

WEB DIZAJN

VEŽBE07,08–

Fotografije i video u Web-u
Fontovi

Predmetni profesor: Prof. dr Dejan Blagojević

Predmetni asistent: Ana Janaćković

SLIKE U WEB DIZAJNU

Slike pomažu da poruka brzo i jasno stigne do klijenta, a istovremeno stvaraju sliku o brendu.

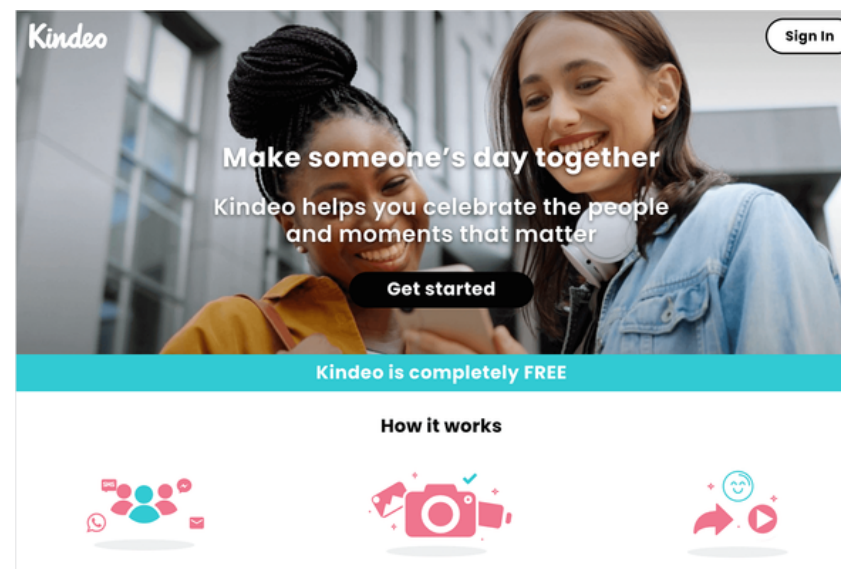
Istraživanja su pokazala da kada ljudi čuju neku informaciju, verovatno će zapamtiti samo 10% te informacije tri dana kasnije. Međutim, ako se uz tu informaciju doda i odgovarajuća slika, ljudi zadrže čak 65% informacije nakon tri dana. (*LifeLearn, 2015*)



SLIKE U WEB DIZAJNU

Moderni dizajn sajta često se bazira na korišćenju slika visoke rezolucije koje predstavljaju brend. Ove slike mogu da služe kao snažan vizuelni element koji odmah objašnjava o čemu je sajt, bilo da je u pitanju proizvod, usluga ili celokupna misija organizacije.

Međutim, preporučuje se da bar jedna slika bude "vodeća" na početnoj stranici (uobičajeno na samom vrhu), tzv. "Hero Image". Pruža prvi utisak korisnicima, pomaže im da brzo shvate o čemu se radi i usmerava njihov pogled dalje kroz sadržaj sajta.



SLIKE U WEB DIZAJNU

Jedna od najčešćih grešaka u korišćenju “hero” slika jeste njihova neadekvatna primena – bilo da je reč o pogrešnom izboru slike, lošoj rezoluciji ili neusklađenosti sa sadržajem. Takve greške mogu značajno narušiti korisničko iskustvo.

Neke od najčešćih grešaka podrazumevaju:

1) “hero” slika ne priča priču

Čak i bez čitanja teksta, posetioци bi trebalo da mogu da shvate navedeno:

- Koju poruku sajt prenosi i koji proizvod ili uslugu nudi
- Kakav je karakter i stil brenda
- Koja je misija i koje vrednosti brend zastupa



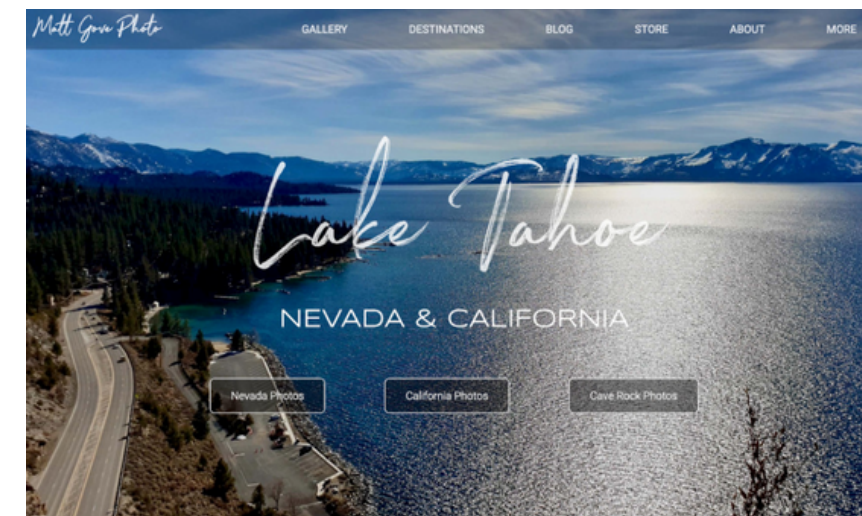
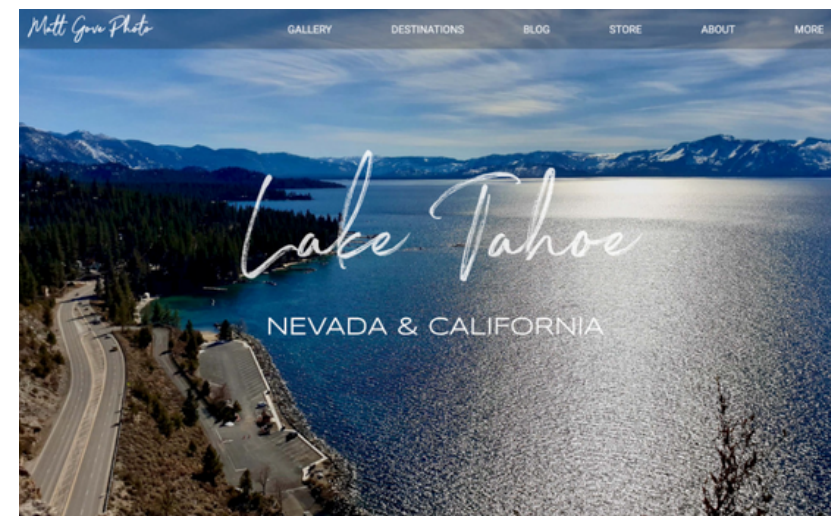
SLIKE U WEB DIZAJNU

2) nema jasnog “poziva na akciju” (call to action)

Nedostatak jasnog poziva na akciju je jedan od glavnih razloga zašto potencijalni klijenti napuštaju sajt.

Primeri uobičajenih poziva na akciju:

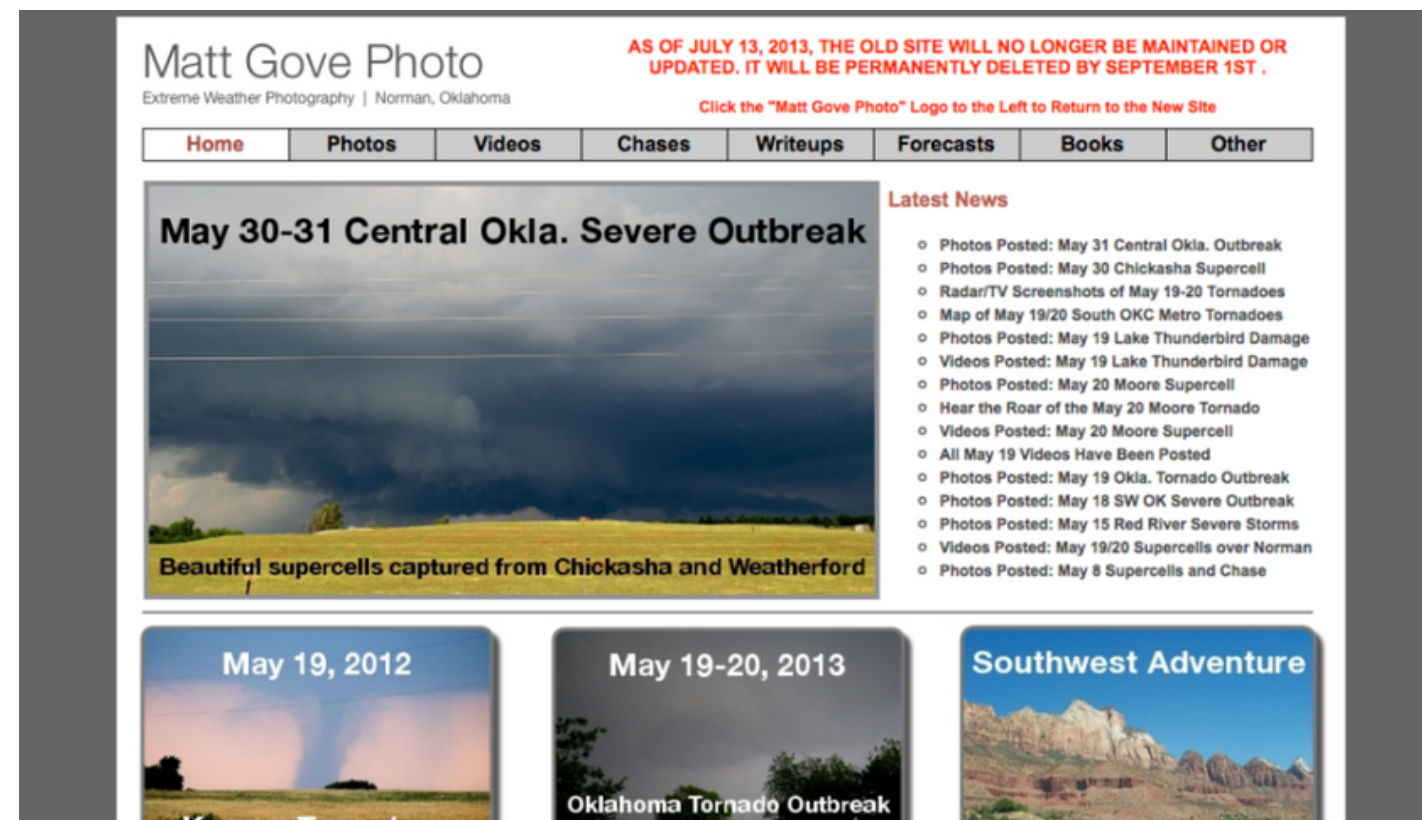
- Forma za prijavu
- Lista izvora i referenci gde korisnik može dobiti dodatne informacije
- Link za zakazivanje sastanka ili razgovora
- Linkovi sa profilima na društvenim mrežama



SLIKE U WEB DIZAJNU

3) previše “poziva na akciju” (call to action)

Ni pod kojim uslovima ne bi trebalo da sajt sadrži više od tri poziva na akciju povezanih sa hero slikom. Na nažalost, kada je izbora previše – najčešća odluka koju posetilac donese jeste da napusti sajt.

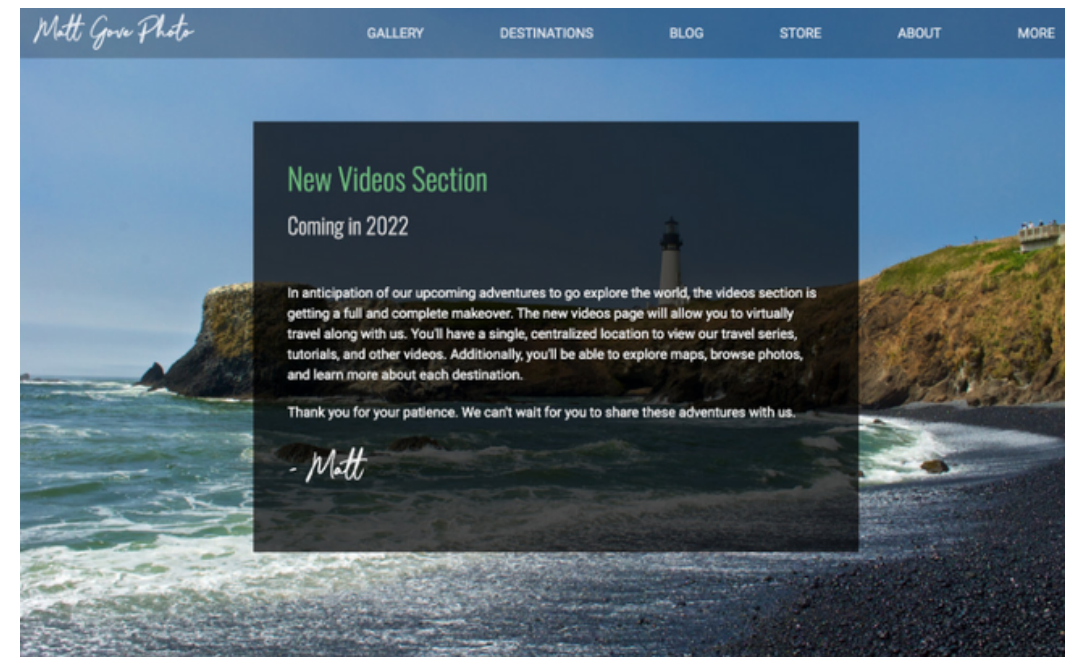


SLIKE U WEB DIZAJNU

4) previše teksta

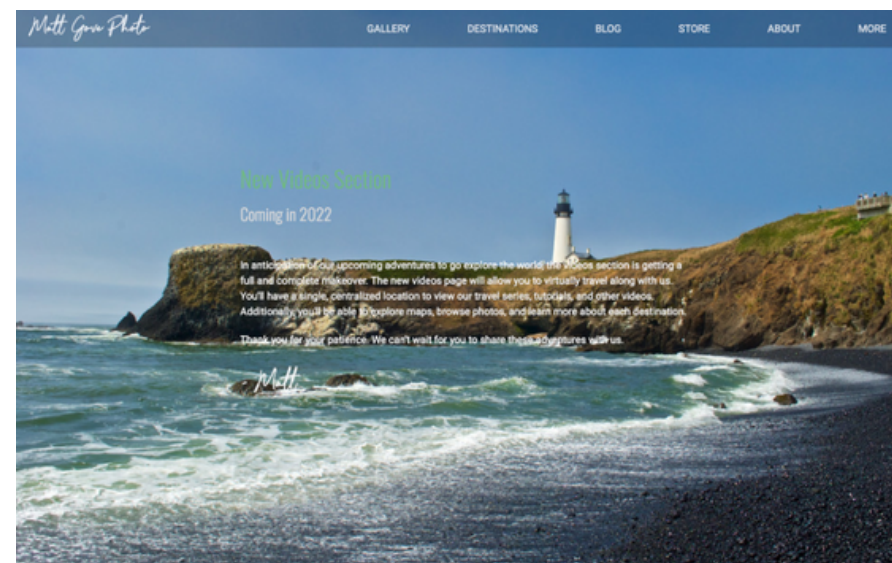
Tekst treba da bude sveden na minimum. Idealno, treba da se sastoji samo od:

- Glavnog naslova
- Podnaslova
- Kratkog opisa – 1 do 2 rečenice
- Poziva na akciju (ili više njih)

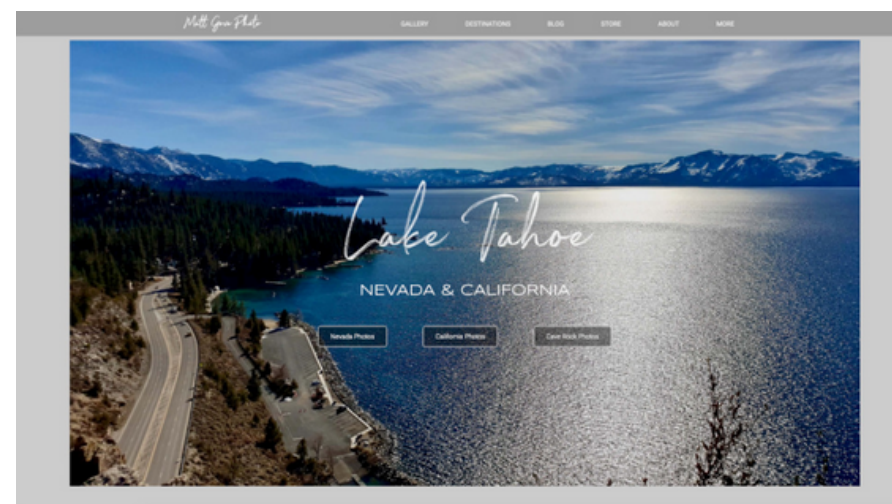


SLIKE U WEB DIZAJNU

5) hero slika ima prevelik kontrast, pa se tekst koji je preko nje ne može pročitati



6) premala hero slika



7) hero slika je niskog kvaliteta
ili previše osvetljena

8) neoptimizovana hero slika
usporava učitavanja sajta

9) korišćenje više hero slika

SLIKE U WEB DIZAJNU

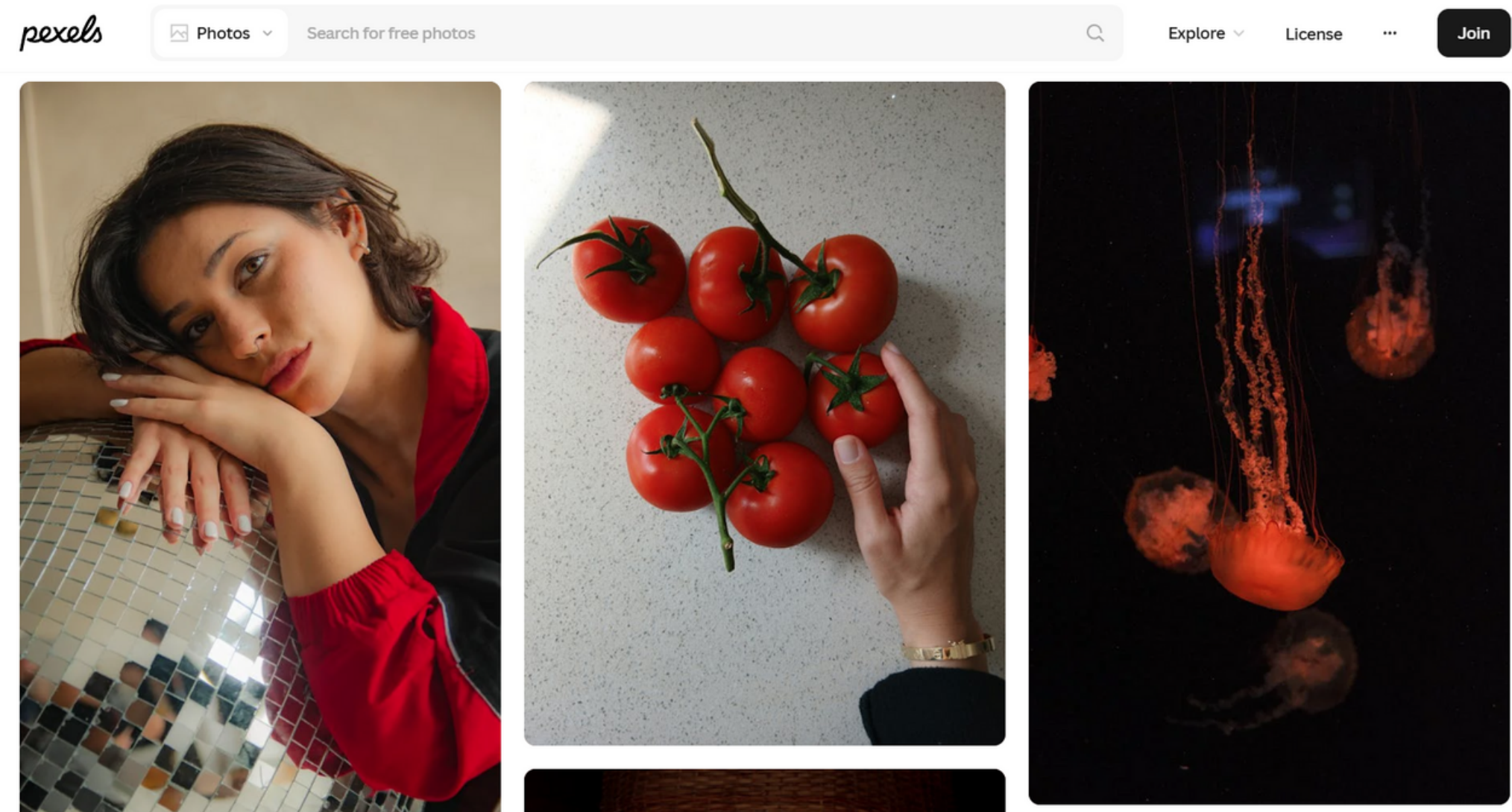
Nemogućnost pristupa relevantnim slikama može navesti neka preduzeća da popune prostor za slike niskorezolucionim fotografijama, ili slikama koje ne odgovaraju predviđenom prostoru. To može dovesti do toga da heder izgleda zamućeno, neporavnato, ili da sadrži puno nepotrebnog praznog prostora.

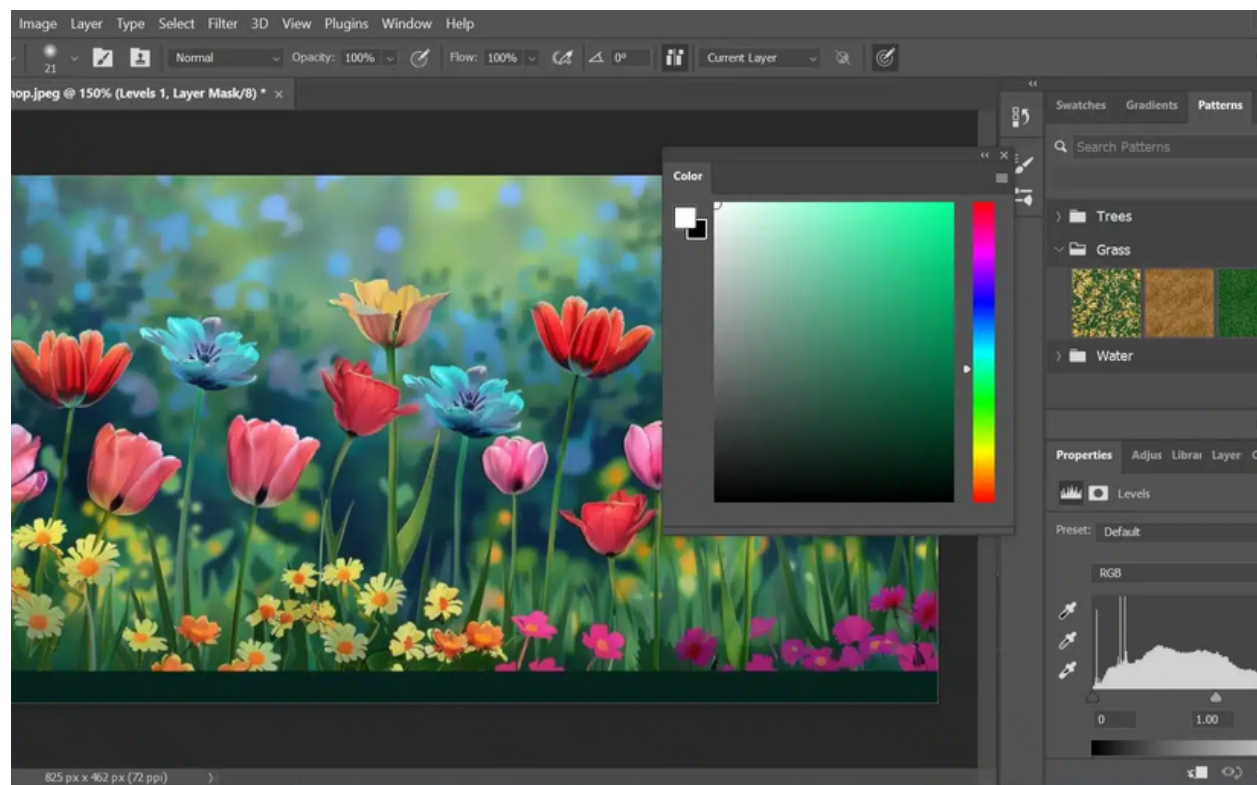
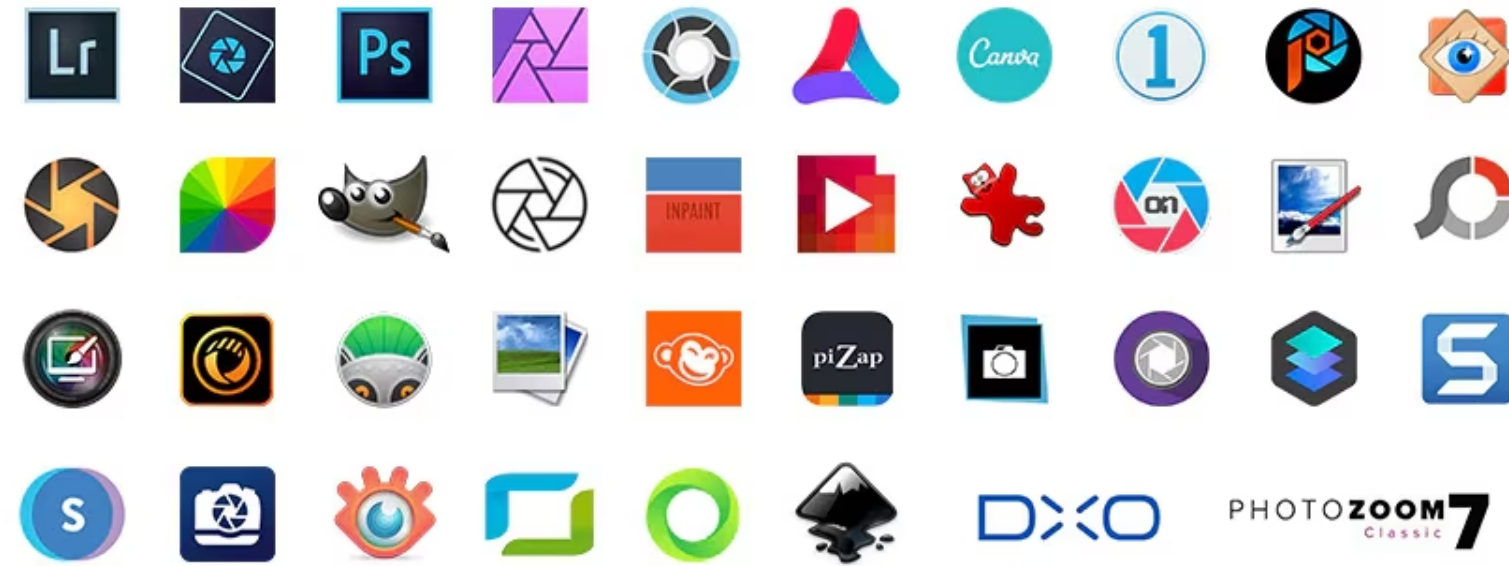
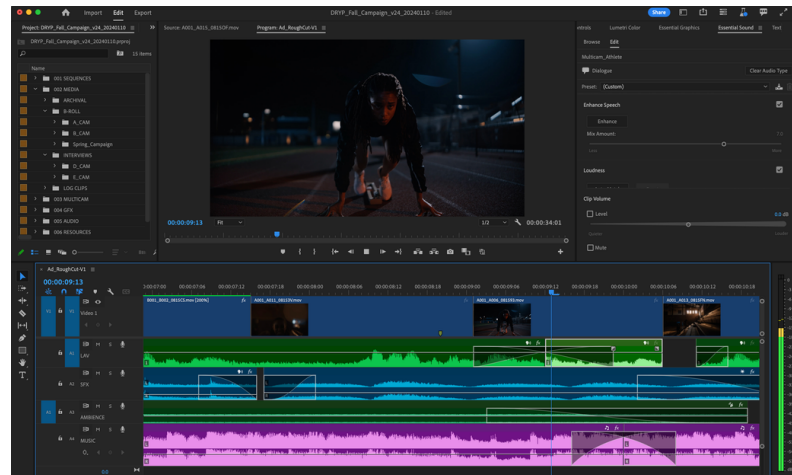
Često se dešava i da firme moraju da posegnu za stock fotografijama (gotovim profesionalnim slikama) kako bi prikazale svoju industriju ili brend – bilo kao hero sliku, bilo unutar sadržaja sajta.

Međutim, prilikom korišćenja stock slika, ključno je da svaka fotografija bude relevantna za poslovanje, kao i za kontekst u kojem se koristi. Korišćenje slika isključivo u dekorativne svrhe može imati negativan uticaj na prezentaciju poslovnog identiteta – ne samo da može delovati neautentično, već može aktivno odbiti posetioce sa sajta.

SLIKE U WEB DIZAJNU

Kada se radi o korišćenju slika u web dizajnu, važno je razumeti kako autorska prava funkcionišu, kako bi se izbegli problemi sa legalnim pitanjima i tužbama.





FONTOVI U WEB DIZAJNU

Osnovni zadatak tipografije jeste da organizuje informacije tako da ideju, sadržaj i ton teksta prenese na najjasniji mogući način.

Fontovi se dele na šest glavnih porodica koje obuhvataju sve stare i nove verzije. Svaka porodica karakteriše tipična „arhitektura građe“ fonta, koja omogućava varijacije u visini slova (x-height), debljini linija i celokupnoj konfiguraciji. Te verzije jednog istog fonta utiču na čitljivost, utisak koji tekst ostavlja na čitaoca i ostvarenje osnovne ideje koju tipografija ima na određenom veb-sajtu.

Iako postoje izuzeci, fontovi se najčešće dele u šest glavnih grupa:

- Gothic
- Antiqua
- Egyptian
- Grotesque
- Script
- Ornamental

Arial

Arial Black

Arial Narrow

Arial Rounded MT Bold

Arial Unicode MS

Fontovi se grupišu u zajedničku porodicu fontova na osnovu sličnih stilskih osobina. U većini slučajeva, font porodica obuhvata osnovne varijante pisma – regular (normal), bold (podebljano), italic (kosa), bold italic (podebljano kosa). Dodatne varijacije mogu uključivati light, extra light, heavy, black, condensed i druge.

Upotreba zakrivljenja i podebljanih slova grafički obogaćuje kompoziciju. Time se razbija monotonija velikih blokova teksta i dodaje umetnički ritam dizajnu. To zadržava pažnju čitaoca i umanjuje vizuelni zamor.

FONTOVI U WEB DIZAJNU

Kerning predstavlja razmak između parova slova. Zbog specifičnosti određenih fontova ili željenog vizuelnog efekta, kerning se ponekad mora povećati ili smanjiti, na primer kod parova kao što su „FT” ili „AV”.

Razmaci između slova, reči i redova moraju biti precizno podešeni kako bi omogućili glatko i prirodno čitanje. Svaki font je unapred programiran s određenim vrednostima, i web dizajner često nema mnogo prostora da utiče na te postavke, zbog čega kvalitet podešavanja direktno utiče na upotrebljivost fonta.

Kada je tekst dobro podešen, reči se ne čitaju pojedinačno, već u grupama, što omogućava brže i prijatnije čitanje. Razmaci, dakle, imaju ključnu ulogu u brzini čitanja i ukupnom vizuelnom doživljaju teksta.

Tracking je ukupni razmak između slova u tekstu. Ponekad, kod fontova sa veoma koncentrisanim izgledom, tracking treba povećati, dok kod drugih fontova treba smanjiti. Ako su razmaci previše mali, reči počinju da se spajaju, a ako su previše široki, karakteri izgledaju razdvojeni i teško se prihvataju kao celovit tekst.

Tracking se koristi kao tipografska tehnika kada je potrebno povećati razmak za podnaslov, frazu ili reč kako bi se postigao širi zvučni efekat, odnosno da tekst dobije više prostora i bolju čitljivost u određenom kontekstu.

Leading je razmak između redova. To je razmak između osnovnih linija uzastopnih redova teksta. Korišćenje većeg leading-a daje prozračnost kolonama teksta, dok komprimirani redovi izgledaju naglašeno i slični novinskom stilu.

Kerning
Were
Lysander

Tracking
Tracking
Tracking

There are things that can now
be done to type, with the aid
of computers, that where never
intended to be possible by the
designers of the older typefaces.
Therefore one must know the
limitations and rules of type
before they can properly and
effectively break the rules.

FONTOVI U WEB DIZAJNU

Italics privlače pažnju i kontrastiraju u obliku sa ostatkom teksta. Obično se koriste za citiranje knjiga, naslova članaka ili unutar teksta za uvođenje termina ili nepoznatih reči. **Nije preporučljivo ostaviti velike delove teksta u italiku, jer smanjuje čitljivost na ekranu.**

Podvučeni tekst potiče iz doba pisaćih mašina, kada bold i italic nisu postojali. Ovaj efekat **ima vrlo lošu čitljivost** i specifične funkcije na veb stranicama. Uobičajeno je koristiti različite boje za hiperveze kako bi se istakla njihova funkcija. Tekst različite boje unutar tekstualnog okvira trebalo bi izbegavati kako ne bi došlo do zabune sa hipervezama, što bi moglo izazvati konfuziju kod korisnika.

FONTOVI U WEB DIZAJNU

Serif: Ovi fontovi imaju male dekorativne linije na krajevima poteza slova. Primeri uključuju Times New Roman, Georgiju i Garamond. Često prenose osećaj tradicije, elegancije i formalnosti. Često se koriste za glavni tekst u štampanim materijalima i mogu dobro funkcionisati i na veb-sajtovima brendova koji teže klasičnom, uglednom izgledu.

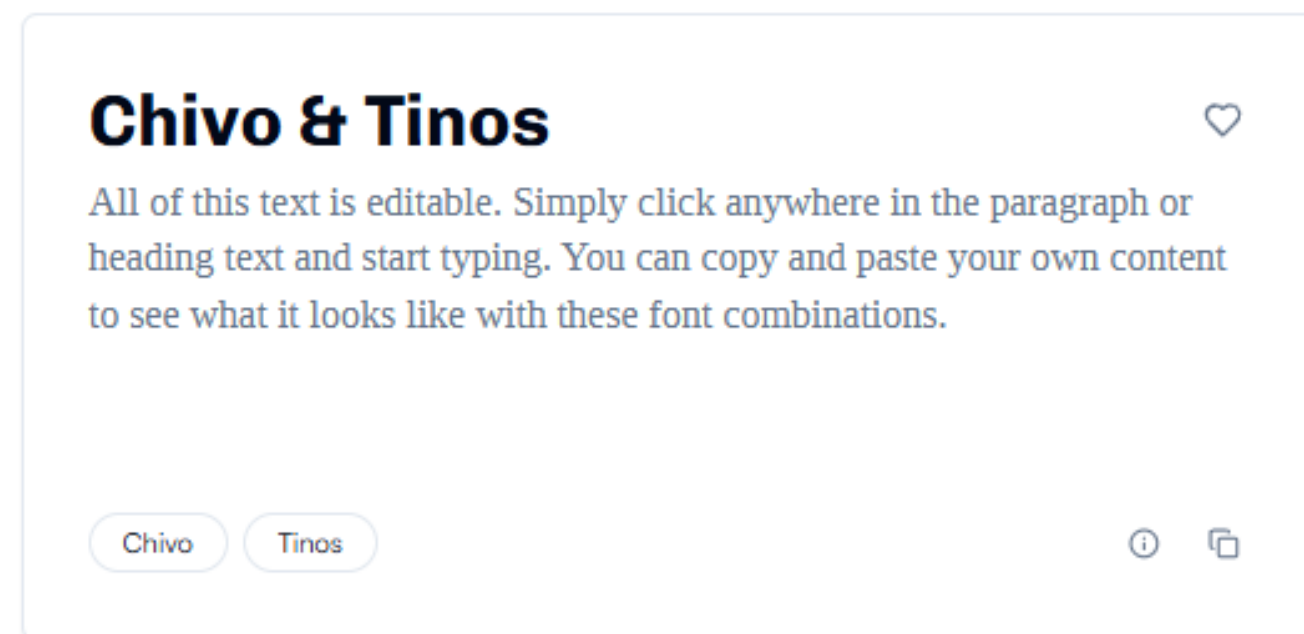
Sans-serif: Sam naziv govori sve—„sans” znači „bez”. Ovi fontovi nemaju dekorativne dodatke, što im daje čist i moderan izgled. Popularni primeri su Arial, Helvetica i Open Sans. Ovi fontovi su poznati po svojoj izuzetnoj čitljivosti, naročito na ekranima, što ih čini svestranim izborom za veb-sajtove u raznim industrijama.



KOMBINACIJE FONTOVA (FONT PAIRING)

Kombinacije fontova (poznate i kao uparivanja fontova) su dva različita veb fonta koja se međusobno dopunjuju ili balansiraju.

Kombinacije fontova mogu biti skladne ili mogu koristiti kontrast kako bi istakle određene elemente tipografske teme.



KOMBINACIJE FONTOVA (FONT PAIRING)

Glavne karakteristike na koje treba obratiti pažnju:

1. Čitljivost (Legibility)

2. Udobnost pri čitanju (Comfort)

Neki dizajneri izbegavaju fontove poput Helvetica ili Times New Roman jer su previše korišćeni. Ali odabir fonta ne treba da zavisi od vašeg ličnog ukusa, već od toga koliko je posetiocima sajta prijatno da čitaju tekst.

3. Stil (Style)

Birati stilove fontova koji se slažu sa vizuelnim identitetom brenda.

PRAVILA PRI UPARIVANJU FONTOVA

Pravilo #1: Ne koristite više od tri fonta na sajtu

Pravilo #2: Sklad i kontrast su dobri – konflikt nije

Fontovi koji se uparuju moraju biti u ravnoteži.

Pre svega, fontovi treba da se međusobno dopunjuju. Čak iako izgledaju različito, treba zajedno da ostavljaju utisak doslednosti i skladnosti.

Dobar način za to je uparivanje serif i sans-serif fonta, iako to nije jedini način da se postigne harmonija.

Preporuka je koristiti karakterističan i upečatljiv font za naslove, dok se ostatak teksta oblikujete neutralnijim fontom, kako bi se balansirao celokupan izgled.

Važno je da stilovi ne budu u sukobu. Na primer, robustan gotički serif font neće se dobro slagati sa izrazito ženstvenim zakrivljenim fontom.

KOMBINACIJE FONTOVA (FONT PAIRING)

Pravilo #3: Ne bojte se kombinovanja fontova iz iste superporodice

Nije loše koristiti fontove iz iste porodice, sve dok stilovi nisu previše slični. Mogu lepo funkcionisati zajedno, ali moraju biti dovoljno različiti da bi se razlikovali na prvi pogled.

U okviru superporodica koje sadrže na desetine varijacija, mogu se pronaći zanimljive kombinacije. Na primer: tanki naspram debelih fontova, sabijeni naspram proširenih, serif naspram sans-serif varijanti.

Važno je uzeti u obzir i kako različite veličine i debljine slova mogu stvoriti kontrast među stilovima unutar iste porodice. To često može biti sasvim dovoljno da se dobije atraktivan par fontova.

Pravilo #4: Pazite da su vaši fontovi pravilno dimenzionisani i oblikovani za svoju ulogu

Jedan od razloga zašto uopšte koristiti različite fontove jeste da bi se uspostavila hijerarhija na stranici. Ali, povećanje veličine fonta za 10 piksela ne mora nužno da stvori tu hijerarhiju.

Zato je važno da različiti fontovi igraju različite uloge.

fontpair

David Libre & Chivo

All of this text is editable. Simply click anywhere in the paragraph or heading text and start typing. You can copy and paste your own content to see what it looks like with these font combinations.

Chivo

General Serif

David Libre & Chivo

All of this text is editable. Simply click anywhere in the paragraph or heading text and start typing. You can copy and paste your own content to see what it looks like with these font combinations.

Chivo

IBM Plex Serif

David Libre & Chivo

All of this text is editable. Simply click anywhere in the paragraph or heading text and start typing. You can copy and paste your own content to see what it looks like with these font combinations.

Chivo

Spectral

David Libre & Chivo

All of this text is editable. Simply click anywhere in the paragraph or heading text and start typing. You can copy and paste your own content to see what it looks like with these font combinations.

Chivo

Rasa

David Libre & Chivo

All of this text is editable. Simply click anywhere in the paragraph or heading text and start typing. You can copy and paste your own content to see what it looks like with these font combinations.

Recia

Chivo

David Libre & Chivo

All of this text is editable. Simply click anywhere in the paragraph or heading text and start typing. You can copy and paste your own content to see what it looks like with these font combinations.

Chivo

Cambo

Better Together

The Ultimate Guide to Font Pairing — Learn

A principle element in good graphic design comes down to font pairings. Inside, we explain the science of font pairings and how to use them to make your design in Canva look professional and sleek.

Canva

 / Mar 14

