

**Elwira Topolnicka**

Uniwersytet Zielonogórski

## ESTETYKA STRONY INTERNETOWEJ

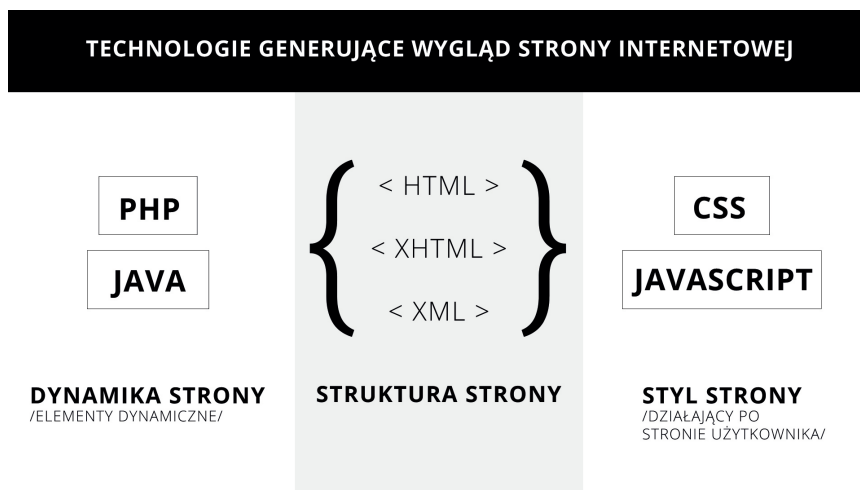


### Krótką historia stron internetowych

Aby rozmawiać o estetyce strony internetowej, musimy sobie uświadomić, jakie czynniki determinują jej wygląd. Historia stron internetowych jest bardzo krótka i sięga ledwie roku 1990 roku, kiedy to brytyjski fizyk i programista Time Berners-Lee stworzył pierwszą stronę internetową napisaną w języku HTML. Zaledwie cztery lata później został on przewodniczącym korporacji W3C (World Wide Web Consortium), która do dziś jest najważniejszą organizacją wyznaczającą standardy i rekomendującą technologie używane do tworzenia stron internetowych. Oprócz języków programowania umożliwiających tworzenie dynamicznych struktur stron internetowych, tj. HTML, PHP czy JAVA, w 1994 roku pojawił nam się kolejny, do dziś używany i stale rozwijany język programowania, jakim jest CSS (Cascade Style Sheet). Kaskadowe arkusze stylów stworzone przez norweskiego programistę Hakona Wium Lie zostały opracowane w celu szybkiej i prostej modyfikacji wyglądu strony, która zarówno po stronie twórcy, jak i odbiorcy – miała odtąd być dekodowana w ten sam sposób. Już w 1996 roku technologia CSS została zaakceptowana przez popularną przeglądarkę internetową Microsoft Internet Explorer, a w następnych latach, po rekomendacji przez W3C, zaczęły się do niej dostosowywać kolejne przeglądarki, tj. Opera czy Mozilla. Jednak dopiero w 2012 roku technologia kaskadowych arkuszy stylów została oficjalnie zarekomendowana przez W3C obok języka HTML<sup>1</sup>. Aby krótko podsumować dotychczasowe rozważania na temat wyglądu strony internetowej, spójrzmy na schemat prezentujący technologie budujące strukturę strony.

---

<sup>1</sup> *The birth of the web*, <https://home.cern/topics/birth-web> [dostęp: 1.03.2018].



**Rysunek 1.** Prezentacja technologii budujących strukturę strony internetowej

Jak widzimy, każde użycie tekstu internetowego jest możliwe dzięki wykorzystaniu środowiska komputerowego i poza nim nigdy nie zaistnieje.

Estetyka współczesnych stron internetowych jest silnie związana z permanentnym rozwojem wspomnianych wyżej technologii internetowych. Pierwszy standard CSS wspomagał zaledwie prezentację pisma, m.in. krój pisma, kolor tekstu i tła, światła międzyliterowe, odstępy międzywyrazowe, interlinię oraz układ tekstu i obrazów<sup>2</sup>. Obecne w 2017 roku standardy obsługiwane przez większość przeglądarek umożliwiają tworzenie animacji i nieregularnych kształtów linii, a przy odpowiednio zdefiniowanych parametrach możemy wręcz malować na ekranie, pisząc językiem programowania<sup>3</sup>. Jednak w przypadku pracy z tekstem internetowym mamy do czynienia z zupełnie innym środowiskiem niż podczas pracy z drukiem. Projektant strony musi założyć, że to, co zostanie konkretnie zdefiniowane i zaprogramowane, może się znacząco różnić w zależności od przeglądarki internetowej, z jakiej korzysta odbiorca. A różnice te widać już w zakresie typografii i pisma.

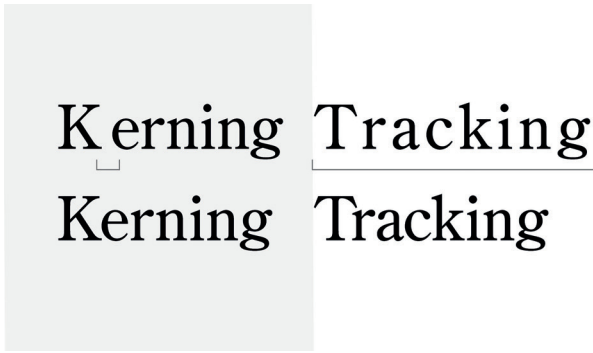
### **Typografia na stronie internetowej – wyzwania i możliwości**

Największy wpływ na estetykę strony internetowej ma typografia. Na dobrą prezentację znaków pisarskich składa się kilka elementów, których użytkownik Internetu

<sup>2</sup> Por. P. Baines, A. Haslam, *Pismo i typografia*, przeł. D. Dziewońska, Warszawa 2010, s. 132.

<sup>3</sup> Zob. <https://projects.lukehaas.me/css-pokemon/> [dostęp: 1.03.2018].

doświadczal już podczas czytania tekstów drukowanych. Należą do nich przede wszystkim krój pisma i jego wielkość, a w horyzontalnym podziale tekstu: długość wiersza, tracking, czyli odległość wszystkich znaków w tekście, kerning określający odległości pomiędzy konkretnymi parami znaków oraz odstępy międzywyrazowe. Mówiąc o estetyce tekstów internetowych, należy także zwrócić uwagę na jego wer-tykalne ukształtowanie, przejawiające się w zastosowaniu odpowiedniej wysokości łamu, doborze odpowiedniej interlinii, zależnej od wielkości pisma i szerokości łamu oraz sposobu wyrównania tekstu (wyrównanie do lewej strony, do prawej strony, tekst wyjustowany). Aby proces czytania odbywał się bez udziału świadomości czytelnika, musimy zadbać o te detale, to one bowiem tworzą naturalny rytm i harmonię tekstu internetowego.



**Rysunek 2.** Formatowanie tekstu na stronie internetowej: kerning i tracking

Pomimo stałego rozwoju technologii wykorzystywanych do budowy stron internetowych, nadal ogromnym wyzwaniem jest przestrzeganie podstawowych zasad typograficznych stosowanych w druku. Zadanie to stanowczo odbiega od dotychczasowych sposobów realizacji tych reguł w tekstach przygotowywanych do druku, gdzie naszym „ekranem” jest książka zamknięta w jednym z góry założonym formacie. Strona internetowa musi przewidzieć zachowanie się tekstu zależne od zmiennych rozdzielczości ekranu komputera. Projektowanie typografii dla witryny internetowej odbywa się przy wykorzystaniu odpowiednich oznaczeń w kodzie HTML i CSS, a ich możliwości nie zawsze pokrywają się z możliwościami programów, które służą do składania tekstów drukowanych. Dla przykładu kerning, czyli dobór odległości pomiędzy dwoma kolejnymi znakami, czy tracking – dobór odległości międzyznakowych pomiędzy wszystkimi znakami w tekście, na stronie internetowej zastępuje jedno oznaczenie – letterspacing. Programy umożliwiające przygotowanie tekstu do druku, jak InDesign czy Photoshop, mają funkcje automatycznego kerningu dla całości zaznaczonego tekstu. Przygotowując tekst na stronę internetową – takich możliwości nie mamy. Możemy walczyć funkcjami

## TEKST INTERNETOWY WIDOCZNY NA RÓŻNYCH ROZDZIELCZOŚCIACH



Rysunek 3. Realizacja projektu strony internetowej widoczna na ekranach o różnej rozdzielczości

ujemnymi, aby oznaczyć wybrane człony kerningowe, ale doświadczenie pokazuje, że walka ta nie przynosi pożądanych rezultatów.

Interlinię, czyli światło między wersami, zastępuje na stronie oznaczenie line-height i w tym przypadku kaskadowe arkusze stylów radzą sobie bardzo dobrze. Najtrudniejszym zadaniem dla projektanta jest natomiast sposób łamania tekstu, związany z jego wyrównywaniem. Nie ma doskonałych narzędzi do kontrolowania tych odstępów przy użyciu technologii CSS tak, aby osiągnąć efekty, do jakich przyzwyczailiśmy nas tekst drukowany. Stronę internetową tworzy się pod różne formaty, czyli różne rozdzielczości: dla przykładu, jeśli w formacie FullHD złamiemy tekst w konkretnym miejscu, np. chcąc przenieść spójnik „i” do następnej linii, na monitorze w rozdzielczości HD zobaczymy, że to przeniesienie w ogóle nie było potrzebne lub należałoby zastosować inny sposób formatowania.

Dlatego, dbając o estetykę strony internetowej, nie powinniśmy justować tekstów ułożonych w wąskich kolumnach, ponieważ zaburzy to rytmikę tekstu i zniszczy jego czytelność. Były i nadal trwają próby tworzenia wtyczek (dodatkowych modułów ulepszających funkcjonalność podstawowych narzędzi edycji tekstu), które pozwolą lepiej i efektywniej zarządzać łamaniem i wyrównywaniem tekstu na stronach internetowych, jednak do tej pory żadna z nich nie była w stanie poprawnie odwzorować polskich zasad typograficznych stosowanych w plikach drukowanych. Warto jednak zauważyć, że kaskadowe arkusze stylów od samego początku skłaniają się w stronę formy drukowanej i odpowiednie ich osadzanie w kodzie umożliwia zastosowanie

innych stylów dla strony internetowej oglądanej w przeglądarce internetowej, a także innych stylów dla wersji drukowanej strony internetowej.

W dziedzinie budowania wizualnego kształtu tekstu internetowego zestaw wyżej wymienionych elementarnych zasad typograficznych nie znalazł jeszcze zadowolających rozwiązań. Inaczej ma się kwestia doboru czcionek. A ta odnajduje się dzisiaj na łamach Internetu bardzo dobrze.

### **Kształt i krój czcionek na stronie internetowej**

Obecnie wybór kształtu i kroju czcionki, podobnie jak w druku, zależy tylko i wyłącznie od woli projektanta. A tej sprzyja rozwój komercyjnych technologii internetowych. Jeszcze w latach 90. i początkach nowego milenium sposób wyświetlania się tekstu zależał od indywidualnych ustawień przeglądarek stron, co w rezultacie sprowadzało się do automatycznego czy też domyślnego wyświetlania tekstów w popularnych czcionkach, tj. Georgia, Helvetica, Arial. Czcionki, które widzieliśmy jeszcze 10 lat temu na stronach internetowych, były zależne od prywatnych ustawień w przeglądarce użytkownika, przez co tekst miał różny rozmiar, kolor i krój pisma. Ten problem ograniczonego wyboru rodzaju czcionek jako pierwszy rozwiązał w 2008 roku program do generowania czcionek o nazwie Cufon, który umożliwiał tworzenie czcionek dekodowanych w ten sam sposób u każdego użytkownika. Jednak i ta metoda nie była i nadal nie jest idealna, ponieważ do ich użycia niezbędna jest technologia JavaScript. Jeśli użytkownik ma wyłączone skrypty w swojej przeglądarce (np. blokerem reklam) – ujrzy czcionkę domyślną, alternatywną, co automatycznie zaburzy estetykę tej witryny. Dodatkowo, tekstu pisanego tak wygenerowaną czcionką nie można zaznaczyć (np. w celu kopiowania treści), a konieczność ładowania dodatkowych skryptów obciąża, a przez to spowalnia czas ładowania strony. Twórca korzystający z generatora czcionek Cufon musi także stosować alternatywny zapis wyglądu czcionki w technologii CSS, licząc się z możliwością wyłączenia skryptów przez użytkowników Internetu. Alternatywą dla tego programu miała być nowsza technologia @font-face, polegająca na dołączaniu czcionki w oddzielnym pliku. Dzięki temu nie musi być ona instalowana na komputerze i korzystamy z niej jedynie w trakcie odwiedzania danej witryny, jednak i ten format okazał się obsługiwany przez wybrane przeglądarki. Wydawać by się mogło, że idealnym rozwiązaniem stosowanym także współcześnie stały się czcionki Google webfonts. Udostępniony przez giganta Google zbiór kilkuset czcionek w prosty sposób koduje się na stronie internetowej, a ich odczyt nie wymaga po stronie użytkownika dodatkowych skryptów. Dzięki temu strony internetowe wczytują się bardzo szybko, czcionka u każdego użytkownika wygląda w ten sam sposób i nie zostaje zachwiana pierwotna wizja projektanta.

## Typografia i pismo na stronie internetowej – zagrożenia

Należy sobie jednak zadać pytanie, czy możliwości, jakie dał nam Google, nie spowodują rezultatu odwrotnego do zamierzonego i nie wpłyną na pogorszenie estetyki stron internetowych. Wielość pięknych czcionek zachęca twórców do stosowania kilku krojów w ramach jednej strony czy nawet jednego dłuższego tekstu. Taki zabieg znacznie obniża czytelność tekstu i negatywnie wpływa na jego odbiór. Umożliwienie intuicyjnego dotarcia do poszukiwanej informacji powinno być nadrzędną zasadą organizującą sposób formatowania tekstu oraz budowania struktur wizualno-werbalnych na stronie www. Niestety spora grupa projektantów i programistów stron internetowych nie zna umiaru w wykorzystywaniu nowinek technologicznych, przez co w ogóle zapomina o podstawowej zasadzie użyteczności, czego widocznym rezultatem jest przerost formy nad treścią. Tekst ma być czytany, a nie oglądany i to stanowi w głównej mierze o estetyce strony internetowej. Brak istniejących i określonych zasad składu tekstów internetowych powoduje ogromny rozłam w wyglądzie publikowanych stron internetowych. Programiści przestrzegają wyznaczonych standardów, dbają, aby strony były obsługiwane przez wszystkie czołowe przeglądarki, zajmują się pozycjonowaniem publikowanych treści, zapominając jednak o estetyce budowanych stron, przez co obserwujemy zalew witryn nieładnych i niefunkcyjnych. Dodatkowo środowisko komputerowe jest miejscem, gdzie swoją reprezentację może znaleźć każdy znak, który programista jest w stanie zakodować w dowolnym języku programowania<sup>4</sup>. Oznacza to, że obok właściwych tekstów internetowych, stanowiących trzon witryny www, pojawia się mnóstwo obrazów, filmów i dźwięków. Nadgorliwe zastępowanie komunikatów tekstowych alternatywnymi formami digitalnymi prowadzi do zachwiania proporcji i zaburzenia estetyki strony.

### Osadzanie plików graficznych a estetyka strony internetowej

Zatrzymajmy się na chwilę przy plikach graficznych, publikowanych na stronach internetowych. W ciągu ostatnich 20 lat wyraźnie rozróżniano pliki przygotowywane do druku i te służące do Internetu. Do tej pory dzieliśmy programy graficzne na te do obróbki plików do druku, a więc do przygotowania bardziej wymagającej grafiki wektorowej,

---

<sup>4</sup> Przekaz digitalny. *Z zagadnień semiotyki, semantyki i komunikacji cyfrowej*, red. E. Szczęsna, Kraków 2015, s. 135.



Rysunek 4. Skalowanie grafiki rastrowej i wektorowej na stronie internetowej

oraz te do przygotowania grafiki rastrowej, nadającej się do publikacji w Internecie. Najogólniej ujmując, rozróżnienie grafiki wektorowej od grafiki rastrowej widać podczas skalowania przygotowanego obrazu, grafika rastrowa bowiem podczas powiększenia traci na jakości i widać poszczególne piksele, z których się składa, natomiast grafika wektorowa jest bezstratna podczas powiększenia – obraz zachowuje ostre kształty.

Jednak w ostatnich latach oprócz plików typu .jpg czy .png na popularności zyskał nowy format plików graficznych publikowanych w Internecie – pliki .svg (ang. Scalable Vector Graphics). Pliki takie tworzymy w programach do przygotowywania plików do druku, z tą różnicą, że plikiem wyjściowym nie będzie gotowy obraz, lecz prosty skrypt będący pochodną języka XML, który powstał już na początku lat 90. Taki kod można zamieszczać na stronie i jego prezentacją będzie statyczny obraz, który możemy również animować. Pokróćce oznacza to, że pomału zacierają się granice pomiędzy tym, co drukowane i co można do druku przygotować, a tym, co przygotowujemy do publikacji w Internecie. Pamiętając o tym, że kaskadowe arkusze stylów CSS już od początku istnienia „przygotowują” stronę internetową zarówno do druku (print.css), jak i do przeglądania w oknie komputera (screen.css), wydawać by się mogło, że stoimy u progu rewolucji wyglądu strony internetowej, co znajdzie swoje odbicie w estetyce tych stron. Witryny niewymagające grafik rastrowych, oparte głównie na technologiach HTML, CSS i JavaScript, będą lekkie i łatwe do dekodowania przez przeglądarki, co w rezultacie powinno ujednolicić wygląd stron na każdej przeglądarce i na każdym komputerze.

### **Estetyka strony internetowej a relacja ilościowa pomiędzy słowem a obrazem (wizualna i werbalna realizacja komunikatu)**

Revolucja technologiczna doprowadziła do takiego momentu, w którym tekst nie istnieje bez obrazu czy kontekstu wizualnego. Tekst internetowy dodatkowo już sam w sobie poprzez swoją segmentację i dobór czcionek staje się obiektem werbalno-wizualnym. Do tego dochodzą wszelkie możliwe technicznie formy wizualne, takie jak multimedia czy video. Z racji znakowej natury elementów wizualnych stają się one równie ważne w komunikacie co tekst. Nowe media pozwalają odkrywać nowe znaczenia tekstów<sup>5</sup>. Im bardziej adekwatnie możemy przedstawić komunikat, tym lepiej dla niego. Jeśli zatem ilustrujemy kolory sukienek w sklepie internetowym, nie będziemy stosować tekstów, tylko symbol graficzny koloru – to bardziej odda istotę komunikatu (przedstawianego przedmiotu). Ważne jest oczywiście założenie, że wiedza semiotyczna odbiorcy pozwoli mu na odczytanie znaku ikonograficznego – użytkownik rozpozna w figurze geometrycznej wypełnionej kolorem jej właściwe znaczenie tekstowe. Nielinearny sposób wyrażania myśli, jaki cechuje teksty internetowe, uzupełniony o treści graficzne, zmusza odbiorcę do zupełnie nowego sposobu odczytywania tekstu i dekodowania znaczeń obrazów. Tekst na stronie traktujemy obecnie jako hybrydę tekstowo-obrazowo-dźwiękową, jednak pierwotną motywacją do osadzania plików graficznych na stronie internetowej powinna być zawsze potrzeba dopasowania ich do przekazu. Tej samej treści nadajemy różne formy reprezentacji, a to wynika z nastawienia na odbiorcę. Taka atrakcyjność przekazu ma zachęcić do dotarcia do tekstu właściwego, ukrytego pod warstwą obrazową czy dźwiękową, a jednocześnie stanowi o estetyce strony internetowej.

Relacja ilościowa pomiędzy słowem a obrazem na stronie internetowej podlega także dyktatowi narzędzi pozycjonujących. Każdy twórca dąży do tego, aby jego stronę odwiedzała jak największa liczba użytkowników. Dlatego bardzo ważną kwestią podczas tworzenia witryn jest ich poprawna optymalizacja związana z wysoką pozycją w wynikach wyszukiwania (np. w wyszukiwarce Google). Dobre rezultaty osiągają strony z dużą ilością dobrze przygotowanego tzw. jakościowego tekstu. Przeglądając strony, sklepy internetowe oraz wielotematyczne portale, nietrudno zauważyć, że główna strona zawsze obfituje bardziej w grafikę niż w tekst. Takie działanie powoduje zachwianie wymaganej przez wyszukiwarki ilości tekstu w stosunku do obrazu i zmusza do umieszczania w dolnej części tej strony specjalnie przygotowanych tekstów, których wyłącznym zadaniem jest podniesienie pozycji strony w wynikach wyszukiwania. Dynamiczny rozwój rynku związanego z pozycjonowaniem i optymalizacją

<sup>5</sup> Por. M. Heidegger, *Technika i zwrot*, przekł. J. Mizera, Kraków 2002.



stron internetowych pod wyszukiwarki wpływa i będzie wpływał na proporcje słowa i obrazu. Rzekoma służebna rola tekstu w Internecie w stosunku do obrazu oraz obawa o zbytnią ikonizację przekazów internetowych są w tej chwili nieuzasadnione. Warstwa graficzna stron www zawsze zawiera bogatą oprawę tekstową, ponieważ wymaga tego technologia budowania stron, a ta nie zawsze musi być dostrzegalna dla odbiorcy. Obraz jest i póki co pozostanie atrakcyjnym uzupełnieniem treści, ponieważ nie jest w stanie przejąć zadań i funkcji, jakie spełnia tekst w Internecie.

W artykule zwrócono uwagę na elementy silnie determinujące wygląd strony w jej estetycznym kształcie. Jednak obecnie mówi się już o pewnych tendencjach związanych z estetyką strony. O ile istnieją standardy dotyczące używanych języków programowania, o tyle nie ma skodyfikowanych norm określających kształt wizualny strony internetowej. Większość stron, sklepów czy portali ma ukształtowany styl będący w dużej części konsekwencją prowadzonych przez firmy komercyjne badań zachowań i preferencji użytkowników Internetu. Nietrudno zauważyć, że wręcz wzorcowym elementem jest usytuowanie logo czy logotypu w lewym górnym rogu przeglądanej witryny. Każda strona zawiera też nagłówek wraz z nawigacją w górnej części strony, obszerną treść główną oraz część informacyjną, znajdującą się u dołu każdej strony. Użytkownicy są już przyzwyczajeni do takiej struktury i łatwiej im poruszać się po tym, co znane, więc konsekwencją jest wybór takich właśnie stron. Pytanie, czy typowy odbiorca zwraca w ogóle uwagę na estetykę strony internetowej, wyrażającą się w strukturze, kompozycji i sposobie formułowania treści. Jeśli za kryterium badawcze przyjąć czas spędzony przez użytkownika na danej stronie, to jak najbardziej jest to sprawdzalne. Taki monitoring umożliwiają specjalne programy i aplikacje dedykowane do analizy stron, sklepów i portali internetowych. Wyniki są przedstawiane w postaci wykresów, diagramów i tabel na osi czasu. Analiza pokazuje, że strony niepoprawnie wyświetlające się na monitorze użytkownika, zbyt krzykliwe w kolorystyce, przepełnione animacjami lub po prostu zawierające zbyt dużą liczbę reklam – mają najkrótszy czas pobytu. Dodatkowo nie możemy zapominać, że kompetencja użytkownika może być niewystarczająca do oceny estetycznej warstwy strony internetowej, a jego komentarz może dotyczyć jedynie użyteczności i intuicyjności. Ponieważ nie ma norm dotyczących budowy estetycznej strony internetowej, odbiorca sam zdecyduje o tym, co estetyczne i zgodne z jego indywidualnym gustem.

### Bibliografia

- Baines P., Haslam A., *Pismo i typografia*, przeł. D. Dziewońska, Warszawa 2010.  
 Bolter J.D., *Przestrzeń pisma. Komputery, hipertekst i remediacja druku*, Kraków-Bydgoszcz 2014.  
 Eco U., *Nieobecna struktura*, Warszawa 1996.

Heidegger M., *Technika i zwrot*, przekł. J. Mizera, Kraków 2002.

*Przekaz digitalny. Z zagadnień semiotyki, semantyki i komunikacji cyfrowej*, red. E. Szczęsna, Kraków 2015.

*The birth of the web*, <https://home.cern/topics/birth-web> [dostęp: 1.03.2018].

Wium Lie H., Bos B., *Cascading Style Sheets, designing for the Web*, Boston 2005.

### **Estetyka strony internetowej**

**Streszczenie:** Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na wpływ technologii w budowaniu estetycznej strony internetowej. Dzięki zestawieniu zasad stosowanych przy składzie edytorskim, takich jak krój pisma i jego wielkość, długość wiersza, tracking, kerning oraz odstępy międzywyrzowe, zostały wykazane możliwości i ograniczenia w zastosowaniu tych samych reguł podczas budowania tekstów na stronach internetowych. Zwrócono szczególną uwagę na dobór kształtu i kroju czcionek w witrynach www, tworzących złożone struktury wizualno-werbalne. Omówione zostały również metody osadzania plików graficznych w różnych formatach oraz ich wpływ na czytelność i użyteczność strony internetowej w wymiarze estetycznym i funkcjonalnym. Dodatkowo poruszona została kwestia relacji ilościowej pomiędzy wizualną i werbalną realizacją komunikatu na łamach witryn www.

**Słowa kluczowe:** Internet, strony internetowe, komunikacja internetowa, język nowych mediów

### **Aesthetics of the website**

**Summary:** The purpose of the article is to draw attention to the impact of technology in building an aesthetic website. By juxtaposing the rules used for the editorial composition, such as font and its size, line length, tracking, kerning and inter-word spacing, the possibilities and limitations in applying the same rules when building texts on websites were demonstrated. Particular attention has been paid to the selection of the shape and typeface on websites, which create complex visual and verbal structures. Methods of embedding graphic files in various formats and their impact on the readability and usability of a website in the aesthetic and functional dimension were also discussed. In addition, the question of the quantitative relation between the visual and verbal implementation of the message on websites is addressed.

**Keywords:** internet, websites, internet communication, language of new media