

Weby časopisů

Aktuálně se mnoho časopisů v rámci konkurenčních bojů a omlazujících kúr zachraňujících klesající prodeje předvádí s novou grafickou podobou, kterou hodlají oslovit širší okruh čtenářů. Díky tomu se v posledních letech úroveň grafického zpracování časopisů a magazínů především u nás výrazně zvedla. Myslíte, že se stejnou měrou starají i o své webové prezentace?

V současné době rozmach internetu a jeho stále větší integrace do běžného života lidí za pomoci nových technologických trendů staví klasická tištěná média a publikace před hrozbu celkového úpadku zájmu a tím i prodeje. Faktem je, že kvalita, rozsah a forma informací pohodlně dostupných na internetu prostřednictvím různých serverů, e-magazínů a v neposlední řadě i inteligentních vyhledávacích systémů se v mnoha ohledech těm tištěným vyrovnává, a v některých je i předčí. Většina vydavatelů tak správně a včas zareagovala a na nastupujícím trendu výhradně elektronických médií již vydělává. Zejména díky zpřístupnění tištěného obsahu na webových stránkách, který poté generuje zisky za pomoci reklamy. V tomto také často využívá i veškeré interaktivní a celkové možnosti, které webové rozhraní nabízí v podobě doprovodných videí, interaktivních animací či personalizovaných nastavení.



Díky této přidané hodnotě si tak vydavatelé přivádí na web jak své čtenáře, tak nové návštěvníky, kteří si zase časopis na základě kvalit webu mohou koupit. Následně výtěžky z on-line reklamy jsou pak stejně tak důležité, jako z té tištěné.

Jako související zajímavost uvedu žalobu na Google ze strany belgických novin v roce 2006. Těm se nelíbilo poskytování obsahu zdarma pro vyhledávání v Google News. Začali se proto s Googlem soudit a při vyhráli. Z indexu belgického Googlu byl obsah webu těchto novin trvale vyřazen.

Světová scéna

Prestížní světové časopisy uvedené níže často naplno využívají možnosti publikace článků na webu a jejich potenciálu přidané hodnoty. Vývojáři webových prezentací pak musí profesionálně zpracovat jak technologicky, tak vizuálně masu informací v podobě mnoha prvků a různých položek, což je často velmi náročné a ne vždy se to zvládne na jedničku.



Základem by měla být čistota, jednoduchost, absence zbytečných grafických prvků, dobrá sazba a volba fontů a hlavně vhodná a fungující mřížka, kterou obsah respektuje.

Layers magazine (www.layersmagazine.com) se prezentuje prostřednictvím ukázkového webu. Vše je na svém místě dle uživatelských zvyklostí a správně vizuálně odděleno či zvýrazněno. Rovněž je příkladným serverem v rámci přidané hodnoty a celkového záběru. Ani grafická reklama není tak otravná, jako jinde.

Velmi čistý, promyšlený a rovněž kvalitně zpracovaný web má také Good magazine (www.goodmagazine.com). Podobně dobře ztvárněný web může nabídnout i finanční měsíčník Portfolio (www.portfolio.com) s dobrou kompozicí a čistě zvládnutou sazbou.

Zato web časopisu Newsweek (www.newsweek.com) se vydal cestou zpravodajského portálu a na úvodní stránce nabídne kvantum informací. Jednoduchá grafika webu a využití obecně intuitivních záložek vede na takto zdánlivě složitém webu k vcelku uspokojivé orientaci. Vhodná je také užitá interaktivní technologie AJAX, která pro změnu obsahu nevyžaduje znovunačtení stránky. Co se mi však již nelíbí, jsou mdlé barvy využitě v obsahu pod hlavičkou a především špatná mřížka, kterou navíc některé prvky obsahu ani nerespektují – sloupce jsou jinak široké a některé prvky obsahové části jsou umístěním proporcionálně mimo. Díky tomu působí web nekonzistentním dojmem a čtenář se může na stránce hůře orientovat. Srovnajte jej s výborně zpracovaným webem deníku Guardian (www.guardian.co.uk), který je i přes obrovské kvantum informací přehledný právě díky dobré mřížce a v neposlední řadě také díky čisté sazbě s pouze těmi nejnужnějšími grafickými prvky. Povšimněte si také krásně řešené drobečkové navigace.

Ovšem Time (www.time.com) je konkurenčnímu Newsweek.com nápadně podobný a patrně zde probíhá boj o návštěvníky. Každopádně ale zaboduje mnohem lépe zpracovanou úvodní stránkou a výpisem článků. Račte porovnat. Světovou scénu bych zakončil lehkým OT v podobě e-magazínu UX (www.uxmag.com), jehož grafická podoba se velmi vyvedla a zaujme především nevšedně zpracovanou úvodní stránkou, která na rozdíl od ostatních případů myslí i na výstupní zařízení s nižším rozlišením. Těch sice v poslední době výrazně ubylo, avšak stále tu budou.



Weby tuzemských magazínů...

...celkově zklamaly. Vydavatelé těch světových nemají ve většině případů tendence věnovat pozornost webovým prezentacím. Stejně tak i naše domácí periodika prezentaci na internetu zanedbávají a jejího potenciálu využívají jen z té základní části.

Většina vydavatelů svou prezentaci odbyla, některá se alespoň pokusila a některá se raději schovala pod větší portály (Jak na počítač, DIGIfoto).

Z domácí scény mě tak překvapivě oslovil zpracováním pouze aktuálně nový web tohoto časopisu (www.font.cz) a také Typo magazínu (www.magtypo.cz), který má však po stránce úpravy obsahu co dohánět.

Z periodik, která na webové prezentaci zapracovala, má dobře našlápnuto web magazínu Digitální Foto (www.digifotomag.cz). Vcelku dobrou přehlednost urocni využití intuitivního záložkového menu, kde aktivní záložka vypadá opravdu tak, jak by vypadat měla.

Vzhled jednotlivých prvků se opakuje a utvářejí tak konzistentní dojem usnadňující orientaci. Rovněž také vizuální oddělení hlavičky od zbytku stránky a těla s obsahem od pozadí. To vše ruku v ruce se zvládnutou strukturou a uspořádáním informací na stránce dodá mnohem lepší dojem, než sebelepší grafická kreační. I když menší facelift grafiky webu a sazby textů by určitě neuškodil.

Docela překvapil i web dámského magazínu Elle (www.elle.cz) s hezkou a vcelku přehlednou kompozicí, zvládnutou strukturou a neodbytným designem. Při bližším dohledání je však pouze horší kopii www.elle.com.

I když sice již trochu připomíná web magazínu, stále to ještě není ono.

Žádný web z trojice Reflex (www.reflex.cz), MF Plus (www.mfplus.cz) a Respekt (www.respekt.cz) nenaplnil má očekávání. Na webu Reflexu ve stylu omalovánky (kdyby zde barvy zastupovaly alespoň jednotlivé kategorie) a s nepřístupným menu (bílé písmo na světle šedé) překvapí pouze vyhlazené nadpisy článků, vysázené písmem užívaným na stránkách časopisu (pomocí pomůcky zvané SIFr). MF Plus grafickou stránkou jinak zvládnutého webu nezaujme a snad jen web Respektu je dobře zpracován, avšak stále nabízí obsah ve strohém a zastaralém kabátku.

A na závěr přichází web časopisu PC World (www.pcworld.cz). Stejně jako v případě magazínu Elle, i tentokrát se tvořilo dle vzhledu webové prezentace US verze (www.pcworld.com). Česká verze je však zkopírována velice nešťastně a původně dobře zpracovaný design je znásilněn a neumělely přepracován do méně přehledné i poutavé formy.

Například ikonky služby RSS vedle položek hlavní navigace dokáží pěkně zmást. Nehledě na to, že se navigace poté zbytečně opakuje po levé straně ve sloupci. Záměr na pcworld.cz com byl zcela odlišný. O celkové špatně zpracované úvodní stránce ani nemluvě. Domácí scéna pokračuje na druhé straně spektra – aneb jak by web časopisu (a většínou i čehokoliv jiného) vypadat neměl.

Web neweb

Časopis Dům a zahrada (<http://daz.garten.cz>), který se prezentuje jako nejčtenější magazín věnovaný stavbě rodinného domu a úpravě jeho okolí, by si díky svému grafickému zpracování jak tištěné formy, tak příšerné webové prezentace zasloužil buďto ránu z milosti, či kompletní redesign. Tlusté stínované bezpatkové písmo vás jako nejdůležitější grafický prvek provází jak na vytištěných stránkách, tak na grafice webu, který je v ostatních ohledech žalostně zpracovaný.

Občas je snad lepší řídit se heslem buďto pořádně, nebo vůbec.

Dalším v pořadí je web časopisu ABC (www.iabc.cz). Možná si ještě vzpomínáte na nedávný redesign loga tohoto populárního naučného časopisu pro mladé generace do trendové 3D podoby, o kterém jsme ve zkratce informovali na stránkách Fontu. Pokud jste si však mysleli, že investice časopisu do nové podoby na papíře bude jistým dílem směřovat i do tvorby nové a odpovídající webové prezentace, jež bude stejnou měrou časopis propagovat na internetu, mylili jste se. Abičko je bohužel dalším příkladem zanedbání webové prezentace. Za hlavní navigaci rolujete celou jednu obrazovku, nevhodné hovery (stav při najetí kurzoru) nadpisů a perexů vás matou a celková úroveň grafického zpracování odpovídá úrovni webu před deseti lety. Na jinak vcelku obsahově bohaté stránce je to určitě škoda a pro časopis samotný ponižující záležitost.

Web časopisu 100+1 (www.stoplus.cz) je krásným příkladem nevhodného zpracování. Po nepřeskočitelném megabajtovém loadingu intra se následně zjevuje flashové menu, jehož odkazy vás přehodí na vizuálně zcela jinou, statickou HTML prezentaci. Ta pro změnu na pozadí při každém refreshi načítá půlmegabajtové obrázky, u kterých bych vzhledem k širokému centrování layoutu marně očekával alespoň vyplnění plochy obrázků (která stejně nikdy nebude vidět) za tělem stránky barvou pro menší datovou zátěž. V kontrastu s dobrým rozmištěním prvků, na rozdíl od ostatních webů v této kategorii, je nevládnutá hlavička naplněná klíčovými slovy a špatně rozpoznatelnou navigací.

Celkově opět grafická úroveň minulého tisíciletí a opět zanedbání redesignu webu po nedávno přepracovaném vzhledu tištěné podoby. Podobný výjev však poskytnou i weby sportovních magazínů Hattrick (www.hattrick.cz), ProHockey (www.prohockey.cz) a ProFootball (www.profootball.cz).

Snad nejnižší příčku obsadí weby dívčích časopisů Top Dívka (www.topdivka.cz) a Bravo (www.bravoweb.cz). Tabulkový design Top Dívky ihned upoutá 8bodovým písmem bez řádkového prokladu a bodajícími fialovými nadpisy nepoměrné velikosti na bílém podkladu. Na obou webech byste marně hledali jasně viditelnou strukturu a hierarchii prezentovaných informací, a to ještě v kabátku, na kterém se snad podíleli i jejich náctileté čtenářky.

Jakub Krčmář, whitwa.net

