

خلاصه‌ای از

# اصول وب‌دیزاین زیبا

فصل اول . بخش اول



## ■ مهم‌ترین نکاتی که در مقدمه‌ی کتاب نوشته شده است.

مقدمه با مقایسه‌ای ظریف و به‌جا بین طراحی داخلی خانه و وب‌دیزاین شروع می‌شود. وقتی وارد خانه‌ای جدید می‌شوید، رنگ و جنس دیوارها و کفپوش و در و پنجره، مواد و لوازمی که در آشپزخانه و دستشویی و حمام استفاده شده، همه و همه نشانی از سلیقه‌ی صاحب قبلی دارد و قدیمی شده است. اولین کاری که صاحب جدید می‌کند این است که خانه را به سلیقه و خواست خودش دوباره طراحی و شاید بازسازی کند. تازه وقتی کار طراحی و بازسازی تمام می‌شود، آن وقت است که صاحب جدید احساس می‌کند خانه خانه‌ی خودش شده است. بین دیزاین کردن خانه یا حتی یک اتاق و دیزاین یک سایت شباهت‌هایی وجود دارد. هر دو پر از جزئیات هستند و لازم است تغییراتی که در هر بخش اتفاق می‌افتد در تناسب با بخش‌های دیگر باشد. در غیر این صورت، همه چیز باید از اول شروع شود.

# “ Good design

**is about the relationships between the elements involved, and creating a balance between them. ”**

دیزاین خوب درباره‌ی ارتباط بین عناصر دخیل در طراحی و خلق کردن تعادل میان آن‌ها است.

طراحان سایت باید قبل از شروع کار به سوال بسیار مهمی جواب دهند: چه قدر می‌خواهند با مُد روز حرکت و سایت را مطابق با ترندها طراحی کنند؟ دیزاین خوب الزاما با پیروی از ترندهای وب دیزاین به دست نمی‌آید. دیزاین خوب چیزی فراتر از ترندها و تکنولوژی است. [Internet Wayback Machine](#) را چک کنید. به سایت‌های قدیمی سر بزنید و طراحی آن‌ها را با هم مقایسه کنید. مطمئن باشید صفحاتی را پیدا می‌کنید که انگار امروز طراحی شدند و شبیه دیزاین‌های سایت‌های امروزی‌اند. دیزاین خوب تماما وابسته به زمان طراحی نیست. البته، نباید این تصور غلط پیش بیاید که اگر سایت را یک آماتور و خیلی ابتدایی و بی‌دقت و بدون توجه به ترندها طراحی کند، بهتر است. منظور این نیست.

نظری<sup>۱</sup> وجود دارد که می‌گوید «مردم به سایت‌هایی اعتماد می‌کنند که دیزاین تبلیغاتی ندارد و ابتدایی طراحی شده است. سایت را فقط باید توسعه داد و نیازی به برنامه‌ریزی و صرف وقت و هزینه برای دیزاین نیست. مهم این است که سایت کارا باشد». اما این نظر درست نیست. چون طراحی سایت فرآیندی آگاهانه و هدفمند است. نمی‌شود بدون برنامه‌ریزی سایتی کارا ساخت. همان قدر که برای توسعه سایت زمان گذاشته می‌شود برای دیزاین آن هم باید زمان صرف کرد. البته، همچنان ممکن است کسی بخواهد صرفاً یک سایت داشته باشد که کاری انجام می‌دهد و دیزاین هم نشده است. اما دلیلی برای ترسیدن از دیزاین یا به سمتش نرفتن وجود ندارد.

نویسندگان کتاب معتقدند اینترنتی که ما آدم‌ها در آن کار و زندگی می‌کنیم، با سایت‌های زشت پر شده است. به نظر آن‌ها وقتش رسیده است تا هر کس که می‌خواهد سایت داشته باشد بتواند آن را خوب دیزاین کند. به همین دلیل، در این کتاب اصول و تئوری‌های بنیادین دیزاین به گونه و ترتیبی که در توسعه سایت به کار گرفته می‌شود، بیان شده است. مخاطبان اصلی کتاب توسعه‌دهندگان و برنامه‌نویسان سایت هستند. اما هر کس که سوالی درباره‌ی دیزاین سایت دارد و نمی‌داند از چه رنگ یا عکسی در طراحی سایتش استفاده کند، می‌تواند از این کتاب کمک بگیرد، چون تمام مثال‌های کتاب مربوط به طراحی سایت است و از سایت‌های واقعی گرفته شده است. همچنین، در سراسر کتاب هر جا که نیاز بوده، کدهای طراحی در اختیار خواننده قرار گرفته است.

نویسندگان هدفشان از نوشتن این کتاب را در یک جمله‌ی کوتاه و روشن این طور بیان کردند:

## “Our goal

**with this book is simple: to present what we know about designing for the Web in a way that anyone can understand and apply. ”**

هدف ما از نوشتن این کتاب ساده است: عرضه کردن هرچه از دیزاین برای وب می‌دانیم، طوری که هرکس آن را بفهمد و پیاده کند.

<sup>۱</sup>Anti-marketing Design

## ■ خلاصه‌ی آنچه در فصل اول کتاب درباره‌ی پروسه دیزاین و تعریف دیزاین خوب نوشته شده است.

### پروسه دیزاین

فصل اول کتاب Layout & Composition (چیدمان و ترکیب‌بندی) نام دارد. دیزاین در فضا انجام می‌شود. آن فضا ممکن است یک کارت ویزیت باشد یا یک صفحه‌ی سایت. اولین قدم این است که معلوم شود آن فضا قرار است چگونه تقسیم شود. چون تک تک کامپوننت‌های دیزاین در فضای دیزاین با یکدیگر ارتباط دارند. برای فهمیدن دیزاین اول باید آن ارتباط فضایی میان المان‌ها درک شود. سنگ‌بنای وب دیزاین، درست مانند دیزاین یک کارت ویزیت، از طرح اولیه‌ای برای چیدمان و ترکیب‌بندی صفحات سایت شروع می‌شود. سخت‌ترین کار برای توسعه‌دهنده سایت دقیقاً همین مرحله است. توسعه‌دهنده سایت از کجا باید شروع کند و چطور باید فضای سایت را میان المان‌ها تقسیم‌بندی کند؟

طراحی سایت ممکن است به شمشیر دولبه تبدیل شود. وب دیزاین جایی مابین هنر و دانش و حل مسئله قرار گرفته است. از یک طرف باید به زیبایی بصری رسید و از طرف دیگر نیازهای صاحب سایت (کارفرما) را برآورده کرد. البته، برای طراحان سایت نیازها و خواست‌های صاحب سایت در اولویت قرارش می‌گیرد. پس، فرآیند وب دیزاین از گوش کردن به مشتری و کشف کردن نیاز هایش شروع می‌شود. برای ترسیم طرح اولیه براساس خواست کارفرما، که در وب دیزاین به آن مدل کامل<sup>۲</sup> گفته می‌شود، باید ۳ مرحله را طی کرد:

# ۱- شناسایی

# ۲- تحقیق

# ۳- اجرا

<sup>۲</sup> Comp or Comprehensive dummy: تصویری دقیق از چیدمان و ترکیب‌بندی صفحات سایت است که قبل از ساختن پروتوتایپ آن با HTML تهیه می‌شود.

## ۱. شناسایی

مشتری را کامل و دقیق بشناسید. این کار در ملاقاتی ترجیحا حضوری و با پرسیدن سوالات هدفمند، گوش کردن و یادداشت‌برداری امکان‌پذیر است. اولین ملاقات حتما نباید در دفتر کار باشد. اگر مشتری شما خیلی رسمی و مقرراتی نیست، ایده‌ی بدی نیست که ملاقات را در جایی خارج از محیط اداری یا شرکت برگزار کنید. قبل از ملاقات، حتما مشتری و کسب‌وکارش را گوگل کنید و تا می‌توانید درباره‌ی کاری که انجام می‌دهد و حوزه یا صنعتی که در آن فعال است اطلاعات جمع‌آوری کنید.



یادتان باشد اولین ملاقات درباره‌ی شما و مهارت‌های شما نیست. درباره‌ی مشتری است و کاری که انجام می‌دهد و چیزی که از شما می‌خواهد. پس، کمتر حرف بزنید و بیشتر بشنوید. متمرکز باشید و هیچ کاری نکنید که جلسه از مسیر اصلی‌اش خارج و به حاشیه برده شود. پس، درباره‌ی اصطلاحات تخصصی برنامه‌نویسی یا دیزاین صحبت نکنید. اگر تبلت یا لپ‌تاپ دارید و می‌خواهید نمونه سایتی را به او نشان دهید، بدانید که فکر خوبی نیست و حواسش را پرت می‌کند. بهترین کار فقط و فقط سوال پرسیدن و یادداشت‌برداری است. اگر ضروری است که درباره‌ی تکنولوژی خاصی حرف بزنید، با اجازه‌ی او، جلسه را ضبط کنید.

به لیست صفحه بعد توجه کنید. سوالاتی را می‌بینید که من در اولین ملاقات آن‌ها را می‌پرسم، حتی اگر پاسخشان را در گوگل پیدا کرده باشم:

■ اگر پروژه طراحی یک سایت جدید است:

۱. کار شرکت چیست؟
۲. سمت شما در شرکت چیست؟
۳. لوگو یا برندی برای کسب و کار ثبت شده است؟
۴. هدف شما از داشتن یک وبسایت چیست؟
۵. چه اطلاعاتی را می‌خواهید در سایت منتشر کنید؟
۶. رقبای شما کدام شرکت‌ها هستند؟ آیا وبسایت دارند؟
۷. از کدام سایت‌ها خوشتان می‌آید و از کدام سایت‌ها خوشتان نمی‌آید (مثال بخواهید)؟

■ اگر پروژه بازطراحی سایت است، سوالات زیر را هم می‌پرسم:

۱. وقتی کاربر وارد سایت می‌شود، معمولا دنبال چه چیزی می‌گردد؟
۲. مشکلات دیزاین فعلی سایت چیست؟
۳. با دیزاین دوباره‌ی سایت می‌خواهید به چه چیزهایی برسید؟
۴. آیا المان‌هایی از سایت فعلی هست که بخواهید آن‌ها را نگه دارید؟
۵. فکر می‌کنید واکنش کاربران شما به دیزاین جدید سایت چگونه خواهد بود؟

■ اگر پروژه توسعه‌ی یک اپلیکیشن جدید است:

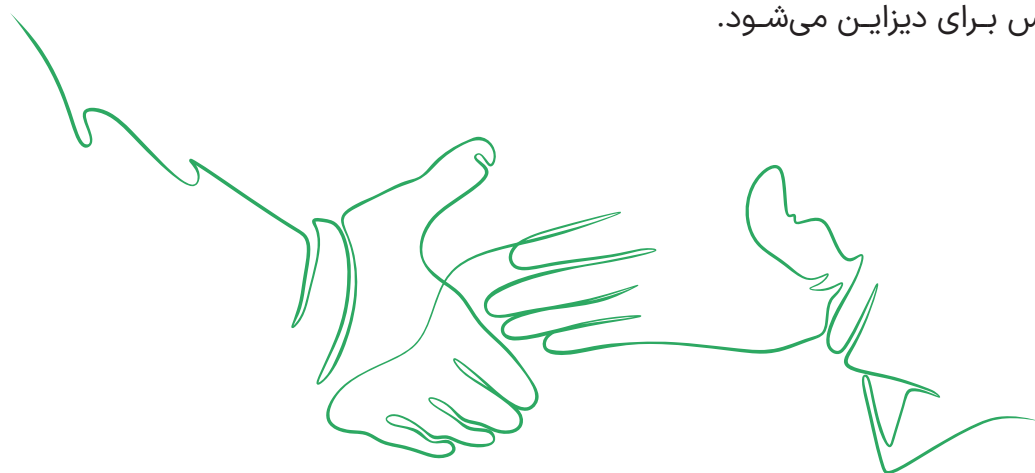
۱. هدف اپ چیست (قرار است چه کاری برای کسب و کار انجام دهد)؟
۲. اپ قرار است در کدام پلتفرم‌ها (وب/Native) کار کند؟

■ در هر سه حالت، سوالات زیر را می‌پرسم:

۱. نمونه‌ای از سایت‌ها یا اپ‌هایی که از آن‌ها خوشتان می‌آید و آن‌هایی که خوشتان نمی‌آید، دارید؟
۲. در این حوزه، سایت یا اپ چه رقابایی دارد؟
۳. مخاطب (کاربر) هدف شما چه کسانی هستند؟ آیا ویژگی‌های مشترک دارند، مثلا، سن، جنسیت یا محل زندگی؟
۴. بودجه‌ی پروژه چه قدر است و در چه بازه‌ی زمانی باید تمام شود؟

## ۲. تحقیق

حالا نوبت می‌رسد به تحلیل و بررسی پاسخ سوالات و اطلاعاتی که از مشتری گرفتید. این مرحله دیگر کاملاً مربوط به شماست. باید خودتان را بگذارید جای کاربران سایت (مشتریان کسب‌وکار). باید از خودتان بپرسید آن‌ها دنبال چه چیزهایی می‌گردند؟ می‌خواهند چه چیزهایی بخرند؟ بهترین عنوان برای هر صفحه از سایت چیست؟ چطور اطلاعات باید در سایت طبقه‌بندی شود؟ در این مرحله و با یافتن پاسخ آن سوالات شما در واقع **معماری اطلاعات**<sup>۳</sup> می‌کنید. برای سایت‌های پیچیده و پر از جزئیات معماری اطلاعات کاری جداگانه و تخصصی است. اما در پروژه‌های کوچک هم قابل اجرا و کمک کننده است. باید محتوای سایت را طوری منظم کنید که مسیر حرکت کاربر در سایت را ساختارمند نشان دهد. آن ساختار پایه و اساس برای دی‌زاین می‌شود.

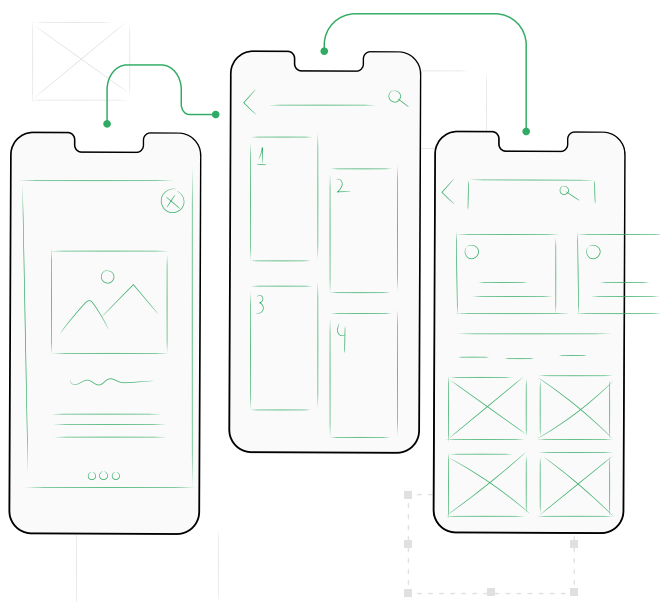


معماری اطلاعات دو ابزار می‌خواهد: یک تخته وایت برد یا کاغذ چرک‌نویس و مقدار زیادی استیکی نت. همه‌ی اجزا و بخش‌های سایت را لیست کنید و بعد آن‌ها را در گروه‌ها و زیرگروه‌ها دسته‌بندی کنید. اگر نام همه‌ی صفحات و گروه‌ها و زیرگروه‌ها را روی استیکی نت نوشته‌اید، آن‌ها را روی دیوار به ترتیبی که قرار است در ناوبری سایت قرار بگیرند، مرتب کنید. یادتان باشد این مرحله سخت و زمان‌بر است و فوت و فنی برای سریع انجام دادنش وجود ندارد. فقط یادتان باشد نباید اطلاعات را خیلی خرد کنید چون کاربر را با گزینه‌های زیاد گیج می‌کنید و نباید اطلاعات را خیلی کلی دسته‌بندی کنید چون در آن صورت انگار اطلاعات را در اعماق سایت دفن کردید و کاربر برای رسیدن به چیزی که می‌خواهد بداند باید از homepage بسیار فاصله بگیرد (خیلی زیاد کلیک کند). درکل، باید اطلاعات تا جای ممکن **سهل الوصول و واضح** در سایت عرضه شده باشد.

<sup>۳</sup> Information Architecture or IA

### ۳. اجرا

الان وقت آن است که چیدمان (Layout) سایت را ترسیم کنید. در این مرحله هنوز قرار نیست خود را با بحث‌های فنی توسعه سایت مشغول و درگیر کنید. مهم نیست قرار است از سیستم‌های مدیریت محتوا استفاده کنید یا آن را با HTML از اول بنویسید. یک کاغذ سفید بردارید. بله، باز هم کاغذ. نباید به هیچ نکته‌ی فنی و تخصصی فکر کنید. به محدودیت‌های مرورگرها و CSS در پیاده‌سازی چیدمان فکر نکنید. مهم این است که شما برای تعامل انسان با ماشین یک رابط<sup>۴</sup> طراحی کنید، همین. من روی کاغذ چند طرح می‌کشم. یکی را که بیشتر از بقیه دوست دارم انتخاب می‌کنم و می‌روم سراغ فوتوشاپ. در فوتوشاپ طرح را می‌کشم و رنگ می‌کنم و تمام. من آن مدل کامل را برای نشان دادن به مشتری دارم.



بیش از حد ساده و آسان بود؟ بله، می‌دانم. شاید من چند مرحله را جا انداختم. مسئله اینجاست که بعد از مدت‌ها کار و دیزاین کردن من به روش خاص خودم برای دیزاین و طی کردن آن ۳ مرحله رسیدم. یاد گرفتن دیزاین هم مثل یاد گرفتن برنامه‌نویسی است. همه می‌توانند ولی بعضی استعدادش را هم دارند.

هر دو هم نیاز به تمرین و کسب تجربه دارد. یاد گرفتن اصول دیزاین راهنمای شما برای این است که بین دیزاین خوب، بد و زشت تفاوت قائل شوید تا به روش دیزاین خاص خود برسید.

## بعد از مدت‌ها کار و دیزاین کردن

من به روش خاص خودم برای دیزاین و طی کردن آن ۳ مرحله رسیدم.

<sup>۴</sup> Interface

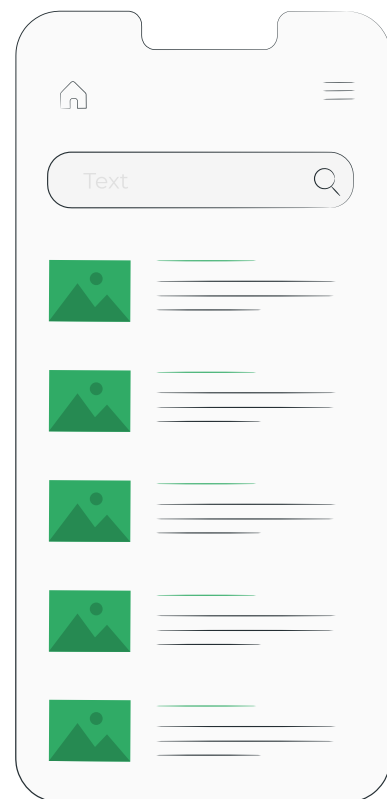


## تعریف دیزاین خوب

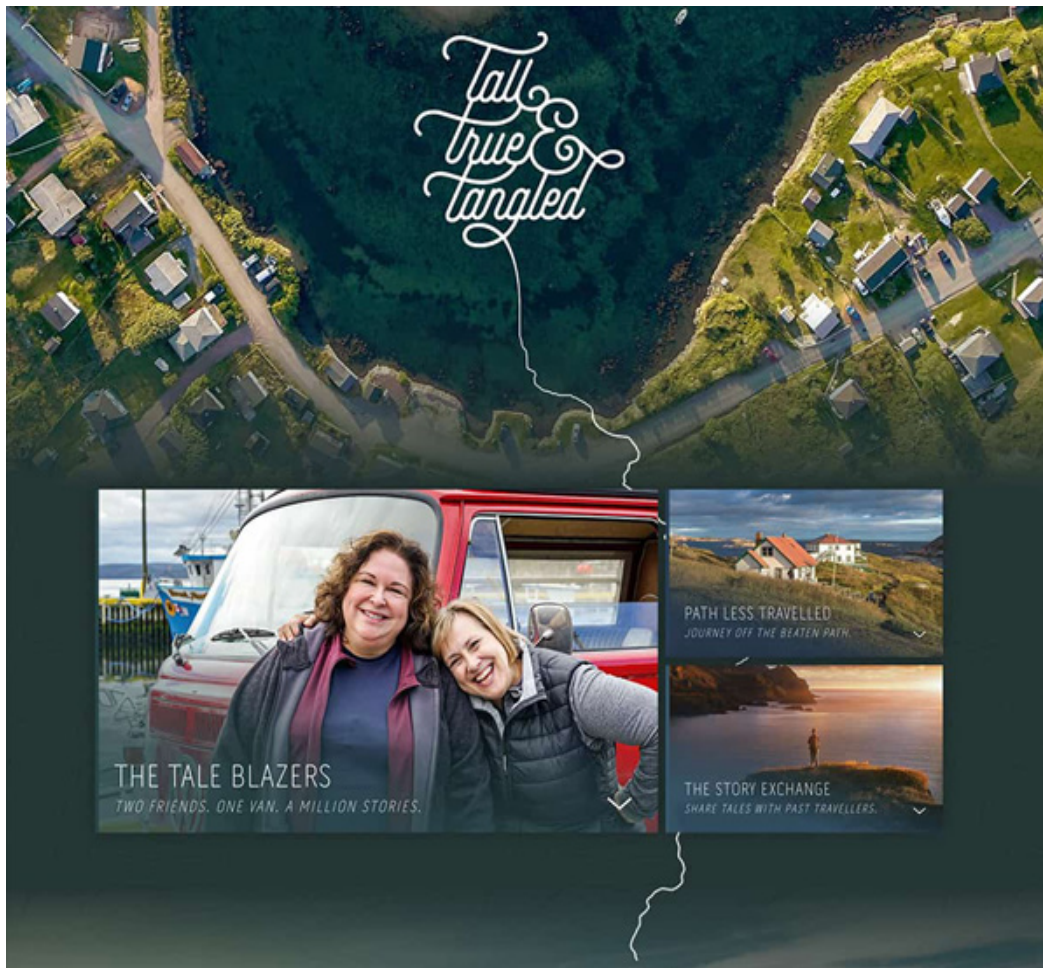
به دیزاین یک سایت از دو زاویه می‌شود نگاه کرد و پاسخ این سوال را داد که آیا خوب دیزاین شده است یا بد: **زیبایی یا کارایی**<sup>۵</sup>. بعضی هستند که گمان می‌کنند همین که سایت خوب کار کند کافی است و خیلی هم مهم نیست جذابیت بصری داشته باشد. در طرف مقابل، کسانی قرار دارند که زیبایی و جذابیت بصری سایت را مهم‌تر می‌دانند. مشکل اینجاست که هر دو طرف کاربر را نادیده گرفتند. برای جلب نظر کاربر و نگه داشتن او در سایت به هر دو نیاز است. به همین دلیل، هدف وب دیزاینر باید کارایی و زیبایی حداکثری سایت باشد. یادتان باشد که دیزاین برای تعامل و ارتباط برقرار کردن است. اگر سایت فقط زیبا باشد اما کاربر نتواند از آن استفاده کند، سایت را ترک می‌کند. اگر سایت کارا اما زشت باشد، کاربر دلش نمی‌خواهد از آن استفاده کند. پس، تمام اجزای سایت (المان‌های بصری و کارایی) در نظر کاربر یک کل واحد را تشکیل می‌دهند.

### چرا کاربر زیبایی و کارایی را با هم می‌بیند؟

• کاربران از دیزاین خوششان می‌آید، اما جذب محتوا می‌شوند. برای متخصصانی که باید کارایی وبسایت را تضمین کنند، بزرگ‌ترین دغدغه این است که چه قدر طول می‌کشد تا کاربران صفحه را برای یافتن اطلاعاتی که می‌خواهند، اسکن کنند. دیزاین صفحه نباید دلیلی برای طولانی‌تر شدن آن زمان باشد. برعکس، دیزاین باید **گذرگاهی** باشد بین کاربر و اطلاعات. به **سایت** صفحه‌ی بعد نگاه کنید. این سایت مجله‌ی ویدیویی‌ای است که ماجراهای سفر دو دوست را در سراسر یکی از استان‌های کانادا روایت می‌کند. البته، اگر من چیزی نمی‌گفتم، شما با نگاه کردن به تصویر زیر می‌فهمیدید که قرار است در این سایت درباره‌ی سفر و ماجراجویی بخوانید و ببینید.



<sup>۵</sup>Usability



تصویر شماره ۱

• کاربران با ناوبری شهودی به راحتی در سایت می‌چرخند. درباره‌ی ناوبری و طراحی آن بیشتر در کتاب صحبت می‌شود. اما ساختار کلی ناوبری سایت باید کاملاً در صفحه مشخص باشد و هر لینک عنوان توصیفی دقیقی داشته باشد. ساختار ناوبری سایت باید به گونه‌ای باشد که نه فقط وقتی نشانگر روی آن قرار می‌گیرد تغییر کند، بلکه به کاربر نشان دهد دقیقاً کجاست. با این ساختار است که کاربر می‌فهمد کجاست و چطور باید خودش را به جایی که می‌خواهد برود، برساند. وقتی کاربر با یک نگاه در می‌یابد که هر آیت‌م در سایت کجاست و وقتی دیزاین محتوا را از سایر بخش‌ها کاملاً جدا کرده است، کاربر می‌فهمد برای یافتن هر چیز در سایت باید به کجا نگاه کند.

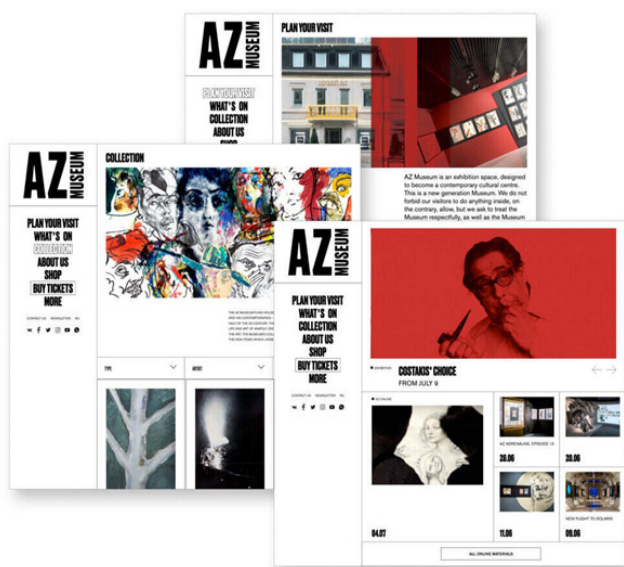
در تصویر شماره ۲ می‌بینید که کاربر دقیقاً می‌فهمد در کدام بخش از سایت است:

For Home, E-Transport, E-Scooters.



تصویر شماره ۲

• کاربران هر صفحه از سایت را متعلق به کل سایت می‌دانند. حتی اگر چیدمان home page با صفحات دیگر تفاوت‌های فاحشی دارد، باید یک استایل یا تم واحد در تمام صفحات وجود داشته باشد تا دیزاین سایت را منسجم نگه دارد. به تصویر روبرو نگاه کنید. سایت از چیدمان‌های مختلفی برای صفحات استفاده کرده است. اما آن ستون سمت چپ (navigation bar) در همه‌ی صفحات حضور پررنگ و قدرتمندی دارد. پس، امکان ندارد کاربر لحظه‌ای فراموش کند در چه سایتی است.



# پایان بخش اول