



Оформление текстов в WWW

Пишем для Сети

Сейчас в Интернете можно найти практически любую информацию, вот только воспринять ее иногда бывает очень нелегко. Дело в том, что слишком многие разработчики дизайна пренебрегают простейшими правилами оформления текстов для Сети. И, что хуже всего, часто действительно интересная и полезная информация бывает представлена в совершенно неудобочитаемом виде.

Если информация на сайте представлена плохо, можно либо попытаться найти ее в других источниках, либо довольствоваться тем, что есть, и напрягать зрение. Чтобы этот вопрос не был принципиальным для посетителей вашего сайта, давайте рассмотрим проблему правильного оформления текстов в Интернете.

Зачем это нужно?

Вообще-то, этот вопрос стоит логично разделить на две части: «Зачем все это нужно посетителям?» и «Зачем все это нужно

владельцам сайтов?». Думаю, на первый пункт читатели ответят сами, моя помощь им не нужна. Лучше давайте посмотрим, что же получают владельцы сайтов, если правильно оформят тексты на своих страницах. Хотя, если честно, ответ и на этот вопрос лежит на поверхности. Современному человеку информация нужна больше, чем дизайн. Он хочет читать и узнавать новое, а не любоваться красивыми картинками. Результат — многие люди, которым не понравится читать тексты на конкретном сайте, уйдут на страницы проекта-конку- »

» рента (а сейчас у любой страницы в Интернете есть конкурент, и не один). А потом web-мастера удивляются, почему же посетители покидают их серверы с супер-дизайном ради простой странички с черным текстом на белом фоне.

Контент или содержание?

Обратим взоры непосредственно к проблеме написания текста. Для начала давайте разберем несколько совершенно необходимых правил по содержанию. Главная ошибка людей, пишущих для Сети, — массовое употребление жаргона, что особенно заметно на страницах компьютерных сайтов. Конечно, иногда употребление подобного сленга оправдано, но только в тех случаях, когда текст предназначен для ограниченного круга специалистов и «продвинутых юзеров». Согласитесь, что на iXBT (www.ixbt.com) фраза «увеличение тактовой частоты процессора до нестандартной величины» вместо простого словосочетания «разгон процессора» будет смотреться как минимум странно, хотя на странице для начинающих ее употребление окажется вполне оправданным (естественно, если выше будет описано, что такое тактовая частота). Именно поэтому при написании текста нужно всегда помнить, какая аудитория будет его читать.

Следующее, на что нужно обязательно обратить внимание, — это возможные ошибки и фразы, которые могут иметь двоякое толкование. Здесь проблема кроется в невнимательности самого автора. Когда вы читаете или пишете текст на бумаге, он лучше воспринимается, и ошибки сразу видны. На экране же монитора все двойственности прячутся и зачастую не видны даже при повторном прочтении. Я, например, после написания статьи никогда сразу

не выкладываю ее на сайт. Сначала она «отлеживается» у меня дня три, после этого я ее еще раз вычитываю, причем делаю это вслух. Знали бы вы, сколько при этом обнаруживается ошибок и неточностей! В общем, поговорка «поспешишь — людей насмешишь» в нашей ситуации верна как никогда.

Учимся писать правильно

Давайте сначала поговорим непосредственно о написании. Дело в том, что текст, написанный специально для Интернета, должен отличаться от того, который мы привыкли видеть на бумажных страницах. Причем разница довольно значительна. Так, например, крупные статьи должны обязательно разбиваться на части, каждой из которых желательно присвоить свой заголовок. Зачем это нужно? Оказывается, большинство интернетчиков не вчитываются внимательно в текст страницы. Люди предпочитают бегло просмотреть его и, если ничего интересного не нашлось, идти дальше. А если статья будет разбита на части с заголовками, то посетитель сразу же выделит для себя нужный фрагмент. Правда, для этого вам придется позаботиться о ясности заголовков. Так, например, если бы я писал эту статью для электронного издания, заголовок «Встречают по одежке» звучал бы как «Цветовое решение».

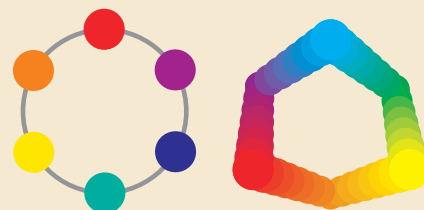
Но разбить текст на части недостаточно, помимо этого, нужно проследить, чтобы абзацы не были слишком большими. Причина та же — невнимательность посетителя при чтении контента web-страниц. Кстати, к первому абзацу любого текста обычно выдвигаются особые требования. Ведь именно он — лицо вашего текста, именно по этому короткому отрезку посе-



Цветовое решение

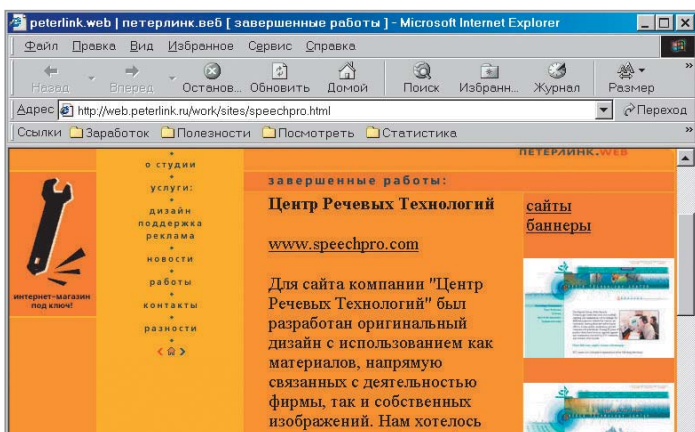
Встречают по одежке

Первое, на что обращает внимание посетитель, — цветовое решение страниц. Слишком многие web-мастера и дизайнеры пренебрегают человеколюбием в угоду красоте. Может быть, страницы с текстом розового цвета на фиолетовом фоне и будут красиво смотреться, но посетители вряд ли это оценят. Я, например, если случайно попадаю на такой сайт, даже не смотрю, есть ли на нем что-то интересное. Конечно, я не призываю писать на всех страничках черным по белому. Отнюдь, просто есть сочетания цветов, которые «приятны» человеческому глазу, не вызывают раздражения и не утомляют. К сожалению, подобрать действительно красивые и «удобочитаемые» сочетания цветов зачастую бывает очень непросто. Существует даже специальная наука, которая помогает решить подобные проблемы, — цветоведение. На картинке ниже изображены «круги», которые служат для подбора цветосочетаний.

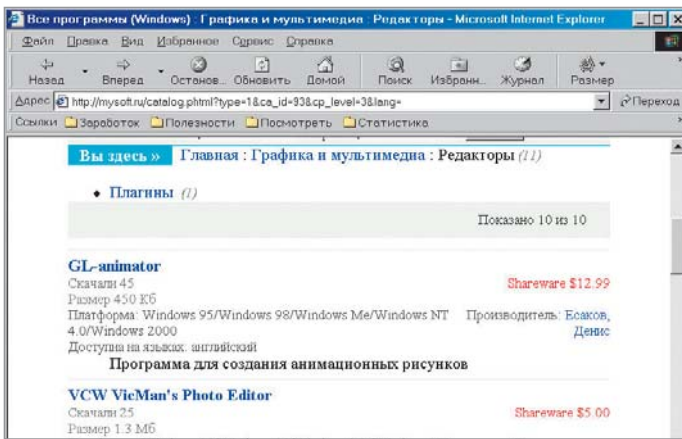


Во-первых, цвета предпочтительней выбирать контрастные, причем более светлый обычно используется в качестве фона. Во-вторых, не стоит увлекаться «дикими» сочетаниями, типа желтый-фиолетовый или красный-зеленый. Ну а в третьих, после подбора цветов создайте пробную страницу с ними и покажите ее своим друзьям и знакомым: как говорится, одна голова хорошо, а две — лучше.

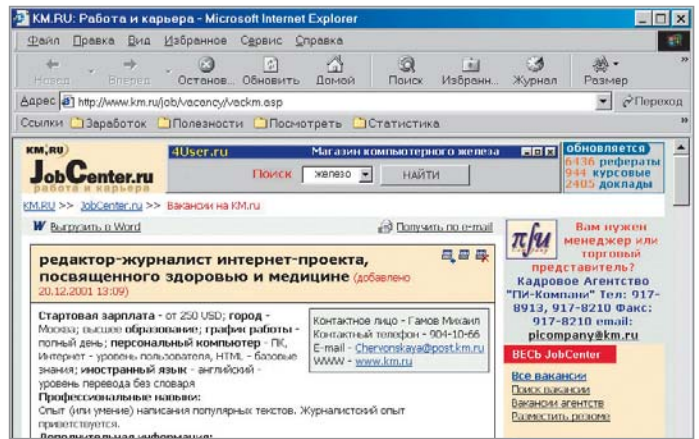
» Однако мне кажется, что такое положение дел останется не надолго. Сейчас разработаны технологии, позволяющие уменьшить утомляемость человеческого глаза при чтении с монитора. Так, например, компания Microsoft разработала программу для чтения электронных книг Microsoft Reader. В этом продукте все символы на экране имеют ореол из специально подобранных цветных точек, заметных только при очень большом увеличении. Это придает тексту четкость и уменьшает утомляемость глаза. Надеюсь, в следующей версии Internet Explorer кто-нибудь догадается применить подобную технологию. А пока создателям сайтов приходится самим заботиться о посетителях.



« Выглядит здорово, но прочитать большой текст с таким цветовым решением будет очень непросто



▲ Достаточно удачное решение: ссылки синие, основной текст черный, дополнительные надписи — светло-серые



▲ Дизайн дизайном, но об удобочитаемости текстов на сайте KM не забывают

» титель составит свое первое мнение о материале в целом и решит, стоит ли ему вообще читать дальше. Именно поэтому в первом абзаце обязательно должно быть кратко описано, о чем вообще пойдет речь в тексте. Я так и сделал. Согласитесь, после прочтения первого абзаца вы поняли, о чем пойдет речь.

Следующая структурная единица текста — предложение. К нему тоже есть особые требования, главное из которых — лаконичность. Хотя это правило применимо далеко не всегда, все зависит от типа текста. Если это не техническая статья, то автор может позволить себе некоторую витиеватость. Но здесь важно не переборщить, иначе посетителю просто-напросто надоест разбираться в словесных хитросплетениях. Если же текст — техническое описание компьютеров, описание программ, новости или даже автобиография Васи Пупкина, то тут лаконичность предложений — обязательное условие.

Ссылки в готовом тексте

Итак, теперь у нас теперь есть общий дизайн сайта и готовый текст для размещения на нем. По крайней мере, вы думаете, что он готов. Но это не так. Дело в том, что у HTML есть преимущество перед обычным текстом, и оно заключается в возможности использовать гипертекстовые ссылки. Вот только правильно использовать последнее — настоящее искусство. Самая распространенная ошибка на web-страницах — избыточное использование ссылок.

Посмотрите сами, довольно часто в Интернете встречается следующая ситуация: на персональной странице Васи Пупкина написано, что он любит автомобили, а на

слове «автомобили» стоит ссылка на официальный сайт компании «Форд». Ну, скажите мне, зачем человеку, интересующемуся биографией автора страницы, переходить на автомобильный портал? Отсюда правило — все ссылки должны быть сделаны только по теме. А кроме того, они должны вести на те материалы, которые помогут читателю лучше понять некоторые моменты данного текста. То есть совсем не обязательно делать ссылки с каждого слова по теме.

Еще одна проблема, возникающая при использовании гипертекстовых ссылок, — вопрос, в каком окне браузера их открывать, новом или текущем. Понятно, что у каждого способа есть свои плюсы и минусы. Так, в первом случае посетитель не покидает ваш сайт, правда, появление нескольких окон зачастую раздражает. Если же открывать ссылку в текущем окне, то есть риск, что человек уже не вернется на страницу. Какой вариант предпочесть, каждый выбирает сам.

Использование списков

Последний совет по оформлению текстов, который я хочу дать, — использование списков. Это очень сильно облегчает чтение и понимание текста. Вот, например, есть такая фраза: «В новой версии программы добавлены следующие возможности: появилась возможность изменения интерфейса, увеличилась скорость обработки данных, появились дополнительные возможности поиска, исправлено несколько ошибок...». Согласитесь, следующий вариант воспринимается легче:

«В новой версии программы добавлены следующие возможности:

- ▶ появилась возможность изменения интерфейса;
- ▶ увеличилась скорость обработки данных;
- ▶ появились дополнительные возможности поиска;
- ▶ исправлено несколько ошибок;
- ▶ ...»

Заключение

Напоследок я хочу сказать, что в Интернете важно не только правильно оформить текст. Почему-то считается, что в Сети можно писать все, что хочешь, и подавляющее большинство web-мастеров так и делает. А ведь так просто проявить некоторое уважение к посетителям и соблюсти элементарные нормы русского языка, правильную пунктуацию и орфографию. Поверьте мне, от этого и web-мастера, и простые интернетчики только выиграют.

■ ■ ■ Марат Давлетханов



Ссылки по теме

- ▶ <http://www.design.ru/kovodstvo> — советы самого маститого дизайнера Сети Артемия Лебедева
- ▶ <http://redactor.ru> — все о русском языке и контенте сайтов в Интернете
- ▶ <http://www.russkii.ru> — справочная служба русского языка. Рекомендуются всем web-мастерам
- ▶ <http://klyaksa.country.ru> — конкурс «Золотая клякса», цель которого — повышение общего уровня грамотности в Рунете
- ▶ <http://www.566.org/~masha/collor.html> — статья «О сочетаемости цветов»