

DIZAJN VEB STRANE NIJE NAUKA O RAKETAMA

PRINCIPI LEPOG VEB DIZAJNA

PREVOD IV IZDANJA

JAMES GEORGE,
JASON BEAIRD,
I ALEX WALKER



NE MORATE DA ZAVRŠITE UMETNIČKU ŠKOLU DA BISTE NAPRAVILI LEP VEB SAJT!



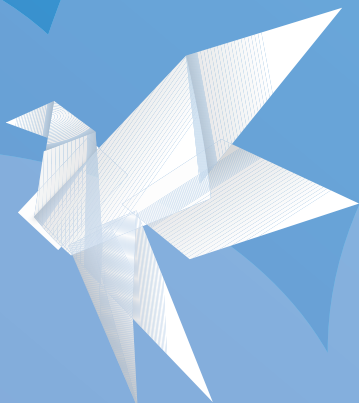
Skenirajte QR kod,
registrujte knjigu
i osvojite nagradu

Najprodavaniji vodič za veb dizajn izdavača SitePoint je revidiran i ažuriran za ovo, četvrto izdanje, koje tako postaje najvredniji partner za dizajn koji se može naći.

Vodič *Principi lepog veb dizajna* je bogato ilustrovan kolornim primerima, lako se prati i jasno opisuje proces stvaranja odličnog veb dizajna, od početka do kraja. Prethodno iskustvo u dizajnu nije neophodno.

Naučite da:

- efikasno primenjujete boje i razvijate izvanredne šeme boja
- stvarate razmeštaje koji odlično izgledaju na svim uređajima
- koristite teksture: tačku, liniju, oblik, zapreminu, dubinu i šaru
- vladate tipografijom i koristite veb fontove da biste dosadan dizajn učinili lepim



AUTORI

Jason Beaird



Jason Beaird je dizajner i front-end programer sa više od deset godina radog iskustva na raznovrsnim nagrađenim web projektima.

James George



James George je strastveni profesionalni veb dizajner iz Sjedinjenih Američkih Država koji uživa u kooperaciji sa drugim dizajnerima i programerima.

Alex Walker



Alex Walker je pune dve decenije trasirao dizajn SitePoint-a svojim front-end rešenjima, kreacijom 50+ korica za knjige i sa više od 200 napisanih članaka. Njegov san je da jednog dana, pomoću CSS-a i SVG-a, proizvede hladnu fuziju (proces, ne jezik).



Prevod IV izdanja

Principi lepog veb dizajna

DIZAJN VEB STRANE NIJE NAUKA O RAKETAMA

Jason Beard
James George
Alex Walker

Izdavač:



Obalskih radnika 4a, Beograd

Tel: 011/2520272

e-mail: kombib@gmail.com

internet: www.kombib.rs

Urednik: Mihailo J. Šolajić

Za izdavača, direktor:

Mihailo J. Šolajić

Autori: Jason Beaird,
James George,
Alex Walker

Prevod: Saša Prudkov

Lektura: Nemanja Lukić

Slog: Zvonko Aleksić

Znak Kompjuter biblioteke:
Miloš Milosavljević

Štampa: „Pekograf“, Zemun

Tiraž: 500

Godina izdanja: 2021.

Broj knjige: 535

Izdanje: Prvo

ISBN: 978-86-7310-558-1

The Principles of Beautiful Web Design, 4th Edition

Jason Beaird, James George, Alex Walker

ISBN 978-1-83898-757-2

Copyright © 2020 SitePoint Pty. Ltd.

All right reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Autorizovani prevod sa engleskog jezika edicije u izdanju „SitePoint Pty. Ltd“, Copyright © 2020.

Sva prava zadržana. Nije dozvoljeno da nijedan deo ove knjige bude reprodukovano ili snimljen na bilo koji način ili bilo kojim sredstvom, elektronskim ili mehaničkim, uključujući fotokopiranje, snimanje ili drugi sistem presnimavanja informacija, bez dozvole izdavača.

Zaštitni znaci

Kompjuter Biblioteka i „SitePoint Pty. Ltd“ su pokušali da u ovoj knjizi razgraniče sve zaštitne oznake od opisnih termina, prateći stil isticanja oznaka velikim slovima.

Autor i izdavač su učinili velike napore u pripremi ove knjige, čiji je sadržaj zasnovan na poslednjem (dostupnom) izdanju softvera.

Delovi rukopisa su možda zasnovani na predizdanju softvera dobijenog od strane proizvođača. Autor i izdavač ne daju nikakve garancije u pogledu kompletnosti ili tačnosti navoda iz ove knjige, niti prihvataju ikakvu odgovornost za performanse ili gubitke, odnosno oštećenja nastala kao direktna ili indirektna posledica korišćenja informacija iz ove knjige.

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

004.738.1:004.652.4

БИРД, Џејсон

Principi lepog veb dizajna: dizajn veb strane nije nauka o raketama / Jason Beaird, James George, Alex Walker ; prevod 4. izd. [Saša Prudkov]. - 1. izd. - Beograd: Kompjuter Biblioteka, 2021 (Zemun : Pekograf). - XVII, 262 str. : ilustr. ; 24 cm. - (Kompjuter biblioteka ; br. knj. 535)

Prevod dela: The Principles of Beautiful Web Design. - Tiraž 500. - O autorima: str. III.

ISBN 978-86-7310-558-1

1. Џорџ, Џејмс [аутор] 2. Вокер, Алекс [аутор]
а) Web презентације - Дизајн

COBISS.SR-ID 29537033

O autorima

Jason Beaird je dizajner i front-end programer sa više od deset godina radog iskustva na raznovrsnim nagrađenim veb projektima. Sa osnovnim obrazovanjem grafičkog dizajnera i strašću za veb standarde, uvek traži dostupne načine da web pretvori u lepše mesto. Kada ne pretura piksele po Photoshopu ili ne petlja po HTML-u, Jason svoju strast za web-om deli sa drugima. O svojim idejama, avanturama i raznim projektima piše na svom sajtu, jasongraphix.com¹.

James George je strastveni profesionalni veb dizajner iz Sjedinjenih Američkih Država koji voli saradnju sa drugim dizajnerima i programerima. Takođe, uživa u bliskoj saradnji sa klijentima i preduzećima na kreiranju moćnih i lepih rešenja web dizajna. Možete ga naći na <https://twitter.com/creativebeacon/Twitter>².

Alex Walker već pune dve decenije usmerava SitePoint svojim front-end dizajnom, dizajnom 50+ korica za knjige i sa više od 200 napisanih članaka. Njegov san je da jednog dana pomoću CSS-a i SVG-a proizvede hladnu fuziju (proces, ne jezik). Povremeno ga možete naći na [Twitter-u](https://twitter.com/alexwalker)³.

O SitePoint-u

SitePoint je specijalizovan za izdavanje zabavnih, praktičnih i lako razumljivih sadržaja za veb profesionalce. Posetite <http://www.sitepoint.com/> da biste pristupili našim blogovima, knjigama, biltenima, člancima i forumu zajednice. Naći ćete gomilu informacija o JavaScript-u, PHP-u, Ruby-ju, mobilnom razvoju, dizajnu i još mnogo čemu.

1 <http://jasongraphix.com>

2 <https://twitter.com/creativebeacon/>

3 <https://twitter.com/alexwalker/>

Kratak sadržaj

POGLAVLJE 1

Razmeštaj i kompozicija 17

POGLAVLJE 2

Boja 82

POGLAVLJE 3

Tekstura 127

POGLAVLJE 4

Tipografija 166

POGLAVLJE 5

Slike 221

Sadržaj

PREDGOVOR

Zašto bi trebalo da pročitate ovu knjigu?.....	xiv
Šta se nalazi u ovoj knjizi.....	xv
Konvencije u ovoj knjizi.....	xvi
Primeri koda.....	xvi
Saveti, beleške i upozorenja.....	xvii
Prateći materijal.....	xvii

POGLAVLJE 1

Razmeštaj i kompozicija	1
Proces dizajna	2
Upoznavanje.....	3
Sastanak sa klijentom ne mora da se obavi u kancelariji.....	3
Istraživanje.....	5
Implementacija.....	5
Definisanje dobrog dizajna	6
Korisnici uživaju u dizajnu, ali su privučeni sadržajem.....	7
Korisnici mogu lako da se kreću preko intuitivnog dizajna.....	8
Korisnici prepoznaju svaku stranicu kao deo sajta	9
Anatomija veb stranice.....	10
Kontejner blok.....	11
Logo	11
Navigacija	12
Sadržaj.....	12
Fusnota.....	12
Beli prostor	13
Teorija mreža.....	13
Pravilo trećina.....	16
CSS radni okvir	18

Ravnoteža	21
Simetrična ravnoteža	21
Asimetrična ravnoteža	24
Jedinstvo	28
Blizina	28
Ponavljjanje	30
Isticanje	31
Pozicioniranje	32
Kontinuitet	32
Izolovanje	33
Kontrast	34
Proporcija	35
Razmeštaji bez kojih ne možete	38
Navigacija u levom stupcu	38
Navigacija u desnom stupcu	40
Navigacija u tri stupca	41
Magazinski stil bez navigacije	43
Minimalizam do koske	44
Razmeštaji izvan kalupa	45
Veb trendovi	47
Video pozadine	48
Masonry razmeštaji	49
Parallax skrolovanje	50
Pronalaženje inspiracije	50
Korišćenje inspirativnog fajla	51
Prilagodljiv dizajn	52
Rezolucija ekrana	53
Kako @media Queries rade?	54
Principi prilagodljivog veb dizajna	54
Uvek prvo dizajnirajte za mobilne uređaje	55
Nemojte da uglavljujete elemente u mobilni prikaz	55
SVG je vaš najbolji prijatelj	56
Prilagodljivi radni okviri	57
Projekat: Trashmonger	59
Elementi	59
Radni okviri	62

POGLAVLJE 2

Boja	67
Psihologija boja	68
Asocijacije u boji	68
Crvena	69
Narandžasta	69
Žuta	70
Zelena	71
Plava	72

Ljubičasta	73
Bela	74
Crna	75
Temperatura boje	76
Hromatska vrednost	77
Zasićenost	77
Osnove teorije boja	78
Crvena, žuta, plava ili CMYK	81
Šema stvari	83
Monohromatska šema boja	83
Monohromatska šema boja u stvarnom svetu	84
Analogna šema boja	88
Primeri analognih šema boja	89
Komplementarna šema boja	91
Primeri komplementarnih šema boja	92
Uobičajene zamke vezane za komplementarne boje	96
Podeljeno komplementarne, trijadne i tetradne	98
Druge varijante	101
Kreiranje palete	102
Heksadecimalne oznake	102
Kolorni alati i resursi	103
Paletton	104
Colormind	105
Adobe Color	106
COLOURlovers	106
Provera kontrasta boja	107
Primena: Biranje palete boja	108

POGLAVLJE 3

Tekstura	113
Tačka	114
Linija	116
Oblik	117
Dizajniranje u CSS-u	123
Rotacija i uglovi	124
Usmeravanje pogleda	125
Uvođenje u praksu	127
Zapremina i dubina	128
Perspektiva	129
Proporcija	129
Svetlost i senka	130
Od 3D renderovanja do ravnog dizajna	131
Ravan dizajn	132
Da li je dizajn korisničkog interfejsa i dalje ravan?	133
Photoshop filteri	134
Šara	134

Kreiranje teksture: starinski, šareni, istrošeni i nostalgичni stil.....	139
Papirno zrno.....	139
Farbe, olovke i drugi tradicionalni mediji	142
Izbledele memorije.....	143
Digitalni retro izgled	144
Polutonske tačke i Ben Day tačke	144
Uradi Sam polutonovi	146
Počnite sopstvene trendove teksture	148
Primena: Dodavanje dizajnerskog motiva pomoću SVG šara	148
Upotreba šare kao motiva	150

POGLAVLJE 4

Tipografija	153
Prenošenje slova na veb	156
Samostalno hostovanje veb fontova.....	158
Servisi za veb fontove.....	159
Anatomija oblika slova	161
Razmak teksta	164
Horizontalni razmak.....	164
Vertikalni razmak.....	166
Poravnanje teksta	167
Razlike između tipova slova.....	168
Serif fontovi.....	170
Sans-serif fontovi.....	174
Rukopisni fontovi.....	176
Fontovi fiksne širine	179
Dizajnerski fontovi.....	181
Dingbat fontovi	184
Pronalaženje fontova	186
Galerije besplatnih fontova.....	186
Galerije komercijalnih fontova.....	186
Umetnici i fabrike.....	187
Biranje pravog fonta.....	188
Uspostavljanje tipografskog sistema	190
Tipične veličine teksta.....	191
Skaliranje vaših slova.....	192
Skaliranje slova u praksi.....	192
Mobilna razmatranja.....	193
Vertikalni ritam osnovne linije	195
Vertikalni ritam osnovne linije je alat, ne religija.....	200
Pronalaženje suštine.....	201
Projekat: Izgradnja slovnog sistema	201
Stvaranje osnovnog vodiča tipografskih stilova.....	203
Dodavanje vizuelne mreže.....	204
Šta sada?	206

POGLAVLJE 5

Slike	207
Šta tražiti	209
Pitanje 1: Da li je relevantna?	209
Pitanje 2: Da li je interesantna?	210
Pitanje 3: Da li je privlačna?	211
Legalni izvori slika.....	213
Kupi ili fotografiši	213
Stok fotografija	215
Besplatne slike	217
Royalty-free slike	222
Rights-managed slike.....	224
Angažovanje profesionalca.....	227
Kako da ne impresionirate	229
Google piraterija.....	229
Vrući linkovi.....	229
Klip Art	230
Prezentacija slike.....	231
Kreativno opsecanje	231
Podešavanje slike.....	237
Filteri.....	243
Stilizovanje slika pomoću CSS filtera	244
Formati fajlova i rezolucija	248
JPEG	248
GIF.....	249
PNG	250
Kreativni tretmani slika.....	250
Upotreba slika za ulepšavanje slika.....	251
Upotreba čistog CSS-a za poboljšanje slika.....	254
Prekidanje.....	256
Projekat: Sklapanje dizajna	257
Uvlačenje motiva šare	260
Završen: Trashmonger v1.0	261
Nadalje i nagore	262

Predgovor

Kada smo se moja žena i ja preselili u novu kuću, jedan od prvih velikih projekata je bio da se preuredi kupatilo. Užasne cvetne tapete, zajedno sa pozlaćenim cevima lavaboa, ružna ogledala i loše svetlo doveli su do toga da smo se osećali kao da smo zakoračili u prošlu deceniju svaki put kada bi ušli u kupatilo. Uklanjanje tapeta je težak posao, a još je teže kada ima više slojeva. To je bio slučaj sa našim kupatilom. Izgleda da se ukus za tapete prethodnih vlasnika menjao svakih nekoliko godina i, umesto da skinu stare tapete i zalepe nove, oni su jednostavno prekrivali ružne stare tapete još ružnijim novim tapetama. Ah, lepota posedovanja sopstvenog doma.

Ako bih birao samo jednu stvar koju me je avantura renoviranja kuće naučila, to je da postoje jaka paralele između dizajniranja dekora sobe i dizajniranja dobrog veb sajta.

Dobar dizajn čine veze između elemenata od kojih se dizajn sastoji i kreiranje ravnoteže među njima.

Bez obzira na to da li govorimo o preuređenju veb sajta ili kupatila, stavljanje novog sloja tapeta ili menjanje pozadinske boje nije dizajnersko rešenje samo po sebi - to je samo deo rešenja. Pored toga što smo skinuli tapete i naneli boju na zidove kupatila, mi smo, takođe, promenili rasvetu, obojili tuš kabinu, promenili prekidače i utikače, zamenili ogledala i sastrugali boju sa plafona. Da smo samo uklonili užasne tapete i sve ostalo ostavili onako kako je bilo i dalje bismo imali zastarelo kupatilo. Veb sajt dizajn je sličan: ograničen je broj malih izmena koje možete da napravite pre nego što shvatite da morate da uklonite sve što imate i počnete iz početka.

Hirovi dolaze i prolaze, ali dobar dizajn je vanvremenski.

Prilagođavanje najnovijim dizajnerskim trendovima je dobar način da privremeno privučete pažnju publike, ali koliko će trend da traje? Koliko ja znam, nikada nije bilo vreme kada su trepćući simboli bili prihvaćeni kao deo profesionalnog veb

dizajna...ali skrolujuća Javascript polja sa vestima, “dobro čitljivi” brojači poseta i debele linije tabela su u prošlosti krasili početne stranice mnogih istaknutih veb sajtova. To su čupavi tepisi, neukusni blistavi lusteri i lažni drveni paneli u veb dizajn svetu. Posetite Internet Wayback Machine i pogledajte verzije top Fortune 500 veb sajtova iz kasnih devedesetih, pre buma tačka-com domena. Probajte da nađete primere dobrog i lošeg dizajna. Među gomilama prevaziđenih, smešnih veb sajtova, najverovatnije ćete naići i na neke stranice koje i dalje izgledaju iznenađujuće dobro. Ti dizajni nisu zasnovani na blještećim Photoshop filterima ili na, za to vreme, modernim načinima obrade fotografija. Dok čitate ovu knjigu, imajte na umu da će dobar dizajn uvek da nadživi tehnologiju.

Završni potezi ostavljaju najveći utisak.

Čuo sam argumente da, duboko u sebi, ljudi stvarno vole “anti-marketinški dizajn”. Ideja na kojoj se zasniva ovaj argument je da mi verujemo neispoliranom izgledu, onom koji izgleda amaterski. Ja mislim da ovaj argument ne pogađa pravu istinu. Bez obzira na to koju vrstu veb sajta razvijate, dizajn bi trebalo da bude isto onoliko nameran koliko i funkcionalan. Moja žena i ja nismo promenili funkcionalnost našeg kupatila. Mi smo samo fino podesili detalje, a to je dovelo do ogromne promene. Neki ljudi bi možda mogli da žive sa kupatilom kakvo je bilo, ali sumnjam da bi bilo ko od njih rekao da ono izgleda upravo onako kako bi želeli.

Isto tako, ako provodite vreme razvijajući veb sajt, trebalo bi da odvojite vreme za njegov dizajn. Ni pod kojim uslovima dizajn ne sme da bude nabacan i neispoliran. Ako želite da dizajn bude anti-marketinški i anti-korporativan, onda napravite da bude takav i da bude dobar - ali nema razloga da budete neznalica, ili da budete zastrašeni dizajnom.

Cilj ove knjige je jednostavan: da predstavimo ono što znamo o veb dizajnu tako da to svako može da razume i primeni. Zašto? Zato što bi osnove veb dizajna trebalo da budu deo opšteg znanja. Svi mi živimo i radimo na Internetu koji slepo pokriva ružno još ružnijim, od svog postanka. Vreme je da se taj trend prekine i da se naprave hrabri koraci ka boljem dizajnu.

-Džejson

Zašto bi trebalo da pročitate ovu knjigu?

Ako vam je neprijatno da birate boje, ne inspiriše vas prazna stranica prozora pretraživača ili se izgubite kada je potrebno da izaberete odgovarajući font, onda je ovo knjiga za vas. Ja koristim metodičan pristup u predstavljanju tradicionalne teorije grafičkog dizajna i njene primene na današnju industriju razvoja veb sajtova. Mada je sadržaj namenjen veb programerima i developerima, dizajnerski bukvar i primeri u ovoj knjizi nude informacije od kojih će imati koristi čitaoci svih nivoa znanja.

Šta se nalazi u ovoj knjizi

Ova knjiga se sastoji od pet poglavlja. Možete da ih pročitate od početka do kraja, ako želite da steknete potpuno uvid, ili na preskok, ako želite da osvežite poznavanje određenih detalja.

Poglavlje 1: Razmeštaj i kompozicija

Svest o dizajnu se u velikoj meri zasniva na razumevanju prostornih odnosa koji postoje između pojedinačnih komponenti dizajna. Zato ovo poglavlje počinje da proučava proces dizajna razmatrajući moguće delove veb stranice. Nakon definisanja tih blokova, diskutujemo o nekim alatima i primerima koji će vam pomoći da na čvrstoj osnovi počnete sopstveni dizajn. Posle te diskusije počinjemo projekat koji ćemo pratiti kroz sva poglavlja - Trashmonger.

Poglavlje: Boja

Biranje boja je možda najmisteriozniji aspekt dizajna. Poglavlje 2 osvetljava temu dok se bavimo estetskim i naučnim aspektima teorije boja. Naoružani jednostavnim smernicama i savetima za kreiranje skladnih kombinacija boja, videćete kako bilo ko može da izabere set boja koje dobro funkcionišu zajedno i upotpunjavaju poruku veb sajta. Na kraju, videćemo kakav uticaj paleta boja ima na naš projekat Trashmonger.

Poglavlje 3: Tekstura

Tekstura je često zanemaren ali jedan od ključnih elemenata istaknutih dizajnerskih rešenja. Razumevanje kako pojedinačni elementi teksture funkcionišu naučiće vas da koristite tačke, linije i oblike da prenesete i podržite poruku sajta, na više nivoa. Tada ćemo iz prve ruke videti kako suptilne teksture pomažu da se oblikuje identitet i karakter našeg primera veb sajta.

Poglavlje 4: Tipografija

Važnost tipografije se ne može poreći. Slova su svuda, a razumevanje mehanike pisanog jezika je suštinski važno za svakog vizuelnog dizajnera. U ovom poglavlju, zaronićemo ispod površine ove bogate teme, istražujući osnove oblikovanja slova i razlike između različitih tipova slova. Takođe ćemo kreirati praktičan slovni sistem za naš Trashmonger projekat.

Poglavlje 5: Slike

Nezaobilazni sapatnik svakog dobro dizajniranog veb sajta su slike i ilustracije koje krasi njegove stranice. U poslednjem poglavlju ćemo diskutovati o tome šta bi trebalo tražiti u vizuelnim elementima koje koristimo na našim stranicama i lociraćemo legitimne izvore slika. Naravno, pronalaženje odgovarajućih slika često je

samo početak. Zato ćemo naučiti i osnove obrade slika, pre nego što finalizujemo naš projekat.

Konvencije u ovoj knjizi

Primetićete da smo u ovoj knjizi koristili određene stilove razmeštaja i tipografije da bismo istakli različite vrste informacija. Obratite pažnju na sledeće elemente.

Primeri koda

Kod u ovoj knjizi je predstavljen fixed-width fontom, ovako:

```
<h1>A Perfect Summer's Day</h1>
```

```
<p>It was a lovely day for a walk in the park.
```

```
The birds were singing and the kids were all back at school.</p>
```

Tamo gde je postojeći kod potreban zbog konteksta, umesto da ga u celosti ponavljamo, biće prikazano ::

```
function animate() {  
:  
new_variable = "Hello";  
}
```

Neke linije kodova se nalaze u jednoj liniji, ali smo morali da ih podelimo na više linija zbog ograničenja stranice. Znak ↪ označava deljenje linije koje postoji samo zbog formatiranja stranice i treba ga inorisati:

```
URL.open("http://www.sitepoint.com/responsive-web-  
↪design-real-user-testing/?responsivel");
```

Saveti, beleške i upozorenja



Hej, Ti

Saveti daju male ali korisne smernice.



Ahem, izvinite...

Beleške su korisne i odnose se na aktuelnu temu, ali nisu od presudne važnosti. Doživite ih kao dodatne informacije.



Trudite se da uvek...

...obratite pažnju na ove važne informacije.



Pazite

Upozorenja ističu zamke koje će vam se naći na putu.



CodePen Demo

Ovaj primer sadrži priključen CodePen demo

Prateći materijal

- <https://www.sitepoint.com/community/> su SitePoint-ovi forumi, koji će vam pomoći kod zahtevnijih problema.
- books@sitepoint.com je naša email adresa, ako želite da nas kontaktirate ili da prijavite problem, ili smo vam potrebni iz bilo kog drugog razloga.



Postanite član Kompjuter biblioteke

Kupovinom jedne naše knjige stekli ste pravo da postanete član Kompjuter biblioteke. Kao član možete da kupujete knjige u pretplati sa 40% popusta i učestvujete u akcijama kada ostvarujete popuste na sva naša izdanja.

Potrebno je samo da se prijavite preko formulara na našem sajtu.

Link za prijavu: <http://bit.ly/2TxeK5a>

Skenirajte QR kod
registrujte knjigu
i osvojite nagradu



Razmeštaj i kompozicija

POGLAVLJE

1

Za mnoge veb programere, uključujući i mene, najteži deo procesa dizajniranja je sam početak. Zamislite na trenutak da ste u kancelariji i sve što imate na raspolaganju su šolja kafe i vizit kartica potencijalnog klijenta kome je potreban standardan korporativni veb sajt. Obično vizit kartica govori dovoljno o identitetu kompanije i može da posluži kao inspiracija za dizajn.

Na žalost, to nije slučaj sa vizit karticom za Smith Services, na slici ispod. Kartica je crno bela, samo tekst, bez karaktera. Bljak! Dakle, kako krenuti odavde? Potreban vam je plan...i trebalo bi da kontaktirate gospodina Smitha. Pomoću važnih informacija dobijenih od klijenta, vezanih za delatnost njegove kompanije i sadržaj sa kojim bi trebalo da radite, moći ćete da smislite uspešan dizajn.



1-1 Bleda vizit kartica klijenta

Bilo ko, bez obzira na nivo umetničkog talenta, može da osmisli dizajn koji radi dobro i izgleda dobro. Sve što je potrebno je malo iskustva i radno znanje o osnovnim principima razmeštaja. Hajde zato da počnemo od osnova i veoma brzo ćete steći elementarno znanje neophodno za dizajniranje prelepih veb sajtova.

Proces dizajna

Dizajniranje veb sajta može da bude mač sa dve oštrice. Celokupan proces je kombinacija umetnosti, nauke i rešavanja problema. Da, vi želite da kreirate veb sajt koji je estetski lep, ali naš prioritet mora biti zadovoljenje potreba klijenta. Ove potrebe mogu da budu obimne i detaljne, ili mogu da budu puko obezbeđivanje dostupnosti

određenih informacija putem veb sajta. Ako ne slušamo pažljivo, čitav projekat će se raspasti. Međutim, proces dizajniranja comp-a može da se svede na tri ključna zadatka: upoznavanje, istraživanje i implementacija



Šta je Comp?

Reč **comp** je skraćenica od fraze „comprehensive dummy” - termin koji potiče iz sveta dizajna štampe. To je kompletna simulacija razmeštaja štampanog materijala koji je kreiran pre nego što ode u štampu. Preveden na područje veb dizajna, comp je slika razmeštaja koji smo zadali pre nego što počnemo da radimo na prototipu dizajna u HTML-u.

Upoznavanje

Upoznavanje je komponenta procesa dizajna koja podrazumeva upoznavanja klijenta i njegove delatnosti. Prikupljanje informacija o tome ko je vaš klijent i kako vodi svoj posao je od vitalne važnosti za kreiranje odgovarajućeg i efektivnog dizajna.

Pre nego što dogovorite prvi sastanak sa klijentom, provedite malo vremena istražujući druge biznise. Ako su od vas tražili da dizajnirate veb sajt, možda trenutno nemaju svoj, ali svakako proverite na Google-u. Ako niste uspeli da nađete konkretne informacije o njima, probajte pre prvog sastanka da što bolje upoznate njihovu industriju. Kad god je to moguće, prvi sastanak sa klijentom bi trebalo lično da obavite. Ponekad udaljenost nameće da sastanak bude telefonski, ali ako je klijent u gradu odvojite vreme da se nađete licem u lice.

Imajte na umu da svrha ovog sastanka nije da impresionirate klijenta, da se prodate, ili da prodate veb sajt, nego komunikacija i otkrivanje šta vaš klijent želi. Probajte da više slušate nego što pričate i ponesite svesku za pisanje beleški. Ako nosite laptop ili tablet da biste pričali o primerima veb sajtova, ograničite vreme korišćenja. Računari imaju ekrane i ljudi imaju tendenciju da gledaju u njih, što nije pogodno za prvi sastanak. Ako baš morate da uvučete neku tehnologiju na sastanak, koristite aplikaciju za snimanje glasa da biste snimili razgovor - naravno, uz dozvolu klijenta. Međutim, po mom iskustvu, olovka i beležnica su mnogo pogodniji ako idete na sastanak sa klijentom koji slabo poznaje tehnologiju.

Sastanak sa klijentom ne mora da se obavi u kancelariji

Čak i kada sam radio za kompaniju u velikoj kancelariji, neke od najproduktivnijih sastanaka sa klijentima sam imao tokom ručkova, ili u kafićima. Izvodljivost ovakvog pristupa zavisi od klijenta. Ako je vaš klijent više formalan poslovni tip, ne predlažite sastanak van kancelarije. Međutim, u velikom broju slučajeva, to je dobar način da poslovni sastanak dobije ličniji karakter.

Ispod sam naveo pitanja koja ja volim da postavim klijentu na prvom sastanku, čak i ako sam prilikom pretraživanja Interneta našao odgovore na njih.

Ako je projekat razvijanje novog veb sajta:

- Šta kompanija radi?
- Koja je vaša funkcija u kompaniji? (ovo pitanje je posebno važno ako će osoba biti vaš glavni kontakt.)
- Da li kompanija ima logo ili brend?
- Koji je cilj vašeg veb sajta?
- Kakve informacije želite da ponudite onlajn?
- Ko su vaši konkurenti i da li oni imaju veb sajtove?
- Da li imate primere veb sajtova koji vam se sviđaju i koji vam se ne sviđaju?

Ako je projekat redizajniranje postojećeg veb sajta, tad takođe volim da pitam:

- Šta posetioци vašeg veb sajta traže kada posete vaš veb sajt?
- Šta je problem vašeg sadašnjeg dizajna?
- Šta želite da postignete redizajnom?
- Da li postoje neki elementi sadašnjeg veb sajta koje želite da sačuvate?
- Šta mislite kako će vaši posetioци reagovati na novi dizajn sajta?

Ako je projekat razvoj nove aplikacije:

- Šta je cilj aplikacije?
- Na kojim platformama bi trebalo da radi (veb/urođeno)

U sva tri slučaja ja volim da pitam:

- Da li imate primere aplikacija/sajtova koji vam se sviđaju ili ne sviđaju?
- Da li postoje konkurentske aplikacije/sajtovi na tom polju?
- Ko čini vašu ciljnu publiku? Da li njeni članovi imaju neke zajedničke demografske karakteristike, kao što su starost, pol ili lokacija?
- Koji su vremenski rokovi za završetak projekta i koliki je budžet?

Ponekad postavim još pitanja, pored ovih koja sam naveo. Upotrebite maštu i pokušajte da smislite neka kreativna pitanja koja će vam dati još dublji uvid u organizaciju klijenta. Ako ste programer, izbegavajte tehnički žargon. Ako ste dizajner, izbegavajte da pričate specifično o dizajnu. Naravno, možda je to jedino o čemu razmišljate, ali pričanje o semantičkim oznakama i prilagodljivim razmeštajima će, verovatno,

klijentu biti nerazumljivo. Još gore, ovakvi razgovori mogu doneti pogrešna dizajnerska mišljenja, pre nego što uopšte dođete u priliku da ozbiljno razmislite o dizajnu.

Istraživanje

Sledeća faza u procesu dizajna je da informaciju koju ste dobili od klijenta odnesete u svoju laboratoriju na analizu, disekciju i eksperimentisanje. Cilj je da u potpunosti sagledate sve informacije, proizvode i servise koje klijent ima u ponudi i da se poi-grate njima, da biste utvrdili kako možete da ih aranžirate. Stavite se u ulogu posetilaca veb sajta i zapitajte se šta ti ljudi traže. Ako razmišljate o kupovini proizvoda, šta bi trebalo da znate pre nego što ga kupite? Ako se pretplaćujete na servis, gde biste mogli da se upoznate sa različitim ponudama i niovima servisa koji su vam potrebni? Koji je najočigledniji naslov za stranicu X i koliko je koraka potrebno da se dođe do stranice Y?

U svetu veb dizajna, ovo je početak procesa poznatog kao **informaciona arhitektura**, ili skraćeno IA. Za velike veb sajtove i složene aplikacije, informaciona arhitektura je posao za čitavu karijeru, ali vodeći principi ovog polja mogu da pruže solidnu osnovu, čak i za najmanje web sajtove. Za istraživačku fazu našeg procesa, želimo da se fokusiramo na organizovanje sadržaja i toka web sajta u strukturu oko koje možemo da dizajniramo.

Dva nezaobilazna alata za ovaj zadatak su papir (ili školska tabla, ako je imate) i veliki blok samolepljivih listića za beleške. Napravite listu svih delova i parčića veb sajta i počnite da ih aranžirate u grupe i podgrupe. Najverovatnije će delovi često menjati mesta i tu stupaju na scenu samolepljivi papirići sa beleškama. Ako napravite belešku za svaku sekciju, podsekciju i stranicu sajta, moći ćete da ih rasporedite na zidu isto onako kako će se videti u navigaciji sajta. Želećete da izbegnete opterećivanje posetilaca suvišnim opcijama ali, istovremeno, nećete želeti da zakopate informaciju previše duboko unutar veb sajta - to jest, previše klikova udaljenu od početne stranice. Ne postoje čvrsta pravila za ovu aktivnost; samo se postarajte da se do informacija dolazi onoliko jednostavno i intuitivno koliko je to moguće.

Implementacija

Sad kad smo dobro razmislili kako želimo da organizujemo informacije na kojima radimo, korak implementacije u procesu dizajna počinje kreiranjem razmeštaja. Nezavisno od projekta, probajte da se ne oslanjate previše na tehnologiju vezanu za izgradnju veb sajtova - barem u početku. U ovom trenutku, nebitno je da li će veb sajt biti čist HTML, templejt za content management system, ili Ruby on Rails aplikacija. U suštini, mi imamo interfejs, koji bi trebalo da dizajniramo, i prazan list papira. „Papira?“ Tako je, papir. Da li ste stvarno mislili da ću vam već dozvoliti da sednete za vaš dragoceni računar? Nema šanse. Evo zašto: lako je izgubiti fokus sa dizajna ako o razmeštaju razmišljate ispred računara. Ako počnete da radite na papiru, možete da ignorirate tehnička ograničenja pretraživača i CSS-a i fokusirate se na to kako

želite da izgleda finalni proizvod. Možda mislite da svi dobri dizajneri nose na sobom tvrdo ukoričene sveske za skiciranje, u kojima koriste skupe markere i četkice, za dizajniranje Da Vinčijevskih renderovanja potencijalnih razmeštaja veb stranica. Što se mene tiče, ja koristim jeftinu svesku sa spiralom i bilo koji ispravan instrument za pisanje koji nađem na svom stolu.

Ja počinjem tako što skiciram nekoliko mogućih razmeštaja. Nakon što sam kreirao nekoliko, ja izaberem onaj koji mi se sviđa, pa uskočim u Photoshop i koristim Rectangle alatku kako bih kreirao blokove za područja koja sam označio na papiru. Nakon što sam definisao razmeštaj, ja eksperimentišem sa bojama za zadnji i prednji plan, sve dok ne kreiram solidnu šemu boja. Nastavljam da radim u Photoshopu sve dok, kao nekom čarolijom, ne dođem do kompozicije koju mogu da pokažem klijentu.

Jednostavno, zar ne? Dobro, možda sam preskočio nekoliko koraka u ovom kratkom opisu. Međutim, iskreno, kada me ljudi pitaju kako radim to što radim, obično dobiju ovakav odgovor. Istina je da posedujem mnogo podsvesnih informacija, stečenih prethodnim iskustvom i na časovima umetnosti i dizajna, koji su mi pomogli da definišem svoj proces dizajniranja.

Učenje dizajna je kao učenje programiranja. Samo neki ljudi imaju smisla za dizajn, ali svako može da ga nauči. Baš kao što postoji dobar kod i loš kod, isto tako postoji dobar dizajn i loš dizajn. Učenje nekih dizajnerskih principa i konvencija pomoći će vam da razumete razlike između dobrog, lošeg i ružnog, dok napredujete na putu formiranja sopstvenog procesa dizajniranja.

Definisanje dobrog dizajna

Postoje dva stanovišta sa kojih ljudi odlučuju da li je dizajn veb sajta „dobar” ili „loš”. Jedan ugao gledanja potencira striktnu upotrebljivost i fokusiran je na funkcionalnost, efektno predstavljanje informacija i na efikasnost. Druga perspektiva je estetska i procenjuje samo umetničku vrednost i vizuelnu lepotu dizajna. Neki ljudi se zaustave na estetici i grafici i zaborave na korisnika, dok se neki gurui upotrebljivosti izgube u korisničkom testiranju i zaborave na vizuelnu privlačnost. Da biste došli do ljudi i zadržali njihovo interesovanje, neophodno je maksimalizovati oba aspekta.

Najvažnija činjenica koju bi trebalo da imamo na umu jeste da je dizajn komunikacija. Ako kreirate veb sajt koji radi i dobro predstavlja informacije, ali je ružan, ili nije usklađen sa brendom klijenta, niko neće hteti da ga koristi. Isto tako, ako napravite prelep veb sajt koji je težak za korišćenje ili nepristupačan, ljudi će ga napustiti. Elementi i funkcionalnost završenog dizajna veb sajta trebalo bi da rade kao jedna kohezivna celina. Ispod su navedeni neki razlozi u prilog ovoj tvrdnji.

Korisnici uživaju u dizajnu, ali su privučeni sadržajem

Jedna od najvećih briga među profesionalcima koji su odgovorni za upotrebljivost je vreme koje je potrebno korisniku da skenira stranicu i pronađe informaciju koju traži, bez obzira na to da li je u pitanju deo sadržaja, link ka drugoj stranici ili polje forme. Dizajn ne sme da bude smetnja; on bi trebalo da bude provodnik od korisnika ka informaciji.



1-2. Tall, True and Tangled - priče putnika

Tall, True and Tangled¹, na slici iznad, je putnički video žurnal koji prati putovanje dve drugarice kroz Newfoundland i Labrador u Kanadi. „Tall, true and tangled” u naslovu se odnosi na priče koje Marlee i Mirella skupljaju tokom puta. Ova ideja oti-skivanja u veliku avanturu je pametno predstavljena u dizajnu, gde pogled iz ptičije perspektive na mapu prelepe Labrador uvale savršeno uokviruje kaligrafski logo. Ovaj logo zatim odlazi i postaje krivudavi put koji se spušta niz stranicu, zajedno sa

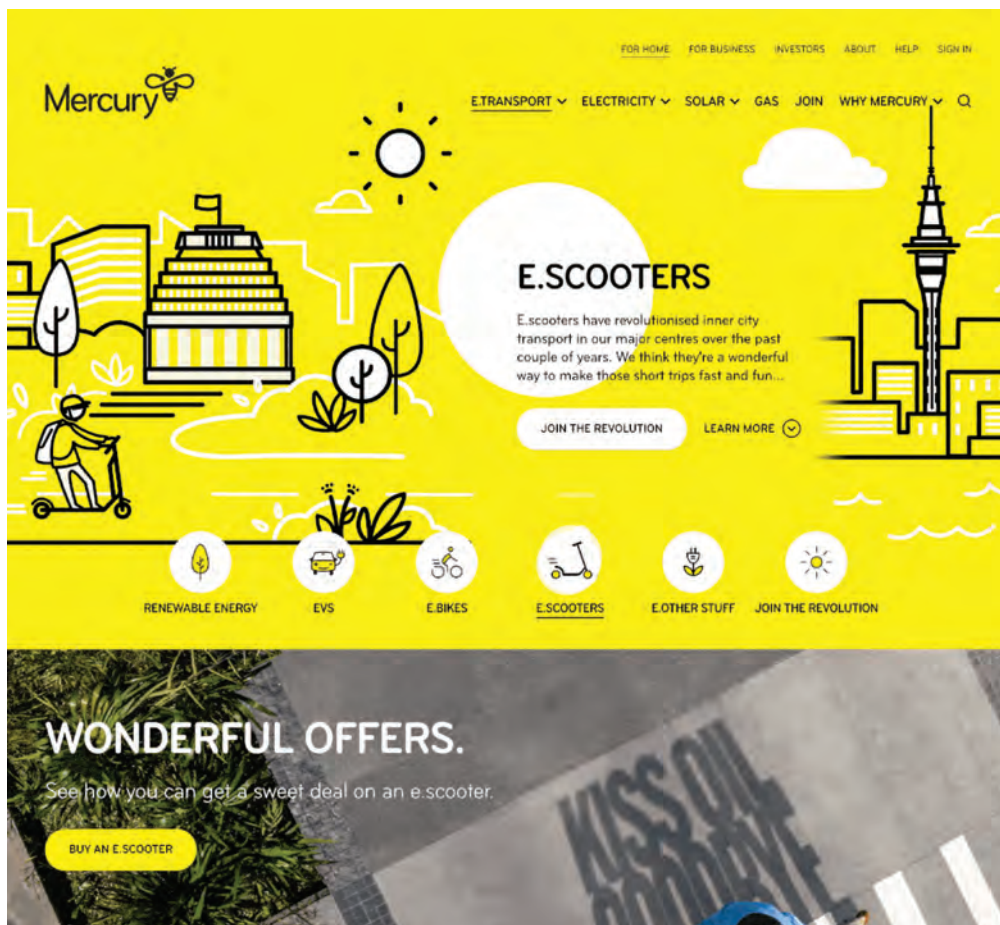
1 <https://talltrueandtangled.com/>

vama. Topografske konturne linije postaju ukusna dekoracija koja podržava temu put/mapa. Sve funkcioniše zajedno na takav način da navigacija na stranici izgleda kao da ste već krenuli na putovanje. Međutim, ovi dizajnerski ukrasi ni u jednom momentu ne skreću vašu pažnju sa odlične priče - u vidu teksta i videa - koju otkrivete dok skrolujete niz stranicu. Ovo je bogat, inventivan i zabavan dizajn.

Korisnici mogu lako da se kreću preko intuitivnog dizajna

Kasnije ćemo više pričati o postavljanju navigacije, ali blok glavne navigacije bi trebalo da bude jasno vidljiv na stranici i svaki link bi trebalo da ima opisni naslov. Struktura navigacije koja ne samo što menja izgled kada postavite kursor na nju, već indicira i aktivnu stranicu ili sekciju, pomaže korisniku da ustanovi gde se nalazi i kako da ode tamo gde želi da ode. New Zealand renewables tech company² trenutno prikazuje vašu lokaciju na **For Home**, **E.Transport** i **E-Scooter** u donjem primeru.

2 <https://www.mercury.co.nz/>



1-3. Pridružite se Električnoj Revoluciji

Sekundarna navigacija, polja za pretraživanje i linkovi koji vode van sajta ne bi trebalo da budu dominantne karakteristike stranice. Ako omogućimo ovim stavkama da se lako pronalaze i vizuelno ih odvojimo od sadržaja, mi omogućavamo korisnicima da se fokusiraju na informaciju - dok istovremeno i dalje znaju gde da gledaju kada požele da pređu na drugi sadržaj.

Korisnici prepoznaju svaku stranicu kao deo sajta

Čak i kada postoji velika razlika između razmeštaja početne stranice i ostatka sajta, kohezivna tema ili stil bi trebalo da postoji na svim stranicama sajta da bi se sačuvala celina dizajna. Prpratni sajt ruskog AZ Museum³ –a secka na razne načine svoj

³ <https://museum-az.com/en/>

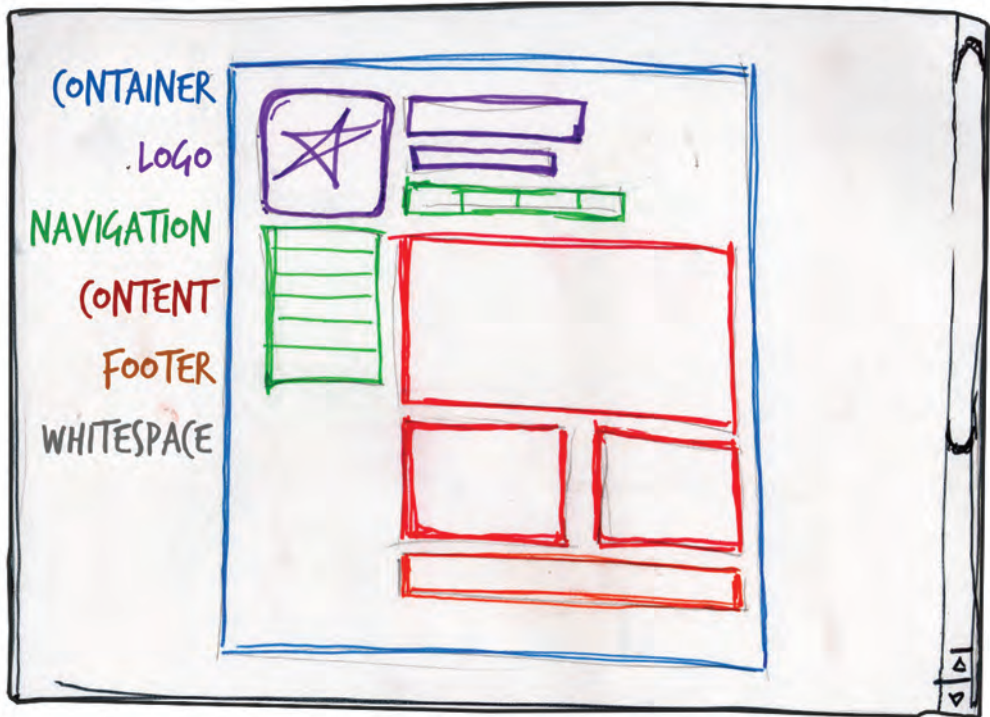
razmeštaj, ali nema šanse da se dezorjentišete, zahvaljujući jakoj navigaciji u prvom stupcu, koja krasi svaku stranicu.



1-4. Stranice veb sajta AZ Museum

Anatomija veb stranice

Čak i sa tačke gledišta nekoga ko nije dizajner, definisanje dizajna koji zadovoljava sve zahteve, a o kom sam prethodno pričao, jednostavan je zadatak. To je slično kreiranju fraze na vašem frižideru pomoću slova s magnetima. Iako postoji mnogo načina na koje možete da rasporedite slova, samo nekoliko rasporeda ima smisla. Magnetna slova su kao komponente, ili blokovi veb stranice. Iako broj ovih blokova zavisi od veličine i teme sajta, većina veb sajtova ima komponente navedene u nastavku.



1-5 Anatomija veb sajta

Hajde da pogledamo te komponente, jednu po jednu.

Kontejner blok

Svaka veb stranica ima kontejner. On može da bude u obliku `body` elementa stranice, ili u obliku `section` ili `div` elementa. Bez nekog kontejnera mi ne bismo imali mesto na koje možemo da stavimo sadržaj stranice. Elementi bi plutali izvan ivica stranice pretraživača i u prazan prostor. Širina kontejnera može da bude tečna, što znači da se on širi kako bi ispunio širinu prozora pretraživača, ili fiksna, tako da je sadržaj iste širine bez obzira na veličinu prozora pretraživača.

Logo

Kada dizajneri govore o identitetu, oni misle na logo i na boje koje postoje i koje se pojavljuju u različitim formama marketinga kompanije, kao što su vizitke, zaglavlja, brošure, i tako dalje. Blok identiteta koji se pojavljuje na veb sajtu trebalo bi da sadrži logo kompanije, ili ime, i da bude u vrhu svake stranice veb sajta. Blok identiteta povećava prepoznatljivost brenda, dok, istovremeno, informiše korisnika da su stranice koje gleda deo istog veb sajta.



Identitet nasuprot brendu

Mnogi ljudi koriste reči „identitet” i „branding” kao da su sinonimi.

Branding je širok pojam koji opisuje proces razvijanja svesti o kompaniji, proizvodu, ili servisu. Proces brendiranja uključuje reklamiranje, istraživanje tržišta, povratne informacije od kupaca i još mnogo toga. **Identitet** je podset brendiranja i bavi se samo vizuelnim aspektom brendiranja.

Navigacija

Od suštinske je važnosti da se navigacioni sistem veb sajta lako pronalazi i koristi. Korisnici očekuju da vide navigaciju odmah pri vrhu stranice. Bez obzira na to da li planirate da koristite vertikalne menije duž ivica stranice ili horizontalni meni popreko stranice, navigacija bi trebalo da bude onoliko blizu vrhu stranice koliko je to moguće. U najmanju ruku, sve stavke glavne navigacije bi trebalo da se pojavljuju „iznad preklopa”.



Preklop

Preklop je mesto gde se sadržaj stranice završava, pre nego što korisnici počnu da skroluju na dole. Ova metafora potiče od preklopa novina. Ako pogledate naslovnicu preklopljenih novina, većina naslova i najvećih vesti se pojavljuje u gornjoj polovini, tako da se najvažnije vesti mogu videti čim bacite pogled na preklopljene novine. Mesto preklopa na veb stranici zavisi od dimenzija prozora pretraživača i rezolucije ekrana korisnika.

Sadržaj

Sadržaj je kralj. Sadržaj se sastoji od teksta, slika i video snimaka koji se nalaze na web sajtu. Tipičan posetilac veb sajta će ući na sajt i otići za nekoliko sekundi. Ako posetioci ne mogu da nađu ono što traže, oni će nesumnjivo isključiti pretraživač, ili će otići na drugi veb sajt. Važno je da blok sadržaja bude fokusna tačka dizajna, tako da korisnici mogu da skeniraju stranicu u potrazi za informacijom koja im je potrebna.

Fusnota

Locirana u dnu stranice, fusnota obično sadrži informacije o autorskim pravima, kontakt, pravne informacije, kao i nekoliko linkova ka glavnim sekcijama veb sajta. Odvajanjem kraja sadržaja veb stranice od dna prozora pretraživača, fusnota ukazuje korisnicima da se nalaze na dnu stranice.

Beli prostor

Izraz **beli prostor** (ili negativni prostor) u grafičkom dizajnu se odnosi na bilo koje područje stranice bez slova ili ilustracija. Iako mnoge novaljnije veb dizajneri (i većina klijenata) imaju potrebu da ispune svaki centimetar veb stranice slikama, tekstovima, tabelama i podacima, prazan prostor na stranici je isto toliko važan koliko i sadržaj. Bez pažljivo isplaniranog praznog prostora, dizajn će izgledati zatvoren, kao kada je gužva u sobi. Beli prostor pomaže sadržaju da diše, tako što vodi pogled korisnika po stranici i, takođe, pomaže da se kreiraju ravnoteža i jedinstvo - dva važna koncepta o kojima ćemo detaljnije diskutovati kasnije u ovom poglavlju.

U ovom trenutku, mi smo obavili inicijalni sastanak sa gospodinom Smitom, našim izmišljenim klijentom i to je bilo korisno. On nam je detaljno objasnio svoj biznis i šta želi da njegov veb sajt postigne. Iako tek treba da vidimo sadržaj, mi možemo da upotrebimo standardne blokove anatomije veb stranice i počnemo da razvijamo razmeštaj. Iako se ostali blokovi specifični za veb sajt ugrađuju u mnoge razmeštaje veb sajtova, anatomija veb stranice nam služi da se postave uobičajeni blokovi.

Sada kada imamo tu informaciju, kako možemo da je upotrebimo da bismo kreirali osnovni razmeštaj za Smith servise?

Vreme je da se pozabavimo teorijom mreža.

Teorija mreža

Većina ljudi kada razmišlja o mrežama, misli na arhitekturu i inženjerstvo. Međutim, mreža je važan alat i u grafičkom dizajnu, a upotreba mreža u dizajnu veb sajtova je doživela eksplozivnu popularnost tokom godina.

Korišćenje mreže je više od jednostavnog kreiranja kvadratnih elemenata na kvadratnoj stranici i njihovog poravnavanja. Tu na scenu stupa teorija upotrebe mreža. Mnogi istoričari umetnosti smatraju da je holandski slikar Piet Mondrian otac grafičkog dizajna, zbog njegove sofisticirane upotrebe mreža. Međutim, klasična teorija mreža je uticala na napore uspešnih umetnika hiljadama godina. Koncept deljenja elemenata kompozicije ide u prošlost sve do matematičkih ideja koje je sa svojim sledbenicima ustanovio Pitagora, koji je takođe definisao brojeve kao proporcije, umesto kao pojedinačne elemente.

Pitagorejci su posmatrali matematičke obrasce koji su se toliko često pojavljivali u prirodi da su oni verovali da su božanski inspirisani. Obrazac koji su uočili su nazvali zlatni presek ili božanske proporcije. Osnovna ideja je ilustrovanu u nastavku.



1-6. Zlatni presek

Linija može da se podeli korišćenjem zlatnog preseka tako što se njena dužina podeli brojem 1.62. Ovaj magični broj 1.62 je, u stvari, 1.6180339..., iracionalni broj koji je obično predstavljen sa Φ (izgovara se „fi”). Objašnjavanje matematike upotrebijene da bi se došlo do ovog broja je suviše komplikovano za ovu diskusiju i neće vam pomoći da budete bolji dizajner, zato ću vas poštediti detalja. Pored toga, moja matematika je malo zardala.

Pa kakve veze ima ovaj presek sa grafičkim dizajnom? Generalno gledano, kompozicije podeljene linijama koje su proporcionalne zlatnom preseku se smatraju estetski lepim. Umetnici Renesanse su koristili božansku proporciju za dizajniranje svojih slika, skulptura i arhitekture, baš kao što dizajneri danas često koriste ove proporcije za kreiranje razmeštaja stranica, postera i brošura. Umesto da se oslanjaju na umetničku procenu, božanske proporcije nam daju logičke vodilje za kreiranje lepih razmeštaja.

Aloa kaktus na slici dole⁴ je primer zlatnog preseka u prirodi. Povećanje svakog sledećeg reda šiljaka kaktusa kreira savršenu ravnotežu između lokacija šiljaka i izloženosti suncu.

4 Fotografija: Aloe Polyphylla: J Brew, 2005, <https://flickr.com/photos/brewbooks/184343090>



1-7 Aloe polyphylla: Zlatni presek u prirodi

Zlatni presek cveta u dobrom dizajnu. Filmski poster i kao ovi prikazani u nastavku pokazuju kako se zlatni presek može istovremeno upotrebiti za deljenje platna i za pozicioniranje fokusnih tačaka. Imajte na umu da su ovo korisne vodilje, a ne zakoni koji se ne smeju prekršiti. Ghostbusters poster očigledno koristi zlatni presek za određivanje veličine i pozicioniranje crvenog kruga grafike, ali su dizajneri morali čitav taj deo da pomere malo desno, da bi balansirali ruku koja izlazi sa leve strane. Da su stavili crveni krug u savršeni centar, dizajn bi izgledao neuravnotežen.

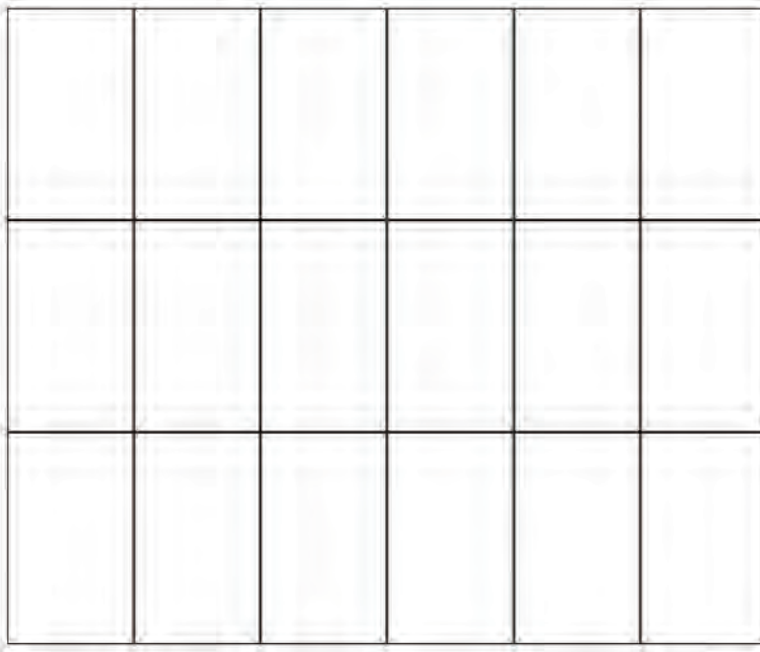


1-8 The Usual Suspects i Ghostbusters filmski posteri koriste zlatni presek u svojim razmeštajima

Pravilo trećina

Pojednostavljena verzija zlatnog preseka je **pravilo trećina**. Kod pravila trećina linija deli zlatni presek na dve sekcije, od kojih je jedna duplo veća od druge. Deljenje kompozicije na trećine je lak način da se primeni božanska proporcija bez upotrebe kalkulatora.

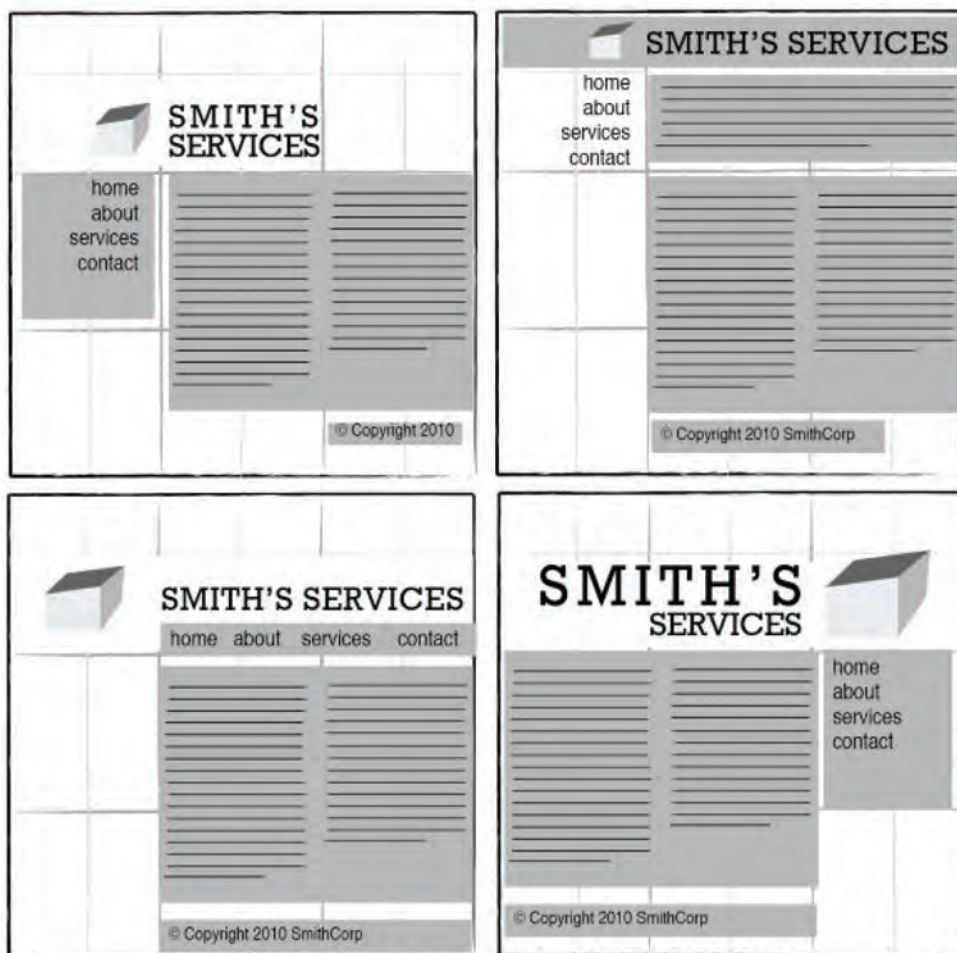
Za brzo eksperimentisanje razmeštajima ja volim da počnem na papiru, pomoću olovke, crtanjem gomile mreža zasnovanih na pravilu trećina. Samo nacrtajte pravougaonik, podelite ga na trećine horizontalno i vertikalno, zatim izvucite liniju između svake vertikalne linije da biste kreirali šest stupaca, kao što je prikazano na slici ispod.



1-9 Jednostavna mreža

Sa ovom jednostavnom mrežom na mestu, mi možemo da počnemo da razmeštamo naše elemente. Ovo se obično zove „žičana mreža”. **Žičane mreže** su jednostavne skice ili razmeštaji u kojima dizajnirate blokove sadržaja i određujete njihove pozicije na stranici. Žičane mreže su izuzetno korisne zato što možete brzo i lako da pomerate elemente okolo. Najveći, spoljni pravougaonik predstavlja kontejner o kom smo pričali u odeljku pod nazivom „Anatomija veb stranice”. Kada koristim ovaj metod dizajna razmeštaja, ja volim prvo da postavim najveći blok. Obično taj blok predstavlja sadržaj.

U mojoj prvoj pravilo-trećina mreži, postavljam blok sadržaja unutar dve trećine razmeštaja, dole desno. Sledeće, postavljam blok navigacije u srednju trećinu levog stupca. Zatim postavljam tekstualni deo bloka identiteta preko leve strane sadržaja, a slikovni deo bloka identiteta preko menija. Konačno, uguram blok o autorskim pravima ispod sadržaja, u desni stupac mreže. Tako sam za rezultat, od moguća četiri razmeštaja prikazana dole, dobio razmeštaj koji se nalazi gore levo.



1-10. Četiri razmeštaja u mreži koji prate pravilo trećina

Ove inicijalne skice obezbeđuju brz uvid u to koji opšti pristupi kreiranju razmeštaja mogu da budu dobri za vaš veb sajt. Međutim, nema razloga da tu stanete. Rast popularnosti dizajna zasnovanog na mreži na Internetu je inspirisao mnoge članke i alate za dizajniranje veb sajtova.

CSS radni okvir

CSS radni okvir je CSS sistem koji je razvijen da održava strukturu mreže veb sajta. Većina modernih CSS radnih okvira je zasnovana na mreži od dvanaest stupaca, najviše zbog raznovrsnosti širine stupaca koju nudi, pošto dvanaest može da se deli

sa 1, 2, 3, 4, i 6. Foundation⁵, Bootstrap⁶, Bulma⁷ i TailwindCSS⁸ su sve radni okviri zasnovani na dvanaestostupačnoj mreži - mada mogu da se modifikuju na bilo koji broj stupaca.

Ja obično počinjem dizajniranje na 12-stupačnoj skici kako bih olakšao tranziciju sa mojih skica na radni prototip. Dok eksperimentišete raznim kombinacijama svog razmeštaja, koristite stupce mreže koju ste izabrali kao vođice, za poravnanje blokova identiteta, navigacije, sadržaja i fusnote. Bićete u velikom iskušenju da rasporedite sve elemente unutar jednog ili dva bloka, ali izbegavajte to, pošto vizuelno nije mnogo privlačno. Umesto toga, pokušajte da postavite neke elemente u druge stupce, ili skroz izvan mreže.

Jedna od najčešćih zamerki koju ćete čuti od novih dizajnera je da mreža daje dizajn koji je previše kockast i ograničen. To je varka. Mreže mogu uvek da predlože dobre pozicije za postavljanje elemenata i nema razloga da se osećate ograničenim.

Pogledajte dizajn za The Collective⁹ radne/životne prostore (ispod). Dizajn koristi mnogo organskih oblika i fotografskih maski za kreiranje interesantnog tekućeg razmeštaja sa vrlo malo kockastih ivica. Međutim, postavite mrežu od 14 stupaca preko ovog dizajna i struktura u njegovoj osnovi postaje jasna. Dva spoljna stupca su oslobođeni teksta, ostavljajući mrežu od 12 stupaca da podeli preostali prostor. Postoji mnogo reda i strukture u ovom dizajnu, ali je stručno sakriven kada se ne vidi mreža.

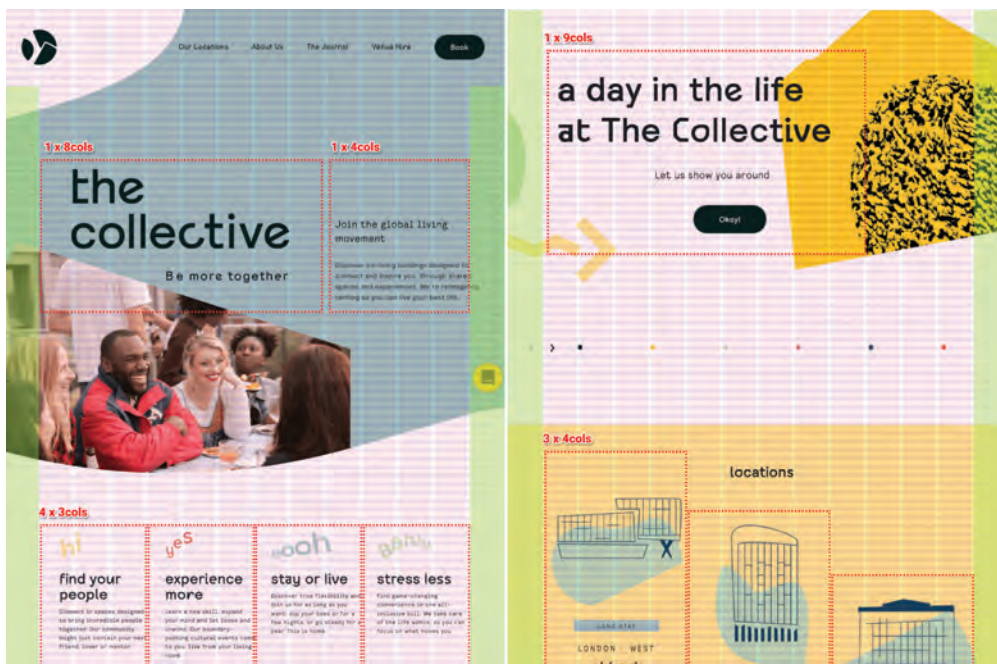
5 <http://get.foundation/>

6 <http://getbootstrap.com/>

7 <https://bulma.io/documentation/>

8 <https://tailwindcss.com/>

9 <https://www.thecollective.com/>



1-11. The Collective radni/životni prostori dobro skrivaju svoju mrežu

Obratite pažnju na to da su i kod prirodno pravougaonih područja, dizajneri koristili vertikalno pomeranje i nepravilne pozadinske oblike da bi kamuflirali blokove.

Da citiramo Josef-a Müller-Brockman-a, pionira grafičkog dizajna (i autora knjige Sistemi mreža u Grafičkom Dizajnu)¹⁰:

Sistem mreže je ispomoć, ne garancija. On dozvoljava veliki broj mogućih upotreba i svaki dizajner može da traži rešenje u skladu sa svojim stilom. Ali, to znači da dizajner mora da nauči da koristi mrežu: to je umetnost koja zahteva praksu.

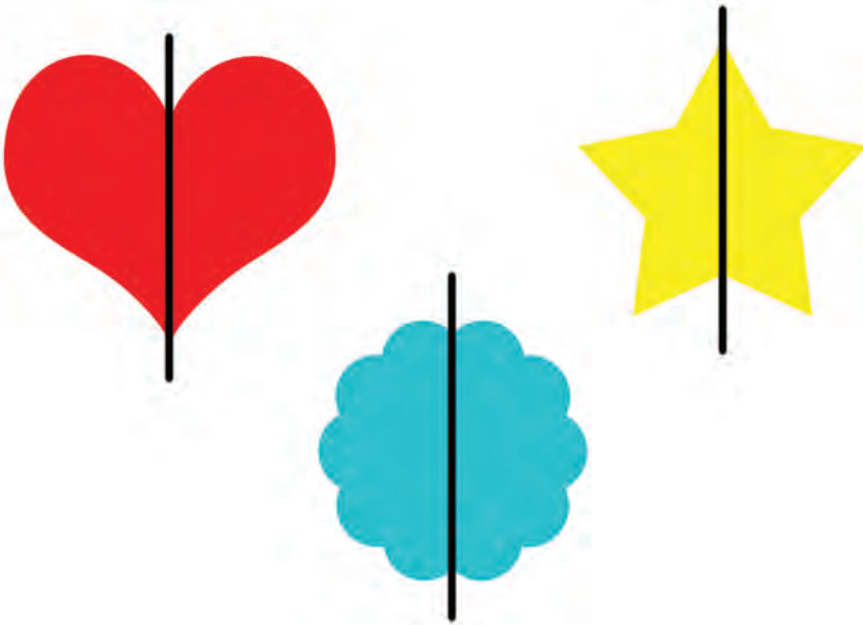
Čežnja koju osećamo prema strukturi, mrežama i idealnim proporcijama je ugrađena duboko u ljudsku prirodu. Razmeštaj koji ne izgleda „baš kako treba” obično može da se popravi pomeranjem elemenata po mreži ili promenom njihove veličine. Zato, ako razmeštaj ne valja, nastavite da eksperimentišete. U jednom momentu, svi elementi će da kliknu na mesto i vi ćete zvuk pređenog nivoa na Tetrisu čuti u svojoj glavi. Dostići ćete ravnotežu.

¹⁰ Josef Müller-Brockmann, The Graphic Artist and His Design Problems, Arthur Niggli Ltd, Switzerland, 1961, p92

Ravnoteža

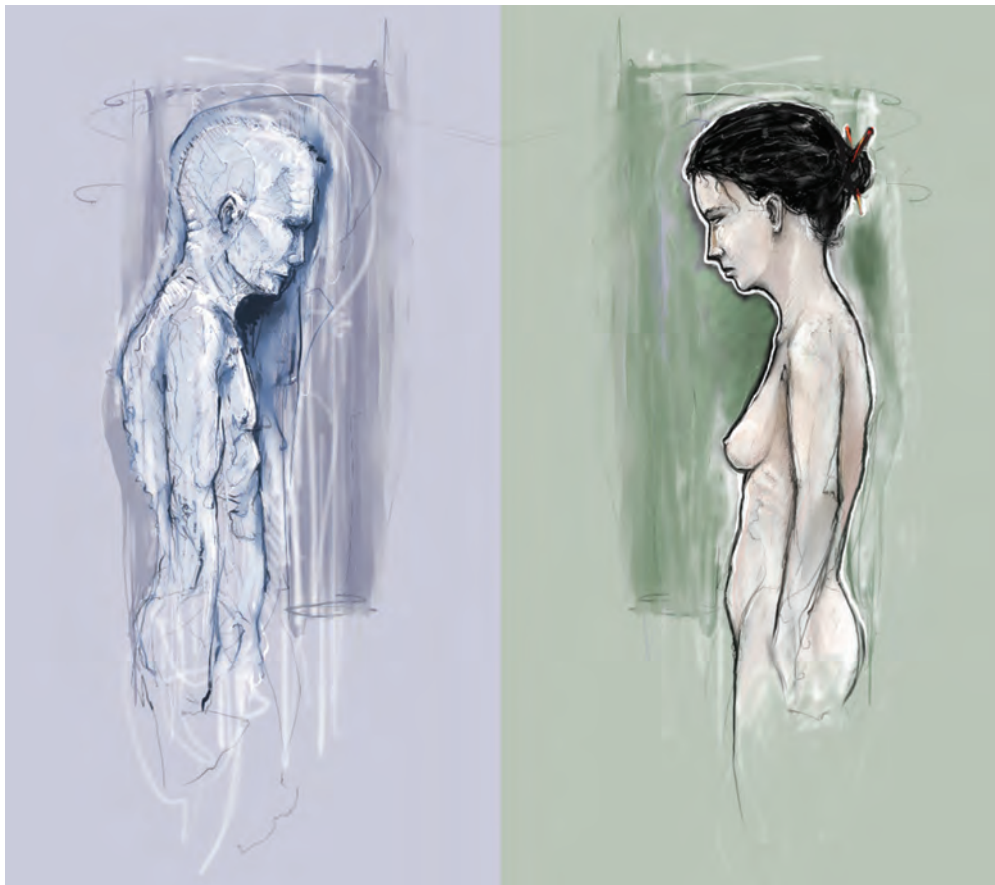
U figurativnom smislu, koncept vizuelne ravnoteže je sličan fizičkoj ravnoteži koju ilustruje klackalica. Baš kao što fizički objekti imaju težinu, tako je imaju i elementi razmeštaja. Ako su elementi na obe strane razmeštaja iste težine, oni stvaraju ravnotežu. Postoje dva glavna oblika vizuelne ravnoteže: simetrična i asimetrična.

Simetrična ravnoteža



1-12. Primeri simetrične ravnoteže

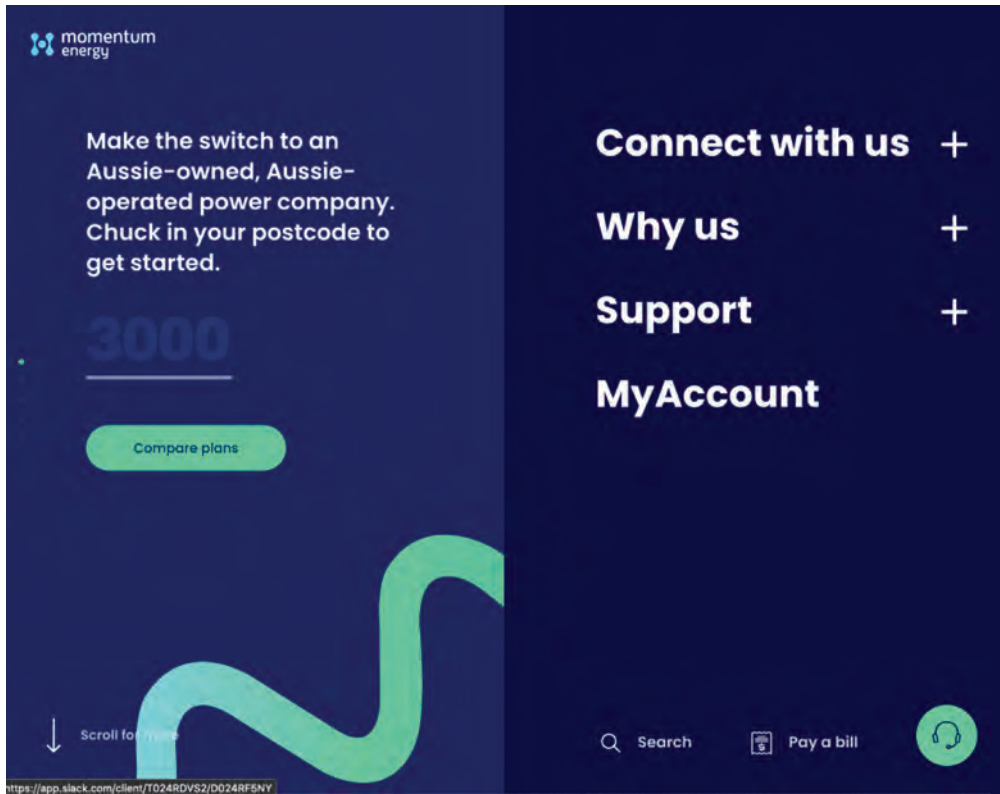
Simetrična ravnoteža, ili formalna ravnoteža, se javlja kada su elementi kompozicije isti na obe strane linije osovine, kao što je dole prikazano. Digitalna slika Contemplation David-a Lanham-a, prikazana dole, dobro ilustruje ovaj koncept. Obratite pažnju na to kako figure muškarca i žene imaju sličnu poziciju i proporciju. Čak i osenčeni praovugaonici u pozadini reflektuju jedan drugog.



1-13. Simetrična ravnoteža: Contemplation, David Lanham

Iako možda nije praktičan za sve dizajne i klijente, ovaj tip ravnoteže - koji se zove **horizontalna simetrija** - može da se primeni na razmeštaje veb sajtova centriranjem sadržaja ili balansiranjem između jednakih stupaca. Momentum Energy¹¹ je interesantan primer upotrebe simetrije za balansiranje njihovog dvostrukog cilja, prodaje i podrške. Obratite pažnju kako su na slici dole podelili ekran između slogana/CTA (prodaja), sa leve strane, i glavne navigacije (podrška), sa desne strane. Još interesantnije je to što je tekst navigacije najveći na ekranu. Ovo je nekonvencionalan dizajn - možda čak i neugodan - ali pretpostavljam da je u pitanju ozbiljan pokušaj da se smanje troškovi telefonske i e-mail podrške.

11 <https://www.momentumenergy.com.au/>



1-14. Momentum Energy

Dva druga oblika simetrične ravnoteže se manje koriste u dizajnu veb sajtova, zahvaljujući prirodi medija. Međutim, često se koriste u dizajnu logoa i štampe.

- **bilateralna simetrija**, koja postoji kada se kompozicija balansira na više osa
- **radijalna simetrija**, koja se javlja kada se elementi nalaze na jednakoj udaljenosti od centralne tačke