

# stvaranje lepog: od goropadnog do sublimiranog

designing beauty: from outrageous to the sublime

Vreme koje dolazi ne}e se toliko uzbuđivati oko pitanja originalnosti, i originalnost ne}e biti toliko glorifikovana, vec strast, iznenadjenje, izazov i tuma-enje (tekst, kontekst, podtekst, metafora).

Forma (stil) i Komunikacija (message/poruka) imaju yin-yang odnos. proizlaze, zavise, prepliu se i uti-u jedna na drugu, stil postaje deo poruke: na taj na-in defini{e generaciju, stav, lifestyle.

*citata iz knjige 'looking closer 2: critical writings on graphic design'*

Staro je, nepisano pravilo da se svi uvek razumeju u dizajn i u marketing. Na`alost to jo{ uvek traje, a prenelo se logi-no i jos lak{e sa pojavom kompjutera i na web dizajn. Ne o-ekujte sad da }u soliti pamet o tome kako se vidi razlika izmedju {kolovanog i priu-enog dizajnera, ne, ne, David Carson je razbio sve te iluzije a sa njim i mnogi drugi, nije bitna {kola koju prodjete, niti diploma, bitno je koliko ste spremni da radite na sebi... i {ta nosite u sebi, naravno.

U eri medijske i kulturne transformacije, rana mitolo{ka faza digitalne kulture je prosla i postalo je jasno da je to bila samo utopijska energija koja trenutno levitira izmedju monohromne i interaktivne faze. Ili jednostavnije re-eno, two steps forward, one step back (dva koraka napred, korak nazad). Setimo se, nije bilo tako davno, euforicnih prikaza web sajtova. "coolness" je bio jedan od bitnijih kriterijuma za vrednovanje/valorizaciju, kako ka`e Geert Lovink ([www.nettime.org](http://www.nettime.org)) ..sada sve prelazi u jednostavnost i korisnost (simplicity&usability), {to i nije preterano inovativno, 'this is the age of implementation, not innovation', re}i }e Lovink....Kakav dizajn treba primeniti za 50 miliona korisnika? (yahoo, google, amazon, excite..) neutralan, mass customatization, interface stupidity umesto inteface design-a ili visok nivo jednostavnosti u korist lak{eg snala`enja. 'All content, no form' ili 'usability' kao glavni kriterijum, gde je tu 'groovy' i 'cool' digitalni bauhaus?

Pre bilo kakvog razmi{ljanja na temu dizajna potrebna su vam neka znanja i ve{tine kojima morate da ovladate. Uvek mo`ete da ra-unate na rad u timu, ali bilo kako bilo, sedeli vi li-no za kompjuterom i crtali ili davali instrukcije nekom vi-nijem od vas, morate da poznajete jezik, kodove i pravila u dizajnu. Ne biste li iste mogli da kr{ite, logi-no, zar ne? ('kao u d`ez muzici, morate dobro da poznajete strukturu, da biste improvizovali', citat Neville Brody)

1. nau-ite html, u`asno je prosto, ne morate da znate da kucate sami crna slova na beloju podlozi, ali nau-ite osnovne tagove, prosto da va{ vizuelni mozak percipira i drugu stranu i da ne biste bili potpuni 'outsider' (o terminima outsider/insider videti cyberart section)
2. nabavite what-you-see-is-what-you-get webpage editor, ili vizuelni editor za pravljenje web stranica. Najsrda-nije predlazem Macromedia Dreamweaver. Izu-ite njegov help, upoznajte se sa programom, njega morate da znate i zavezanih o-iju.
3. pretpostavljam da ve} imate web browser(-ita-), Netscape ili Explorer, ne ili, i jedan i drugi, da biste proverili va{u 'umetninu' kako se pona{a i u jednom i u drugom browseru.
4. i poslednje ali ne tre{nji na kola-u jer nije tako lagano ali je najzabavnije: manipulacija grafikom. Adobe Photoshop ili koji vam je dra`i...
5. napredniji web dizajner bi trebalo da u svom najdra`em divajsu (kompjuteru) ima jos koji model firme Macromedia, na primer Macromedia Fireworks, savr{ena pomo} za one koji preferiraju html, a trenutno aktuelni standard je svakako Macromedia Flash. No, ne dajte se zavesti, ako imate {ta da ka`ete kroz vektorsku grafiku koristite Flash, ukoliko ne, ne morate da ga koristite samo zato {to je popularan ili up-to-date...isto va`i i za razne druge audio-video drangulijice....

Po{to je nemogu}e nekome objasniti kako da bude dobar web dizajner na dve strane gutenbergove galaksije, evo par univerzalnih hintova/saveta:

- ljudsko oko lak{e -ita kolumne (setite se novina) nego kobasi-aste tekstove koji se prostiru od jednog do drugog kraja ekrana, probajte da organizujete tekstove lakse za -itanje, percipiranje

- ako koristite tabele za tekstove, lepše je kad su nevidljive (border=0)
- ne ludujte sa bojama. Znam da ovo zvuči dosadno ali previše boja izgleda užasno. Zamislite osobu koja ima pink majicu, plave pantalone, braon torbu, crne cipele, `utu maramu, slamnati šešir i ljubičasti karmin na usnama, okrenute se za njom samo da prokomentarišete kako je channel `udan ove godine, ako `elite da pokažete domaće vaspitanje, ili tehnološku pismenost i poznavanje terminologije: koristi 'random' opciju pri izboru garderobe:))
- pozadina (background), teksture obično izgledaju kao mrljotine ili izbljunci na ekranu, izbegavajte ih, jednobojna pozadina koja se uklapa u kombinaciju boja koje izaberete kao dominantne za vaš web sajt, ili već neka slika koju ćete pametno iskoristiti. Ne zaboravite da neko treba da gleda/učita vaš sajt a možda i nešto pročitati... a možda pošli i da štampa, ne daj bože, sa vašim crnim pozadinom, koja u poslednje vreme igra trendy ulogu 'trademark dobrog dizajna'...
- vizuelna konzistentnost je deo vizuelnog identiteta, dopustite posetiocima da znaju/prepoznaju da su na specifičnom/vašem sajtu. Neke stvari će se ponavljati kao logo ili navigacija, zavisi kakav sajt pravite, ali neki elementi će biti prosto repetitivni, ... i insistirajte na sopstvenom stilu, čak i u repetitiji. Bolje se pamti.
- if things are smallish they look more stylish. (sitnije stvari ponekada deluju stilizovanije) ovo ne važi za sve segmente ljudskog života. size does matter (veličina je bitna) u web dizajnu je bitna maxima. Ne preterano velike slike (dugo se učitava, čini korisnika nervoznim, ako već imate veliku grafiku, 'izslajsajte' je (slices) u Fireworksu, divno će izgledati i ima neke uzvišene poetike pri učitavanju sićušnih delića velike slike. Nadjite idealnu veličinu slova za tekstove (ja koristim size=2, kad bih nešto da istaknem 3), to ne znači da ne možete da eksperimentišete drugačije, presitno ili preveliko, odlučite sami...
- ne zaboravite da fontove koje vi imate na kompjuteru nemaju svi, obični tekstovi tek tako će se videti u mom omiljenom emigre fontu filozofia, ali ako napravim tekst kao sliku/.jpg ili .gif hoće. A ako imam puno teksta koliko će se onda moja stranica učitati? Nije tako teško shvatiti koliko možete da dobijete a koliko morate da se konformišete, pravite kompromise mislim...
- podsećam, ako vi imate monitor od 21 inča, to ne znači da ga i ja imam, naučite šta znači 800x600 rezolucija i ostale varijacije
- par stvari oko grafike .gifovi su odlični za logotipe i tekstove (kad koristite svoje omiljene fontove) budite close&personal sa opcijom export gif u Adobe Photoshopu, posebno za ovakve prilike, .jpeg vi će koristite za vaše fotografske umotvorine. Sve što napravite van editora (Macromedia Dreamweaver, na primer) morate u isti da insertujete/ubacite, pa pripazite na uklapanje i veličinu.
- veličina naslova ili logotipa sajtova (zove se jednostavnije headings) su uradjeni kao grafike/slike. Čak iako ponekada izgledaju kao običan tekst, dizajneri vi će vole da im headings bude slika jer je to jedini način da se prikaže kako to zaista izgleda.
- nožna mora na mreži, čak i za lite-estetu su batončići (tzv. dugmičići) koji glume 'neupadljiva navigaciona sredstva', pogotovu još kad imaju i neku teksturu ili efekat i veličine su 2x2 cm svaki, potrudite se i druge...
- naslov stranice (title), u poslednje vreme sve više nailazim na iritirajuće sajtove kojima ništa drugo ne smeta no što u title baru piše untitled document, to je znak nepismenosti na mreži i priučenosti so-called dizajnera...beware! (modify=>page properties=>title \_\_\_\_\_ obično piše 'untitled document', molite lepo, napišite nešto smisljeno, lakše je kad ljudi bookmarkuju vašu stranicu i kada se preko search engine-a (pretraživača) pretražuju stranice po naslovima/title.

Znam da ovo zvuči suludo kad dolazi iz mojih usta/pera/kompjuteru ali posle nekoliko godina njege surfanja, učenja, pravljenja stranica, učenja na sopstvenim greškama, prešla sam put od outrageous to sublime i shvatila: manje je više (less is more)... u dizajnu....keyword: white space (beli prostor) do designers read? (da li dizajneri čitaju?), svuda se učitalancima i tekstovima pojavljuje isto pitanje jer je ključna stvar za dizajnere: čitanje! Dizajn je komunikacija, stil i poruka (vidi poštak, deo iz knjige looking closer). teorija je ideologija, čak i ukoliko potinjetete od nule (domaći zadatak: Ferdinand de Saussure, 'signifier' i 'signified'), ništa nije nedostižno jer biti grafičar ili web dizajner nije samo profesija, već

medijum, na-in obra}anja, komunikacijsko sredstvo. Setimo se samo Bauhaus imperativa u kojem se sofisticirani dizajn nije video kao suprotstavljen ili u konfliktu sa masovnom proizvodnjom (telefonski imenici, knjige, re-nici, novac...) sve je imalo izuzetan dizajn i izuzetna tipografska re{enja. Za{to to isto ne bi imali i najpose}eniji sajtovi? Ili nam se to bli` i konkretna podela na high i low kulturu u cyberspejsu?

### web design ili internet feng shui

feng shui (izgovara se: feng {ui) je stari kineski sistem uređivanja enterijera ne bi li se maksimizirala unutra{nja harmonija i sre}a ili blagougodnost ljudi koji zive u njoj. Devedesetih, zapadna civilizacija poku{ava da iskoristi ove principe u uređivanju/dekoraciji sopstvenih domova i kancelarija. Iz prostog razloga: mo` da su shvatili koliko je to dobro za njih ili zato {to su neki ljudi iz marketinga uvideli da mogu da prodaju gomilu knjiga, ogleдалa i unutra{njih fontanica zahvaljuju}i ovoj novoj pomami. A mo` da i jedno i drugo.

Najva`nji aspekt feng shui filozofije je chi (-i)– `ivotna sila koja se kre}e izmedju nas i okru`uje nas povezuju}i sve u jednu harmoni-nu celinu. Chi je energija kojoj se mora dopustiti da se slobodno kre}e, klizi i lako prot-i-e, ako `elite da imate pozitivno okru`enje ili dobar feng shui. Kad chi stagnira, dobijate lo{ feng shui.

Feng shui u web dizajnu se odnosi na to kako su vam organizovane/sredjene stranice u odnosu na tekst i slike, kako se korisnik snalazi u navigaciji va{im sajtom, u kom slu-aju se razvija potencijalno visoka fluktuacija pozitivnog chi-ja...?

**svetlo i boja:**svetle, -iste stranice donose dobar feng shui. Stranice sa tamnim bojama ili jo{ gore sa nesretno odabranim bojama, lo{ feng shui. Plavo i belo, voda i vazduh, su dobre boje i dobra kombinacija, na primer. Ili svako nagla{avanje boja, jedna intenzivna i druga koja je prati i smiruje...

Sli-ice koje koristite neka budu -iste i definisane, kompresovani jpeg ponekada nosi lo{ feng shui.

**`ivotnost i pokret:**malo `ivosti nijednom prostoru pa ni web sajtu nije na odmet. Neke mrtve uglove/stranice prosto vaze da im se razbije monotonija, dugi tekstovi, na primer, nekakav twist grafi-ki ili ilustracija bi prosto unela malo 'cve}a' u va{ prostor/sajt. To ne zna-i da treba da dodajete neverovatan broj iritantnih animiranih gifova koji ponavljaju sekvence do u beskona-no, napravite prijatnu atmosferu za 'stanovanje u mediju'. ('arhiv medija', agentur bilwet, arkzin, zagreb)

**mirni kutak:**chi ne sme da se kre}e prebrzo pa nije lo{e uklju-iti i mirne ta-ke/mesta, ne{to {to je konstantno, stalno i smiruje svojim ponavljanjem...logo sa navigacijskim elementima na svakoj strani, na primer.

**jednostavnost:**ako prepunite web sajt sa previ{e multimedijalnih "tro{a-a vremena' imate tornado chi, {to opet nije dobro. Jednostavnija umiruju}a sredstva su mnogo korisnija i dostojanstvenija. Nau-ite razliku izmedju svedenog i jednostavnog (isprazno, prosto), svedeno je dizajnerski minimalizam dok je jednostavno ponekad nedostatak dizajna.

**prave linije:**na mre`i postoji isuvi{e pravih linija. Chi se ne kre}e lagano i prefinjeno izmedju njih, i njihovo repetitivno pojavljivanje parali{e korisnika. Broj sajtova sa frejmom levo, frejmom gore i frejmom na dnu je neverovatan. A svi ovi uglovi vode ka stagnantnom feng shui-ju.

Okrenite se neobi-nim i krivudavim dizajnerskim elementima i re{enjima gde god je to mogu}e. U tu svrhu, vektorska grafika Macromedia Flash-a je idealno re{enje, podr`ava krivulje i razli-ite oblike...unosi dinamiku.

**navigacija:**korisnik mora da pronadje lak i intuitivan na-in za snala`enje na va{em sajtu. Ako se ose}a kao da je zapao u slepu ulicu, ili mora da koristi back baton-i} da bi iza{li ili vratili se, po feng shui pravilima to je stagnacija, iako mo` da ponekada mo`e da bude i golicanje mozga i poziv na njegovo uklju-enje. Ne mora sve da bude idiotproof.

jo{ nekih predloga kako da pobolj{ate feng shui va{eg web sajta: naravno, potrudite se maksimalno oko ulazne/naslovne stranice, mora da bude fascinantna i da privu-e dizajnom, mogu}nostima i sadr`ajem. A kako to sve uklopiti zavisi samo od kreativnosti tima ili pojedinca. Izbegavajte provajdera sa lo{om reputacijom, ne da to uti-e na kvalitet va{eg sajta, ali nosi lo{u karmu i ne morate i vi da je delite sa istim. Ne lepите sav sadr`aj za jednu stranu ekrana, od po-etka da kraja. Sajtovi koji li-e ili su sasvim poslovni, mrtvi ozbiljni, na `alost nemaju ba{ zdravu chi cirkulaciju. Napravite u` izbor linkova, ili ih razbijte u celine, duge liste su zamorne u

pojavi a kamoli za -itanje. Ako se popravi stanje sa vezama (telefonskim) postojanje muzi-ke podloge ili pravljenje ambijenta zvukom, pove}a}e apsolutno u`ivanje i koncentrisanost na ono {to se nalazi na va{em sajtu, sadr`aj va{eg sajta.

### neomania

Istorija nije vi{e ono sto je bilo pre pet, deset, petnaest godina...istorija je pro{la nedelja. A stil je ne{to {to treba iskoristiti dok traje. Deo njegovog zna-enja je da }e izgubiti zna-enje. Stil je efemeran, kad ste u modi zna-i da ste u jednom trenutku imali u sebi sve uticaje i vrednosti va{eg vremena.

Roland Barthes je nazvao izvesni fenomen 'neomania', pomama za perpetualnim novitetima gde je novo postalo definisano prosto kao kupovna mo} (purchased value), ne{to novo [to se mo`e kupiti.

Form follows function/fashion (forma prati funkciju/modu) – meaning/zna-enje je bitno. Povr{ina dolazi i odlazi. Zna-enje je u konstantnom state of flux. 'Da li ta boja (linije, razmak, prostor, ilustracija, forma, tekstura, oblik...) ne{to zna-i/e ili ili je tu samo zato {to lepo izgleda?' (preporu-ujem txt iz knjige looking closer: 'meaning' by Rheinfrank i Welker). Zna-enje je je ono {to svaka individua mo`e da interpretira i reinterpretira i {to evolviraju zajedno sa okolinom/situacijom/vremenom -iji je trenutni deo.

Web dizajneri ili vi koji razmi{ljate o dizajnu, velika je odgovornost na vama, ako to jo{niste shvatili.

Vizuelna komunikacija se pona{a kao kulturni amplifajer/poja~alo. Transformi{e vidljivo u legitimno (Abraham Moles)

Tehnolo{ko napredno dru{tvo zavisi od mogu}nosti gradjana da nau~e neke nove ve{tine, a to ne}e mo}i bez produkata koji vas tendenciozno izazivaju da malo mu}nete mozgi}em.

### `ana pollakov

'but this is my theory. my theory is wrong.'

### literatura:

looking closer 1 i 2: critical writings on graphic design, allworth press, new york

graphic design: a concise history, richard hollis, thames and hudson

interface culture, steven johnson, harper's edge, san francisco

playing the future, douglas rushkoff, balantine, new york

new media in the late 20 century art, thames and hudson

arhiv medija, agentur bilwet, arkzin, zagreb

feng shui for begginers, richard craze

cyberkitchen reader, online verzija na [www.kitchenmedialab.org](http://www.kitchenmedialab.org)

### sajtovi kao primer

[www.emigre.com](http://www.emigre.com), [www.metadesign.com](http://www.metadesign.com), [www.helmutlang.com](http://www.helmutlang.com), [www.hm.com](http://www.hm.com) , [www.arkzin.com](http://www.arkzin.com) i

radovi karesina blazenka, [www.nobodyhear.com](http://www.nobodyhear.com) , [www.gucci.com](http://www.gucci.com) , [www.kookai.com](http://www.kookai.com) ,

[www.saab.com](http://www.saab.com)

[www.ferrari.it](http://www.ferrari.it) , stefanel, beneton, sisley, [www.subaru.co.uk](http://www.subaru.co.uk) , [www.vw.com](http://www.vw.com)

[www.bmw.com](http://www.bmw.com) , [www.fiat.com](http://www.fiat.com) , [www.volvo.com](http://www.volvo.com) , [www.mi2.hr](http://www.mi2.hr),

labinary...[www.whatisthematrix.com](http://www.whatisthematrix.com)

[www.miumiu.com](http://www.miumiu.com) , [www.willshop.com](http://www.willshop.com), [www.heavy.com](http://www.heavy.com), [www.idonline.com](http://www.idonline.com), [www.printmag.com](http://www.printmag.com)

[www.aiga.org](http://www.aiga.org), [www.zeldman.com](http://www.zeldman.com), [www.designiskinky.net](http://www.designiskinky.net)