

05 Gradivni blokovi multimedije

Tekst, moć značenja, o fontovima i likovima, korišćenje teksta u multimediji...

05 TEKST

- Korišćenje teksta i simbola za komuniciranje je započelo pre otprilike 6.000 godina u zemljama Mediterana (u Mesopotaniji, Egiptu, Sumeru i Vavilonu), kada su prvi simboli ispisivani na glinene pločice i ostavljani da se suše na suncu.
- Samo su članovima vladajuće klase i sveštenstva bilo dozvoljeno da čitaju i pišu piktografske znake i oznake na glinenim pločicama.
- Najranije poruke pisanim rečima su obično predstavljale informacije od vitalnog značaja za **upravljanje** ljudima, politikom i porezima.

N-1

- Pisane poruke su bile popularne među **elitom**.
- Nove poruke nisu bile u opasnosti da nestanu od dizenterije, volje Božje, ili amnezije.
- Ako bi poruku presreli neprijatelji ona bi bila i dalje nerazrešiva za sve, osim za one koji su stekli veštinu čitanja.
- U nekim ranijim dobima najveći **prekršaj** jednog čoveka je bilo znanje čitanja, ako nije pripadao višoj društvenoj klasi, ili ako vladavci za to nisu dali “odobrenje”.

Egipatski hijeroglifi



N – 2

- Danas su tekst i sposobnost čitanja “vrata” ka **moći** i znanju.
- čitanje i pisanje su očekivane i neophodne veštine u većini modernih društava.
- Nakon nedavne “eksplozije” Interneta i WWW, **tekst** je postao važniji nego ikad.
- Maternji jezik Weba je **HTML** (*Hypertext Markup Language*), prvobitno dizajniran da prikaže **jednostavne** tekstualne dokumente na ekranu uz poneku sliku.
- Akademski članci, novinski članci, kompleksni priručnici i sadržaji kompletnih knjiga su dostupni na Internetu.

N-3

- Dodajte ugrađene funkcije koje na klik mišem povezuju izabrane reči i fraze sa drugim sličnim i detaljnijim materijalom.
- Više nego TV koja sa svojih 5, 10 ili 100 kanala, Web nudi “istraživački raj” od nekoliko miliona HTML dokumenta

Moć značenja

- i obična reč ima više značenja, pa kad počinjete da radite u nekom mediju važno je da kultivišete preciznost i svest o **konkretnim rečima** koje koristite.

N – 4

- U MM to su reči koje će se pojaviti u **naslovima**, **menijima** i **navigacionim** pomagalicama.
- Danas mnogi pesnici i tekstopisci koncentrišu tekst, destilišući prozu u svega nekoliko reči.
- “Kovači” reči u oglasnim agencijama ocrtavaju značenje čitavih proizvodnih linija u jednu jedinu zapamtljivu reč, **logotip** ili poštapajuću rečenicu.
- Pojmovi “**Barbi**”, “**zeleno**” i “**lako**”, svaki za sebe mogu da provociraju niz raznih značenja.
- Samo vi znate reči koje će Vas zaustaviti usred ljutine. (reči koje imaju značenje).

N-5

- **princip MM**: važno je dizajnirati oznake za naslove ekrana, menije i dugmad, koristeći reči sa **najpreciznijim** i **najmoćnijim** značenjem.
- Shvatite suptilna značenja: **GO BACK** je jače nego **Previous**; **Quit** je jače nego **Close**.
- **FANTASTIČNO** - može biti bolje nego “**taj odgovor je ispravan**”?
- Eksperimentišite sa rečima koje planirate da koristite, tako što ćete ih “iskušati” na drugima.
- uspostavite ciljnu grupu da prati kako korisnici doživljavaju reči.
- Posmatrajte ih kako rade.

N - 6

- Reči ili **simboli** u ma kakvom obliku izrečeni, ili zapisani, najčešći su sistem komunikacije.
- Predočavaju najšira značenja najvećem broju ljudi – precizno i do u detalje.
- elementi od vitalne važnosti za MM menije, navigacione sisteme i sadržaj.

O fontovima i likovima

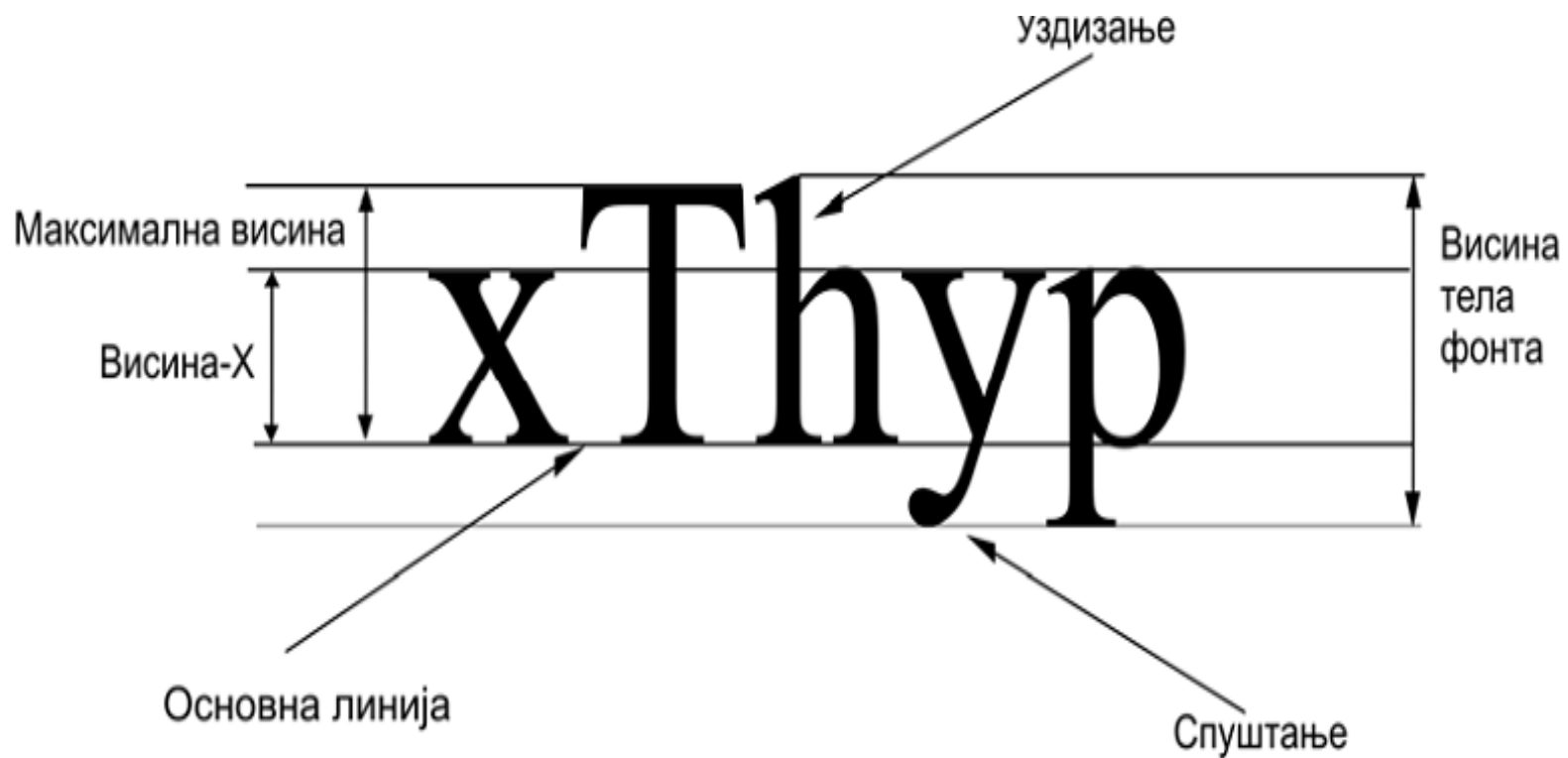
- **Pismo** (typeface) je porodica grafičkih znakova, koja obično sadrži mnoge tipove veličina i stilova.
- **Font** je zbirka znakova jedne veličine i stila koja pripada konkretnoj porodici likova.

N-7

- Tipični stilovi fontova su polucrno (**boldface**) i kurziv (*italic*).
- Druge stilove (podvlačenje) može dodati vaš softver za računar.
- Veličine pisma obično se izražavaju u pointima.
- **1 point je 0,138 inča, ili oko 1/72 inča.**
- *Veličina slova* je razlika od **vrha** velikog slova do **dna** donjeg dela malog slova (u slovima kao što su **g** i **y**).
- Helvetica, Times i Courier su pisma; Times 12 pointa italic je font.
- U računarstvu se koristi termin **font**, mada bi bilo uputnije upotebiti izraz vrsta **pisma**, ili **lik** fonta.

Velika i mala slova

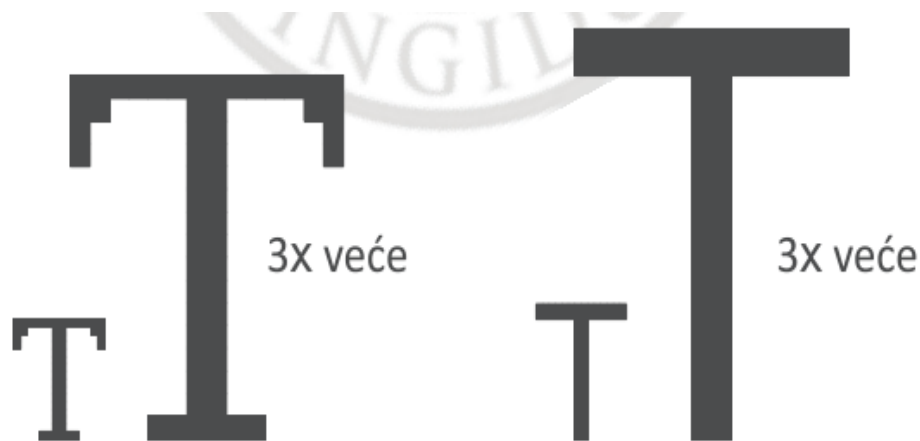
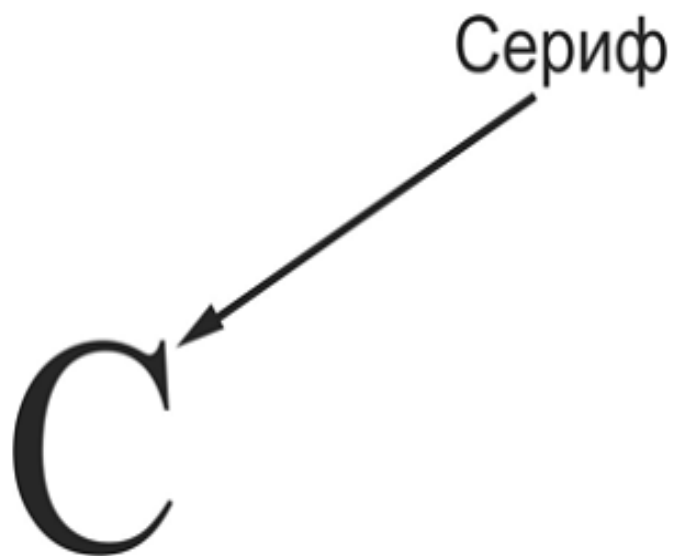
- U vremenu kada se slagalo ručno slova za pojedinačni font su uvek bila čuvana u dva poslužavnika, ili kutije (case); gornja kutija je sadržala velika slova a donja mala slova.
- Danas se u engleskom jeziku *veliko slovo* zove *uppercase*, a *malo lowercase*, a kod nas je odomaćeno *verzal* i *kurent*.
- Studije su pokazale da je *lakše čitati reči i rečenice sa izmešanim malim i velikim slovima*, nego reči i rečenice samo napisanim velikim slovima.
- U nazivima koji se koriste za direktorijume i datoteke u URL adresama na Internetu pravi se razlika između malih i velikih slova.
- Postali su popularni nazivi kompanija sa velikim slovom u sredini reči: **FileMaker**, **WebStar**, AirWorks.



Serif i Sans Serif

- Pisma mogu biti oglašavana na više načina,
- Pisma su bila opisivana kao *ženska, muška, delikatna, formalna, kapriciozna, duhovita, komična, srećna, tehnička, novinska...*
- *Serif* je mali ukras (na francuskom *sans* znači **bez**) na kraju poteza kojim se ispisuje slovo.
- Pismo ili ima serife ili nema.
- Times, New Century Schoolbook, Palatino su primeri serifnih fontova.

Serifi i elementi slovnih znakova



Elementi slovnihi oznaka



- Helvetica, Arial su *sans serif*.
- *Serifni* fontovi se koriste za **osnovni** tekst, a *sans serif* se koristi za naslove i važne ciljeve.

Korišćenje teksta u MM

- Zamislite projekat bez ikakvog teksta.
- Njegov sadržaj ne bi nikako mogao biti kompleksan, a bilo bi vam potrebno mnoštvo slika i simbola da obučite publiku da se kreće kroz projekat.

N-2

- **glas** i **zvuk** mogli voditi publiku, ali korisnici bi se vrlo brzo odvikli od toga.
- Jedan jedini član **tekstualnog** menija praćen jednom akcijom (klik mišem, pritisak na taster na tastaturi...) zahteva malo obuke, a jednostavan je i neposredan.
- Tekst se koristi za **naslove** i **podnaslove**, za **menije**, za **navigaciju** i za **sadržaj**.

Dizajniranje tekstom

- Računarski ekrani pružaju vrlo mali radni prostor za razvoj kompleksnih ideja.
- Potrebne probojne, ili vrlo koncizne tekstualne poruke.
- poruke deo **interaktivnog** projekta, ili web sajta,
- korisnik traži informaciju,
- ogromnu količinu tekstualne informacije na ekranu-
deluje napadno.
- Ne treba ni mnogo ni malo.
- naći **meru**.

N – 1

- Ako dajete javnu podršku glasom, tekst će se uključiti u **živu** prezentaciju i podcrtavaće glavnu poruku.
- U tom slučaju **koristite velike fontove** i malo reči sa mnoštvom praznog prostora.
- Mnoge standardne stranice su visine 600 piksela (oko jedan ipo ekran na VGA monitoru).
- Za štampanje tekstualnih dokumenta postavite poseban link na kompletan dokument kao na tekst.
- Lakše je čitati štampan dokument nego skrolovati po ekranu.

Slovo **A** kroz različite fontove

A A A A *A* A **A** **A** *A* *A* *A* *A*

Biranje tekstualnih fontova

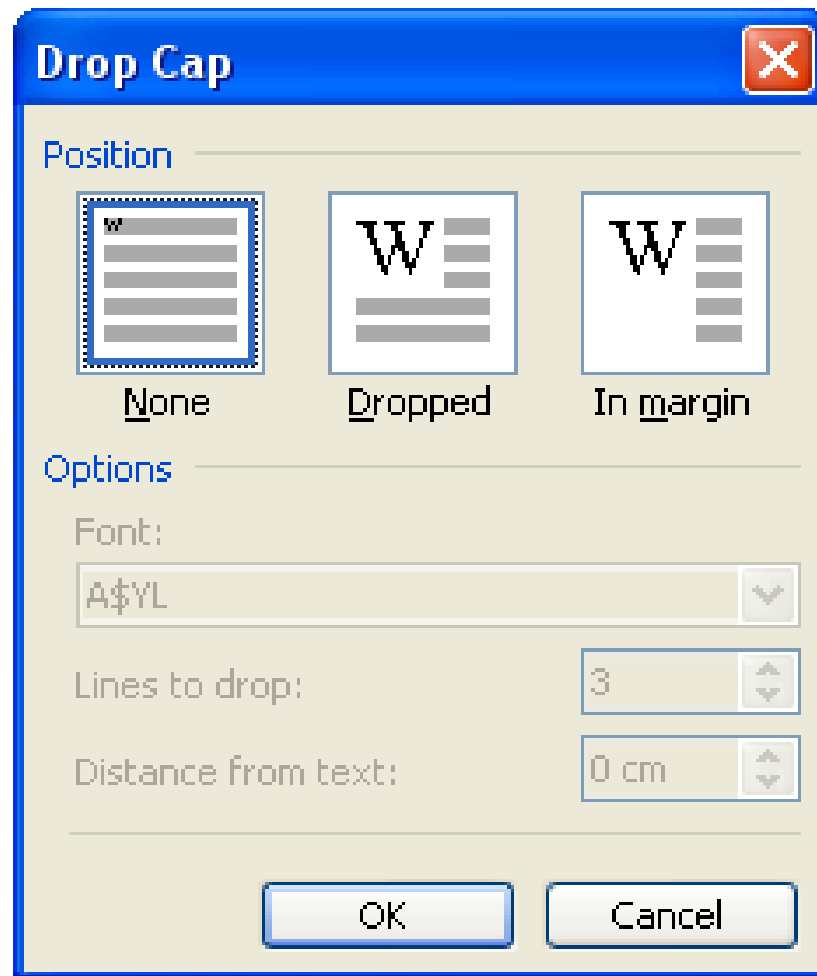
- Može ponekad biti teško zbog dizajna.
- I ovde morate biti pesnik, reklamni psiholog i grafički **dizajner**.
- Za mala slova koristite **najčitljiviji** raspoloživi font.
- Koristite **što manji broj različitih pisama u istom radu**, ali menjajte veličinu lika fonta stilovima tipa bold, italic.
- U pasusima prilagodite **prored** (leading) da razmak između redova bude **prijatan**.
- Menjajte veličinu fonta srazmerno važnosti poruke koju isporučujete

N - 1

- Istražite efekte primene **različitih boja** i postavljanja teksta na različite pozadine.
- Koristite **antialiasovani** tekst gde vam je potreban blag i stopljen izgled za naslove i podnaslove.
- **Anti-aliasing** stapa boje po ivicama slova da bi se napravio mekan prelaz između slova i pozadine.
- Pokušajte da upotrebite **inicijale za pause** (kao “P” na početku ove rečenice) i početna velika slova da biste rečima dali dodatnu težinu (slika 5.1).
- Grafikom izmenite **izobličite tekst**, da biste privukli pažnju.
- Eksperimentišite sa **spuštenim senkama**.

N-2

- **Oivičite** naslove sa mnogo praznog prostora.
- Izabрати fontove koji izgledaju dobri za prenos vaše poruke.
- Smislite **smislene reči** i izraze za linkove i elemente menija.
- Naglasite tekst da istaknete ideje, ili koncepte, ali ne pravite tekst da izgleda kao link.
- Na web strani **stavite najvažnije tekstualne elemente** i elemente menija u prvih **320** piksela (pokazalo je istraživanje da samo **10-15 posto** surfera ikada prelistava ijednu stranu nadole).



Sliak 5.1 Umetanje inicijala

Meniji za navigaciju

- Interaktivni MM projekat se obično sastoji od **tela** informacije ili **sadržaja** kroz koji se korisnik kreće pritiskom na taster, klikom miša...,
- Najjednostavniji meniji sastoje se od tekstualne **liste tema**, gde korisnici odaberu temu i kliknu mišem.
- Izbegavati više nivoa naredaba GO BACK (natrag) i RETURN (povratak) ako ne dajete i mapu.

Dugmad za interakciju

- U mnogim modernim kulturama **zvono** na vratima se prepoznaje po svom kontekstu (do samih vrata, eventualno osvetljeno).
- U **višespratnici** može biti 50 takvih dugmadi, neka imena su našvrljana...

N-1

- U MM **dugmad** su **objekti**, kao što su i blokovi teksta, lep plavi trougao, ili fotografija koji prouzrokuju neku akciju pošto kliknu.
- Na webu tekst i grafika mogu biti dugmad.
- Za dugmad birajte fontove koji su **čitljivi**, prilagodite veličinu teksta.
- Napravite adekvatan prostor od ivice dugmeta do teksta.
- napraviti sopstvenu dugmad od bitmapa ili nacrtanih objekata.
- **Dugmad** za web možete praviti od **GIF** i **JPEG** bitmapa, koje kad kliknete vode ka drugim stranama.

Polja za čitanje

- Ako cilj vašeg MM projekta, ili Web sajta nije da prikazujete velike blokove teksta, pokušajte da prezentirate korisniku samo po nekoliko pasusa po strani.
- Upotrebite font koji se **lako čita**, umesto lepšeg fonta koji je nečitljiv.
- Pokušajte da prikažete cele pasuse na ekranu.

Uspravno i položeno

- Tradicionalno odštampani dokumenti su viši nego širi, ali nisu čitljiv na običnom monitoru.
- Orijehtacija tipa viši nego širi se označava kao *portrait*.
- Orijehtacija tipa “širi nego viši” je tipična za monitore i zove se **landscape**.

HTML dokumenti

- Standardni format dokumenta koji se koristi za stranice na *Webu* zove se *Hypertext Markup Language* (HTML).
- U HTML dokumentu možete zadati likove slova, veličine, boje, i ostale osobine, tako što ćete ih na tekst označiti na poseban način pomoću tagova.
- Gde želite da tekst bude polucrn (**bold**) okružite ga tagovima `` i ``, a tekst između tagova će biti prikazan u browseru u bold stilu.
- Gde je naslov okružite `<H1>` i `</H1>`, a gde je uređena lista (1, 2, 3... ili a, b, c ...) okružite je sa `` i ``

N – 1

- **HTML** ne pruža mnogo fleksibilnosti da se prave lepi tekstualni elementi, ali možete da pravite zadovoljavajuće dokumente koristeći uvlačenje blokova, tabele, okvir i horizontalne lenjire.
- Lep tekst u **HTML** dokumentima se obično pravi u vidu grafičkih **bitmapa**, koje se u HTML dokument stavljaju u slikovni tag ``.
- Treba voditi računa u kom će fontu korisnik čitati vaš dokument.
- **Dinamički HTML** koristi kaskadne stilove (**CSS**) da definišu parametre od visine linije preko širine margine do lika fonta.
- Pomoću **CSS** možete definisati: težinu fonta, veličinu, porodicu fonta, prilagođavanje veličine, promenljivost fonta, transformacije teksta itd.

Simboli i ikone

- **Simboli** prenose **smislene** poruke.
- Simboli kao što su poznata **kanta** za otpatke ispravnije se nazivaju *ikone*,
- to su simboličke reprezentacije objekata i procesa koji su zajednički za korisničke interfejse mnogih OS.
- **Tekst** je efikasniji od slika i crteža kada treba preneti korisniku **preciznu** poruku.
- S druge strane gledaoci veoma **lako pamte** i prisećaju se **slika, ikona, i zvuka**.
- U multimediji “**stopite**” i tekst i ikone (boje, zvukove, slike) da biste uvećali ukupan uticaj i vrednost svoje poruke.

N - 1

- Neki od simbola dati su u prilogu:



- **Animiranje teksta.**
- Ima mnogo načina da se zadrži pažnja kada se prikazuje tekst.
- Na primer možete da **animirate** određene pasuse i naterate ih da uleću u ekran,
- da povećate naslov znak po znak, možete ključne reči staviti na gomilu i flešovati ih po određenom redosledu (kao u bilbordima)...



