

НОВАТА ВИЗУАЛНА РЕТОРИКА

(Вълканова, Веселина. Медии & уеб дизайн. Култура и функционалност на онлайн комуникацията. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2019.)

Андреана ЕФТИМОВА

Софийски университет „Св. Климент Охридски“, България
E-mail: a.eftimova@uni-sofia.bg

THE NEW VISUAL RETHORICS

Andreana EFTIMOVA

Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Bulgaria
E-mail: a.eftimova@uni-sofia.bg

В България преходът на медиите в онлайн пространството като че ли протича по-бавно и изостава от световните практики в тази посока. Въпреки всичко на книжния пазар се появи едно необходимо и отдавна чакано изследване на функционирането и спецификите на медийната онлайн комуникация и уеб дизайна, което разглежда транспонирането на медийното съдържание върху нови платформи и формирането на свързаната с този процес нова визуална реторика. Изследването е фокусирано върху световни тенденции и практики в областта на уеб дизайна и затова се превръща в ориентир и посока за развитие на българските проекти в тази област.

Книгата на проф. Веселина Вълканова „Медии & уеб дизайн. Култура и функционалност на онлайн комуникацията“ (УИ „Св. Климент Охридски“, 2019) е мотивирана от протичащите в света процеси на прехвърлянето на медиите във виртуалната реалност (с. 18 – 19). Тези процеси не могат да се пренебрегнат. Те са свързани с откриването на атрактивни комуникационни възможности, които се реализират в голямата си част благодарение на онлайн дизайна. Разбира се, авторката на книгата отчита съществуващата **връзка между традиционните хартиени медии и онлайн медиите и разисква тази тема още на първите страници от книгата**. Според нея медиите онлайн отдавна са ангажирани не само с допълваща функция по отношение на конвенционалните медии, но и с предлагането на „други информации, нови начини на представяне и инструменти на тяхното излагане, които остават недостъпни за „старите“ медии, създават механизми на рецепция, които съществено ги отличават от тях“ (с. 20). Тя обръща вниманието на читателя върху любопитен детайл – названието сайт (страница) е метафора, която свързва онлайн публикуването с традиционните хартиени медии (с. 24). Ето защо компетентностите за www се изграждат още в хартиеното пространство: „Нелинейните концепции на всекидневника и модулното представяне са по своята същност хипертекстова структура, а в многоканалността на представянето чрез текст, снимки и информационни графики се зараждат мултимедийните концепции на изданията, базирани в интернет“ (с. 17).

След като отчита общите характеристики на традиционните и дигиталните медии, В. Вълканова ни въвежда във **философията и съвременните тенденции на онлайн медийния дизайн според особеностите на дигиталната журналистика**.

Първият определящ фактор за онлайн дизайн е **информационната структура**, която е комбинация от организация, класификация и навигационни схеми в една информационна система. Дизайнът е повлиян от информационната архитектура и следва принципите на простотата и редуцията. В книгата ясно се постулират правилата за ефективна комуникация в онлайн медиите: (1) отстраняване на визуалните шумове; (2) поставяне на ясни указатели за навигация; (3) съкращаване на стъпките до желаната информация; (4) предоставяне на различни инструменти/пътища на потребителя за достъп до нея (с. 27).

Дизайнът обслужва **контрола на читателя** в интерактивна среда и трябва да предлага съдържанието в най-гъвкава форма, като следва принципите на интуитивно и разбираемо

организиране на информационната архитектура; на ясни навигационни възможности на хоризонталните и вертикалните структури на мултимедийното съдържание; на концепции, напасващи се спрямо крайното устройство. В книгата прецизно е описана типологията на читателското поведение, от която зависят решенията за дизайна на добрия уебсайт.

Вследствие на променената комуникационна среда и нейните характеристики в съвременния онлайн медиен дизайн се налага т.нар. „отзивчив“ дизайн. С отличен пример за намаляването на броя на колоните според размера на екрана в *Daily Telegraph* В. Вълканова онагледява основния принцип на този дизайн – той е реагиращ, а не напасващ се; не създава нови темплейти за мобилни устройства, а адаптира съдържанията към прозореца; работи във всяка среда и използва оптимално наличното пространство, без да губи съдържание, акценти и функционалности. По-нататък в книгата авторката ще заключи, че вече се преодолява подценяването на разработките за мобилни устройства: „...все по-малко новинарски сайтове третират мобилните си версии като напълно откъснати от основния сайт“ (с. 71). Те предлагат единно публикуване, синхронизация на съдържанията и пр. потребителски ориентирани стратегии.

Сред основните ценности на уеб дизайна, разисквани в изследването, са **целта и използваемостта**. Затова се налага икономичният дизайн с *Metro* интерфейс. Препратките на В. Вълканова към функционалистките стилове на модернизма и към *Швейцарския дизайн* с лайтмотива на Баухаус „формата следва функцията“ се обясняват с доминирането на геометричните форми и силно изразени акценти, вниманието към четливостта и употребата на широки свободни пространства (с. 49 – 50). Лаконичният, обобщен стил на модернизма се води от лозунга „по-малко е по-добре“ и се изразява в несерифни шрифтове, асиметрични композиции, използване на мрежи, предимство на фотографията пред рисуваната илюстрация. Подобна стилистика, базирана на минимализма, рационалността и функционалността на европейския модернизъм, авторката открива при метродизайна на *Microsoft 10*, при интерфейса на *Apple* за *iOS7* и в по-късните версии, както и при „материалния“ дизайн на *Google* и др. Идеите на плоския дизайн се налагат като водещи през последното десетилетие, но изследването не премълчава факта, че напоследък той отстъпва пред хибридната визуална естетика, наречена от Райън Алън „Flat 2.0 еволюция“ (с. 57), която се състои в подхода на добавяне на 45-градусови сенки около обектите за повече сложност, дълбочина и перспектива. Диагоналите и острите ръбове на сенките В. Вълканова свързва с конструктивизма и неговата динамика и напрежение. Този „почти плосък дизайн“ е т.нар. „материален“ дизайн, даващ възможност за интуитивна и лесна употреба. Вълната *mobile first* е коментирана като еволюция и продължение на отзивчивия дизайн и противоположност на конвенционалния подход *Graceful Degradation* („от по-голямо към по-малко“), при който сайтът се развива за големи монитори и модерни браузъри и постепенно се разработват оптимизациите за малки дисплеи и резолюции и за по-стари браузъри. Обратното, в *Progressive Enhancement* („прогресивно подобрене“) идеите за малките екрани биват допълвани и детайлизирани за по-модерни системи. Концепцията *mobile first*, подчертава Вълканова, „не трябва да се разбира и практикува като минимализация и опростяване на съдържанията“ (с. 62).

След обстойното представяне на съвременната философия и тенденции в онлайн медийния дизайн следват частите от изследването, които представят **компонентите в адаптивните модели при мултиплатформеното представяне на медиите**. Изключително подробно се коментират мрежите (три- и четириколонни мрежи за медийните сайтове) и композициите за дигитална среда, форматът, типовете текстове и страници, навигационните системи (основната навигация, мега- и субнавигацията, футър навигацията, навигационните пътеки/нишки, бутоните и активните зони, ключовите думи във вид на индекс, означаването на етикети, функцията „търсене“, облакът от тагове). Изведени са добрите решения и практики, които са съобразени с типа медия и съдържанието, което се предлага, както и с технологичната среда и особеностите на рецепцията, свързани с нея. Например подчертава се, че новоизградените навици по превъртане на дълги „свитъци“ разбиват досегашните правила за разполагане на всичко важно в горната част на първата страница. Съществено става структурирането, а не разположението. Особеностите на рецепцията изискват различен дизайн на началната страница – бърза видимост без усилие, недвусмислени връзки между

комуникационните единици от един и същи порядък, разпознаване на зависимостите, ясни знаци за ползване и придвижване през сайта и т.н. Вътрешните страници се ориентират към различни схеми за привличане на вниманието (предпочитания към заглавията и подзаглавията, тийзъри, снимки и графики), адекватен избор на „канални“ към всяка история и журналистическа форма.

Ограниченото пространство от екраните на смартфоните пък налага акцент върху водещите теми, а не доминиране на инструментариума на менютата. Адаптивната навигация е подходяща за мобилни устройства: опростени или скрити менюта от типа *hamburger* меню са водещи тенденции в съвременния уеб дизайн. Най-ергономичните зони, които могат да бъдат достигнати без усилия, за да се разположат елементите за активна навигация, налагат менютата и бутоните да са в долната част на екрана, противоположно на традицията при широкоформатните сайтове. От значение е и възможността за смяна на ориентацията на екрана.

Съвсем оправдан е изводът, че „[в] медийните сайтове недвусмисленото отделяне едни от други на системите за навигация, на елементите за ориентация и на журналистическите съдържания допринася за ясното представяне на различните равнини на продуктите и в крайна сметка, за по-ефективна комуникация“ (с. 120). Реорганизацията на пространството се извършва според няколко модела, обобщени от Люк Вроблевски: преобладаващо флуидния модел; приспособяване чрез редуциране на броя на колоните; адаптиране към различна среда чрез промяна на дизайна; напасване за по-малки екрани чрез малки промени; разширяването извън площта на екрана. Коментират се подробно и изображенията в разномименсионна среда с оглед на иконичния обрат (Iconic Turn, Pictorial Turn), с който се означава значителното нарастване на ролята на визуалната информация – част от голямата културна промяна. Формирали са се новите навици и нагласи на потребителите. Визуалната им култура се оформя в движение, въз основа на динамичното взаимодействие на традиции и модерност, а книгата на В. Вълканова успешно обяснява как функционира и влияе новият визуален език на онлайн медиите. От анализа на фотографския език (слайдери, едри снимки), илюстрациите и графиките (графики, секундни анимации, икони), линиите и белите пространства, цветовите системи (семантика, асоциативна селекция и употреба на цветовете), типографията (машабиране, шрифт, дължина на редовете, лаконичен изказ, подобни форми и стилове, константно позициониране, силни контрасти) и текстовия дизайн се извеждат базисни правила и примери за сполучливи и недотам сполучливи решения в практиката.

Последната част на книгата е посветена на гещалт психологията и влиянието на постановките ѝ при анализа и интерпретацията на съвременния уеб дизайн. Основният закон на гещалт психологията – че цялото е повече от сбора на елементите му – намира място в принципите, ръководещи съвременните уеб разработки: за простотата или прегнантността, за единството и свързаността, за подобие на обектите, за близостта на елементите, за затвореността, за континуитета, за симетрията, за константността, за опита или за доброто познаване. Въз основа на принципите на гещалт психологията, базирани върху теорията на Кристиан фон Еренфелс от 1890 г., В. Вълканова синтезира принципите на уеб дизайна: минимализъм (облекчена навигация), консистентност (приемственост), константност (предсказуемост), структуриране (разпределяне в по-малки масиви, групиране, подреждане), визуално групиране, създаване на последователности, визуална йерархия, контраст (с. 204).

Внимателният анализ на десетки медийни сайтове превръща книгата в първото задълбочено проучване на световната практика в областта на медийния уеб дизайн у нас. Подценяването на новите технологични възможности и влиянието им върху медийния дизайн и медийната комуникация би било сериозен пропуск както в медийните изследвания, така и в образователните програми в университета. Затова и книгата запълва тази празнина, като систематизира постиженията, промените и принципите на уеб дизайна в медийната среда.

Трудно ми е да определя книгата като учебник, защото тя е нещо повече от учебник. Тя е най-сериозното теоретично проучване в областта на уеб дизайна у нас. В същото време по своята информативна стойност книгата ще бъде изключително полезна за студентите и за всички, които се интересуват от съвременните процеси в уеб дизайна.