZISIEJSZE WYDANIE”, „Z OSTATNIEJ CHWILI”, „STAŁE DODATKI”, „ARCHIWA”, „OGŁOSZENIA”, „KSIĘGARNIA”, „GALERIA”, „ŚCIEŻKI” (rys. 14). Strona główna zawiera także tytuły i abstrakty najważniejszych artykułów numeru wraz z odsyłaczami prowadzącymi do pełnych tekstów, jak również formularz przeznaczony dla nowych czytelników, ankietę, informacje o zmianach w serwisie, kalendarz, spis treści numeru i dodatków stałych, nowości w języku angielskim („NEWS IN ENGLISH”), informacje o zdobytych wyróżnieniach i nagrodach, oraz wykaz wczytań poszczególnych stron czasopisma („RZECZPOSPOLITA ON LINE OD NAJLEPSZEJ STRONY”).



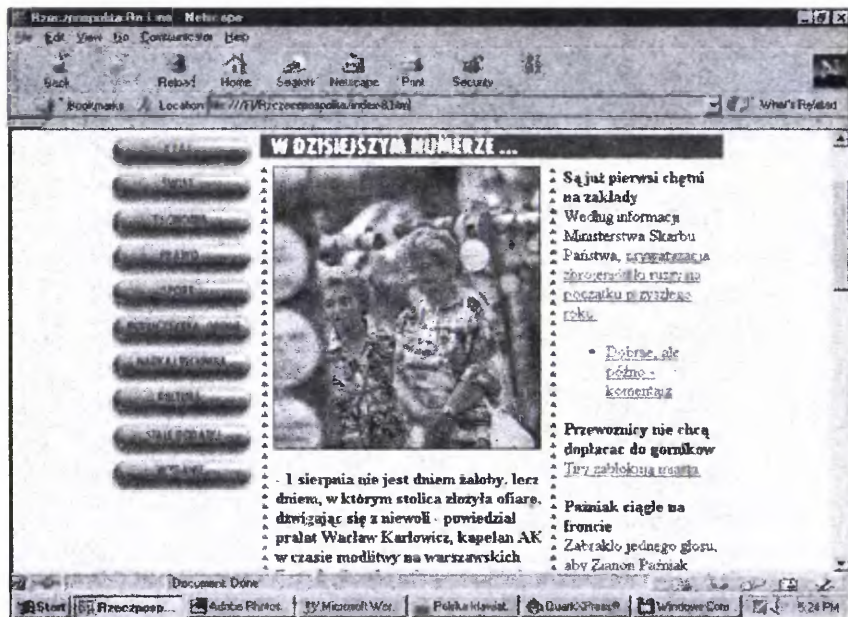
Rys. 14

Wszystkie strony skonstruowane są wg następującego schematu: u góry logo czasopisma (Rzeczpospolita On Line), poniżej tabela z trzema kolumnami, w lewej odsyłacze w formie „wypukłych” przycisków. Kolumny środkowa i prawa przeznaczone są do umieszczania tytułów artykułów wraz z abstraktami i odsyłaczami do pełnych tekstów, lub bezpośrednio tekstów artykułów – nawiązano w ten sposób do wielołamowej kolumny pisma drukowanego.

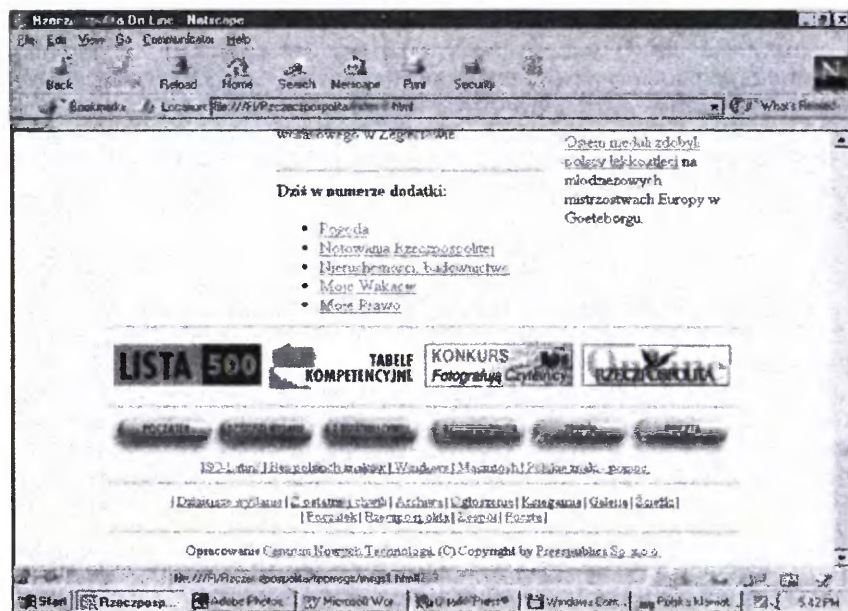
Pozostałe podstrony oparte są na schemacie zastosowanym w dziale „DZISIEJSZE WYDANIE” (rys.15).

Strona jest ukształtowana w trzykolumnową tabelę. W lewej kolumnie zawarte są odsyłacze w formie „wypukłych” przycisków do dalszych działów gazety takich jak: „KRAJ”, „ŚWIAT”, „EKONOMIA”, „PRAWO”, „SPORT”, „PUBLICYSTYKA, OPINIE”, „NAUKA I TECHNIKA”, „KULTURA”, „STAŁE DODATKI”, „WYDANIE”. Ten schemat „paska nawigacyjnego” stosowany jest konsekwentnie w całym serwisie, co znacznie ułatwia użytkownikowi odnajdywanie interesujących go działów i artykułów. Dodatkowym ułatwieniem w nawigacji jest rząd tekstowych odsyłaczy, które znajdują się zawsze u dołu strony (rys. 16).

Pozostała część strony (kolumna środkowa i prawa), przeznaczona jest do umieszczania tytułów artykułów wraz z abstraktami i odsyłaczami do pełnych tekstów lub właściwych tekstów artykułów. W tym drugim



Rys. 15



Rys. 16

przypadku stosowane jest połączenie środkowej i prawej kolumny tabeli w jedną – szerszą.

Dział „STAŁE DODATKI” zawiera: skróconą elektroniczną wersję dodatków: „Tele”, „Książki”, „Plus Minus”, „Moje Wakacje”, „Raporty”, „Mój komputer”, „Wspomnienia”, „Fotoreportaż”, „Media – Internet”, „Styl życia”, „Listy”, „Pogoda”, „Notowania Rzeczpospolitej”, „Magazyn Rzeczpospolitej”, „Moje Pieniądze”, „Moje Prawo”, „Ubezpieczenia, reformy”, „Dobre, lepsze, najlepsze”, „Turystyka i podróże”, „Rynek – konsumenci”, „Nieruchomości”, „Praca – zarządzanie”, „Moje Auto”.

Dział „ARCHIWUM” jest bazą danych złożoną z artykułów z elektronicznej gazety „Rzeczpospolita On Line”. Wyszukiwanie odbywa się za pomocą specjalnego formularza, możliwe jest sformułowanie zapytania z wykorzystaniem wyrazów znajdujących się w tytule, podtytule, nazwiska autora pracy, słów kluczowych i/lub daty publikacji.

Dział „OGŁOSZENIA” stanowi bazę danych ogłoszeń z możliwością przeszukania jej z poziomu przeglądarki, lub wg podziałów takich jak: „Antyki”, „Biura rachunkowe”, „Biznes”, „Budownictwo”, „Gastronomia”, „Hotele”, „Hurt, detal”, „Hurtownie”, „Kancelarie”, „Kantory wymiany walut”, „Komunikaty”, „Konsulting”, „Kooperacja”, „Kupię”, „Leasing”, „Lokale, nieruchomości – sprzedam”, „Lokale, nieruchomości – wynajem”, „Lokale, nieruchomości”, „Maszyny, urządzenia – kupię”, „Maszyny, urządzenia – sprzedam”, „Motoryzacja-sprzedam”, „Motoryzacja”, „Nauka”, „Praca – dam”, „Praca – szukam”, „Producenci”, „Reklama”, „Różne”, „Sprzedam”, „Surowce, materiały”, „Tłumaczenia”, „Transport”, „Usługi”, „Wakacyjne różności”, „Wypoczynek”, „Zdrowie”.

Dział „KSIĘGARNIA” zawiera publikacje książkowe wydawnictwa Rzeczpospolita, natomiast dział „GALERIA” grupuje fotoreportaże, zdjęcia i rysunki twórców współpracujących z gazetą „Rzeczpospolita”.

Strony „Rzeczpospolitej On Line” charakteryzują się spójnością w zastosowanym kształtowaniu typograficznym. Pasek nawigacyjny złożony z „wypukłych przycisków” znajdujący się stale w tym samym miejscu ułatwia nawigację i zapewnia szybki dostęp do wszystkich stron znajdujących się na niższym poziomie hierarchii. Zastosowanie trzykolumnowej tabeli zapewnia wąską, łatwą w czytaniu kolumnę tekstu. Zoptymalizowanie stron do rozdzielczości 640×480 punktów zapewnia „nieprzełamywanie” tekstu przy zmianie rozdzielczości ekranu. Oprócz kodowania znaków w standardzie ISO 8859-2 twórcy czasopisma przewidzieli także możliwość stosowania kodowania znaków diakrytycznych w standardzie Windows (CP 1250), Macintosh lub stosowanie tekstu pozbawionego polskich znaków diakrytycznych. Ma to na celu ułatwienie czytania gazety przez użytkowników stosujących starsze oprogramowanie, w którym nie zaimplementowano jeszcze poprawnej interpretacji obowiązującego obecnie standardu ISO 8859-2. Niewielka ilość grafiki przyspiesza wczytywanie stron. Delikatne, stonowane „marmurkowe” tło zapewnia duży kontrast tekstu, gwarantując tym samym jego czytelność.

Internetowy dziennik „USA Today” proponuje użytkownikom wybór najważniejszych artykułów z aktualnego wydania zintegrowany z zespołem odsyłaczy kierujących go do innych miejsc w Internecie.

Strona główna skonstruowana jest za pomocą trójkolumnowej tabeli (rys. 17). W lewej kolumnie zawarte są odsyłacze do poszczególnych działów pisma: „Nationline”, „Washington”, „World”, „Stocks”, „Scores”, „Baseball”, „NFL”, „Golf”, „Millennium”, „Tech”, „Books”, „Careers”, „Small biz”, „Travel”, „Hot Sites”, „Politics”, „Opinion”, „States”, „Lottories”, „Snapshots”. Zapewniona jest także m.in. możliwość przeszukania zasobów serwera (w tym archiwalnych numerów), zapoznania się ze sponsorami gazety itp.

Srodkowa kolumna przeznaczona jest dla najważniejszych artykułów „TODAY'S BEST BEST”, z działów: „Entertainment” – „Music”, „TV”, „Movies”, „NFL”, „Small business”, „Technology”.

Kolumna prawa zawiera nowości „TOP NEWS” z działów: „News”, „Money”, „Sports”, „Life”, „Weather”, „USA Snapshot”, „Marketplace – Auctions”, „Books”, „Brokerage Services”, „Business Opportunities”, „Career Center”, „Cellular Phones & Plans”, „Computers & Software”, „Coupons, Credit Cards”, „Entertainment Shop”, „Golf Superstore”, „He-



Rys. 17



Rys. 18

alth & Fitness”, „Insurance”, „Long Distance”, „Mortgages”, „Music”, „Personals”, „Travel”. Strona główna pełni więc funkcję bardzo rozbudowanego spisu treści.

Poszczególne podstrony zrealizowane są wg następującego schematu (patrz rys.18): zastosowano dwukolumnową tabelę, w lewej znajduje się „banner reklamowy”, mały formularz wyszukiwarki Lycos i odsyłacze do innych działów, identycznie jak na stronie głównej. Kolumna prawa zarezerwowana jest dla właściwych artykułów z danego działu. Często artykuł wyposażony jest w odsyłacze do innych (wcześniejszych lub o zbliżonej tematyce). Dodatkowo nawigację ułatwia poziomy pasek odsyłaczy: „Homepage – News – Money – Life – Sports – Weather – Marketplace”, znajdujący się zawsze u góry strony.

Interesującą inicjatywą jest uruchomienie badania internetowej opinii publicznej za pomocą formularza, który wypełnia użytkownik wypowiadając się na określony temat. Wyniki ankiety są na bieżąco aktualizowane i prezentowane na stronach www.

Czasopismo „USA Today” jest bardzo rozbudowane – charakteryzuje się dużą ilością działów, jednak zastosowanie spójnego systemu nawigacji ułatwia użytkownikowi dotarcie do interesujących go informacji. Jednolity system odsyłaczy, stosowany konsekwentnie na każdej stronie, przyzwyczajają użytkownika do określonej konwencji konstrukcji strony. Z każdego miejsca można łatwo powrócić na stronę główną za pomocą

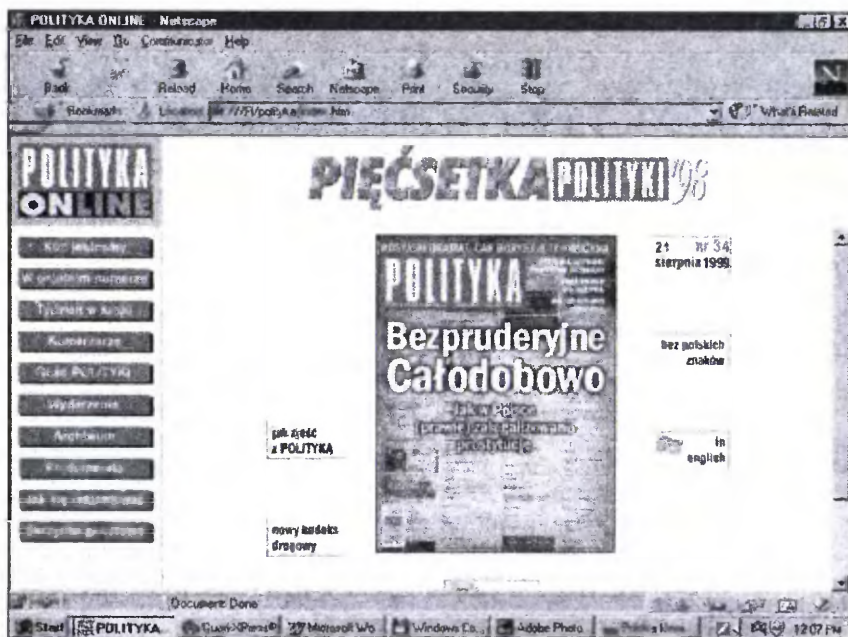
odsyłacza *Home page* znajdującego się u góry każdej z podstron. Poszczególne artykuły są czytelne – zastosowano stosunkowo wąską kolumnę i tekst bardzo dobrze kontrastuje z białym tłem strony. Teksty artykułów podzielone są na mniejsze fragmenty, co pozytywnie wpływa na percepcję treści. Strony optymalizowane są do rozdzielczości 640×480 pikseli, stosowanie większych rozdzielczości nie powoduje przełamania tekstu. Niewielka ilość grafiki korzystnie wpływa na czas ładowania stron.

Polityka On Line <http://www.polityka.pol.pl/>

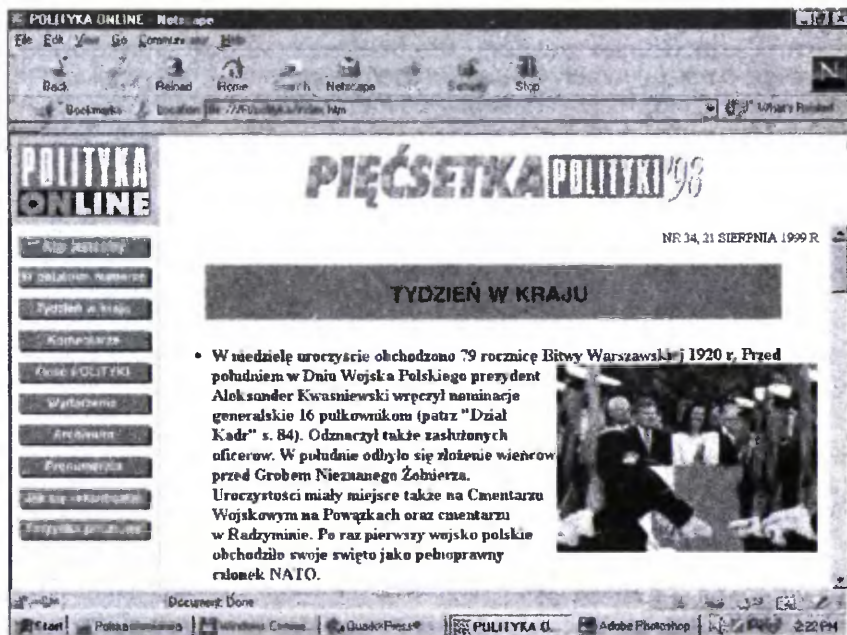


Internetowe wydanie tygodnika „Polityka” („Polityka On Line”), zawiera jedynie wybór najważniejszych artykułów (pełne teksty), przeznaczonych przez redakcję do publikacji w Internecie, spis treści bieżącego numeru, informacje o piśmie, historię czasopisma, informacje o przyznanych nagrodach, a także audycjach radiowych przygotowywanych przez zespół redakcyjny.

Strona główna została zrealizowana w formie ramek (ang. *frames*) (zob. rys. 19). Ekran został podzielony na trzy fragmenty. Lewy przeznaczono na logo czasopisma i zespół przycisków pełniących funkcję „menu nawigacyj-



Rys. 19



Rys. 20

nego” umożliwiających wczytanie stron znajdujących się w podziałach takich jak: „Kim jesteś”, „W ostatnim numerze”, „Tydzień w Kraju”, „Komentarze”, „Gość POLITYKI”, „Wydarzenia”, „Archiwum”, „Prenumerata”, „Jak się reklamować”, „Skrzynka Poczta”. Górny fragment w badanym przypadku przeznaczono na graficzny odsyłacz do dokumentu poświęconego 500 największym firmom. Fragment zajmujący środkową i dolną część ekranu, przeznaczono na miejsce wczytania podstron.

Decydując się na zastosowanie ramek uzyskano charakterystyczny dla tej techniki „pasek nawigacyjny”, który zawsze znajduje się w tej samej części ekranu i nie znika z oczu czytelnika podczas przewijania dokumentu w pionie. Przewijanie długiego dokumentu możliwe jest tylko w ramce przeznaczonej do wczytywania dokumentów.

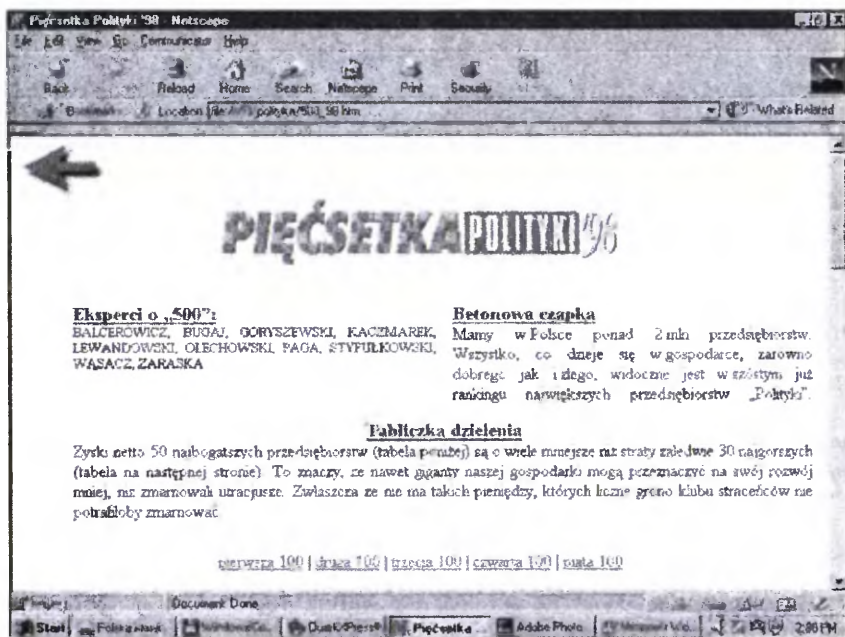
Budowę podstron można omówić na przykładzie działu „Tydzień w kraju” (rys. 20). Do ramki przeznaczonej do wczytania tekstu został wczytany dokument. Strona zawiera najważniejsze wydarzenia polityczne w bieżącym tygodniu. Tytuły poszczególnych artykułów składane są półgrubymi wersalikami, tekst właściwy pismem podręcznym. Niektóre artykuły zostały wyposażone w materiał ilustracyjny włączony po prawej stronie kolumny tekstu.

Pewną niekonsekwencją w przyjętym standardzie stron jest dokument związany z artykułem „500 Polityki'98” (lista 500 największych firm w 1998 r.) (rys. 21). Strona ta podczas wczytywania „przykrywa” stronę z ramkami. Je-

dynym odsyłaczem umożliwiającym łączność ze zbiorem głównych dokumentów jest graficzna strzałka odpowiedzialna za powrót do strony głównej.

Mimo prostej struktury (niewielka ilość stron, w kilku przypadkach 3. stopień hierarchii), daje się zauważyć niedopracowanie systemu odsyłaczy. Po wczytaniu dowolnej podstrony nie ma powrotu do strony głównej (możliwe jest jedynie zastosowanie przycisku „Back” w przeglądarce). Bardzo dobrym rozwiązaniem tego problemu byłoby wykorzystanie graficznego logo czasopisma, jako odsyłacza do głównej strony serwisu (co ma miejsce w przypadku czasopism takich jak „Gazeta Wyborcza” czy „USA Today”). Zastanawiająca jest także niekonsekwencja w kształtowaniu dokumentów. Zastosowanie ramek daje możliwość zbudowania spójnego pod względem graficznym i nawigacyjnym systemu stron www. Strony wczytywane „na wierzch” będące jednocześnie pod względem merytorycznym ściśle związane z resztą numeru, burzą przejrzysty schemat czasopisma, tym bardziej, że nie posiadają rozbudowanego aparatu nawigacyjnego.

Stosowanie ramek wymaga uwzględnienia faktu, że dokumenty mogą być wczytywane przez użytkownika z pominięciem pliku definiującego układ ramek – dzieje się tak często w przypadku korzystania z systemów automatycznie indeksujących zawartość Internetu. Wczytana strona pozbawiona aparatu nawigacyjnego jest w dużym stopniu nieprzydatna dla użytkownika, który nie może odnaleźć pozostałych dokumentów znajdujących się na serwerze.



Rys. 21

Internetowe strony „Polityki” nie są optymalizowane do określonej rozdzielczości. Przewidziano wykorzystanie całej szerokości ekranu – zmiana rozdzielczości wymusza „przeskładanie” dokumentu na ekranie komputera użytkownika, co nie powoduje w tym przypadku zakłócenia czytelności strony.

Newsweek.com

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

Newsweek.com

Czasopismo „Newsweek.com” oferuje czytelnikom wybór wszystkich artykułów (pełne teksty) występujących w wersji drukowanej, rozszerzone dodatkowo o usługi dostępne tylko w sieci (np. przeszukiwanie archiwum wszystkich tekstów opublikowanych od lutego 1997 r., przeszukiwanie, Internetu, odsyłacze do innych czasopism internetowych lub miejsc w sieci itp.). Numer uaktualniany jest co tydzień – wraz z drukowaną wersją, nowości „News” – kilka razy dziennie.

Strona główna jest bardzo rozbudowana (rys. 22). Została zaprojektowana jako tabela o szerokości 800 pikseli, złożona z trzech kolumn. W lewej znajdują się odsyłacze do podstron, poddziałów lub odrębnych miejsc w Internecie: „Print Edition” (odsylacz w formie okładki czasopi-



Rys. 22

sma) „Subscribe today”, „Overseas editions”, „Todays newsweek”, „Focus”, „Live talk”, „Site index”, „Marketplace – online shopping”, „Washingtonpost.com”, „Britannika.com” i formularz wyszukiwania dokumentów na serwerze.

Kolumna środkowa przeznaczona jest na odsyłacze (z krótkimi abstraktami) do najważniejszych artykułów numeru, kolumna prawa przeznaczona jest na nowości dnia „Top News”. U dołu (w stopce strony) znajduje się jeszcze tekstowy „pasek nawigacyjny” odsyłający do poszczególnych działów serwisu: „Index”, „The Magazine”, „Today's Newsweek”, „Top News”, „Focus”, „Gallery”, „Stocks”, „Marketplace”, „Archives”, „Search”, „Help”, „Subscriptions”, „Contact us”, „Pressroom”, „Reprints”, „Special ad Sections”, „Newsweek on Air”, „Advertising Information”.

Konstrukcję podstron można omówić na postawie sekcji „Print Edition”. Strona zamknięta jest z góry i z dołu kłamarą stanowiącą graficzny „pasek nawigacyjny” (rys. 23). Strona ma formę tabeli (optymalizowanej na szerokość 640 pikseli), o dwóch kolumnach. W lewej znajdują się odsyłacze do poszczególnych działów czasopisma: „Nation”, „International”, „Business”, „Science & Technology”, „Society”, „Departments” (z poddziałami „Periscope”, „Conventional”, „Wisdom”, „My Turn”, „Letters”, „Perspectives”, „Newsmakers”). Kolumna prawa stanowi spis treści numeru.



Rys. 23

Kolejne podstrony (trzeci poziom „w dół” od strony głównej) zbudowane są podobnie, jedyna różnica tkwi w „pasku nawigacyjnym” znajdującym się standardowo po lewej stronie ekranu. Odsyłacz do bieżącego działu został uzupełniony o odsyłacze do artykułów znajdujących się w tym dziale. Umożliwia to wczytanie poszczególnych artykułów bez potrzeby powrotu do spisu treści numeru.

Tygodnik Newsweek.com mimo dużej złożoności charakteryzuje się dobrze zaprojektowanym i przemyślanym aparatem nawigacyjnym. Wielkość publikowanego materiału zmusiła do rozszerzenia standardowego „paska nawigacyjnego” o dodatkowy (znajdujący się zwykle u góry i dołu poszczególnych podstron), odsyłający od bieżącego działu głównego do innych równorzędnych mu logicznie.

Reporter

<http://www.reporter.pl/>



„Reporter – Serwis Informacyjny” (rys. 24) powstał na skutek ewolucji miesięcznika „Reporter” (wydawany od 1996 r.) od początku zaplanowanego jako czasopismo ukazujące się tylko w Internecie. Obecnie jest rozbudowanym serwisem internetowym składającym się z działów:

– **WebReporter** (wydawany od 1998 r.) miesięcznik poruszający problemy związane z Internetem. Zawiera aktualności, informacje o wydarzeniach z branży, opisuje firmy związane z Internetem, elektroniczny biznes, technologie, produkty i statystyki. Na jego łamach można znaleźć testy oprogramowania i sprzętu, a także porady dla tworzących strony internetowe.

– **WebNEWS** – aktualizowane codziennie, najnowsze informacje z Polski i ze świata związane z Internetem. Wydarzenia, e-biznes, firmy, strony www.

– **Reporter** (wydawany od 1996 r.) miesięcznik popularnonaukowy. Można w nim znaleźć wywiady z interesującymi i znanymi ludźmi, reportaże, felietony, nieco poezji, rozrywkę, wybór stron www, a także teksty z pogranicza nauki i techniki oraz opowiadania.

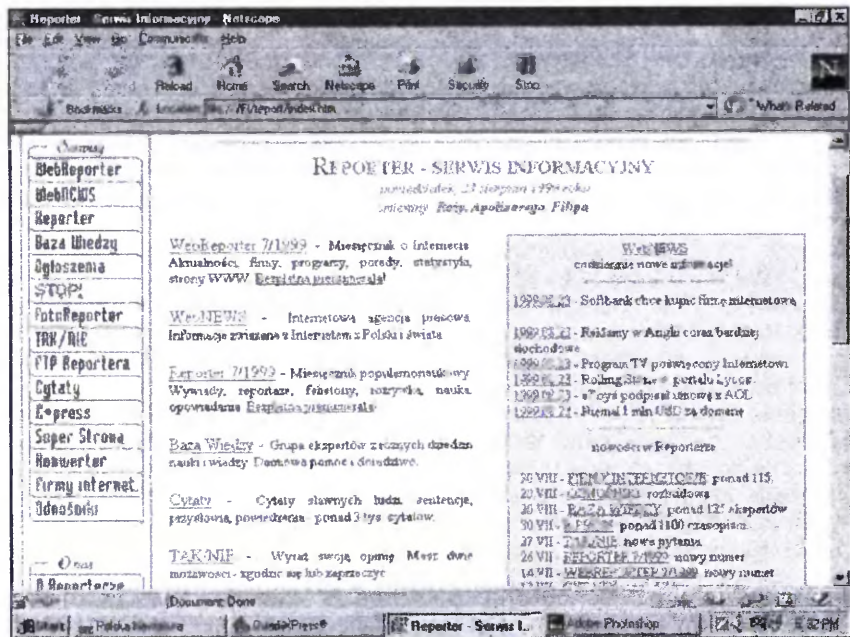
– **Baza Wiedzy** – miejsce skupiające setki ekspertów z różnych dziedzin wiedzy.

– **Ogłoszenia** – dział ogłoszeń drobnych (umieszczanych bezpłatnie).

– **STOP!** – akcja mająca na celu walkę z przemocą i agresją. Teksty poruszające problemy przemocy w życiu codziennym.

– **FotoReporter** – galeria fotografii. Prezentowane zdjęcia to wybór najciekawszych zdjęć z prywatnych kolekcji.

– **TAK/NIE** – dział badania opinii społecznej i badań marketingowych.



Rys. 24

– **FTP Reportera** – pliki, programy przeznaczone do ściągnięcia i zapisania na dysk.

– **Cytaty** – największy w Polsce zbiór cytatów sławnych ludzi, sentencji i powiedzeń, wzbogacony o zaawansowany system przeszukiwania. Zawiera ponad 3 tys. cytatów.

– **E*press** – największa w Polsce baza danych z aktualnymi informacjami o polskich czasopismach, które mają swoje strony www. Do bazy dodane są pisma zagraniczne związane z Polską lub tworzone przez Polaków. Zawiera ponad 1 tys. tytułów prasowych.

– **Super Strona** – wyróżnione przez redakcję „Reportera” strony internetowe.

– **Konwerter** – działający na stronie www konwerter plików tekstowych obsługujący 24 standardy kodowania liter.

– **Firmy internetowe** – obszerny katalog firm, które świadczą różne usługi internetowe, m.in. dostawcy Internetu (ISP), studia projektujące i wykonujące strony www, internetowe agencje reklamowe, sprzedawcy i dystrybutorzy sprzętu sieciowego, firmy szkoleniowe.

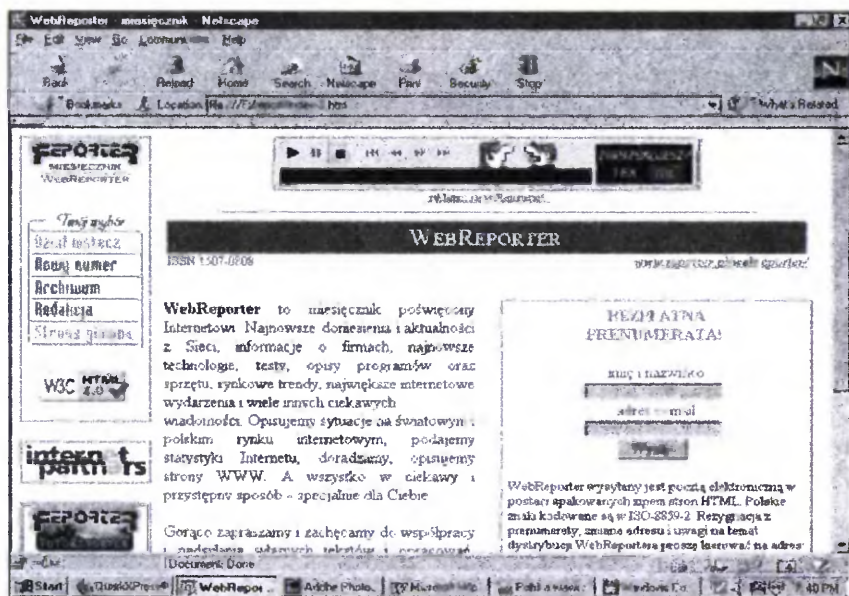
– **Odnosińki** – wykaz odsyłaczy internetowych do różnych stron w Internecie.

– Zestaw informacji o serwisie i redakcji.

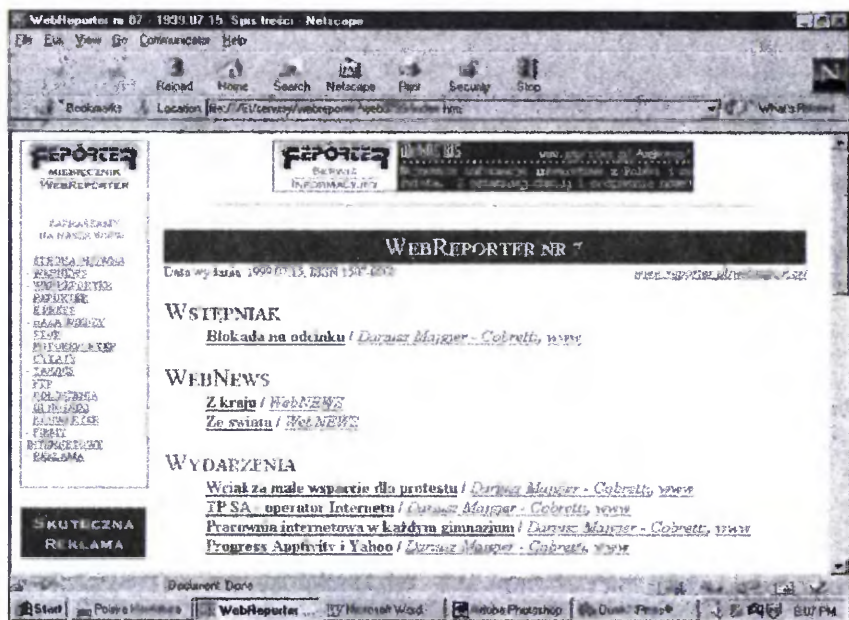
Strona główna zrealizowana jest w formie trzykolumnowej tabeli wykorzystującej całą szerokość ekranu. Po lewej stronie znajduje się „pasek nawigacyjny” w formie graficznej z odsyłaczami do poszczególnych działów serwisu. Dwie pozostałe kolumny poświęcone są na odsyłacze do poszczególnych działów wraz z krótkimi opisami ułatwiającymi nowym użytkownikom zorientować się w zawartości serwisu. Konstrukcja ta jest zarówno wygodna dla nowych użytkowników, jak również systematycznych czytelników, którzy mogą łatwo przenieść się do interesujących ich działów przy użyciu „paska nawigacyjnego” lub zorientować się w nowościach i uaktualnieniach serwisu.

Konstrukcja podstron np. działu „WebReporter” (stanowiącego jednocześnie odrębne czasopismo) została oparta na następującym schemacie (rys. 25). Po lewej stronie ekranu znajduje się charakterystyczny „pasek nawigacyjny” znany ze strony głównej lecz wyposażony w odsyłacze do dalszych podstron z określonego działu, w tym przypadku do: „Nowego numeru”, „Archiwum” i „Redakcji”, jak również obowiązkowy odsyłacz do strony głównej. Prawa część ekranu została wykorzystana na umieszczenie obszernej informacji o problematyce miesięcznika WebReporter. Umieszczony został także formularz służący do zamawiania prenumeraty realizowanej za pomocą poczty elektronicznej.

Następna podstrona stanowiąca spis treści numeru (rys. 26) zbudowana jest w oparciu o omówiony już schemat. Po lewej stronie znajduje się charakterystyczny „pasek nawigacyjny” z odsyłaczami do pozostałych stron w dziale, pozostałą część stanowi spis treści numeru z odsyłaczami do odpowiednich artykułów. Na stronie znajdują się również określenia działów czasopisma („Wstępniak”, „WebNews”, „Wydarzenia”, „Forum”, „Statystyki”, „Jak to robią inni?”, „Warsztat”, „Webmaster radzi”,



Rys. 25



Rys. 26

„Co słycać”) oraz odsyłacze do skrzynek pocztowych autorów i ich prywatnych stron www.

Strony poszczególnych artykułów skonstruowane zostały przy wykorzystaniu opisywanego już schematu. „Pasek nawigacyjny” został wyposażony w dwa dodatkowe elementy graficzne w formie strzałek umożliwiające wczytywanie kolejnych artykułów bez potrzeby powrotu do strony ze spisem treści numeru.

„Reporter” pod względem konstrukcyjnym stanowi bardzo dobry przykład właściwej realizacji struktury hipertekstowych dokumentów. Mimo dużej złożoności serwisu (dwa samodzielne miesięczniki, kilkanaście rozbudowanych działów), użytkownik ma do dyspozycji przejrzyste i logicznie skonstruowane narzędzia nawigacyjne. Jednolity system kształtowania „pasków nawigacyjnych” powoduje, że czytelnik w ten sam sposób porusza się w obrębie każdego działu – w każdej chwili może powrócić do strony głównej, lub wczytać równorzędne logicznie i hierarchicznie dokumenty. Dodatkowym uzupełnieniem tego podstawowego narzędzia nawigacyjnego jest możliwość przeszukiwania pełnotekstowego wszystkich dokumentów znajdujących się na serwerze.

Poszczególne strony zrealizowane są estetycznie i z dużym wyczuciem proporcji. Teksty charakteryzują się czytelnością (choć razi niekiedy nadużywanie kursywy), dużym kontrastem z tłem strony, a podział na krótkie fragmenty ułatwia percepcję. Niemal znikoma ilość materiału graficznego przyspiesza wczytywanie stron. Strony nie są optymalizowane dla określonej rozdzielczości, mimo to przełamywanie występujące przy różnych rozdzielczościach nie burzy ich wewnętrznej struktury.

Magazyn Komputerowy Chip On Line <http://www.chip.pl/>



„Magazyn komputerowy Chip On Line” zawiera wybór artykułów z drukowanego wydania, spis treści bieżącego numeru z abstraktami artykułów, archiwum wcześniejszych numerów, serwisu wyszukiwawczy Netoskop, możliwość zestawienia interesujących czytelnika artykułów za pomocą formularza („Stwórz własnego Chipa”), konkursy, badanie internetowej opinii publicznej, możliwość wymiany myśli za pomocą serwera News, przegląd najnowszych informacji z branży komputerowej, możliwość publikacji własnych tekstów („Wolna pagina”), odsyłacze do innych stron www związanych z branżą komputerową, rozbudowane archiwum plików przeznaczonych do pobrania, audycje radiowe Chipa w formacie *RealAudio* i *MP3*.

Strona główna stylizowana na interfejs programu multimedialnego (rys. 27) skonstruowana jest za pomocą tabeli definiowanej na szerokość 800 pikseli. W nagłówku strony znajdują się dwa formularze, pierwszy odpowiedzialny za wygenerowanie zestawienia artykułów wg preferencji użytkownika, drugi to formularz wyszukiwarki internetowej Netoskop. Po lewej stronie ekranu znajduje się „pasek nawigacyjny” odsyłający do po-



Rys. 27

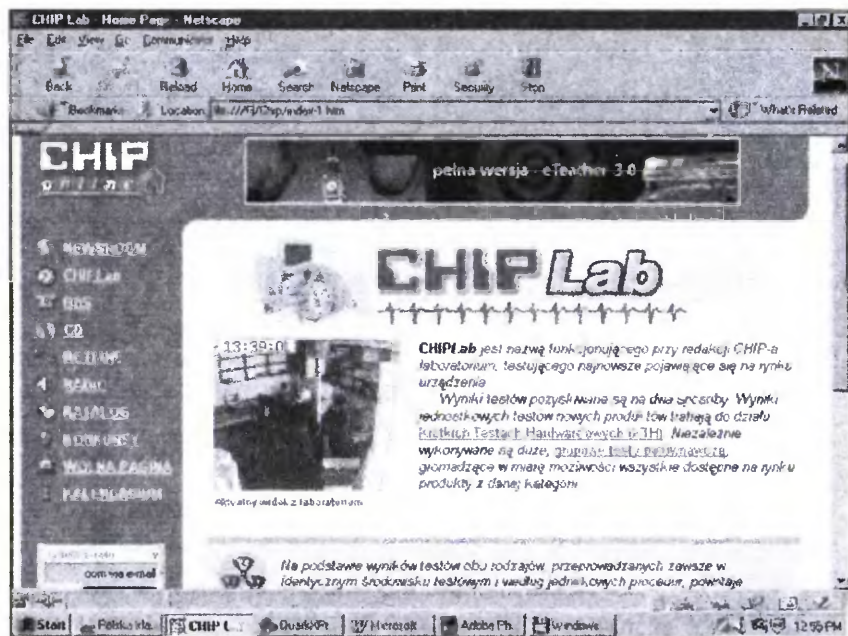
szczególnych działów serwisu znajdujących się na drugim stopniu hierarchii („Newsroom”, „ChipLab”, „BBS”, „CD”, „Hotline”, „Radio”, „Katalog”, „Konkursy”, „Wolna Pagina”, „Kalendarium”).

Stronę u dołu zamyka drugi „pasek nawigacyjny” wyposażony w piktogramy w kształcie okrągłych przycisków: „Prenumerata”, „Kontakt”, „Reklama”, „Nagrody”, „Kto nas ogląda?”.

Środkowa część ekranu przeznaczona jest na informacje o nowościach serwisu, prawą stronę poświęcono numerom specjalnym Chipa (odsylacze w formie okładek odpowiednich numerów).

Konstrukcję podstron można omówić na przykładzie działu „ChipLab” (rys. 28). Wykorzystano schemat znany już ze strony głównej, „pasek nawigacyjny” różni się jedynie tym, że odsylacz do aktualnie czytanego działu (w tym przykładzie „ChipLab”) jest wyróżniony kolorem żółtym. Drugi „pasek nawigacyjny” u dołu strony jest zawsze ten sam dla wszystkich stron www w czasopiśmie. Środkowa część ekranu (zawsze na białym tle) przeznaczona jest na publikację tekstów z właściwych działów. Ten schemat wykorzystywany jest we wszystkich podstronach.

Zastosowana stylizacja stron internetowych na interfejs programu multimedialnego, korzystnie wpłynęła na estetykę dokumentów. Aparat nawigacyjny jest bardzo przejrzysty, logicznie skonstruowany i stanowi dobre połączenie ergonomii i estetyki. Poszczególne elementy strony charakteryzują się dobrze dobranymi proporcjami. Teksty są czytelne i sil-



Rys. 28

nie kontrastują z tłem strony. Elementy graficzne posiadają niewielkie rozmiary i czas ładowania stron jest stosunkowo krótki. Dokumenty są optymalizowane do szerokości ekranu wynoszącej 800 pikseli, przy mniejszych rozdzielczościach konieczne jest przewijanie tekstu nie tylko w pionie, lecz także w poziomie.

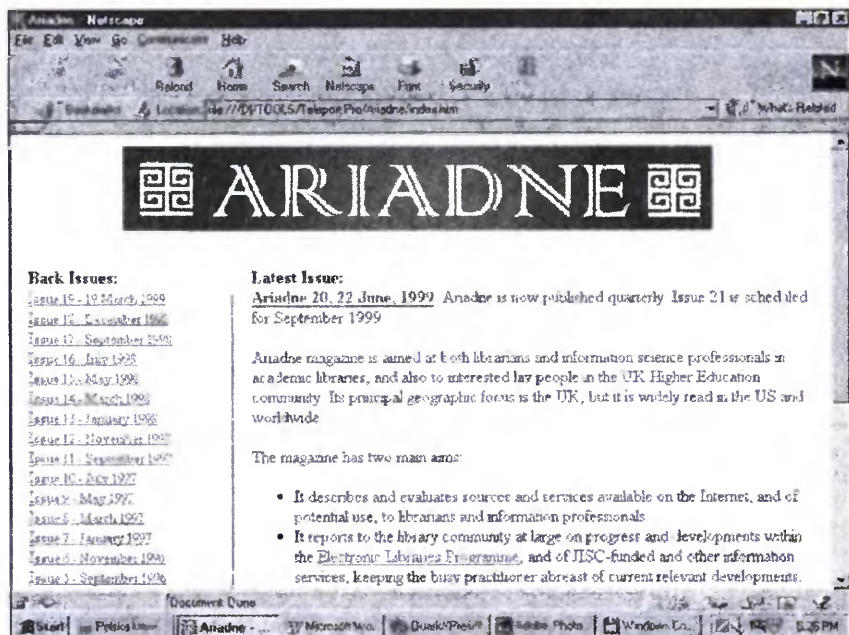
Ariadne

<http://www.ariadne.ac.uk/>



Miesięcznik „Ariadne”, to naukowe czasopismo adresowane głównie do bibliotekarzy akademickich i pracowników informacji naukowej. Tematyka pisma związana jest z wykorzystaniem Internetu w działalności bibliotecznej i informacyjnej.

Strona główna zbudowana jest w formie dwukolumnowej tabeli o zdefiniowanej na 100% szerokości ekranu (rys. 29). U góry strony znajduje się graficzne logo miesięcznika. Lewa część ekranu przeznaczona jest na listę odsyłaczy do wcześniejszych numerów – od stycznia 1996 do marca 1994 r. Pozostała część ekranu wykorzystano na umieszczenie odsyłacza do bieżącego numeru i informacje o piśmie.



Rys. 29

Konstrukcję podstron można zaobserwować na podstawie bieżącego numeru, w badanym przypadku z czerwca 1999 r. (rys. 30).

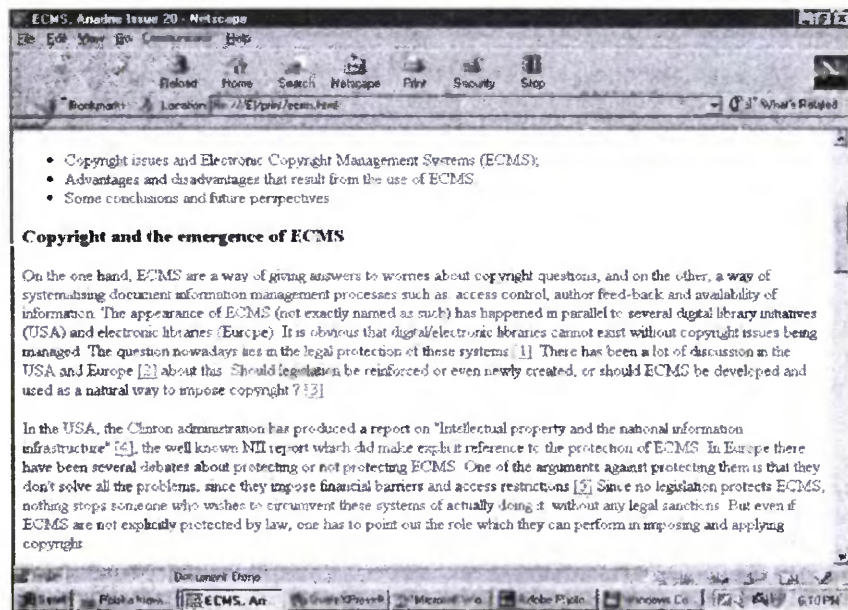
Strona ma kształt jednołamowej kolumny. U góry znajduje się logo czasopisma pełniące funkcje odsyłacza do strony głównej. Pod nim znajdują się odsyłacze do czterech stron informacyjnych takich jak „About Ariadne”, „Back Issues”, „Search Ariadne”, „Other Resources”.

Poniżej znajduje się spis treści bieżącego numeru. Poszczególne działy czasopisma: „Editorial”, „Main Articles”, „Regular Columns”, „Get Tooled Up”, „At the Event, Odds and End” oddzielone są od siebie poziomymi liniami. Pod oznaczeniem poszczególnych działów znajdują się odsyłacze do właściwych artykułów (tytuł artykułu, autor oraz informacja o jego miejscu pracy).

Strony z poszczególnymi artykułami znajdują się na niższym stopniu hierarchii. Zbudowane są wg następującego schematu (rys. 31). Strona ma kształt jednołamowej kolumny zdefiniowanej na 100% szerokości ekranu. U góry znajduje się logo czasopisma pełniące funkcję odsyłacza do strony głównej i odsyłacze do czterech stron informacyjnych (identyczne jak na stronie pełniące rolę spisu treści). Poniżej umieszczono tytuł czasopisma półgrubą czcionką o stopień większą niż pismo tekstowe (znacznik <H1>) i nazwisko/nazwiska autorów/autorów.



Rys. 30



Rys. 31

Poniżej znajduje się tekst właściwy artykułu. Z uwagi iż jest to tekst naukowy wyposażono go w aparat naukowy – przypisy (zob. rys. 30). Zrealizowano je w formie cyfr w nawiasach kwadratowych pełniących funkcję odsyłaczy do odpowiednich pozycji bibliograficznych znajdujących się na końcu artykułu. Poszczególne akapity oddzielono od siebie znacznikiem paragrafu (<P>). Spowodowało to oddzielenie ich pustym wierszem, co korzystnie wpłynęło na percepcję tekstu. Stosowanie list nienumerowanych (znacznik) i stosowanie pisma półgrubego do wyróżnień przyczyniło się do klarownego układu tekstu na stronie. Po tekście artykułu pojawia się wykaz piśmiennictwa i informacje o miejscu pracy autora, wraz z jego adresem poczty elektronicznej. Schemat ten jest konsekwentnie stosowany we wszystkich stronach.

Czasopismo *Ariadne* jest przykładem stosowania bardzo prostego aparatu nawigacyjnego. Od strony głównej można dotrzeć do poszczególnych numerów pisma. Z tych zaś – do poszczególnych artykułów. Nie jest możliwe poruszanie się z jednego dokumentu do drugiego będącego na tym samym stopniu hierarchii, konieczny jest powrót do dokumentu nadrzędnego. Brak „paska nawigacyjnego”, który ułatwiałby poruszanie się w obrębie danego numeru (tak charakterystyczny dla innych czasopism) rekompensowany jest dzięki opcji przeszukiwania zawartości wszystkich artykułów znajdujących się na serwerze (przeszukiwanie pełnotekstowe). Umożliwia to sformułowanie przez użytkownika instrukcji wyszukiwawczej, oraz w rezultacie procesu wyszukiwania, otrzymanie listy artykułów spełniających instrukcję wyszukiwawczą. W ten sposób znacznie wzrosła rola czasopisma jako pełnotekstowej bazy danych.

Astronomy Now On Line

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

Astronomy Now online

Miesięcznik „Astronomy Now” przeznaczony jest dla ludzi zajmujących się astronomią. Wersja internetowa czasopisma (*On Line*) zawiera wybór artykułów (pełne teksty) z wydania drukowanego, wzbogacone dodatkowo o odsyłacze do miejsc w Internecie związane z astronomią, niektóre zjawiska astronomiczne można obejrzeć dzięki filmom w standardzie MPG lub AVI.

Strona główna skonstruowana jest w formie dwukolumnowej tabeli zdefiniowanej do szerokości 640 pikseli (rys. 32). U góry stron znajduje się logo czasopisma wraz z zintegrowanym z nim „paskiem nawigacyjnym” umożliwiającym dostęp do działów takich jak: „Home”, „Breaking news”, „The night sky”, „Magazine”, „Resources”, „Store”, „Index”.

Poniżej umieszczono fragmenty najważniejszych artykułów z poszczególnych działów z odsyłaczami „full story” lub „go there” odpowiedzialnymi za dostęp do pełnych tekstów prac (lewa szersza kolumna zajmująca

ok. 3/4 kolumny). Prawa wąska kolumna została wykorzystana na umieszczenie informacji o piśmie, formularz zamawiania informacji o interesujących zjawiskach na niebie (które są przysyłane do skrzynki pocztowej subskrybenta) i odsyłacze do innych miejsc w Internecie związanych z astronomią.

Budowa podstron realizowana jest wg jednego schematu (zob. rys. 33). Nagłówek strony wypełnia tytuł artykułu zrealizowany w formie graficznej. Pod nim znajduje się dwukolumnowa tabela. W szerszej lewej kolumnie znajduje się tekst artykułu, z włączonym materiałem ilustracyjnym. Prawą wąską kolumnę wypełniają odsyłacze do innych dokumentów związanych z artykułem głównym. U dołu strony znajduje się tekstowy „pasek nawigacyjny” umożliwiający powrót do strony głównej lub dostęp do innych działów czasopisma.

Struktura hipertekstowa stron czasopisma jest stosunkowo prosta, co odzwierciedla skąpy, lecz zupełnie zadowalający aparat nawigacyjny. Jest to dobry przykład braku rozbudowanego „paska nawigacyjnego” występującego po lewej lub prawej części ekranu. Jego funkcje pełnią szczytkowe tekstowe „paski nawigacyjne” znajdujące się zawsze u dołu strony. Struktura odsyłaczy przybiera w pewnym sensie budowę sekwencyjną – fragment artykułu zachęca do wczytania pełnego tekstu, po jego załadowaniu użytkownik ma możliwość zapoznania się z fragmentami innych tekstów (występującymi zwykle w prawej wąskiej kolumnie tekstu



Rys. 32



Rys. 33

głównego artykułu), które z kolei prowadzą do nowych prac itd. System ten umożliwia grupowanie i zapewnienie łatwego dostępu do prac zbliżonych do siebie pod względem zawartości.

Strony czasopisma charakteryzują się estetyką i wyważeniem proporcji. Teksty są czytelne a materiał ilustracyjny włączony w tekst dobrze harmonizuje z układem strony nie tracąc swoich funkcji informacyjnych.

WNIOSKI

Dokumenty www mają bardzo krótką historię – język HTML powstał dopiero w 1990 r. Mimo tak krótkiego czasu rozwój technologii sieciowych spowodował, że w ciągu niecałej dekady miliony ludzi na całym świecie otrzymało nowe, nieznane wcześniej, narzędzie wymiany informacji. Powstanie nowego medium przekazu informacji generuje szereg nowych zjawisk związanych z tworzeniem i rozpowszechnianiem nowych dokumentów. W historii książki charakterystyczny jest okres czasu od wynalezienia druku do końca XV w. W tym czasie drukarze uczyli się wykorzystywać nową technologię i szukali nowych sposobów kształtowania książek, początkowo próbując stosować rozwiązania charakterystyczne dla książki rękopiśmiennej i z czasem wypracowując formę książki właściwą dla starych druków. Ponad 500 lat historii książki drukowanej wykształciło ogólnie przyjęte zasady kształtowania publikacji papierowych wspomagających czytelność i percepcję tekstu z uwzględnieniem estetyki i ergonomii korzystania z dokumentu.

Dokonana analiza drukowanych i internetowych czasopism ukazała, że mimo wspólnego rodowodu, funkcji i celów, dokumenty elektroniczne i papierowe rządzą się w pewnych aspektach swoimi prawami. Mechaniczne przeniesienie struktury książki na hipertekstową strukturę stron www w większości przypadków nie zapewni maksymalnego wykorzystania właściwości tych ostatnich. Drukowane czasopismo, jest w swej postaci zamkniętą i skończoną strukturą o charakterze linearnym podkreślonym przez ciągłą paginację stron. Długa tradycja książki drukowanej wykształciła linearne traktowanie tego typu dokumentów, aparat pomocniczy w formie spisu treści, indeksu czy żywej paginy, nie próbuje tej linearności zaprzeczyć, lecz ją uzupełnić. Strony www od początku były odrębnymi dokumentami połączonymi ze sobą siecią hipertekstowych odsyłaczy – są więc zdecydowanie alinearne. Jednym z podstawowych zadań twórców stron internetowych jest nadanie poszczególnym stronom spójności m.in. za pomocą charakterystycznego jednolitego i konsekwentnego sposobu organizacji typografii tych stron. Ma to szczególne znaczenie gdy uświadomimy sobie, że stosowana hierarchiczna hipertekstowa struktura bardzo łatwo stwarza niebezpieczeństwo „zgubienia się” użytkownika, który przenosząc się z dokumentu na dokument traci orientację gdzie się aktualnie znajduje.

Analizowane czasopisma charakteryzowały się w większości przypadków spójnym i jednolitym aparatem nawigacyjnym. Najczęściej realizowany był on za pomocą tzw. pasków nawigacyjnych – poziomych lub pionowych rzędów odsyłaczy znajdujących się zawsze w tym samym

miejscu strony. W niektórych przypadkach bardziej rozbudowanych systemów stosowano złożenia kilku pasków np. pionowego i dwóch poziomych znajdujących się w u góry i dołu strony.

Strona główna czasopism (*home page*) pełni bardzo ważne funkcje. Z jednej strony jest „wizytówką czasopisma” informującą nowych użytkowników o charakterystyce serwisu, który aktualnie wczytali – strona powinna być tak przygotowana by zapewnić w przystępny i czytelny sposób zestaw niezbędnych informacji. Modelowym przykładem jest tu „Reporter – Serwis Internetowy”. Strona główna pełni też rolę swobodnego spisu treści – wykazu zawartości kolejnych numerów pisma. W przypadku bardzo rozbudowanych i często uaktualnianych czasopism konstrukcja aparatu nawigacyjnego spełniającego funkcje spisu treści ma pierwszoplanowe znaczenie dla ergonomii korzystania z publikacji.

Twórcy stron internetowych muszą liczyć się z tym, że użytkownicy nie zawsze rozpoczynają lekturę czasopisma od głównej strony (*home page*). Powszechnie stosowane wyszukiwarki internetowe automatycznie indeksujące dokumenty znajdujące się na serwerach *www* (*Infoseek*, *Netoskop*, *Lycos* i in.), tworzą bazy danych umożliwiające odnajdywanie ukrytych w Sieci dokumentów **za pomocą słów kluczowych** definiujących ich zawartość treściową. W takich przypadkach użytkownik wczytuje od razu określony artykuł lub jego fragment. Od konstrukcji strony zależy, czy zorientuje się od razu, że trafił na jedną ze stron danego czasopisma i będzie miał możliwość dostępu do pozostałych artykułów, działów, czy strony głównej.

Możliwość przechowywania ogromnej ilości informacji na serwerach *www*, spowodowała powstanie zjawiska kumulacji kolejnych numerów pisma. W przypadku tradycyjnych czasopism zjawisko to przypomina systematyczne gromadzenie i oprawianie w jeden tom kolejnych roczników pisma w bibliotekach, czy rzadziej przez indywidualnych czytelników. Kumulacje numerów na serwerach *www* realizowane są zazwyczaj na dwa sposoby: pierwszy polega na „przykrywaniu” artykułów z poprzedniego wydania aktualnymi (wszystkie starsze prace nie są usuwane lecz trafiają do „archiwum”), technika ta jest szczególnie popularna bardzo w dziennikach. Drugi sposób polega na dokładaniu kolejnego numeru do listy poprzednich (najczęściej ułożonej w kolejności od najnowszego do najstarszego numeru), stosowany zwykle w przypadku czasopism naukowych ukazujących się jako miesięczniki, kwartalniki lub rzadziej. Możliwość interaktywnego przeszukiwania zasobów poprzednich numerów za pomocą tytułów artykułów, nazwisk ich autorów i/lub słów kluczowych, tworzy z internetowych czasopism bardzo łatwe w użyciu pełnotekstowe bazy danych zawierające aktualne informacje.

Forma elektronicznych czasopism stwarza nowe możliwości kreowania systemów dystrybucji informacji jakimi od stuleci są tradycyjne periodyki. Internetowa wersja drukowanego czasopisma opierająca się tylko na utworzeniu sieciowej kopii zawartości poszczególnych numerów, nie wykorzystuje dostatecznie potencjału Sieci. Internetowe strony umożliwiają integrację z dokumentami znajdującymi się na innych serwerach np. czasopisma „*Newsweek*” z encyklopedią *Britannica* czy wyszukiwarką internetową *Lycos*. Stwarza to nową jakość czasopisma jako miejsca, gdzie użyt-

kownik może szukać informacji nie tylko w oparciu o zasoby danego periodyku. Czasopismo może pełnić funkcję porządkującą dostęp do informacji przez system zweryfikowanych odsyłaczy internetowych.

Czasopisma internetowe, które dopracowały się rozbudowanej formy, istnieją w postaci dwóch głównych typów. **Pierwszy typ** to czasopisma, które funkcjonują tylko w sieciowej postaci, są dostępne bezpłatnie przynosząc wydawcom zysk z umieszczanych w nich reklam („bannerów reklamowych”). Najlepszym przykładem jest tu „Reprter – Serwis Informacyjny”, który ze skromnego miesięcznika rozrósł się w rozbudowane źródło informacji, w skład którego wchodzi dwa samodzielne miesięczniki, aktualizowane codziennie doniesienia i szereg działów dodatkowych.

Drugim podstawowym typem są internetowe odmiany (ale nie wersje) drukowanych periodyków. Wydawcy zorientowali się, że dzięki właściwościom dokumentów www, możliwe jest uzupełnienie formy tradycyjnych publikacji. Internetowe czasopisma uzupełniają więc swoje drukowane pierwowzory o szereg usług z technicznych względów niemożliwych do zrealizowania w przypadku dokumentów tradycyjnych. Zaliczyć do nich można systemy badania opinii publicznej (z na bieżąco aktualizowanymi wynikami), możliwość dyskusji czytelników nad poruszonymi w artykułach problemami, archiwa plików i programów, możliwość obejrzenia filmów czy wysłuchania nagrań stanowiących materiał uzupełniający artykuły, odsyłacze do innych miejsc w Sieci stanowiących uzupełnienie bądź fragment aparatu naukowego pracy (przypisy i bibliografia), przeszukiwania zasobów pisma bądź całego serwera itp.

Cechy charakterystyczne dla czasopism internetowych, relatywnie niewielkie koszty tworzenia i utrzymywania stron www oraz potencjalnie nieograniczony zasięg geograficzny, stwarzają bardzo interesujące możliwości wymiany myśli naukowej. **Internet jest bardzo efektywnym narzędziem wymiany myśli przez publikację dostępnych dla wszystkich dokumentów.** Największa wada tradycyjnych czasopism naukowych – ograniczona dostępność wynikająca z trudności dotarcia do konkretnych egzemplarzy pisma (biblioteki z różnych względów nie gromadzą wszystkich publikacji), w przypadku czasopism elektronicznych jest wyeliminowana. Każdy czytelnik może mieć w ciągu bardzo krótkiego czasu potrzebny mu tekst wraz z aparatem ilustracyjnym i pomocniczym dosłownie „na biurku”. Często sposób dystrybucji polegający na rozsyłaniu użytkownikom za pomocą poczty elektronicznej zwalnia czytelnika o konieczności pamiętania o połączeniu z serwerem i pobrania najnowszego numeru pisma.

Analiza czasopism wykazała że wykształciły się już powszechnie stosowane schematy konstrukcji, stron www. Popularny jest schemat organizacji stron w postaci dwu- lub trzykolumnowej tabeli, z wyodrębnionym miejscem na aparat nawigacyjny realizowany w postaci „pasków nawigacyjnych”. Stosunkowo wąskie kolumny tekstu ułatwiają czytanie z ekranu monitora i umożliwiają efektywne zagospodarowanie jego powierzchni. Widoczna jest dbałość o czytelność tekstów (duży kontrast dla liter), podział na mniejsze fragmenty ułatwia percepcję, a jednolita szata typograficzna korzystanie z rozbudowanych często serwisów.

BIBLIOGRAFIA

1. Anders H. *Problemy koloru w malarstwie*. Warszawa 1972.
2. *Ariadne*, <http://www.ariadne.ac.uk/>
3. *Astronomy Now On Line*, <http://www.astronomynow.com/>
4. *Cascading Style Sheets, level 1*, W3C, <http://www.w3.org/pub/WWW/TR/REC-CSS1>
5. *Chip Special: HTML i Java*, 1997, nr 3, Wrocław.
6. Cieplowski S.: *Czasopismo to kompromis między wizją graficzną, możliwościami typograficznymi i potrzebami komercyjnymi*. Wydawca, 1995, nr 1, s. 32-33, 44.
7. *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław 1976.
8. Erber Cz. *Z zagadnień architektury książki: układ symultaniczny*. Kielce 1982.
9. *Gazeta Wyborcza*, <http://www.gazeta.pl/>
10. Hollstein A.: *Pismo a typografia komputerowa*. Litera, 1970, nr 39, s. 44-52.
11. *HTML i Java, Chip Special*. 1997, nr 3, Wrocław.
12. *HTML specification*, <http://www.w3.org/>
13. Kandinsky W. *Punkt i linia a płaszczyzna: przyczynek do analizy elementów malarskich*. Warszawa 1986.
14. *Katalog Mediów Polskich*. Kraków 1996.
15. Kowalska B.: *O czytaniu i czytelności znaków drukarskich*. Litera, 1968, nr 26, s.113-127.
16. Krawsz A.: *Potęga koloru*. Wiedza i Życie, 1998, nr 2, s. 52-56.
17. Lewandowski R. *Wprowadzenie do SGML*, <http://rafal.clpz.poznan.pl/Sgml/default.htm>
18. Lynch P.J., Horton S. *World Wide Web Style Manual*, Yale 1999 lub <http://info.med.yale.edu/caim/manual/>
19. *Magazyn Komputerowy Chip On Line*, <http://www.chip.pl/>
20. Marszałek L. *Edytorstwo publikacji naukowych*. Warszawa 1986.
21. Miincer F. *Wybrane zagadnienia wydawnicze: edytorstwo naukowe i ruch wydawniczy*. Bydgoszcz 1985.
22. *Newsweek.com* <http://www.newsweek.com/>
23. Palacz A.: *Kilka uwag o zasadach: skład tekstu – to takie łatwe?* Wydawca, 1995, nr 2, s.42-43.
24. Palacz A.: *Wybór kroju pisma*. Wydawca, 1994, nr 6, s.32.
25. Palacz A.: *Kilka uwag o zasadach: skład tekstu – to takie łatwe?* [ciąg dalszy z poprzedniego numeru] Wydawca, 1995, nr 3, s.46-47.
26. Perramon J.M. *Jak powstaje kolor*. Wrocław 1993.

27. *Polityka On Line* <http://www.polityka.pol.pl/>
28. Porębski M. *Sztuka a informacja*. Kraków 1986.
29. *Reporter – Serwis Informacyjny* <http://www.reporter.pl/>
30. Roselaren S.: *Publikacje bez papieru*. Macworld, 1996, nr 3, 25-26.
31. *Rzeczpospolita On Line* <http://www.rzeczpospolita.pl/>
32. Rzepińska M. *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*. T. 1 i 2. Warszawa 1989.
33. Spencer H.: *Widoczność słowa*. *Litera*, 1970, nr 38, s.3-18.
34. *Springer link*. Berlin 1998 lub <http://link.springer.de/>
35. Strzeмиński. W. *Teoria widzenia*. Wyd. 3. Kraków 1974.
36. Taranczewski P. *O płaszczyźnie obrazu*. Wrocław 1992.
37. Tinker A.M.: *Zasady skuteczności procesu czytania*. *Litera*, 1973, nr 35 s. 59-75.
38. Tomaszewski A.: *Ilustracja w tekście*. *Wydawca*, 1995, nr 3, s. 42-45.
39. Tomaszewski A.: *Tradycja typografii*. *Wydawca*, 1994, nr 7-8, s. 40-44.
40. Trzaska F. *Podstawy techniki wydawniczej*. Wyd. 2 popr. i uzup. Warszawa 1987.
41. Trzynadłowski J. *Autor, dzieło, wydawca*. Wyd. 2 uzup. Wrocław 1988.
42. Tschichold J.: *Prawidłowe proporcje stronicy i kolumny książki*. *Poli-grafika*, 1966, nr 3, s.70-77.
43. Tylor D. *Tworzenie stron WWW*. Warszawa 1996.
44. *USA Today* <http://www.usatoday.com/>
45. Wendt D.: *Kryteria oceny czytelności pisma*. *Litera*, 1971, nr 47, s. 115-123.
46. Wójcik P. *Kompozycja obrazu fotograficznego*. Warszawa 1990.
47. Zbierski T.: *Prakseosemiotyka książki czyli książka funkcjonalna*. *Studia o Książce*, 1978, T. 8, s. 3-35.

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
TYPOGRAFIA WSPÓŁCZESNYCH CZASOPISM DRUKOWANYCH	9
ZJAWISKA ZWIĄZANE Z KOMPONOWANIEM ELEMENTÓW GRAFICZNYCH NA PŁASZCZYŹNIE	16
JĘZYKI OPISU STRONY I ZAKRESY ICH STOSOWANIA	24
PROBLEMATYKA KSZTAŁTOWANIA FORMY DOKUMENTÓW ELEKTRONICZNYCH W KONTEKŚCIE JĘZYKA OPISU STRONY HTML	29
ANALIZA WYBRANYCH CZASOPISM DOSTĘPNYCH W SIECI INTERNET	38
WNIOSKI	64
BIBLIOGRAFIA	67

CONTENTS

INTRODUCTION	5
THE TYPOGRAPHY OF CONTEMPORARY PRINTED MAGAZINES	9
THE PHENOMENA CONNECTED WITH THE COMPOSITION OF GRAPHIC ELEMENTS ON A PLANE	16
THE PAGE DESCRIPTION LANGUAGES AND THEIR USAGE	24
THE PROBLEMS OF FORMING ELECTRONIC DOCUMENTS IN THE ENVIRONMENT	29
THE ANALYSIS OF CHOSEN MAGAZINES AVAILABLE ON THE INTERNET	38
CONCLUSIONS	64
BIBLIOGRAPHY	67

WYDAWNICTWO



JUŻ JEST DO NABYCIA

WYDAWNICTWO



książka Andrzeja Padzińskiego

**STOSOWANIE POLSKICH NORM
W ZAUTOMATYZOWANYCH
KATALOGACH BIBLIOTECZNYCH**

Jest to 6 tom serii FO-KA, która zadomowiła się w naszych skomputeryzowanych bibliotekach. Jak pisze Anna Paluszkiewicz – inspiratorka tej książki – „polskie biblioteki stanęły ostatnio przed zadaniem utworzenia centralnego katalogu, który ma być źródłem rekordów do katalogów lokalnych i równocześnie źródłem informacji o zasobach bibliotek. Zadanie to można porównać do tworzenia orkiestry, która ma poprawnie wykonać określony utwór. Aby to ostatnie zadanie mogło być wykonane, muszą istnieć: partytura utworu, który ma być wykonany, odpowiednie i dobrze, nastrojone instrumenty oraz dobrze przygotowani wykonawcy gotowi do współpracy z dyrygentem.

Bardzo dobrze zatem, że pojawiła się książka, która może pełnić rolę przewodnika przy realizacji tych zadań. Polecam ją gorąco zarówno tym, którzy bliscy są wirtuozostwa, jak i tym, którzy jeszcze sporo wysiłku muszą włożyć, aby sprostać wymogom stawianym przysłym członkom orkiestry.”

Oto spis treści najlepiej ilustrujący jej zawartość:

1. Ujednocianie zasad katalogowania;
2. Struktura danych w katalogach zautomatyzowanych;
3. Formaty USMARC;
4. Formaty USMARC a zasady katalogowania;
5. Stosowanie ujednoczonych zasad katalogowania;
6. Podsumowanie.

Str. 112, cena 26 zł

Zamówienia prosimy kierować:

Dział Promocji i Sprzedaży Wydawnictwa SBP
02-086 WARSZAWA, Al. Niepodległości 213
tel. (022) 608-28-26

>Zamówienia faksem (022) 608-28-23<

WYDAWNICTWO



Poleca najnowszą książkę

WYDAWNICTWO



INFORMACJA ELEKTRONICZNA A PRAWO AUTORSKIE

Książka jest efektem seminarium na ten temat, które odbyło się w Bibliotece Narodowej (30IX -1X 1999 r.) z udziałem kompetentnych gości zagranicznych. Zawartość publikacji:

Dawid Kot

KORZYSTANIE Z UTWORÓW PRZEZ INSTYTUCJE UŻYTECZNOŚCI PUBLICZNEJ W ŚWIETLE TECHNIK CYFROWEGO PRZETWARZANIA DANYCH

Rafał Gołaś

NOWELIZACJA POLSKIEGO PRAWA AUTORSKIEGO W KONTEKŚCIE SYTUACJI PRAWNEJ BIBLIOTEK

Lucjan Biliński

STOSOWANIE PRAWA AUTORSKIEGO W POLSKICH BIBLIOTEKACH

Barbara Schleihagen

KIERUNKI PRAWA AUTORSKIEGO I ICH IMPLIKACJE DLA BIBLIOTEK

Tuula Haavisto

PRAWNOAUTORSKIE ASPEKTY ŚWIADCZENIA USŁUG BIBLIOTECZNYCH

Tuula Haavisto

PROJEKT DYREKTYWY W SPRAWIE HARMONIZACJI NIĘKTÓRYCH ASPEKTÓW PRAWA AUTORSKIEGO I PRAW POKREWNYCH W SPOŁECZEŃSTWIE INFORMACYJNYM

STANOWISKO EBLIDA WOBEC PRAW UŻYTKOWNIKA

TEKST BROSZURY EBLIDA

Publikacja ta uwzględnia najnowsze zmiany dokonane w prawie autorskim w Polsce do 31 lipca 2000 r.

NIĘZBĘDNA W KAŻDEJ BIBLIOTECE!

Str. 85, cena 18 zł

Zamówienia prosimy kierować:

Dział Promocji i Sprzedaży Wydawnictwa SBP

02-086 Warszawa, Al. Niepodległości 213, tel. 608-28-26, fax 608-28-23



ISBN

19291

notch

WYDAWNICTWO
SBP

