

SEDAM ZLATNIH PRAVILA ZA DIZAJN WEB STRANICA

Mnoge organizacije su se našle u žurbi da "odu na Internet", iako nisu bile sigurne kakve koristi imaju od tog postupka. Ovaj dokument predstavlja skup faktora o kojima potencijalni vlasnici Internet sajtova moraju da razmisle kada prave i dizajniraju Internet stranice, u cilju da postignu korist kojoj su se nadali. Tehnologija, standardi i očekivanja korisnika u ovoj oblasti se brzo menjaju. Ovaj dokument se ne odnosi na neku posebnu tehnologiju, ali se umesto toga fokusira na činjenice koje, čini se, ostaju konstantne, bez obzira koliko se tehnologija menja. U ovom dokumentu se pažnja poklanja više praktičnom delu nego teoriji, iako se mnoge preporuke zasnivaju na opštim HCI principima za dizajn.

1. Odluči koji su tvoji kriterijumi za uspeh

Moramo biti sigurni da znamo razlog zašto želimo da budemo na Internetu. Postoji neodoljiv efekat "bandwagon" koji je trenutno veoma aktivan – na koji bi svaka organizacija koja vodi računa o svojoj reputaciji i imidžu, i koja nema "para za bacanje" trebala da bude imuna. Stvarajući i praveći sajt koji ne donosi satisfakciju ni vlasnicima ni korisnicima predstavlja rizik i ugrožava kredibilitet kako organizaciji, tako i "zdravlju" Interneta uopšte, svodeći uspešnost na minimum.

"Uspeh" ima različito značenje za različite sajtove. Moguć kriterijum uključuje broj pogodaka, tj. broj poseta u danu, broj posetioaca koji su već posetili sajt, broj ljudi koji se prijavljuju za korišćenje servisa istog, broj prodaja gledajući po produktivnosti, kvantitet prodatih produkata, broj povratnih informacija od korisnika, kritike štampe, "postavljanje" na Internet pre konkurencije ili omogućavanje lakše komunikacije korisniku. Posebno moramo odlučiti da li je naš sajt u suštini reklama za našu organizaciju, tj. firmu, u čijem slučaju bi trošak trebao da bude deo publiciteta i reklamnog budžeta, ili očekujemo da sajt bude samoisplativ na direktniji način, kao što je prodaja dobara ili naplaćivanje trećini kompanija za reklamu na našim stranama.

2. Odluči koga želiš da impresioniraš

Ne možemo da udovoljimo svima. Internet zaštita će imati drugačije poglede šta sajt čini dobrim u odnosu na tvog šefa, tvog konkurenta ili štampe. Da bi mogli da klasifikujemo kriterijume za uspeh za naš sajt i postavimo jasne pravce u dizajniranju istog sajta i njegovih strana, moramo se odlučiti za kakvu "publiku" mi želimo da pravimo taj isti sajt.

Definišući "publiku", odluke o dizajnu sajta postaju mnogo lakše. Poznajući "publiku" u mnogome nam olakšava odluke šta će biti prihvatljivo za njih ili vodeći se terminima za koje pretpostavljamo da su bazirani na osnovnom znanju posetilaca, uključujući jezik i terminologiju, kao i grafički stil i upotrebu vizuelnih likova.

3. Dozvoli da informacije formiraju dizajn

Možemo dizajnirati sajt čija se struktura zasniva na informacijama. Praveći strukturu sajta koja se logički odnosi na strukturu informacija koju želimo da prikazemo, daje nam prednost po pitanju stvari kao što su navigacija i upotrebljivost. Ne bi trebalo da pokušavamo da podupiremo, tj. insistiramo na informacijama koje su iskorištene negde drugde, ma kako one dobre bile, ili koje su dizajnirane u izolaciji aktuelne informacije. Kako se sadržaj sajta osvežava novijim informacijama, tako je potrebno i njegovu strukturu analizirati i pregledati.

Izdvoj informacije koje imaju prioritet. Stavi najvažnije i najpopularnije informacije na sam vrh servisa ili strane. Ako na početku nisi siguran koje će biti najpopularnije informacije, zabeleži koje strane su najposećenije. Ako strana koja se nalazi pri dnu tvog servisa ima najviše poseta, možeš podesiti svoju hijerarhiju tako da bude najbliža vrhu, ili možeš omogućiti direktan link do nje sa glavne strane.

Proveri interese korisnika. Nemoj pružati previše informacija za malo vremena. Pusti da čitaoci ustanove svoje interese o temi pre nego ih preplaviš velikom količinom informacija. Ovim dopuštaš svojim korisnicima kontrolu nad stvarima koje rade i time ih privlačiš da opet koriste tvoj servis.

Grafika bi trebalo da podržava dizajn informacija. Način na koji uređuješ elemente na strani i kakvu grafiku upotrebljavaš bi trebalo da pospeši informacije na toj strani i da poveže strukturu ostatka sajta.

4. Učini sebi lakim put da vidiš šta je tamo i kako da dođeš do toga

Napravi da struktura tvog sajta bude izrazita. Ona bi trebala da bude logička, ali kao takva ne podrazumeva da će biti vidljiva od strane korisnika. Zahtevajući od korisnika da imaju, na primer, unutrašnju spoznaju o kompleksnoj strukturi sajta, stavljamo kapacitet memorije korisnika iznad samog korisnika, čime će njegova pažnja biti usmerena van konteksta samih strana sajta, ili će čak prouzrokovati da se celokupan sadržaj propusti. Najbolji način kako da prikazemo strukturu sajta zavisi od informacija koje želimo da prikazemo, ali moramo da obezbedimo minimalan pregled strana koje vrše rezimiranje celokupnog servisa i pokazuju odnose između različitih delova.

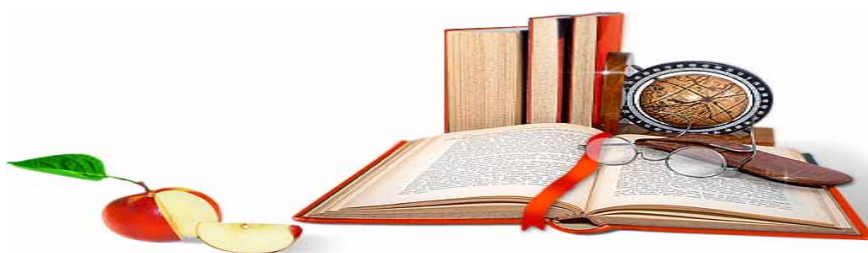
Pokaži korisnicima gde se nalaze. Jedan od boljih načina kako bi strukturu svog sajta učinili izražajnom je da integrišete strukturalne informacije u same strane i koje će stalno ukazivati gde se nalazi korisnik unutar servisa, na primer kroz upotrebu Header-a i Footer-a. Idealno bi bilo kada bi mogli da učinimo indikatore lokacija interaktivne kako bi oni takođe činili neki način navigacije.

Omogući početnu stranu. Omogućujući link koji će "voditi" na glavnu stranu, koji se nalazi na istom mestu na svakoj strani, omogućuje da se učvrsti iskustvo korisnika kao i da se obezbedi izlazna ruta, što bi pružilo korisniku šansu da se "izgubi". Prateći prethodna dva uputstva trebalo bi da znači da se ovo retko dešava, ali to ohrabruje korisnike ako znaju da mogu da se vrate na vrh servisa kada im je to potrebno ili kada to žele.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET -----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA

NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA maturskiradovi.net@gmail.com