



## DISPLAYING LOGOS FROM WEBSITES ON USERS COMPUTERS AND ANALYSIS OF THEIR CHARACTERISTICS

Goran Bidjovski\*

International Slavic University "G. R. Derzhavin", Faculty of Computer Science, Macedonia

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received 13 December 2018

Accepted 14 February 2019

#### Keywords:

logos, types of logos and their characteristics, the composition of the web pages, displaying logos on a user's computers, web design

### ABSTRACT

*The subject of the research in this scientific paper is a description of the logos in websites, with special emphasis on definition and classification of types of logos. The existence of logos on websites is necessary for the proper functioning of one website, from the aspect of functionality and creativity. The important part of my paper is an analysis of technical methods of their displaying on various users' computers. It's known that users can have different operating systems, different browsers, and different preferences in terms of their computers' settings. All these technical issues will have an impact on how the logos will look on their computer. Another thing described in my work is the interpretation of logos on the user's computer monitor. The comparative analysis of similarities and differences between the logos and other graphic elements of the same website is made here. A special overview is made for the correlation between logos and all the other elements in the website from a point of view of visual harmony and functionality of those websites. After that, I analyze four problems which arise from displaying logos on the user's computer and topics connected with that. In this paper, I will come across a few solutions for all of them, as well as recommendations for when to choose which solution.*

© 2019 Journal of the Technical University of Gabrovo. All rights reserved.

### ВЪВЕДЕНИЕ

Добрият уеб дизайн се определя от добрата навигация. Когато се казва, че един сайт е добре проектиран или че работи добре, обикновено се има предвид, че има отлична, интуитивна навигация [1].

Навигацията е визуален израз на структурата на сайта и е най-основният проблем, който трябва да се реши при проектирането на сайта.

Без навигация, уеб би бил несвързана колекция от страници и сайтове, които ще са трудни за навигиране, тъй като ще трябва да се задава уеб адреса (URL) за всяка страница, която ще се иска да се разглежда.

Основните значения на уеб навигацията са две: достигане от едно място до друго и определяне на текущото местоположение.

Уеб навигацията компенсира отсъстващото усещане за място, като обединява йерархичната структура на сайта и създава чувство за ориентация [2].

Особено важно е лесното намиране на всяка страница от един уеб сайт. Една ясна и неизменна по структура и вид навигационна система допринася за удовлетворението на посетителя и увеличава броя на страниците, разглеждани от посетителите.

Ако навигацията работи добре, от нея се разбира съвсем лесно откъде трябва да се започне и какви са възможностите. Когато навигацията е създадена правилно, няма да се чувства необходимост от други инструкции.

Използва се термина постоянна (глобална) навигация, с която се описва набора от навигационни елементи, които се срещат на всяка страница на даден сайт.

Извеждането на навигацията на едно и също място на всяка страница и изглеждаща по един и същ начин, само по себе си е достатъчно да покаже, че все още потребителят се намира в същия сайт, което е много важно. А поддржането ѝ в един и същ вид на целия сайт означава, че потребителите ще трябва да научат как работи само веднъж [3].

Не всички навигационни структури са приложими към всеки тип сайт. Следователно, съществува зависимост между типа на сайта и навигационната структура [4].

Има много начини да се проектира навигационната система: табове, навигационни ленти, икони, карти на изображенията, текстови връзки, бутони, изскачащи навигационни системи, лого, трохички, падащи менюта, поле за търсене, инструменти и други. Решението за това коя навигационна система да се използва за конкретен сайт, зависи от проблемите, които трябва да бъдат решени с нея.

Един от най-важните елементи на постоянната навигация е бутонът или хипервръзката, отвеждаща до началната страница на уеб сайта. Когато бутонът или хипервръзката към началната страница са видими през цялото време, това дава увереност, че колкото и безнадеждно потребителят да се изгуби в сайта, винаги може

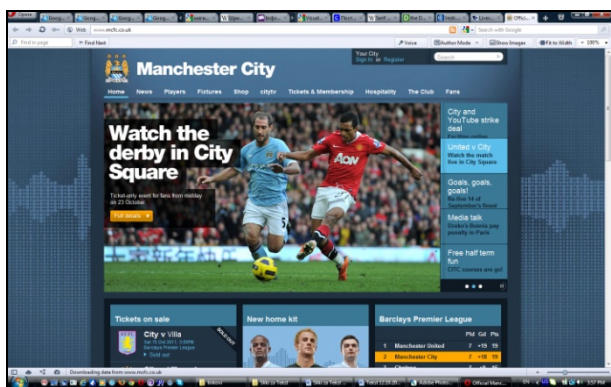
\* Corresponding author. E-mail: bidjovskogoran@yahoo.com

да започне отначало. Все повече се налага правилото логото на сайта да служи и като бутон, отвеждащ до началната страница [5].

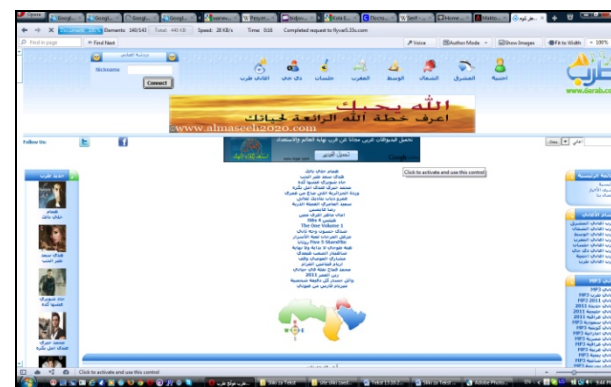
## ИЗЛОЖЕНИЕ

Според класовете изображенията в уеб се разделят на: идентифициращи графики (корпоративни-фирмени знаци - лого), структуриращи графики (оформят общия вид на страницата), навигационни графики (осигуряват преход от едни елементи и страници към други), контекстуални графики (свързани са пряко с текстовото съдържание - илюстрации, фотографии, клипове и диаграми) и декоративни графики (вносят настроение или чувство и увеличат визуалното качество на дизайна, без да имат информационни функции в уеб страниците - икони и дингбате) [6].

Твърдо предпочитан метод за идентификация на марката на фирмата е поставяне на лого [7].



Фиг 1. [www.mcfc.co.uk](http://www.mcfc.co.uk)



Фиг 2. [www.barab.com](http://www.barab.com)

Едно качествено лого трябва да е: просто; плътно, солидно; да върши работа при всякакви размери; трябва да е съответстващо на бизнеса и да е визуално различно [8, 9].

Логото представя целия сайт, което го прави най-високо разположеният елемент в йерархичната структура. Логото винаги трябва да бъде поставено на всяка страница на уеб сайта, на едно и също място и с един и същ размер. Логото помага да се осигури едно визуално постоянство от страница в страница. Когато посетителите се придвижват из страниците на сайта, те ще изпитват чувство за ред и съгласуваност.

Наличието на лого на всяка страница помага на посетителите да се ориентират веднага, при влизането в сайта през страница различна от началната.

Логото на началната страница на сайта понякога може да е (но не е задължително) по-голямо, отколкото в следващите страници. Аз смятам, че е по-добре, ако размерът на логото бъде еднакъв за целия уеб сайт.

От аспекта на рекламата, сайтовете, които са по-малко познати, могат да направят името и логото си малко по-големи в сравнение с тези на популярните сайтове [10].

## АНАЛИЗ

Към всички изображения (включително и към логата) трябва да се добави атрибута ALT (фиг. 3).

Логото е графичен елемент или емблема, представящ по определен начин корпорация, сдружение, организация, продукт или дори отделна личност. Логата са или изцяло графични (символи или икони), или с придружаващ текст, интегриран като част от логото (фиг.1).

Логата най-често се разполагат в горния ляв ъгъл на уеб страницата (или поне близо до него), по аналогия с печатените фирмени бланки. (фиг. 1). Така е на уеб страниците, написани на езиците, които се четат отляво-надясно. В страниците, на които се четат отдясно-наляво (арабски, иврит, ...) логото на сайта обикновено е вдясно (фиг. 2).

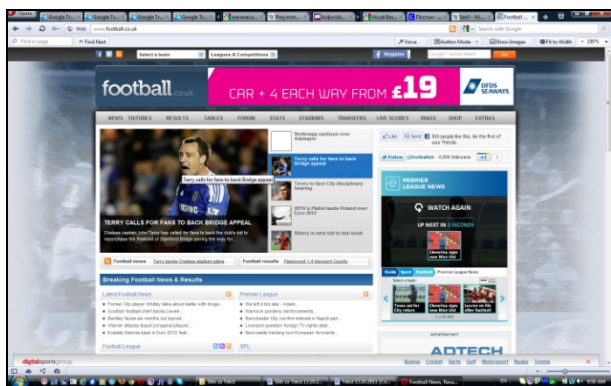
Обаче, не е достатъчно логото на сайта да бъде на очакваното място. То също така трябва да изглежда като лого на сайт, което означава, че трябва да притежава всичките атрибути за лого от графичния дизайн.

Атрибутът представлява някакъв текст, който е видим при поставяне на курсора върху изображението. Този текст предоставя кратко описание на страницата и освен това позволява на потребителите с увредено зрение да разберат какво е съдържанието на изображението, посредством специално устройство за четене на съдържанието на тага ALT. Също така, ако някои потребители са настроили браузърите да не визуализират изображения, тагът ALT показва какво се изпуска.

Каретата (рамките) се използват за очертаване на границите на дадено изображение. Те са особено подходящи за фотографии с краища, които са в светли цветове или пък не са отчетливи. В противен случай, снимката се смесва със задния фон и оформя неясен и незавършен образ (фиг. 4).

Оцветените рамки понякога са визуални указания, че нещо е връзка, така че, ако те не съществуват, трябва да бъде осигурен друг вид информация, че това действително са връзки.

Размера на изображенията (включително и логата) трябва да бъдат променени преди да бъдат поставени в уеб страницата. Това означава, че изображенията трябва да бъдат създавани с правилния размер преди да бъдат вмъкнати. По този начин се намалява общия размер на изображенията, както и времето за сваляне.



Фиг 3. www.football.co.uk



Фиг 4. www.funbrain.com

## ИЗСЛЕДВАНЕ

В тази част от труда ми ще бъдат анализирани проблемите, които могат да се появят при показване на логото от уеб сайтовете на компютрите на потребителите, както и различните възможности за тяхното преодоляване. Също така ще бъдат предложени някои възможности за подобряване на визуалния изглед на уеб сайтовете.

### 1. Проблеми с незнанието, че логото на сайта служи и като линк отвеждащ до началната страница

Все повече се налага неписаното правило, логото на сайта да служи и като бутон, отвеждащ до началната страница. Това е полезна идея, която е добре да се възприеме от всеки сайт. С това ще бъде много улеснена навигацията на сайта, защото потребителите винаги ще могат да отидат на началната страница и да започнат отначало.

Обаче, изненадващ брой потребители не знаят за това правило. За да се подобри това трябва дискретно да се добави думата "Home" (начална страница) към логото на сайта навсякъде. По този начин потребителите ще знаят, че могат да щракват върху логото.

Докато това неписано правило стане общопознато, трябва да има хипервръзка към началната страница и в секциите и/или в инструментите

### 2. Проблем с навигацията при невъзможността да се показват графики (изображения)

Когато се проектира и създава уеб сайт, трябва да се мисли за това, как ще изглежда той, когато графиките са изключени и когато са включени.

Поради различни причини някои потребители не могат да видят графиките, а с това и графичната навигация. За да се позволи и на тези потребители да могат да се движат чрез сайта трябва да се включат таговете ALT за всички графики, за да се появява пояснителен текст, ако изображението не се извежда (1).

```
<a href="home.html"></a>
```

(1)

Също така трябва да се предоставят чисто текстови менюта в допълнение към тези базирани на графика (фиг. 4-5).

Ако се има възможност, хубаво е да се създаде и чисто текстова версия на сайта.



Фиг 5. www.funbrain.com

### 3. Проблеми с рамката на активната връзка на изображенията

За връзка може да се използват и изображения. При тях проблем са рамките, които се показват около изображенията.

Рамките на активната връзка на изображенията са очертанията, които се появяват около връзката, след като тя е била натисната. Те могат да развалят дизайна на страницата и цветовата композиция. За премахване на тези рамки трябва да се постави код във връзките, за чието активно състояние трябва да се изключат рамките (2) [11, 12].

```
<a href="home.html"></a>
```

(2)

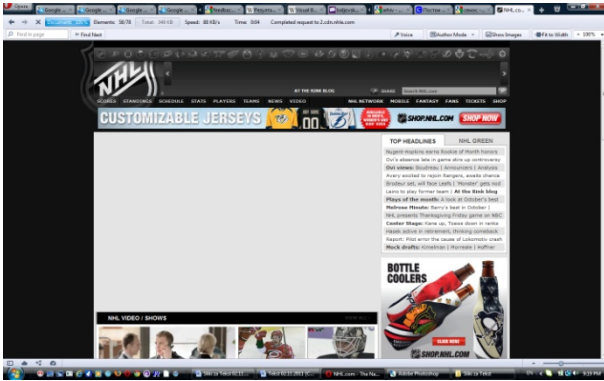
В миналото е имало неписано правило всички изображения-връзки да имат оцветена рамка около себе си. Това ни показва, че даденото изображение представлява връзка. От функционален аспект, това правило е много добро. Обаче, с него се нарушава дизайнерската композиция за страницата. Значи от естетически аспект, това решение не е добро. С развоя на интернетa и създаването на голям брой уеб сайтове, дизайнерският аспект поема все по-голямо значение, така че в днешни дни това правило за поставяне на оцветена рамка около изображения-връзки почти никъде не се използва.

### 4. Проблеми с възпроизвеждането на уеб страницата без задаване на широчината и височината на изображенията

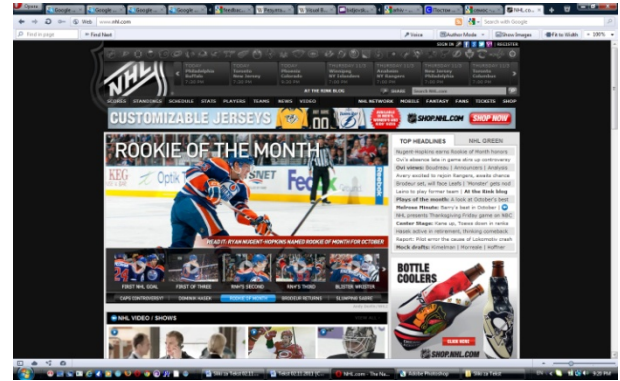
Правилно дефиниран етикет `<img>` посочва изображението-источник (src), след това широчината (width) и височината (height) в пиксели, начина на подравняване и широчината на контурната рамка.

Въпреки че може да се използва етикета `<img>` без да се задават широчината и височината, тази практика не се препоръчва. Ако не се въвеждат широчината и височината, това забавя възпроизвеждането на страницата, тъй като браузърът трябва да чака докато се зареди

изображението, преди да пусне текста да го обтича. Когато се зададе широчината и височината, с това се казва на браузъра точно какъв правоъгълник да остави за изображението и той получава възможност да пусне текста да обтича резервирания правоъгълник, докато изображението се зарежда. Така посетителите имат какво да гледат (четат) докато трае процесът на зареждане и визуализиране на изображението (фиг.6-7).



Фиг 6 - www.nhl.com



Фиг 7 - www.nhl.com

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Модерният уеб дизайн позволява на самите дизайнери да решат дали и кога ще използват стандартните правила за логата от уеб сайтовете, разбира се, заедно с всички други стандарти и норми, които съществуват, когато искаме да оформим един стилно проектиран сайт.

Изводът, който може да се направи от всичко споменатото по-горе, е, че тази област е широка и предлага много възможности за изследване и анализ. Благодарение на големия брой проблеми, които възникват в тази област, обикновено има не само едно правилно решение.

За да бъде избрано най-подходящото решение, трябва да се съберат много данни за желанията и навиците на потенциалните потребители, както и за техническите характеристики на техните компютри. Решението трябва да бъде намерено въз основа на тези информации. Понякога, в зависимост от ситуацията, е възможно да се приложи комбинация от множество решения едновременно.

Едно от решенията, които ще определят качеството на този сайт и неговите естетически и технически аспекти, е колко добро ще бъде качеството на логото. Необходимостта от намиране на подходящ баланс между дизайнерските визии, очакванията на потребителите, както и техническите възможности, е един от най-често срещаните проблеми, с които се срещат всички дизайнери на уеб сайтове.

Уеб дизайнерите трябва да са запознати с нуждите на пазара и бизнес очакванията на собственика на сайта, ако искат да създадат визуално перфектен уеб сайт, който да реализира всичките им идеи и въображения. Другият сегмент на този проблем са потребителите, техните нужди и изисквания при използване на Интернет. И в крайна сметка тук са техническите параметри и ограничения, които много често могат да представляват ключов фактор за решението дали и кой сайт да бъде посетен и използван.

Днес, когато има милиони сайтове със същите или подобни теми, времето за изтегляне е един от основните параметри при избора на това кой уеб сайт да посетите.

Всички тези аспекти трябва да бъдат взети предвид.

Заключението е, че няма универсално решение за всички възможни проблемни ситуации. Трябва също така да се отбележи, че изобилието на различни програмни езици и кодове позволява и други решения в зависимост от използваните езици и кодове.

Тази тема, както и всичко свързано с уеб дизайн, е много прогресивна. Някои други възможни решения на проблемите в тази научна област, без съмнение ще бъдат произведени чрез използване на много различни иновации и нови възможности.

## REFERENCES

- [1] Cohen J. Unusually useful web book, 1st edition. New Riders, USA, 2003
- [2] Krug S. Don't make me think: A common sense approach to web usability, 2nd edition. New Riders, USA, 2006
- [3] Stauffer T. Absolute Beginner's Guide to Creating Web Pages. Que Publishing, USA, 2002
- [4] Atanasov A. Informative and Compositional Semantic Foundations of Web Design. PhD, Bulgaria, 2008
- [5] Nielsen J. Designing web Usability: The Practice of Simplicity. New Riders, USA, 2000
- [6] Gray D. Looking good on the web. Coriolis Group LLC., USA, 1999
- [7] Airey D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. New Riders, USA, 2010
- [8] McWade J. Before and after graphics for business. Peachpit Press, USA, 2005
- [9] Parker R. Looking good in print. Coriolis Group LLC., USA, 1999
- [10] Millhollon M. Faster smarter web page creation. Microsoft Press, USA, 2003
- [11] Teague Jason C. DHTML and CSS for World Wide Web, Third Edition. Peachpit Press, USA, 2004
- [12] Wallace Shawn P. Programming Web Graphics with Perl and GNU Software. O'Reilly & Associates, Inc, USA, 1999