

QuarkXPress와 디지털 출판

목차

| | |
|--------------------------|----|
| 소개..... | 3 |
| Quark 디지털 퍼블리싱 선택사항..... | 4 |
| 목적과 제한 정의하기..... | 5 |
| 컨텐츠 특성화하기..... | 5 |
| 고객의 요구사항 평가하기..... | 7 |
| 배포 계획하기..... | 7 |
| 인프라 요구사항 평가하기..... | 8 |
| 하드웨어, 운영체제 및 포맷..... | 10 |
| 하드웨어..... | 10 |
| 운영체제..... | 10 |
| 멀티미디어 포맷 제한..... | 11 |
| 전달 포맷..... | 11 |
| 일반적인 디자인 접근..... | 12 |
| 피해야 할 실수들..... | 14 |
| 앞으로 나갈 방향..... | 15 |
| 법률적 공지..... | 16 |

소개

디지털 퍼블리싱은 거대한 퍼블리싱 기회가 될 수 있습니다. 사실, *매우* 거대할 수 있습니다. 그리고 여기에는 결정한 것에 대해 위협이 되는 매우 많은 선택사항과 불확실성이 있습니다. 일을 훨씬 더 복잡하게 만드는 것이 있다면 묻고자 하는 대부분의 질문의 대답이 아마 "경우에 따라 다르다"란 것입니다.

이 안내서의 목적은 디지털 퍼블리싱에 대해 좋은 결정을 내릴 수 있도록 돕는 것이며, 그로 인해 노력들이 성공할 수 있을 것입니다.

Quark 디지털 퍼블리싱 선택사항

이 주제의 목적은 빠른 참조를 위해 Quark 문서의 나머지 부분에서 참조되는 디지털 퍼블리싱의 다양한 부분에 대해 읽을 때 이 표를 다시 참조할 수 있습니다.

| 매체 종류 | App Studio 앱 및 이슈 | AVE 앱 및 이슈 | Kindle eBook | ePub e-book |
|--------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 설명 | 사용자화, 브랜드 판독기로 오픈 표준 포맷 | 사용자화, 브랜드 판독기로 유연한 독점적 포맷 | Amazon Kindle 스토어에서 출판이 가능한 포맷 | 많은 판독기에서 지원되는 표준, 책-중심 포맷 |
| 적합 대상 | 법인 및 잡지 | 법인 및 잡지 | 책 | 책 |
| 판독기 | 브랜드 판독기 (사용자화 가능) | 브랜드 판독기 (사용자화 가능) | Kindle | Kindle, Nook, Google, Apple iBooks |
| 플랫폼 | iPad, iPhone, Android 태블릿 | iPad | 다중 지원 | 다중 지원 |
| 레이아웃 | QuarkXPress 상에서 | QuarkXPress 상에서 | 판독기 어플리케이션으로 구축 | 판독기 어플리케이션으로 구축 |
| 컨텐츠 | 텍스트, 그림, 비디오, 슬라이드쇼, HTML, 인터랙티브리티 및 그 이상 | 텍스트, 그림, 비디오, 슬라이드쇼, HTML, 인터랙티브리티 및 그 이상 | 텍스트 및 그림 | 텍스트 및 그림 |
| 배포 | Apple App Store, Android 앱 스토어 | Apple App Store | Amazon Kindle 스토어 | 써드-파티 |
| 사용 가능한 QuarkXPress | QuarkXPress 9.5 이상 | QuarkXPress 9.1 이상 | QuarkXPress 9.3 이상 | QuarkXPress 9.0 이상 |
| 사용 가능한 QPS | QPS 9.5 이상 | QPS 9.0 이상 | — | QPS 9.0 이상 |
| 비용 | 판매하려는 발행 부수에 따라 다름 | 판매하려는 발행 부수에 따라 다름 | 북스토어에서는 저작과 출판 비용이 없지만 Amazon에서는 판매 수익의 일부를 요구할 수도 있습니다. | 저작 비용 없음; 배포 조정은 배포자에 따라 다름 |

목적과 제한 정의하기

디지털 퍼블리싱을 생각하고 있을 때, 다음을 첫 질문으로 가정하는 것이 쉽습니다:

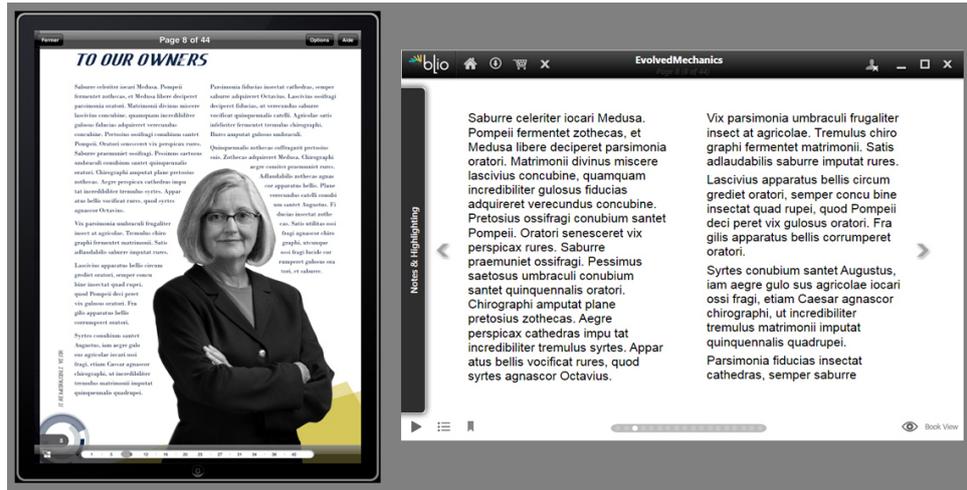
- 어떤 장치에 발행하고 싶은가?
- 어떤 포맷으로 발행하고 싶은가?
- 어떤 도구를 사용할 것인가?

그러나, 이것이 시작하기에 가장 좋은 지점이 아닐 수도 있습니다. 다른 장치, 포맷 및 도구는 다른 강점과 약점을 가지고, 목적, 요구 및 제한의 명확한 그림을 갖지 않으면 그 중에서 선택하는 것이 어려울 수도 있기 때문입니다. 아래의 주제는 더 나은 결정을 하는데 도움을 줄 수 있으며, 방향을 선택해야 할 시간이 왔을 때 현명한 결정을 내릴 수 있도록 합니다.

컨텐츠 특성화하기

장치와 포맷에 대한 선택은 어느 정도까지는 컨텐츠의 특성에 달려 있습니다. 컨텐츠가 잡지나 팸플릿과 같이 디자인 지향적입니까? 약간의 그림이 있는 텍스트 위주입니까? 시각적인 효과 또는 여유로운 읽기를 위해 디자인되었습니까? 이러한 질문에 대한 대답은 레이아웃 보기, 리플로우 보기 또는 두 가지 모두가 필요할 것인지 결정하는데 도움이 될 수 있습니다.

- 레이아웃 보기로 최대 시각적인 면을 위해 페이지를 조심스럽게 디자인하고 사운드와 동영상과 같은 멀티미디어 컨텐츠를 포함할 수 있습니다. 레이아웃 보기는 최대의 유연성을 제공하기 때문에 브랜딩을 최대한으로 관리할 수 있게 해 줍니다.
- 리플로우 보기는 보통 사용자가 제어 가능한 텍스트 크기와 서체로 텍스트와 그림만을 표시합니다. 리플로우 보기는 레이아웃 보기보다 덜 유연하지만, 사용자가 쉽게 텍스트를 읽도록 해 주기 때문에 이상적일 수 있습니다. 리플로우 보기는 전형적인 책과 참고 자료에 가장 적합합니다.



레이아웃 보기(왼쪽) 및 리플로우 보기(오른쪽)의 예

컨텐츠가 강한 시각적인 인상을 주기 위해 설계되고 브랜딩을 관리할 필요가 있고 멀티미디어 컴포넌트를 포함하고 싶다면, 사용자 앱의 생성 또는 App Studio 사용을 생각하여 사용자 판독기 앱에서 볼 수 있는 컨텐츠를 생성할 수 있습니다.

컨텐츠가 주로 텍스트이고 화려한 레이아웃이 필요하지 않다면, Kindle 또는 ePUB와 같은 포맷의 사용을 생각할 수 있습니다. 이 포맷은 리플로우 보기만을 제공하고 다양한 판독기와 호환됩니다.

컨텐츠가 유일무이한 방법으로 제공되는 것이 중요하다면, 아무 것도 없는 상태에서 또는 AVE 프레임워크를 사용하여 사용자 앱을 생성하는 것을 생각할 수 있습니다. 이것이 노동-집약적인 선택사항이지만, 가장 유연하기도 합니다. 그러나, 많은 사용자 작업을 앱으로 넣을수록 다중 플랫폼용 앱을 재생성하는 것이 더 어렵게 됩니다.

작업시에 자신에게 물어야 하는 또 다른 질문이 있는데, 다중 장치를 지원하고 싶거나 지원할 필요가 있습니까? 고객이 이 기능을 예상합니까? 이것이 중요하다면, 포맷을 선택할 때 이것을 생각해야만 합니다. 많은 ePUB 판독기는 자동으로 이 기능을 지원하지만, 모든 판독기가 그런 것은 아닙니다. 결정이 변경될 때 레이아웃을 다양화하고 싶다면, 더 좋은 선택은 사용자 앱이거나 App Studio에서 생성된 이슈일 것입니다.

오디오와 비디오와 같은 멀티미디어 요소의 사용을 생각 중이라면, 그러한 멀티미디어 어셋을 생성하는데 필요한 리소스를 가지고 있는지 확인합니다. 멀티미디어 사용 생각에 신나기 쉽지만, 멀티미디어의 적절한 생성과 사용은 많은 계획과 비용을 포함할 수 있습니다. 조직의 웹 사이트와 같이 다른 미디어에 대해 조직이 이미 생성한 자료를 재사용할 수 있습니다.

다음은 생각해야 할 다른 것들입니다:

- 너무 어렵다고 생각하지 않고 사용할 수 있는 산업-표준 네비게이션 컨트롤과 아이콘을 제공하고 있습니까? 또는 더 독특한 경험을 제공하는 사용자 컨트롤을 생성하고 있습니까?
- 웹에서 동일한 컨텐츠를 배포할 계획입니까? 그렇다면, 컨텐츠의 웹 버전과 휴대형 단말기에서 배포되는 버전에서 무엇이 달라야 합니까? 웹 사이트에서 컨텐츠의 표시와 휴대형 단말기에서 해당 컨텐츠의 표시 사이에 의미있는 차이가 없다면, 앱 경험을 필요로 하는지를 생각할 수 있습니다.
- 다중 포맷 또는 앱 프리젠테이션으로만 발행할 필요가 있습니까? 다른 포맷에서 컨텐츠를 포팅하고 있습니까? 앱 이슈로 릴리즈하기 위해 사용자화할 수 있는 레이아웃의 초기 버전을 생성하는데 싱글-소스 접근을 할 수 있습니까?

➡ 여기에 설명된 포맷에 대한 더 많은 정보는 "[하드웨어, 운영체제 및 포맷](#)"을 참조하십시오.

고객의 요구사항 평가하기

고객이 여러분의 콘텐츠에 긍정적인 경험을 갖게 하는 것은 매우 고무적인 일입니다. 다음과 같은 질문을 생각해 보십시오.

- 고객이 텍스트의 포인트 크기를 변경하고 싶어합니까? 그렇다면, 리플로우 보기를 포함하는 포맷을 생각해 보십시오.
- 고객이 원하는 콘텐츠를 다운로드할 수 있습니까? 예를 들어, 3G를 통해 Apple App Store에서 앱(app)을 다운로드하고 싶다면, 그 앱의 크기는 50MB 이하여야 합니다. 해당 앱이 3G를 통해 다운로드할 수 있는지 확인하려면, ePub와 같은 더 가벼운 포맷을 생각하거나 앱에 포함된 멀티미디어 어셋의 크기를 최소화해 보십시오.
- 고객이 콘텐츠를 얼마나 빨리 다운로드할 수 있습니까? 제한되지 않은 네트워크에서도 고객이 기다리다 지치는 것을 방지하기 위해 파일의 크기를 가능한 작게 유지하는 것에 대해 생각할 수 있습니다.
- 고객이 어떤 언어로 콘텐츠를 읽고 싶어합니까? 콘텐츠를 다중 언어로 배포하고 싶다면, 선택한 포맷과 장치가 그 언어를 지원하는지 확인해야 합니다. 예를 들어, 일부 동아시아 및 서유럽 언어는 많은 웨스턴 서체에서 사용 가능하지 않는 문자를 사용하고, 일부 언어는 웨스턴 언어와 다른 방향으로 읽습니다. ePub 포맷은 일부 장치에서 동아시아 및 동유럽 언어를 지원하지만, 모든 장치에서 지원하는 것은 아닙니다. App Studio를 사용하려는 경우 특수 문자는 리플로우 보기에서 올바르게 표시되지 않기 때문에 레이아웃 모드만 사용해야 합니다.
- 고객이 콘텐츠를 구입할 때 고객이 인터넷에 접속되어 있다고 예상하십니까? 그렇다면, 고객이 네트워크에 접속되어 있지 않을 때 콘텐츠가 적절하게 동작하는지 확인해야 합니다. App Studio에서 콘텐츠의 이슈를 생성하면, 웹을 통해 콘텐츠를 표시하는 각 스팟에 기본, "대체" 이미지 또는 다른 그래픽 요소를 제공할 수 있습니다.

➡ 여기에 설명된 포맷에 대한 더 많은 정보는 "[하드웨어, 운영체제 및 포맷](#)"을 참조하십시오.

배포 계획하기

프린트 콘텐츠를 배포하는데 다양한 다른 방법이 있는 것처럼, 휴대용 단말기용 콘텐츠를 배포하는데에도 다양한 다른 방법이 있습니다. 콘텐츠를 배포하기 위해 선택한 방법은 무엇을 위한 콘텐츠이고 어떻게 수익을 발생시킬 것인가에 달려 있습니다.

콘텐츠를 얼마나 자주 릴리즈할 것인지를 고려하여 주십시오:

- 콘텐츠의 적은 양을 자주 배포할 필요가 있으십니까? 그렇다면, TapLynx와 같이 프레임워크를 사용하여 뉴스-리더-유형 앱을 생성하는 것을 생각해 볼 수 있습니다. 이 접근 방법은 일단 앱을 구축하고 배포한 다음 사용자에게 열기를 제외한 어떤 작업도 요구하지 않은 채 해당 앱에서 표시된 콘텐츠의 업데이트를 정기적으로 릴리즈합니다. 이 모델에서 현금 흐름은 광고 수익의 형태로 나타납니다.
- 드물거나 비정기적으로 판매할 콘텐츠를 발행하고 싶으십니까? 예를 들어, 고객에게 사용할 가능한 책 제목을 만들어 주고 싶은 발행자입니까? 이 경우 Kindle 포맷 사용을 고려해 볼

목적과 제한 정의하기

수 있습니다. 레이아웃 보기가 필요하지 않다면, Amazon과 같은 기존의 거대한 배포 네트워크나 많은 작은 배포 네트워크 중 하나를 생각할 수 있습니다.

- 정기적으로 발행된 콘텐츠를 판매하고 계획하고 계십니까? 예를 들어, 디지털 잡지를 생성하고 있습니까? 각 이슈에 대한 사용자 앱을 생성하여 할 수 있지만, 이것은 노동-집약적일 수 있고 일부 고객은 매번 새로운 앱을 다운로드하고 싶지 않을 수도 있습니다. App Studio 판독기 앱을 생성한 다음 웹 서버에서 개별적인 이슈를 판매하는 것을 생각해 볼 수 있습니다. 이 접근 방법을 선택하면, 앱을 사용자화하여 블랜딩을 표시하거나 일반 뷰어 앱을 사용할 수 있습니다. (그러나, 이 접근 방법은 App Studio를 지원하는 플랫폼으로 제한된다는 것에 주의하십시오.)

판독기 앱에서 볼 수 있는 App Studio 이슈를 배포하기로 선택하면, 사용자가 발행의 가치를 경험할 수 있도록 샘플 이슈를 만들 것인지 생각해야 합니다. 앱과 함께 샘플 이슈를 번들할 수 있지만, 그렇게 하려면 다운로드 크기 제한의 이유와 고객이 너무 오래 기다리지 않도록 파일 크기에 주의해야 합니다. 또한 리더 어플리케이션 내에서 샘플 이슈를 무료로 이용하도록 할 수 있습니다.

물론 수익 창출을 위한 계획이 필요합니다. 여기에서의 선택사항에는 개별적인 앱 판매, 판독기 앱에서 볼 수 있는 이슈 판매, 책 판매(예를 들어, Kindle Reader) 및 광고 판매가 포함됩니다. 광고 판매를 선택한 경우, 광고주와 개인적으로 거래하거나 Apple의 iAd (iOS 전용) 또는 Google AdMob (iOS 및 Android용)와 같은 기존의 광고 네트워크의 사용을 선택할 수 있습니다.

광고에 대해 생각 중일 때, 분석에 대해 생각하고 싶을 수 있습니다. 얼마나 사용 중이고 콘텐츠가 얼마나 소비되고 있는지에 대한 정보를 앱이 제공할 수 있습니까? iAd와 AdMob 모두 그러한 정보의 수집과 광고 제작용으로 사용하기 위한 선택사항을 포함합니다.

마지막으로, 얼마나 많은 다른 플랫폼에 배포할 수 있습니까? 여기에서 사용자 앱은 매력적이지 않은 선택사항입니다. 각 플랫폼에 대해 각각 작성되어야만 하기 때문입니다. 최대의 적용 범위를 위해서 ePUB와 같은 산업 표준 포맷을 생각해볼 수 있습니다.

➡ 여기에 설명된 포맷에 대한 더 많은 정보는 "[하드웨어, 운영체제 및 포맷](#)"을 참조하십시오.

인프라 요구사항 평가하기

디지털 배포를 위한 콘텐츠를 생성하는 것은 디지털 퍼블리싱 프로세스의 한 부분입니다. 디지털 장치를 위한 콘텐츠를 전달할 계획이라면, 필요한 모든 인프라를 가지고 있는지 확인해야 합니다.

예를 들어, 웹 사이트에 콘텐츠를 호스팅할 계획이라면 얼마나 많은 공간이 필요하고 얼마나 많은 다운로드가 예상되는지 생각해야 합니다. 이 두가지 모두 호스팅에 요구되는 양에 영향을 주기 때문입니다. 모든 경우에 일단 실행한 후에 사용 정보를 추적하고 분석하고 호스팅 계획에 필요한 조정을 해야 합니다. (웹을 통해 서비스한 콘텐츠를 포함하는 앱이나 AVE 이슈를 생성하면, 그 콘텐츠에 대해 사용된 호스팅 계획도 생각해야 합니다.)

생각해야 할 또 하나의 중요한 부분은 비용에 대한 청구입니다. 개별적인 앱이나 이슈를 판매하고 있다면, 콘텐츠가 사용 가능한 모든 마켓에서 해당 콘텐츠에 대한 요금 청구에 필요한 인프라를 가지고 있는지 확인해야 합니다. 가장 쉬운 방법은 App Store 또는 Amazon과 같은 구축되어 있는 네트워크를 사용하는 것입니다. 이 조직들은 콘텐츠 생성자를 위해 손쉽고 투명하게 비즈니스를 운영하도록 설계되었기 때문입니다.

마지막으로, 콘텐츠의 판촉과 마케팅을 위한 계획이 있어야 합니다. 이러한 것을 관리할 전문가를 고용하거나 페이스북 및 트위터와 같은 소셜 미디어를 사용하여 직접 판촉하거나, 두가지를 결합할 수 있습니다.

하드웨어, 운영체제 및 포맷

휴대형 단말기로 발행할 계획이라면, 그러한 장치에 현재 사용 가능한 하드웨어, 운영체제 및 포맷에 대해 충분히 알고 있는 것이 좋습니다.

하드웨어

각기 다른 장치는 서로 다른 장점과 단점을 가지고 있기 때문에 콘텐츠를 사용할 하드웨어 종류에 대해 아는 것은 중요합니다. 예를 들어:

- 물리적 크기: 작은 스크린에 배포할 콘텐츠를 디자인한다면, 큰 화면용과 다르게 디자인하고 싶을 것입니다. 큰 화면용으로 디자인할 때, 각각에 대한 간략본 미리보기로 목차를 증가시키겠지만, 작은 화면에서는 간략본 이미지를 최소로 유지하고 싶을 것입니다. 더 작은 화면에서는, 리플로우 보기에서 모든 콘텐츠로의 접근을 제공하는 것에 대해 진지하게 생각해야 할 것입니다.
- 해상도: 컴퓨터 모니터에서 디자인할 때, 디자인 중인 해상도와 콘텐츠가 보일 해상도가 다르다는 것을 명심하십시오. 모니터의 해상도가 디자인 대상 장치의 해상도보다 높거나 낮다면, 디자인할 때 그 차이에 대해 생각해야 합니다. 이것은 대상 장치에서 볼 때 읽을 수 없는 디자인에 전념하는 것을 피하기 위해 미리 콘텐츠를 테스트해야 함을 의미합니다.
- 네트워크 접속: 디자인 대상 장치는 인터넷으로의 고정 접속을 가지고 있습니까? 아니면 Amazon Kindle과 같은 독점 서버로부터만 콘텐츠를 다운로드할 수 있습니까? 장치가 네트워크로의 고정 접속을 가지고 있다면, 제한된 속도 또는 제한된 파일 크기만 가능합니까? 업데이트나 잡지 이슈와 같이 즉시 다운로드 가능한 콘텐츠를 제공할 계획이라면 이러한 질문에 대한 대답을 알아야 합니다.
- 사용자 인터페이스: 선택과 확대/축소는 디지털 장치에서 콘텐츠를 사용하는 경험의 주요 부분입니다. 디자인 대상 장치가 터치 스크린을 가지고 있습니까? 그렇다면 그 장치가 지원하는 제스처는 무엇입니까? 멀티 장치용으로 디자인한다면, 모두 지원하는 제스처의 종류는 무엇입니까? 사용할 모든 장치가 다중 방향을 지원합니까?
- 방향 전환: 대부분의 장치는 대상 플랫폼에 상관없이 방향 전환을 지원하기 때문에 두 개의 다른 레이아웃에 대해 생각해야 할 것입니다.

운영체제

디지털 장치 디자인은 다음과 같은 이유로 매우 어렵습니다. 여러 운영체제마다 각각의 서로 다른 앱(app)이 필요합니다. 가능한 한 많은 전화기에서 사용 가능한 콘텐츠를 만들고 싶다면, iOS, 안드로이드, Windows Phone 7, webOS 및 Blackberry OS용 e-reader를 찾거나 생성할 필요가 있습니다. 동일한 OS일지라도 다른 장치에서 다르게 동작할 수 있습니다(예를 들어, 서로 다른 장치는 안드로이드의 다른 "플레이버"를 실행).

다행스럽게도 각 운영체제에 대해 해당 앱을 작성하지 않아도 되는 많은 방법이 있습니다. 예를 들어:

- 모바일 장치에서 사용하기 위해 디자인된 웹 사이트의 특별한 버전을 사용하여 콘텐츠를 배포할 수 있습니다.
- 다른 플랫폼용 플레이어를 전달하는 일반 플랫폼을 사용하여 콘텐츠를 배포할 수 있습니다. 예를 들어, Flash 플레이어가 있는 어떤 플랫폼에서도 Flash 콘텐츠를 볼 수 있습니다. 그러나, 현재 iOS에서 Flash 콘텐츠를 볼 수 없고, Flash 지원은 Flash를 지원하는 모바일 플랫폼에서도 여전히 진행 중입니다.
- 다른 플랫폼용 플레이어를 전달하는 독점적 플랫폼을 사용하여 콘텐츠를 배포할 수 있습니다. 예를 들어 HTML5 콘텐츠는 여러 플랫폼에서 읽을 수 있고 여러 플랫폼을 위한 인터랙티브 콘텐츠와 스택 텍스트 기능을 제공합니다. Amazon의 Kindle 포맷은 다양한 장치에서 읽혀질 수 있고, Apple의 iBooks 어플리케이션은 iPhone과 iPad 모두에서 실행됩니다.
- ePub 또는 PDF와 같이 거의 모든 플랫폼에서 읽을 수 있는 일반 포맷을 사용하여 콘텐츠를 배포할 수 있습니다.

멀티미디어 포맷 제한

배포 포맷을 선택할 때, 모든 멀티미디어 파일이 모든 플랫폼에서 지원되지는 않는다는 것을 명심하십시오. 예를 들어, 비디오는 iOS에서 보기 위해 H.264 포맷으로 인코딩되어야 하고, Flash에 대한 지원은 현재 iOS 장치에서 사용 가능하지 않고 다른 많은 장치에서도 제한되어 있습니다.

전달 포맷

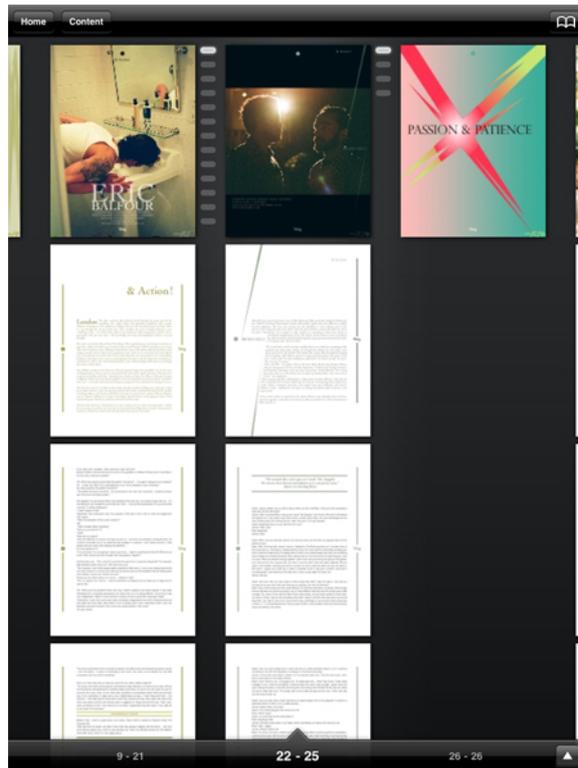
휴대형 단말기로 콘텐츠를 전달하기 위한 포맷에는 여러 종류가 있습니다:

- HTML5, ePub 및 PDF와 같은 오픈 포맷. 이러한 포맷은 거의 모든 장치와 운영체제에서 표시되기 때문에 매력적일 수 있습니다. 그러나, 제어와 배포에 대해 구축된 프레임워크가 없는 오픈 포맷으로 된 콘텐츠는 유료화가 어렵다는 것을 명심해야 합니다.
- iOS 또는 안드로이드용 앱과 같은 장치-한정적 또는 OS-한정적 포맷. 이 종류의 포맷으로 된 콘텐츠는 제한된 릴리즈만을 허용하지만, 작가는 Apple App Store 및 Android Marketplace와 같은 네트워크의 기존 인프라를 이용할 수 있습니다. 여러 가지 것들을 생성하는데 반드시 노력해야 제공되던 자신의 앱을 작성하는 것에서도 시간적 손실을 피할 수 있습니다.
- Amazon Kindle 포맷과 같이 여러 장치와 운영체제에서 실행할 수 있는 통제된 독점적 포맷. 이러한 포맷은 종종 전용 배포 시스템의 이점을 제공하여 발행자가 콘텐츠를 무료로 제공하지 않고도 대규모 청중에게 다가가기 쉽게 해 줍니다.

일반적인 디자인 접근

어떤 것을 디자인하기 전에, 이 문서의 앞부분에서 제기된 질문에 대해 가능한 답변을 충분히 알아야 합니다. 대상으로 삼고 있는 포맷, 운영체제 및 장치의 기능과 제한은 디자인할 때 선택에 대한 제한을 할 수 있습니다. 생성하고 싶은 것에 대해 충분히 이해했다고 생각되면, 다음의 생성에 접근하는 방법에 대한 제안을 확인하십시오.

- 일반적인 접근으로 결정하십시오. 원하는 방법으로 보이고 작동하는 앱/판독기를 찾은 다음, 마음에 든 것과 개선할 방법에 대해 생각하여 시간과 노력을 낭비하지 않도록 합니다.
- UI가 동작하는 방법을 결정하십시오. 디자인이 모든 페이지에 임의의 UI를 강제하는 것이 아닌 UI에 대한 행동유도성(어포던스)을 만드는지 확인하십시오. 즉, UI가 자연스러운지 확인하십시오.
- 원하는 레이아웃 종류를 결정하십시오. e-book을 하는 표준 방법은 넘길 수 있는 페이지로 된 물리적인 책을 읽는 경험의 최소화하는 것입니다. 그러나, 이것은 e-book을 레이아웃하는 유일한 방법이 아닙니다. 예를 들어, 각각은 기사를 의미하는 간략본의 가로선을 나타낼 수 있고 그 아래에는 페이지 스크롤 가능한 간략본의 세로 목록(이것은 "페이지 스택"이라고 함)이 있습니다. 전체 페이지 보기에서, 페이지 스택 디자인으로 사용자는 가로로 이동하여 기사 전체를 보고 세로로 읽을 수 있습니다.



페이지 스택

- 템플리트를 구축하고 테스트하십시오. 다중 매체를 템플릿하고 있다면, 템플릿 단계 중에 방향에 대해 생각하고 제품에서 해당 템플리트를 사용하기 전에 충분히 테스트하십시오. 발행을 계획한 모든 장치에서 서체, 컬러, 스타일 및 UI를 테스트하십시오. 다른 매체용으로 디자인되었던 콘텐츠를 변환한다면, 좁고 가는 선 규칙, 프레임, 작은 텍스트 등과 같은 아주 작은 요소와 관련된 문제를 살펴보세요.
- 조직화된 방법으로 콘텐츠를 구축하십시오. 스타일, 컬러, 대상체 등에 대한 규정을 결정하고 그것을 지키십시오. 레이어에 인터랙티브 항목을 넣는 것을 생각하여 항목을 쉽게 보고, 가리고 분리시킬 수 있습니다.
- 최종본에 대한 리플로우 보기를 저장하십시오. 리플로우 보기에서 작업하기 전에 레이아웃이 최종인지 확인하십시오.
- 테스트하고, 테스트하고, 또 테스트하십시오. 앱과 콘텐츠를 다시 릴리즈하여 난처하게 되는 것을 피하기 위해 어느 정도 지겨움을 감수해야 합니다. 콘텐츠나 앱을 디자인한 사람이 아닌 다른 사람이 테스트하게 하는 것이 바람직합니다.

피해야 할 실수들

디지털 퍼블리싱은 지극히 유연한 매체입니다. 이 유연성은 놀라운 일을 할 수 있다는 것을 의미하지만 또한 알지 못하는 함정이 있다는 것도 의미합니다.

예를 들어, 디지털 매체에 동영상, 슬라이드쇼 및 오디오와 같은 멀티미디어 요소를 사용할 수 있지만 모든 페이지에 그렇게 해야 한다는 것을 의미하지 않습니다. 일반적으로 멀티미디어 요소는 콘텐츠로부터 얻을 수 없는 가치를 소개할 때만 사용될 수 있습니다. 밴드에 대한 기사에 오디오 샘플은 적절하지만, 따분한 주제의 인터뷰에 오디오 샘플은 적절하지 않습니다.

멀티미디어 요소를 사용할 때, 그러한 멀티미디어 요소의 제어를 사용자가 할 수 있는지 확인합니다. 사용자가 페이지를 처음 볼 때 재생되는 동영상은 사용자가 해당 페이지를 다시 방문할 것 같지 않은 매체에서는 좋습니다. 그러나, 사용자가 그 페이지로 돌아올 때마다 동영상을 계속 봐야 한다면 지루할 수 있습니다. 그러한 멀티미디어 요소를 자동으로 시작하게 하는 대신에, 달기 표시기호를 제공하여 사용자가 보거나 듣고 싶은지 결정할 수 있도록 하는 것을 생각해 보십시오. 사용자가 보지 않고 듣지 않기로 결정한 경우 멀티미디어 요소의 재생을 중단할 수 있는 명확한 방법이 있어야 한다는 것도 중요합니다.

멀티미디어 요소에 사각 표시기호를 제공한 경우에 창조적일 수 있지만, 사용자는 산업-표준 기호를 사용하는 경우에 가장 만족할 수 있습니다. 예를 들어, 비디오 스니펫을 포함하는 상자를 나타내고 싶다면, 윈도우의 중앙에 오른쪽을 향한 삼각형이 나타내고 싶은 가장 명확한 방법입니다. 재생 버튼이 있는 가로 막대는 오디오 클립을 나타내는 선호하는 방법입니다.

네비게이션을 구현할 때에도 산업 표준을 지키는 것이 중요합니다. 휴대용 단말기에서 한 페이지에서 다음 페이지로 이동하는 표준 방법은 손가락의 수평 쓸어넘기기를 사용하는 것입니다. 멀티-터치 스크린에서, 확대 및 축소에 대한 현재 표준은 오므리기와 펴기 제스처입니다. 그러한 제스처를 지원하지 않는 장치에서는 화살표 아이콘이 페이지 미세 조정 역할을 하고, 돋보기 아이콘이 확대/축소 역할을 합니다. (이것은 명확해 보이지만, 충분히 언급하는 것이 중요합니다.)

고급 디지털 매체를 생성하고 싶은 경우, 피하고 싶은 가장 중요한 실수 중 하나는 콘텐츠를 템플릿에 생각없이 넣어 생성되었다고 보이는 것을 생성하는 것입니다. 템플릿에서 시작하는 것에 잘못은 없지만, QuarkXPress와 같은 고급 도구에 의해 제공되는 디자인 기능을 사용하지 않는다면, 비용을 낭비하는 것일 수 있습니다.

마지막으로, 릴리즈하기 전에 비경험 사용자가 디지털 매체를 테스트해야 합니다. 예를 들어, 사용자는 페이지를 넘길 때 방해할 수 있는 전체 화면 멀티미디어 요소를 포함하는 페이지 디자인을 쉽게 할 수 있기 때문입니다. 이것은 명확하지 않은 디자인 흐름을 확인하는 좋은 방법입니다.

앞으로 나갈 방향

앞으로 디지털 퍼블리싱에 발생할 일에 대해 아는 사람을 거의 없을 것입니다. 디지털 퍼블리싱은 새로운 플레이어 및 도구가 있는 차세대 마켓이며, 그리고 어떤 방향으로 진화될 것 인지를 예측하기 어렵습니다. 할 수 있는 최선은 마켓이 어떻게 작동되고 사용할 수 있는 도구에 대해 충분히 배우는 것입니다. 그러면 미래에 어떤 일이 발생하더라도 준비된 상태라 할 수 있을 것입니다.

그 점에 있어서 이 안내서가 도움이 될 수 있기를 바랍니다.

법률적 공지

© 1986-2022 Quark Software Inc. 그리고 라이선스 저작권자가 모든 권리를 갖습니다.

다음의 U.S 특허 번호: 5,541,991; 5,907,704; 6,005,560; 6,052,514; 6,081,262; 6,633,666 B2; 6,947,959 B1; 6,940,518 B2; 7,116,843; 그리고 다른 특허에 의거하여 보호를 받습니다.

Quark, Quark 로고, Quark Publishing System 및 QPS는 Quark Software Inc.와 미국 및/또는 다른 나라에 있는 제휴사들의 상표이거나 등록 상표입니다. 모든 다른 마크는 해당 소유자의 자산입니다.