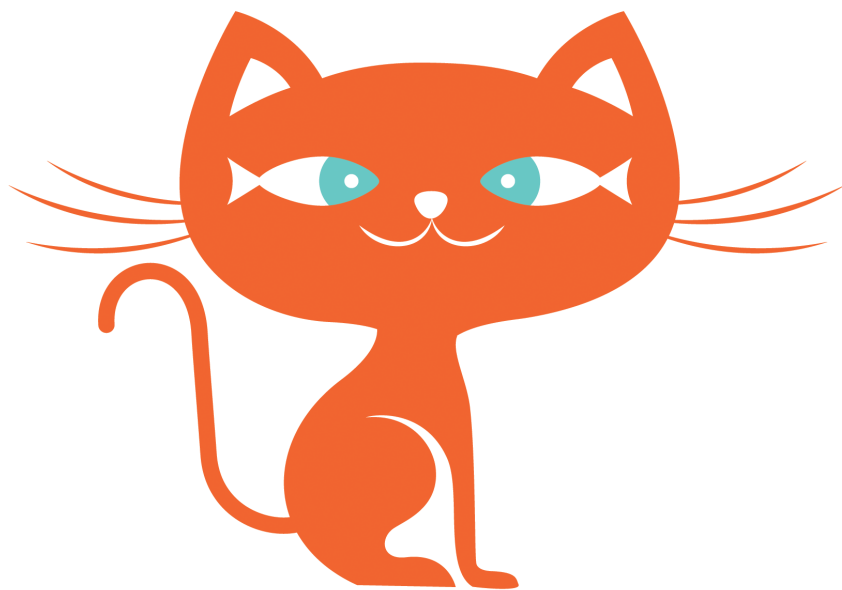
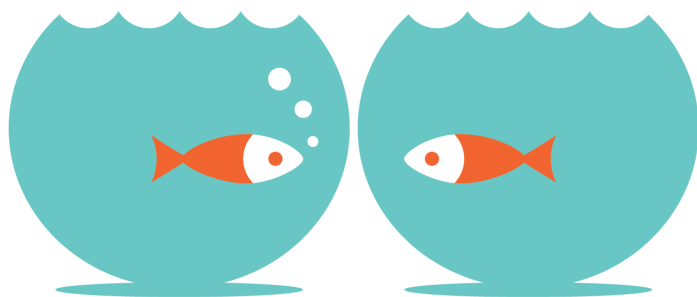


POGLAVLJE 2

Vidljiv nasuprot nevidljivog dizajna

Francisco Inchauste



Čemu je posvećeno ovo poglavlje: Uočavanje nevidljivog u dizajnu. Dizajniranje na način na koji misle korisnici. Mentalni modeli. Pretrpan i jednostavan dizajn. Dizajniranje šablona i vodilja u interfejsu.

U današnje vreme se dizajn fokusira na detalje. Detalji su sve one male stvari koje nam puno znače. Možemo da potrošimo mesece i godine na jednom projektu, a da, pri tom, možda podešavamo sitnije detalje u vezi sa prikazivanjem slova ili radimo sa izazovnim odeljenjima ili klijentima čija motivacija ne mora da bude prevashodno fokusirana na krajnjeg korisnika. Činjenica je da bilo koja web stranica ili aplikacija može mnogo da nam znači. To što ćemo je učiniti najboljom mogućom daje nam podsticaj za dalji rad. Naravno, svako ima određene sitne detalje kojima se ponosi, a mi dizajneri i programeri korisničkog interfejsa razvijamo „lice“ web stranice ili aplikacije da bude mnogo lepše nego što je bilo pre nego što smo pristupili njenom razvoju. Međutim, ponekad smo toliko usmereni na sitnije detalje u samom dizajnu da ne primećujemo krupnije elemente. Ovaj deo dizajna je zaboravljen. On je postao nevidljiv.

Mi i ne shvatamo da određeni deo čak i nedostaje, i to onaj koji je vitalan za efektivni dizajn. Prilikom razvoja interfejsa radimo sa onim informacijama koje možemo da dobijemo o korisnicima, kao i sa idejama u vezi sa osnovama korisnosti i stila korisničkog interfejsa. Ipak, bez jasne ideje šta radimo, mi, zapravo, „lutamo u mraku“, u potrazi za prekidačem koji će omogućiti „osvetljavanje“ našeg dizajna. Možda ne shvatamo šta radimo; u stvari, možda dobijamo određeni podstrek od drugih osoba, uključujući konkretnog klijenta. Međutim, ukoliko ti ljudi ne shvataju da nedostaje odgovarajući deo, pohvale su beskorisne. Ne možemo biti dobri dizajneri ukoliko samostalno ne shvatimo značaj nevidljivog dizajna.

Da bismo prepoznali nevidljivi dizajn i razumeli kako se on kreira, potrebno je da na drugi način sagledamo svet koji nas okružuje. Neophodno je da otvorimo svoj um za ideju koja definiše dizajn ne samo kao nešto što možemo da vidimo, već i ono što ne možemo da vidimo. Dizajn je konstanta u našim životima. On nas okružuje i u svakodnevnom smo kontaktu sa njim. Knjiga koju trenutno čitate je dizajnirana na osnovu određenih kriterijuma i estetskih normi. Možda ste poželeti da je prelistate da biste pregledali tipografiju, izbor boja i način organizovanja sadržaja. Ono što možda niste detaljnije razmatrali su dimenzije ove knjige i tehnika korićenja, a to su, svakako, veoma značajni elementi samog dizajna knjige.

„Za mene, dobar dizajn podrazumeva što je moguće manje dizajna“.

Dieter Ram

Definisanje dizajna je veoma teško, zato što je on subjektivnog karaktera. Može da egzistira i u formi apstraktnog koncepta, ali i kao nešto konkretno, kao što je izlazni rezultat nekog projekta. U suštini, on ne poznaje granice, a njegova definicija zavisi od konkretne industrije. Na primer, modni dizajner razmatra tekstil i možda želi da na specifičan način diferencira svoj izraz u odnosu na druge dizajnere, dok dizajner enterijera može da kreira okruženje koje u prvi plan ističe komfor i koje odlikava stil i ukus vlasnika.¹

Osnovni principi i tehnike u vezi sa formiranjem vidljivog sloja dizajna u alatima kao što je Photoshop široko i detaljno su opisani u brojnim knjigama i mrežnim tutorijalima. Dizajn se obično tretira samo kao ono što možemo da vidimo – vizuelni i primarno umetnički medijum komunikacije. Međutim, nevidljivi deo dizajna može se javiti u nekoliko oblika. Razmotrimo, na primer, džep na vašim farmericama. On ima odgovarajuće dimenzije i oblik. Vaš novčanik je, takođe, napravljen u određenoj veličini i obliku, tako da može da stane u vaš džep. Niko o tome ne razmišlja sve dok ne pokuša da stavi novčanik u džep koji je isuviše mali (ili je možda novčanik isuviše veliki). U ovoj situaciji neko zbog određenih razloga nije sledio uspostavljeni šablon dizajniranja.

Slično tome, ukoliko dizajniramo određenu web stranicu ili aplikaciju, ne krećemo (i ne bi trebalo da krećemo) od početka. Krećemo od određenih šablona, a neophodno je da razumemo njihova ograničenja da bismo kreirali efikasna rešenja i korisnička iskustva. Prilikom razmatranja mogućnosti promene određenog konkretnog šablona, neophodno je da se pitamo da li se udaljavamo od naših korisnika. Ukoliko ignorišemo ovo pravilo, da li ćemo doći do nekog novčanika koji ne može da stane u milione džepova na farmericama? Osim toga, ukoliko kreiramo dizajn koji je nevidljiv, da li je to u suprotnosti sa ustaljenom estetikom?

U ovom poglavlju razmatramo balans između vidljivog i nevidljivog dizajna. On omogućava nam da dizajniramo efektivne i smislene interfejsne za web stranice i aplikacije.

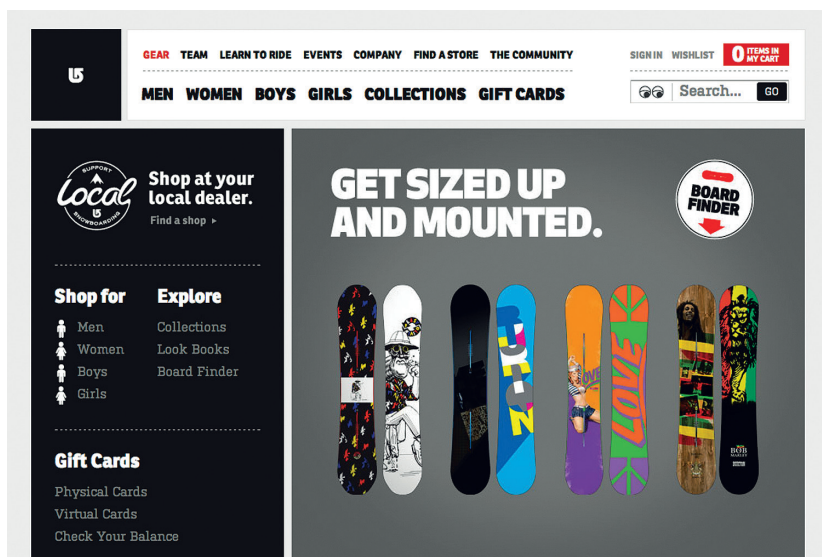
1 Heskett, John, „Čačkalice i logoi: Dizajn u svakodnevnom životu“, Oxford University Press, 2003.

Videti nevidljivo

„Dobar dizajn, kada se dobro primeni, postaje potpuno nevidljiv. Vidljiv je jedino kada primetimo da je loše primenjen.“

Jared Spool

Nazivati dizajn „nevidljivim“ izgleda kao protiviti se samoj prirodi dizajna, pošto ga smatramo veoma moćnim vizuelnim medijumom. I dizajniranje u kontekstu interakcija je još jedan dodatni sloj složenosti. Korisnički interfejs nije samo statička grafika ili poruka; to je proizvod koji ljudi koriste. Većina ljudi ne posećuje web stranicu ili ne koristi određenu aplikaciju da bi se divila vizuelnom dizajnu (osim ukoliko je reč o određenom dizajneru). Oni imaju određena očekivanja i određene ciljeve - ukoliko ih ne ostvare na pravi način (u okviru nekoliko sekundi kada je reč o web stranicama), nastavljaju dalje. Zbog toga, dizajn mora da omogući jednostavno lociranje informacija koje su od značaja i da privuče pažnju korisnika tako da on poželi da ostane i pristupi dodatnom sadržaju.²



Burton Snowboards omogućava korisnicima da se lepo osećaju u toku kupovine. Interakcije su precizno definisane, a interfejs je prost i organizovan. Zajedno, dizajn i sadržaj formiraju zaista ubedljivu priču o ovom brendu: <http://global.burton.com>

2 Cooper, Alan, „O izgledu 3: Suština dizajniranja interakcija“, Wiley, 2007.

Izazov se ogleda u tome da je ono što se smatra opštom percepcijom dizajna, zapravo, pogrešno: većina poslovnih ljudi smatra da je uloga dizajnera da kreiraju specifičan sloj u obliku „kože“, obavezujući ih da kreiraju nešto što će „privući pažnju“, atraktivnu glazuru i ništa više od toga. Dizajn je, ipak, nešto više od toga, naravno. Dizajniranje interakcija se često opisuje kao funkcija uspostavljanja veze. Nevidljivi dizajn se dvojako posmatra: kao kombinacija forme koja ima smisla za korisnika i funkcije koja je, sama po sebi, intuitivna. Da biste u potpunosti razumeli koncept nevidljivog dizajna, neophodno je da se osvrnemo na evoluciju ljudi.

Postoje interfejsi koji se opisuju kao „intuitivni“: „Ova akcija ne deluje dovoljno intuitivno“ ili „Interakcije u ovoj aplikaciji su veoma intuitivne“. To se najjednostavnije može definisati kao „jednostavno za učenje ili korišćenje“. Zapravo, intuitivnost podrazumeva da nešto ne zahteva dodatno razmišljanje korisnika da bi bilo korišćeno. Možete da kažete da je intuitivan, ili čak nevidljiv interfejs, zapravo, idealan interfejs. Primer može da bude svetleća crvena lampa sa glasnim zvukom upozorenja, što vas automatski asocira na upozorenje određenog tipa. Pravo značenje će, naravno, zavisiti od konkretnog konteksta.

Dizajn je vremenom evoluirao sa ljudskom vrstom. U jednom trenutku se zasnivao samo na osnovnim potrebama ljudi, a, zahvaljujući napretku, danas koristimo objekte koji se nalaze svuda oko nas. Razmotrimo nešto jednostavno, kao što je voda za piće. Čovek je najpre skupljao dlanove i zahvatao vodu za piće. Školjka je identičnog oblika kao skupljene ruke, ali je fiksirana i nepropusna, tako da je njeno korišćenje dovelo do značajnog poboljšanja.

Kasnije su ljudi počeli da prilagođavaju objekte da bi rešili određene probleme. Počelo se sa dizajniranjem i kreiranjem alata koji su bili korisniji od onoga što je moglo da se pronađe u prirodi. Kreirani su ne samo fizički (odnosno vidljivi) alati, kao što su čekići i dleta, već i apstraktni (nevidljivi) alati, kao što je jezik za sporazumevanje. Definisanje atributa značenja i izražavanje složenih misli predstavlja možda najvažniji dizajn koji je kreirala ljudska vrsta. Ovaj „mentalni alat“ omogućava da izrazimo svoje ideje, delimo svoje znanje i sačuvamo rezultate za buduće generacije.³

Ova evolucija dizajna je u potpunosti nesvesna za nas danas. Mi ne razmišljamo ni sekundu prilikom pisanja poruke koja se šalje elektronskom poštom. Ne razmišljamo

3 Heskett, John, „Četkice za zube i logoi: Dizajn u svakodnevnom životu“, Oxford University Press, 2003.

ni o korišćenju gramatike ili o poreklu reči koje pišemo. Pijuckanje kafe iz šolje u toku radnog vremena takođe odslikava ovu skrivenu evoluciju dizajna.

Iteracije su zahtevale oblikovanje ručice i izbor odgovarajuće glazure, a to je za nas potpuno nevidljivo. Mi ne razmatramo ovaj dizajn sa „estetskog“ stanovišta. To prevazilazi formu i funkciju. Šoljica za kafu je deo naših života i tretiramo je kao nešto što je oduvek postojalo. Ukoliko bi se šablon na neki način uništio – recimo, ukoliko bi ručica bila okrenuta bočno, primetili bismo da je reč o promeni dizajna.

Dizajn koji je opisan u daljem tekstu postaće potpuno nevidljiv budućim generacijama. Dizajn web sadržaja je veoma mlad u svom „životnom ciklusu“. Tek je započeto kreiranje procesa koji su neophodni za efektivno dizajniranje i razvoj web stranica i aplikacija. Kao dizajneri, možemo da se osećamo kao neko koga je klijent angažovao da za njega kreira nešto sasvim novo i originalno da bi on se razlikovao od svojih konkurenata. Kombinacija mladosti naše industrije, slabo uspostavljenih i pogrešno interpretiranih dizajnerskih vodilja i pritiska koji vrše klijenti na dizajnere uzrok je brojnih loših rešenja. Određena pravila i dizajnerski šabloni vode poreklo iz perioda pre eksplozije popularnosti web stranica. Dizajniranje interakcija vodi poreklo od interakcije između ljudi i računara (*eng.* human-computer interaction; skraćeno, HCI), odnosno grafičkog dizajna. Razumevanje procesa korisničkog iskustva (UX) i šablona koji su uspostavljeni i koje podrazumevaju korisnici veoma je značajno. Pošto sada znamo malo više o ovom nevidljivom sloju dizajna, šta reći o vidljivom sloju? Vizuelni efekti podstiču određenu emocionalnu reakciju i oblici ponašanja su sasvim drugačiji od dizajna koji jednostavno proističe iz odgovarajućeg iskustva.

Sučeljavanje sa interfejsom

Kao kada nekoga sretnete prvi put, prvi utisak koji ostavlja određena web stranica ili aplikacija je veoma važna. Nekoliko inicijalnih sekundi i minuta razgledanja značajno oblikuju odnos između korisnika i kompanije. Većina preduzeća ulaže dosta vremena i sredstava na brendiranje i definisanje identiteta. Vremenom, dobar brend postaje privlačan i pravi razliku u odnosu na konkurenciju. Iako su vodilje za vizuelno brendiranje često značajno udaljene od samog biznisa, neophodno je da budu razmatrane u odnosu na celokupno iskustvo. Ukoliko određeni elementi brendiranja utiču na korisnike i kvare interfejs, onda će naškoditi brendu.⁴

4 Cooper, Alan, „O izgledu 3: Suština dizajniranja interakcija“, Wiley, 2007.

„Sve treba da se napravi tako da bude najjednostavnije moguće, a ne samo jednostavnije“.

Albert Einstein

Jednostavnost je ključna u kreiranju interfejsa koji ne osujećuje korisnike u ostvarivanju njihovih ciljeva i omogućava im da se prijatno osećaju. Ipak, jednostavnost nije apsolutna veličina. Najznačajniji deo interfejsa ili iskustva je sam korisnik. Bez korisnika, aplikacija ili web stranica gube svoje značenje i svoju namenu. Lepota reči koje je izgovorio Albert Einstein ogleda se u delu „a ne samo jednostavnije“. Predlog doktora da se prikazuju vitalne informacije o pacijentu ne treba pojednostavljivati samo da bi se nešto uradilo što jednostavnije. Suštinski elementi ne smeju biti izostavljeni. Za prosečnu osobu, predlog može delovati zbunjujuće, ali za korisnika (odnosno doktora) to je idealna količina informacija koja se predstavlja.

Ponekad je jednostavnost precenjena. Ljudi žele moć i funkcionalnost za svoje proizvode. Verovatno vam se sviđa složena slika zalaska sunca sa slojevima boja, svetlosti i oblaka koji se nalaze na nebu svetloplave boje. Kupovinu u svakodnevnom životu obavljamo tako što poredimo proizvode i utvrđujemo koji od njih pruža veću funkcionalnost koja nam je neophodna. Plaćanje za nešto što pruža više čini nas zadovoljnijim. U određenim kulturama preferiraju se proizvodi koji su složenije prirode. Složeno ne znači i zbunjujuće. Složenost zavisi od konkretnog korisnika i njegovog nivoa znanja. Ukoliko uvedete pilota u pilotsku kabinu, interfejs ima smisla za njega; neko ko nije utreniran prilično bi se zbunio i sve bi delovalo prilično nejasno. Jednostavnost se potpuno pogrešno interpretira kao „lako za korišćenje“. Identifikovana jednostavnost ili složenost interfejsa web stranice menja se zavisno od toga ko su njeni primarni korisnici.⁵

Kreiranje dizajna koji je nevidljiv ne znači da je vizuelni efekat dizajna (ili ono što privlači pogled korisnika) manje značajan; samo je neophodno da bude merljiv. Nekoliko studija je pokazalo da što se više pažnje posvećuje estetici u samom interfejsu, korisnici jednostavnije koriste funkcije koje im stoje na raspolaganju.⁶ Razumevanje korisnika i uspostavljanje određenog toka koji im pomaže prilikom postizanja njihovih ciljeva je veoma značajno.

5 Harris, Tom, „Na koji način funkcioniše plazma ekran“, How Stuff Works, <http://electronics.howstuffworks.com/plasma-display.htm>

6 Noam Tractinsky, „Estetika i odgovarajuća korisnost: Empirijska procena kulturnih i metodoloških aspekata“, <http://www.sigchi.org/chi97/proceedings/paper/nt.htm>

Međutim, ovi napori će biti kratkog daha ukoliko se interfejsom jasno ne definišu sve akcije koje mogu da se izvrše, i to primenom prikladnog sloja za vizuelizovanje. Dizajniranje interfejsa zahteva razumevanje brojnih povezanih oblasti - jedna od njih je i vizuelni medijum.

Profesionalni dizajneri i umetnici treba da imaju poznavaju fundamentalne vizuelne i grafičke principe, kao što su boja, kompozicija i kontrast. Iako su dizajn i umetnost međusobno čvrsto povezani u vizuelnom sloju, ne mogu biti različiti. Umetnost je više zasnovana na sopstvenom izražaju, odnosno na izazivanju čisto estetskog efekta. Uloga dizajnera je da pruži odgovarajuće usluge drugim ljudima; proizvod koji on prosleđuje treba da pruža određene informacije ili da reši određene probleme koje imaju krajnji korisnici.⁷

Brooklyn Fare

The Market The Kitchen The Café Catering Rewards Specials About Us

Michelin, Zagat & NY Times have rated our chefs.

now it's your turn

The Market
Prepared Foods
Sushi
Produce
Cheese
Meat
Seafood
Beer
Bakery
Grocery
Delivery

The Kitchen
Our Chef
Classes
Recipes
The Café
Menus
Catering
Menus

Rewards
Join Us
Terms and Conditions
Specials
Specials

About Us
Directions
Press
Contact Us
Comments

Brooklyn Fare
200 Schermerhorn St.
Brooklyn, NY 11201
T (718)-243-0050
F (718)-243-0926

Monday - Friday 7:00 am - 9:00 pm
Saturday 8:00 am - 9:00 pm
Sunday 8:00 am - 8:00 pm

Brooklyn Fare web stranica u potpunosti podržava odgovarajući brend u kontekstu ambalaže i ikonografije. Ističu se svi poslovni i marketinški ciljevi, a da se istovremeno ne koristi veliki broj detalja. Organizacija je jasna, a putanja korisnika za potrebe pristupanja neophodnim informacijama su veoma jednostavna. Korišćenjem jednostavne i „iskrene“ fotografije prenet je ljudski element: <http://www.brooklynfare.com>

Grafički dizajneri i dizajneri interakcija znaju kako se za korisnike kreiraju elementi stranice. Razlikuju se po tipu informacija koje saopštavaju. Grafički

7 Cooper, Alan, „O izgledu 3: Suština dizajniranja interakcija“, Wiley, 2007.

dizajneri koriste poruke radi ostvarivanja poslovnog cilja. Dizajner interakcija se fokusira na površinski nivo aplikacije ili web stranice, u kome se uspostavlja složene akcije i korisniku se pažljivo prikazuje struktura. Poslovni ciljevi i korisnički ciljevi su podjednako značajni, tako da interfejs treba da podržava brendiranje kompanije i definiše jasnu putanju koju treba da sledi korisnik prilikom izvršavanja odgovarajućih zadataka.

Evolucija, a ne revolucija

Trošimo dosta vremena u razmišljanju o kreiranju naših web stranica i aplikacija. Izračunajte samo koliko vremena ste uložili razmišljajući samo o jednoj jedinosti funkciji i brojnim iteracijama. Vremenom postajemo potpuno zaokupljeni poslom, posebno ukoliko radimo na jednom istom projektu mesecima ili godinama. Osim toga, izloženi smo različitim dizajnerskim pristupima u galerijama i novim tehnikama i tehnologijama u našoj industriji. Sasvim je prirodno da nakon određenog vremena, pojedinačno ili kao deo tima, počnemo da tražimo za nečim novim, bilo da je reč o preuređivanju, redizajniranju i dodavanju novih funkcija ili želji da se u nešto udahne „novi život“. Ipak, sa stanovišta korisnika, ove promene nisu male – one su revolucionarne. Korisnik je obično izložen samo jednom delu web stranice ili aplikacije. Čak i redovni korisnici mogu u proseku da borave na stranici ne duže od nekoliko minuta, posmatrano sa stanovišta pojedinačne posete. To su sati pregledanja, posmatrano u periodu od jedne godine.

Štaviše, korisnici ne pristupaju određenoj web stranici nadajući se da će videti prelep nov dizajn. Ne vode računa o samom dizajnu onako kako to rade dizajneri. Korisnici imaju druge „stvari“ u glavi, a sedenje za računarom ili korišćenje inteligentnih mobilnih telefona nalaze se nisko na listi njihovih prioriteta. Oni će više želeti da provode vreme sa svojim prijateljima i porodicom ili da gledaju neki dobar film. Imaju određeni cilj u svojim glavama, tako da im je najvažnije da brzo i efikasno pristupe web stranici i određenom sadržaju, a zatim da napuste web stranicu.

Dizajn treba da bude za korisnika sredstvo, a ne cilj. Korisnik koristi određeni komfor poznajući putanju kojom može da stigne do željenog sadržaja. Vremenom, dovoljno upoznaje web stranicu. Dizajn postaje nešto što je za njega potpuno neprimetno. Neophodno je da menjate dizajn ili određenu funkciju isključivo da biste otkrili koliko korisnici, zapravo, mrze bilo kakve promene. To nikako ne znači da ne treba nikada da menjate web stranicu. Ukoliko je

korišćenje stranice nepraktično, svakako treba da se izvrše određene promene. Ukoliko se javi bujica pritužbi, očigledno je da postoji potreba da se uradi nešto u vezi sa tim. Međutim, kada je promena neophodna, treba da usledi evolucija dizajna, a ne revolucija, odnosno drastična promena. Osnova web stranice ili aplikacije treba da bude nepromenjena i da omogući izvršavanje promena na višim nivoima hijerarhijske strukture.

Returning? Sign in | New to Veer

Images Fonts Merch Ideas Credits

Search for images and fonts

See elements used

Everything you need
Add extra style to your next project with affordable images and fonts.

Two easy ways to pay
Pay with plastic, or shop with Veer Credits and save over 50%.

Instant file downloads
Download images and fonts right to your desktop with just a few clicks.

Register now
Get 10 free credits!

Pošto služi ostalim kreativnim korisnicima, Veer održava svoju web stranicu ažurnom, prikazujući inspirativne primere. Fokusiranje na pronalaženju novih slika i fontova je takođe veoma značajno za kompaniju, pošto je to glavni razlog zbog kojeg korisnici svakodnevno posećuju njenu web stranicu. Dugi niz godina uspešno balansira između ovih korisničkih potreba: <http://www.veer.com>

Naravno, promene je nemoguće izbeći: web stranice se razvijaju, kao i sve pojedinačne stranice, a korisnici zahtevaju više od svojih aplikacija. Postoje dva argumenta u prilog ekstremnih promena dizajna:

- Ukoliko je trenutni broj korisnika veoma mali, drastična promena može da pomogne da se rapidno proširi publika za web stranicu ili aplikaciju. Tada ćete uznemiriti samo mali broj vernih korisnika.

- Ukoliko web stranica nije ažurirana u dužem vremenskom periodu i ukoliko nedostaju određene standardne funkcije i postoji problem u vezi načina korišćenja, neophodne su radikalne promene.

Dizajniranje na način na koji misle korisnici

Znamo kako se koristi šporet zbog brojnih razloga, prevashodno zato što nam je potreban. Živimo u okruženju ovog predmeta veći deo svog života. Posmatrali smo kako ga koriste drugi ljudi. Njegov interfejs ima smisla za nas, a korišćenje je veoma jednostavno i intuitivno. Ipak, najvažnije od svega je da su kontrole na šporetu onakve kakve treba da budu. Okretanje dugmeta u smeru kretanja kazaljke na satu omogućava povećavanje temperature; okretanje u suprotnom smeru smanjuje temperaturu.

Iako je interfejs šporeta veoma jednostavan, on ilustruje kako su najosnovniji alati u našim životima postali potpuno nevidljivi. Dobro dizajnirani interfejs daje nam ideju kako nešto treba da funkcioniše (naš mentalni model). Postizanje ovog rezultata možda deluje jednostavno, ali zaključili smo prilikom razmatranja aplikacija i web prezentacija da se veliki broj njih zasniva na odgovarajućem implementacionom modelu (koji se ponekad naziva i model sistema). Određena aplikacija funkcioniše onako kako je to zamislio programer, a ne krajnji korisnik. To je razlog zbog koga brojne aktivnosti iritiraju korisnika i aplikacije ne postižu željene efekte.

Korisnik ne mora da zna da njegov plazma televizor sadrži nekoliko hiljada sitnih fluorescentnih lampi koje osvetljavaju površinu različitim intenzitetima i kombinacijama boja zasnovanim na karakteristikama video signala.⁸

To nema nikakvog uticaja na mogućnost korišćenja televizora. Televizija ne treba da bude dizajnirana tako da otkriva kako je razvijena. Uloga dizajnera je da primeni treći model, poznat kao model reprezentovanja (ponekad se naziva i dizajnerov model).

Kako je kodirano.



Kako je dizajnirano.



Kako treba da funkcioniše



8 Norman, Don, „Jednostavnost je precenjena“.
http://www.jnd.org/dn.mss/simplicity_is_highly.html

Model reprezentovanja je jedna forma korisničkog interfejsa. Analiziranjem korisnika, grupa osoba i korisničkih testova dizajner je u mogućnosti da definiše interfejs. Cilj je da se što preciznije definiše mentalni model korisnika aplikacije ili web stranice, koliko god je to moguće. Ne samo da će korisnički doživljaj biti efektivniji, već će i interfejs biti nevidljiv, zato što se izvršava upravo onako kako to želi sam korisnik.

Pretrpan i jednostavan dizajn

Preterana primena dizajnerskih stilova i tehnika je veoma jednostavna, ali se njome kreira interfejs koji je pretrpan, odnosno javlja se vizuelni šum. Stilovi treba da se implementiraju sa određenim ciljem, uz razmatranje opštih ciljeva konkretne aplikacije ili web stranice. Predviđeno korišćenje određene aplikacije diktira dizajnerski stil koji se primenjuje. Na primer, zabavna ili obrazovna aplikacija verovatno podrazumeva postojanje zabavne interakcije i vizuelnih efekata, za razliku od aplikacije za obradu teksta. Ne samo da interfejs prilikom dizajniranja interakcija može postati prenatrpan, već i određene interakcije mogu biti potpuno nepotrebne.

Interfejs koji je dizajniran da bude neprimetan ne samo da funkcioniše na način na koji to predviđaju korisnici (na osnovu njihovog mentalnog modela), već i od korisnika zahteva najminimalniju neophodnu interakciju da bi bio izvršen određeni zadatak. Korisnici ne očekuju da izvršavaju dodatne korake i neke nepotrebne zadatke samo da bi izvršili pravi zadatak. Izbegavanje dodatnih nepovezanih zadataka može da deluje prilično jednostavno, ali se dodatne aktivnosti pojavljuju u aplikacijama i na web stranicama mnogo više nego što i sami možemo da pomislimo, pošto se dodatni koraci javljaju kao karakteristike u velikom broju alata. Dodatni poslovi zahtevaju kognitivne i fizičke aktivnosti korisnika svaki put kada se izvršavaju.⁹

Da bi stigao avionom u Čikago, putnik mora da izvrši nekoliko koraka, a ni jedan od njih ga fizički ne približava krajnjem odredištu. Neophodno je da čeka u redu, proveri prtljag koji nosi, rezerviše određeno sedište, prihvati odštampanu kartu, prođe kroz sigurnosne provere, sačeka da se svi putnici smeste u avion i tako redom. Ni jedna od navedenih akcija ga ne dovodi bliže krajnjem odredištu (sa stanovišta rastojanja), a to je Čikago. Iskustvo o putovanju takvo da ne postoje dodatni koraci bilo bi slično ulasku u mahunu, kao što je prikazano u filmu „Muva“ („The Fly“), i transportovanje direktno u Čikago. Ove prepreke, ili nepotrebna jurnjava, obuhvaćene su pojmom dizajn nepotrebni elemenata.

9 Cooper, Alan, „O izgledu 3: Suština dizajniranja interakcija“, Wiley, 2007.

Interakcije koje ne pomažu neposredno korisniku da izvrši određeni zadatak se smatraju ko smetnje. Posao svakog dizajnera nije samo da komunicira funkcionisanjem aplikacije ili web stranice, već i da ukloni ili spreči pojavu beskorisne interakcije ili vizuelnog šuma. Kao korisnici računara, sa tim se svakodnevno susrećemo. Sistem foldera za upravljanje datotekama na našem računaru postoji da bi omogućio jednostavnije korišćenje datoteka i foldera. Međutim, vremenom, sa povećanjem obima poslova, počinjemo da „gubimo konce“ kada je reč o našim datotekama. Neophodno je da primenimo funkciju pretraživanja da bismo ih pronašli. Ponekad nam je potrebna čak i paleta sa alatima, koja se nalazi u donjem delu radne površine, da bismo jednostavnije pristupili određenim raspoloživim aplikacijama. Pristupanje određenom folderu, koji se nalazi u nekom drugom folderu, koji se nalazi u nekom trećem folderu, predstavlja isuviše složen posao da bi bila otvorena određena aplikacija.

Pojednostavljivanje interfejsa

Postoji mnogo formi komplikovanja korisničkog interfejsa. Pogledajmo neke od najčešćih i način kako one utiču na korisničko iskustvo.

DEFINISANJE TOKOVA

Tok je putanja koju korisnik koristi na web stranici ili u aplikaciji prilikom izvršavanja zadatka. Ukoliko je moguće, on treba da bude neprekidan. Na primer, ne zahteva se od korisnika da klikne poruku da bi potvrdio da je datoteka snimljena ili da je poslata odgovarajuća elektronska poruka. Jednostavno pojavljivanje i uklanjanje poruke imaju identičan efekat, bez potrebe da se od korisnika zahteva izvršavanje dodatnih akcija.

UPRAVLJANJE POSTUPKOM OBUČAVANJA

Često se zahteva da novi korisnici budu postepeno uvedeni u aplikaciju ili web stranicu; to se često naziva stupanje na scenu. Korisnik doživljava brižljivo isplanirane događaje. Međutim, ukoliko postupak obučavanja definišete tako da traje isuviše dugo, to iskustvo postaje frustrirajuće, zato što korisnik koji poznaje web stranicu ne mora da ima isti nivo pomoći. Uvek treba da postoji način na koji je moguće zaobići ovaj postupak obučavanja, pošto oni koji su početnici to neće ostati zauvek.

JEDNOM JE DOVOLJNO

Nemojte od korisnika da zahtevate da izvršavaju ništa više puta, ukoliko je to moguće. Na primer, korisnici treba da unesu svoje adrese samo jednom u odgovarajućoj formi. Ukoliko je neophodno korišćenje adrese na stranici za plaćanje,

koriste se informacije koje je korisnik prethodno uneo. Brojne web stranice omogućavaju da selektujete polje za potvrdu (ponekad je označeno sa Remember me) kako bi korisnik ostao prijavljen u određenom vremenskom periodu, tako da ne mora da ponovo unosi korisničko ime i šifru.

RAZJAŠNJAVANJE NAVIGACIJE

Korišćenje ikone radi opisivanja apstraktne funkcije tastera predstavlja dobro rešenje za pristupanje korisničkom mentalnom radnom okviru. Ipak, to mora da bude unapred smišljeno, zato što značenje ikona može biti različito u različitim kulturama. Ikone mogu ponekad da prouzrokuju konfuziju i u istoj kulturi. Da li ikona u obliku olovke znači „Napisati novu napomenu“ ili „Ažurirajte postojeću napomenu“?

Potrebno je da korisnici razumeju za šta je namenjen određeni taster i šta će se dogoditi nakon što ga pritisnu. Ukoliko vizuelna ili simbolična veza između tastera i njegove namene nije dovoljno jasna, javlja se veliki problem. Korisnik je nateran da samostalnim eksperimentisanjem otkriva šta obavlja kontrola. Na primer, kada korisnik pregleda postove na blogu, mogu da postoje linkovi na kojima piše „Next/Previous“ ili „Next/Back“. „Previous“ može da se odnosi na prethodnu stranicu koju je pregledao korisnik, a ne na prethodnu stranicu na kojoj se nalaze hronološki stariji postovi. „Older/Newer“ bi trebalo da bude razumljivije korisnicima.

ORIJENTISANJE KORISNIKA

Uvek pružajte korisnicima konzistentne znake u vezi sa putokazima i navigacijom. U desktop aplikacijama u korisničkom interfejsu postoji meni u gornjem delu ekrana, koji se koristi prilikom navigacije. Tako korisnik zna gde se nalazi i čemu može da pristupi. Ukoliko na web prezentaciji svaka stranica izgleda potpuno identično, to može da dezorijentiše korisnika. Dodajte dogovarajuće indikatore koji posebno naglašavaju trenutnu sekciju i pomažu korisnicima da znaju gde se trenutno nalaze.

POJEDNOSTAVLJIVANJE HIJERARHIJE

Većina interfejsa sa kojima se u današnje vreme susrećemo su ravni – bolje je imati jedan nivo, nego ugnježdenu hijerarhiju. U našim automobilima su kontrole izvedene „na površini“. Ormani za arhiviranje su takođe „jedinične dubine“. Kada je reč o web prezentacijama i aplikacijama, kreiranje ugnježđenih padajućih menija i navigacija u više nivoa omogućavaju korisniku da jednostavno pristupi određenim sadržajima. Brojni programeri primenjuju meni u obliku stabla, ali ova dodatna navigacija odslikava način na koji se razvija aplikacija, a ne način na koji korisnik

razmišlja. Ukoliko vam nije apsolutno neophodno postojanje naprednih opcija kojima će pristupati mali broj naprednih korisnika, izbegavajte da terate korisnike da pristupaju sadržaju i kontrolama u okviru „dubokih“ hijerarhija.

DRŽANJE U DOMETU

Postavljajte navigacione elemente, informacije i najčešće korišćene kontrole na pogodnim lokacijama na ekranu. Funkcije koje nisu neophodne često treba da budu postavljene dublje u web prezentaciji, ali ne smeju biti u potpunosti uklo-njene, jer bi ovim postupkom interfejs bio prenatrpan. Ovo je povezano sa dva koncepta koja su veoma značajna za dizajniranje interfejsa:

- Pristup „susedni u prostoru“ podrazumeva postavljanje elemenata aplikacije na istom ekranu. Ovaj pristup omogućava da korisnik odmah pristupi većini neophodnih informacija i kontrola. Osim toga, redukuje se potreba za navigacijom između ekrana, čime se smanjuju redundanse kada je reč o korisničkom interfejsu.

Susedni u prostoru



Susedni u vremenu



- Pristup „susedni u vremenu“ podrazumeva podelu funkcije na nekoliko ekrana ili slojeva, kao što se priča prostire na nekoliko stranica u knjizi. Vođenjem korisnika određenom putanjom smanjuje se šansa da oni slučajno učine grešku. Osim toga, dobijate više prostora na ekranu, koji možete da iskoristite za navođenje korisnika.

Veoma pažljivo razmotrite oba prethodno navedena pristupa. Ukoliko navigacija i kontrole nisu dobro raspoređene ili je sadržaj raspodeljen na previše slojeva, korisnik mora da izvrši nepotrebnu navigaciju da bi došao do neophodnih informacija. To je posebno očigledno kod mobilnih telefona, u kojima je postavljanje informacija blisko u prostoru obično bolje nego postavljanje jedne za drugom i mogućnost da se korisnik „izgubi“ u velikom broju ugnježđenih ekrana.¹⁰

10 Edward Tufte, „iPhone – dizajn korisničkog interfejsa“

http://www.edwardtufte.com/bboard/q-and-a-fetch-msg?msg_id=00036T

Dizajnerski šabloni

Šabloni su od vitalnog značaja za naše živote. Ljudi su ih koristili u prirodi da bi lakše lovili, uzgajali biljke i preživljavali. Ovi šabloni su sada nevidljivi nama, ali i dalje postoje. Oni oblikuju naša očekivanja. Kada čujemo grmljavinu, shvatamo da dolazi nevreme. Kada se za neku aplikaciju kaže da je intuitivna, znači da ona sledi odgovarajući šablon. Šabloni obezbeđuju komunikaciju sa korisnicima bez objašnjavanja svega od početka. Daju predstavu o situaciji i mogućnosti anticipacije i izdvajaju dizajn koji ima smisla od vizuelnog šuma.¹¹

„Potpuno je jasno da tamo gde ne možemo da identifikujemo šablone veza, niti dizajn, ne možemo da otkrijemo ni smisao.“

John Kouwenhoven

Pri započinjanju procesa dizajniranja, prvo od čega polazimo je smišljanje nečeg kreativnog i potpuno originalnog. Klijenti žele da se razlikuju od konkurencije, iako često insistiraju na pristupu koji je skoro identičan sa onim koji primenjuju neposredni konkurenti. Međutim, ukoliko pokušate da nadmašite drugi proizvod, dodajući nove funkcije i čineći dizajn blistavijim, favorizovaćete klijenta na uštrb kupca. Neophodno je da razmotrite ciljeve i korisnika i klijenta, a zatim da predstavite rešenje na najbolji mogući način. Ne smete da krenete od početka, već morate da rešenje zasnujete na kolektivnoj psihi publike. Većinu aplikacija možete da kategorizujete u određene strukture (na osnovu knjige „Dizajniranje web interfejsa: Principi i šabloni složenih interakcija“, čiji su autori Bill Scott i Theresa Neil¹²):

Kreacija

„Prava struktura koja se primenjuje kada ljudi moraju da kreiraju novi sadržaj ili modifikuju postojeći. Na primer, blogovanje, ilustrovanje, kodiranje, foto-editovanje, prikazivanje dijagrama.“

11 Maggie Macnab, „Dekodiranje dizajna: Razmevanje i korišćenje simbola u vizuelnim komunikacijama“, How Design Books, 2008.

12 Bill Scott, Theresa Neil, „Dizajniranje web interfejsa: Principi i šabloni složenih interakcija“, O'Reilly Media, 2009.

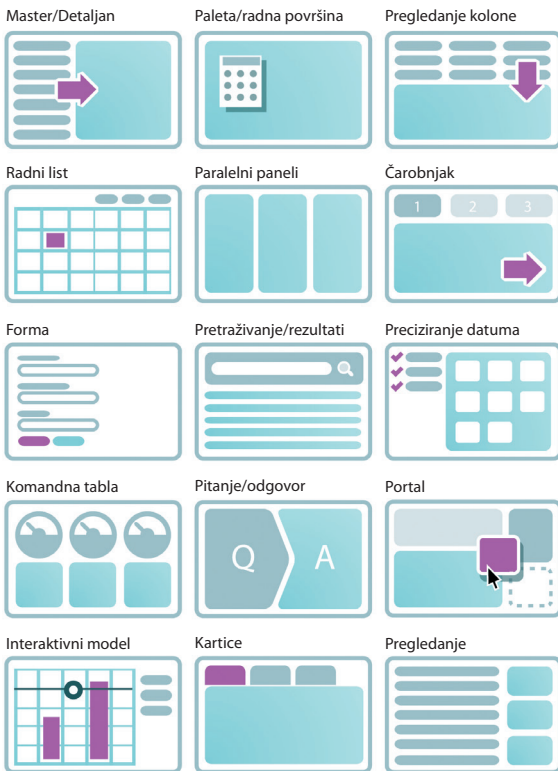
Proces

„Prava struktura koja se primenjuje kada ljudi moraju da obezbede informacije na strukturiran način. Na primer, konfigurisanje proizvoda, setapovanje ili instaliranje, registracione forme, proračun poreza, isplata i rezervisanje putovanja.“

Informacija

„Prava struktura koja se primenjuje kada ljudi treba da pregledaju, porede ili razumeju nešto. Na primer, mape, čitači vesti, oglasne table, multimedijalni plejeri, mrežno dostupna skladišta itd“.

Dijagram sa desne strane naglašava najčešće korišćene šablone na osnovu kojih se u savremenim web aplikacijama realizuju funkcije. Ovi šabloni su prihvaćeni kao dobra praksa za prikazivanje informacija i prezentiranje funkcija. Kao i šabloni sa kojima se korisnici susreću u prirodi ili saobraćajni znaci, ovi ekrani prikazuju ono na šta su danas navikli korisnici. Vaši ciljni korisnici mogu već da koriste veliki broj aplikacija sa ovako definisanim šablonima.



Vlasnik je Theresa Neil, koautor knjige „Dizajniranje web interfejsa“, O'Reilly Media, 2009.

Ovi šabloni ekrana definišu osnovni raspored elemenata i pristup koji možemo da primenimo na početku dizajniranja. Kada razumemo osnovne zadatke korisnika i njihove opšte ciljeve, možemo da izaberemo adekvatnu strukturu u

ranom periodu razvoja. Ovo ograničava dizajn na izbor nekog od standardnih šablona.

Ukoliko dizajnirate aplikacioni portal, odstupanje od standardnih šablona portala može da dovede do neuspeha vaše aplikacije. To ne znači da ne postoji prostor za nove ideje u procesu razvoja portala, već je neophodno da se prihvati ono što je korisnicima već poznato. Postoji određena prednost ovako ograničavajućeg pristupa. Ograničenja omogućavaju dizajnerima da se fokusiraju na sam dizajn, a da se ne izgube u velikom broju raspoloživih opcija. Fokusiranjem na odgovarajući šablon možemo da se koncentrišemo na razvoj ostalih detalja i posvetimo mnogo više vremena kreiranju izuzetnog korisničkog iskustva.

The screenshot shows the StackExchange 'Web Applications' page. At the top, there is a navigation bar with 'log in', 'careers', 'parent', 'about', 'faq', and a search box. Below the navigation bar, there are tabs for 'Questions', 'Tags', 'Users', 'Badges', and 'Unanswered', along with an 'Ask Question' button. The main content area is titled 'Top Questions' and lists several questions with their respective statistics (votes, answers, views) and tags. A 'Welcome New User!' banner is visible on the right side of the page, along with a 'Recent Tags' section.

Question Title	Votes	Answers	Views	Tags	Author	Time Ago
Webapps.stackexchange.com versus Nothingtoinstall.com	17	22	2	discussion, featured, domain-name	Brian R. Bondy	1h ago
Option to migrate to Super User?	10	0	43	feature-request, close-reason, migration	Simon Brown	3h ago
Make more contrast between visited and unvisited links in linked and related questions section.	2	1	22	bug, design	Jin	8h ago
Chat button in the question	1	0	39	feature-request, suggestion, chat	chanchal1987	11h ago
How to deal with the fact that Web Apps are always changing?	7	4	60	discussion, questions, moderators	CrazyJugglerDrummer	11h ago
Please have a rectangular search box	-2	4	68	discussion, feature-request, search	chanchal1987	11h ago

Welcome New User!
Nothing To Install is a collaboratively edited question and answer site for expert and advanced users of web applications. It's 100% free, no registration required.
[about](#) [faq](#)

Recent Tags

- feature-request x 7
- suggestion x 3
- chat
- bug x 27
- design x 8
- status-completed x 28
- discussion x 82
- faq-proposed x 11
- status-by-design x 4

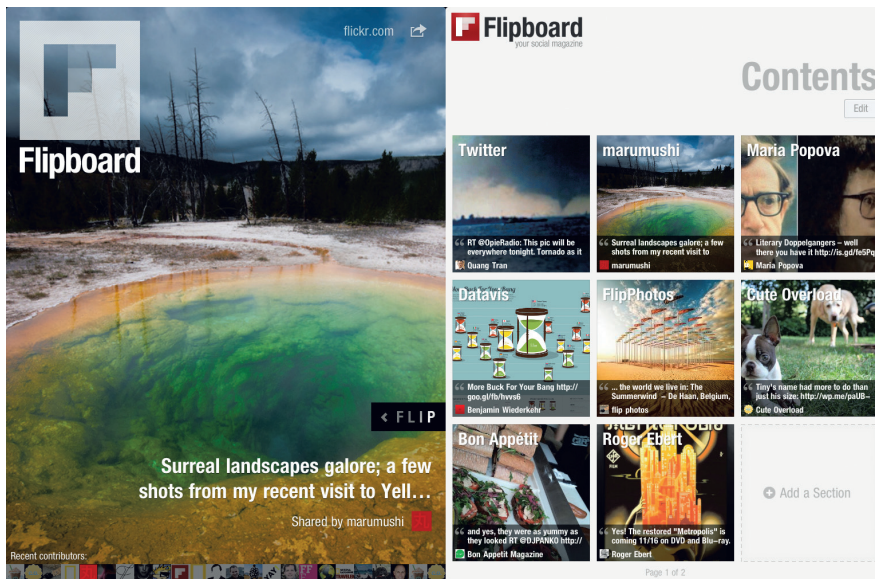
StackExchange primenjuje šablon „pregledanja“, kao što je prikazano na slici sa različitim šablonima web interfejsa. Struktura je prilagođena sadržaju: <http://webapps.stackexchange.com>

Implementiranje

Veliki broj savremenih interfejsa ima previše realan izgled i ponekad deluje veoma realistično. Pojedine kompanije, kao što je „Apple“, ne samo da primenjuju ovaj tip interfejsa u svojim aplikacijama, već ga preporučuju i dizajnerima koji

rade na sledećoj generaciji interfejsa za uređaje kao što je iPad.¹³ Ova dodatna fizička dimenzionalnost ima svojih prednosti, ali i nedostataka.

Primena metafora na realne objekte u odgovarajućem interfejsu omogućava korisnicima da jednostavnije nauče kako se koristi aplikacija. Najpoznatija računarska metafora je radna površina, koja vodi poreklo od grafičkog korisničkog interfejsa (GUI) sa prvog Apple Macintosh računara, zasnovanog na interfejsu koji je razvijen za Xerox sredinom 70-ih godina prošlog veka. Folderi, korpe za otpatke i stekovi papira su elementi koji su bili poznati korisnicima i koji su bili mnogo razumljiviji od odgovarajućih komandi koje su koristili napredni korisnici prilikom navigacije. Korisnik ima predstavu kako se koristi fizička korpa za otpatke, tako da može logično da pretpostavi funkcionalnost računarske korpe za otpatke.¹⁴



Flipboard je aplikacija za iPad, koja pretvara vašu društvenu mrežu (Facebook, Twitter itd) u personalni magazin. Raspored elemenata u obliku magazina omogućava korisniku da pregleda sadržaj na poznati način korišćenjem metafore u obliku okretanja stranica, koja se implementira primenom jedinstvene animacije: <http://www.flipboard.com>

13 Apple, „Apple vodič za interfejs“, http://developer.apple.com/library/ios/http://en.wikipedia.org/wiki/Graphical_user_interface

14 http://en.wikipedia.org/wiki/Graphical_user_interface

Primena standardnih tekstura i objekata iz realnog sveta može da doda određeni nivo zabave u nešto što se, inače, može smatrati dosadnom aplikacijom. Na primer, kožna traka sa određenim realističnim šavom može da ulepša aplikaciju za prenosne računare. To može da poboljša i marketing samog proizvoda. Interfejs je obično samo „pakovanje“ koje korisnik primećuje pri izboru aplikacije koju će naručiti. Prilikom poređenja nekoliko aplikacija za prenosne računare korisnik može biti privučen upravo onom koja izgledom najviše podseća na prenosni računar, sa svim detaljima u vezi sa njim.

Osim što imaju realistični izgled, aplikacije sada i funkcionišu realističnije. Ukoliko aplikacija podseća na neki objekat iz realnog sveta, tada se od nje očekuje da na istovetan način funkcioniše. Na primer, prilikom pristupanja sledećoj stranici u određenoj aplikaciji za čitanje knjiga (odnosno eReader aplikaciji) korisnik, čija želja za okretanjem strane inicira određenu akciju, dobija realističan efekat savijanja i pomeranja stranice. Korisnik zna šta se dešava prilikom okretanja stranica knjige, tako da automatski razume funkcionisanje aplikacije. Interfejs postaje nevidljiv, zato što korisnici imaju „urođeno znanje“ o knjigama.

Međutim, metafore u vezi sa interfejsom mogu da izazovu i brojne probleme. One mogu brzo da postanu ograničavajuće, ukoliko aplikacija postane veoma složena. Mogu da dovedu do funkcija u aplikaciji ili na web stranici koje nisu odgovarajuće da bi u potpunosti bila primenjena izabrana metafora. Na primer, ukoliko koristite interfejs koji podseća na stranice u knjizi, sadržaj koji je preveliki za taj prostor podrazumeva da je neophodno primeniti linije za skrolovanje, što odudara od realnog izgleda i načina korišćenja knjige, tako da se gubi smisao primene odgovarajuće metafore.¹⁵

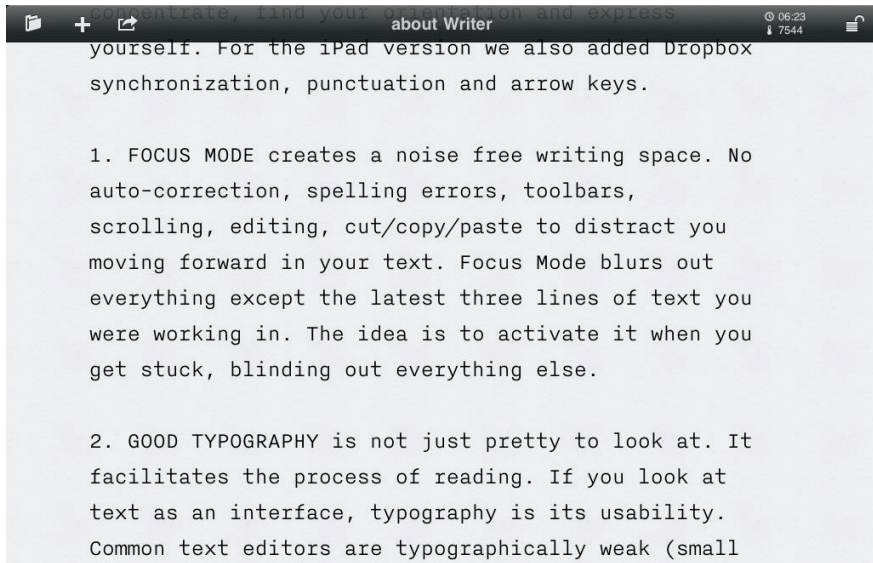
Složene teksture i realizam mogu da komplikuju interfejs, čime se zahteva od korisnika da intenzivnije razmišlja kako bi otkrio koji elementi mogu da se kliknu, odnosno šta mora da uradi da bi izvršio odgovarajući zadatak. Ukoliko korisnik jednostavno identifikuje element koji može da koristi za interakciju sa aplikacijom, kaže se da element ima „potencijal za izvršavanje“.¹⁶ Najveći broj redovnih korisnika web stranica i aplikacija razume funkcionalnost tastera. Prilikom dizajniranja interfejsa specifičan oblik ili jarka boja šalju poruku korisniku da je taster raspoloživ za korišćenje. Ovaj vizuelni prikaz ukazuje koju funkciju imaju taster ili kontrola. Međutim, ukoliko sve u interfejsu ima određenu di-

15 Oliver Reichenstein, „Dizajniranje za iPad: Provera realnosti“, Information Architects, <http://www.informationarchitects.jp/en/designing-for-ipad-reality-check>

16 Don Norman, „Psihologija svakodnevnih stvari“, Basic Books, 1988.

menziju i dizajnirano je tako da privlači pažnju korisnika, identifikovanje elemenata koji omogućavaju interakciju postaje prilično teško. Ukratko, korisnici neće znati gde da kliknu.

Nemojte da preterujete prilikom primene metafora ukoliko su „vezane“ isključivo za dizajn i „preopterećuju“ interfejs. Višak elemenata će samo frustrirati korisnika i on može da doživi neprijatnost. Upravljanje kognitivnim opterećenjem korisnika koje definiše sam dizajn u toku korišćenja je od ključnog značaja.



Writer je aplikacija za obradu teksta na iPadu. Aplikacija ignoriše brojne trenutno popularne metafore i realistične osobine da bi se korisnik fokusirao isključivo na pisanje. Često korišćene funkcije, kao što su provera ispravnosti unetog teksta, selektovanje fonta i određivanje veličine fonta, eliminisane su kao nešto što odvraća pažnju od samog zadatka. Rezultat je elegantan i efektivan korisnički interfejs: <http://informationarchitects.ch>

Vodilje za dizajniranje interfejsa

U ovom odeljku prikazane su opšte vodilje za dizajniranje interfejsa¹⁷

- Balansirajte stil i funkcionisanje sa namerom. Nemojte nešto da dizajnirate samo radi dizajna.

17 17 Cooper, Alan, „O izgledu 3: Suština dizajniranja interakcija“, Wiley, 2007.

- Grupišite elemente da biste kreirali vizuelnu hijerarhiju, a zatim definišite tok na svakom sloju povezivanjem sa strukturom.
- Budite konzistentni. Ukoliko korisnik razume određeni tip interakcija ili određeni element, on može da prenese to svoje znanje na slične elemente (koncept poznat kao „nasleđivanje“).
- Nemojte da zatrpavate korisnika. Suvišne „stvari“, kao što su animacije ili glasni efekti prilikom prevlačenja pokazivača miša preko određenih elemenata korisničkog interfejsa, svedite na minimum.
- Treba da postoji jasna razlika (vizuelno isticanje) između interaktivnih i neinteraktivnih elemenata. Taster treba da izgleda kao taster, a ne da bude stopljen u korisnički interfejs.
- Budite efikasni prilikom korišćenja vizuelnih elemenata. Izvucite najviše što možete iz raspoloživih piksela. Ograničite tipove veličina i boje; umesto toga, koristite određene boje da biste definisali značajne elemente.
- Pružite usluge daltonistima i slabovidim korisnicima: sledite najbolja iskustva iz prakse, kao, na primer, podvlačenje linkova i korišćenje odgovarajućih simbola (kada je to neophodno).
- Vodilje koje su ovde prikazane ignorišite ukoliko postoji neki drugi način na koji možete da ispunite korisničke zahteve.

Zaključak

Iako je dizajniranje interekcija još uvek u ranoj fazi razvoja, dosta smo naučili o njemu. Računari i Web su razvijeni od nečega što je korišćeno isključivo u kućnom okruženju u nešto što možemo da koristimo stalno, na inteligentnom telefonu ili prenosnom računaru. Digitalni svet je postao veoma udobno mesto za druženje, naručivanje proizvoda i pretraživanje za potrebe donošenja značajnih odluka – u suštini, upravlja većim delom našeg svakodnevnog života.

Za veliki broj ljudi dizajn je isključivo vizuelni ili dekorativni sloj. Veoma je jednostavno za one koji se ne bave dizajnom da pretpostave da web stranica ili aplikacija uspostavlja balans između forme i funkcije, jer su lepota i korisnost jednostavno rezultat prijatnog uređenja boja, tipa i slika. Ipak, mana je pretpostavljanje da dobro rešenje za dizajnerske probleme može da se pronade

odgovarajućim raspoređivanjem elemenata na površini koje će korisnici moći da kliknu. To ne samo da obezvređuje ulogu dizajnera, već i godine prakse, studije i veštine koje su neophodne da bi se došlo do određenog nivoa.¹⁸

Dobar dizajner razume kako se uspostavlja balans između nevidljivih i vidljivih aspekata dizajna. Oni definišu značenje i izazivaju emocije tamo gde su bili nejasni koncepti, izdvojene slike i delimično uklopljen sadržaj. Sistemski pristup projektu u okviru zadatih ciljeva i prosleđivanje rešenja koje zadovoljava i klijenta i krajnjeg korisnika su glavne vrednosti dizajnera. Dizajner vodi klijenta u procesu razvoja. Dobar dizajner redovno prati tehnološki razvoj, govori inteligentno sa programerima, odnosno naglašava i kreira iskustva za korisnike koji oskudevaju znanjem o tehnologijama i Webu.

Što smo više povezani pomoću ekrana koji se nalaze u našim džepovima, kućama i poslovnim prostorijama, nevidljivi interfejs će postajati sve značajniji. Dizajn treba da definiše smisao u našim životima, pokazujući nam najbolju putanju za izvršavanje određenog zadatka ili za postizanje željenog cilja. Dizajniranje interakcija nema cilj koji bi se opisao rečenicom „Pogledajte me!“ Njegov cilj je više tipa „Uradite sledeće“ ili „Pogledajte u ovom pravcu“. Pomoću svih prethodno opisanih postupaka dizajn može značajno da utiče na ljude i svet u celini.

Dobri dizajneri mogu da vide i šumu i stabla, odnosno vidljive i nevidljive elemente dizajna.

O autoru

„Lični razvoj je mnogo značajniji od titule“.

Francisco Inchauste (1975) odrastao je u gradu Michigan i započeo da se bavi grafičkim dizajnom za potrebe štampanja, usmerivši se kasnije na interaktivan dizajn. Sada je dizajner korisničkih interakcija u kompaniji „Universal Mind“ - radi na aplikacijama za desktop, Web i prenosne uređaje. Njegova omiljena kombinacija boja je #333333 sa #3399CC, a njegov moto je „uradi najbolje što možeš, shodno svojim mogućnostima“. Porodica, muzika, filmovi i trčanje su ono čemu Francisco posvećuje svoje slobodno vreme, pokušavajući da uživa i u dobrom pivu, s vremena na vreme. Njegova lična poruka čitaocima je da se nada da će ih ova knjiga i ovo poglavlje inspirisati u njihovim narednim dizajnerskim projektima i omogućiti njihov dalji razvoj.

18 Paul Rand, „Dizajnerova umetnost“, Yale University Press, 2000.



Уколико сте повезани на интернет,
кликните линк <http://bit.ly/eo9Nyd>
и наручите књигу.