

Сервилен уеб дизайн

Сервилен

сервилна, сервилно, мн. сервилни, прил.

- 1. Който угодничи пред някого, като се подлага на унижение; раболепен.*
- 2. Който съдържа или проявява раболепие, угодничество. Сервилен поглед. нареч. сервилно.*

Уеб дизайнът в България е една от най-сервилните творчески дейности.

Мантрата, че клиентът, който не разбира е винаги прав защото е клиент, се е превърнала в повече от "Отче наш" за голяма част от уеб студията. Истината обаче е, че проблемът не е на клиента, а на този който си продава творческия труд по този начин. В повечето случаи той го прави, защото не може да произведе нещо достатъчно качествено, зад което да застане с достатъчно характер. В останалите, защото масово така се работи и не му се занимава. Това е.

Положението щеше да е смешно, ако не беше плачевно. Всеки ден бял свят виждат стотици сайтове, направени, коментирани или "подобвени" от хора без елементарна визуална култура.

Причините за всичко това са няколко и са супер елементарни:

Липсва качествено образование в сферата на уеб дизайна

При цялото ми уважение към малкото институции в България които се занимават да обучават студенти в различни визуални дисциплини, нито една от тях не подхожда сериозно към уеб дизайна. Всички, като че ли смятат, че той е нещо средно между плакат, мода, кино, история на съвременното изкуство, печатна графика и дизайн на детската среда. Резултатът в крайна сметка е, че добрите уеб дизайнери в България днес са добри, не заради обучението си, а въпреки него. Това просто трябва да се промени, ако не искаме да стоим на дъното на европейската уеб индустрия. Съжалявам, че звучи толкова черно, но погледнете портфолията на интерактивните студия на някои от съседите ни и ще

разберете, че нещата са точно такива. Вижте и програмите им за обучение...

Хубавото в цялата работа е, че съвременните хора, станаха доста амбициозни и наблягат силно на самоподготовка. А и пазарът си е сериозно сито. Все пак, това не променя положението с качествено образование в сферата за която говорим.

Повечето уеб дизайнери в България нямат самочувствие

Защо така? Ами защото често са принудени да ресайзват картинки и банери докато им се завие свят. После ги преправят по 10 пъти, понеже клиента винаги си представя друго, а пък той е важен и не можем да го изгубим заради едни банери.

Когато не ресайзват банери, те са занимават с още интересни неща - защитават на презентация някой безумен проект, създаден от части от сейлса, от части от мениджмънта, от части от съпорта, от части от дъщерята на шефа на клиента.

По някое време все пак идва дългоочакваната "Криейтив" поръчка в който дизайнерът да се развихри творчески. Той е адски щастлив и... адски печален. Да се развихри? Как? След като е ресайзнал 10 000 банера по IAB стандартите? Като малко преди това е сътворил една дузина вездесъщи коледни хедера с чорапчета, еленчета и елхички брандирани в свещените корпоративни цветове? Няма как да стане. Особено за срока който често му дават. Човечецът е толкова скапан от целия този тотално безсмислен труд, че взима първия темплейт от "Темплейт Монстер" или поредната тема на "Joomla" и отива да пийне след работа. За какво самочувствие можем говорим въобще тогава? Повечето уеб дизайнери, в повечето време, в повечето БГ компании не правят уеб, а се занимават с тотално скучна техническа работа. И това е факт, продуциран основно лош мениджмънт и криво поставени бизнес приоритети. Звучи ви преекспонирано? Не е.

И ако някой има нервите да премине през тази месомелачка, мотивацията му е в едно съвсем други измерение.

Цялата работа е супер тъжна, защото бизнесът от вътре си създава този модел на работа. И той няма да се промени от някой друг, ако самите хора в бранша не осъзнаят колко пагубен е той в сегашно и бъдеще време.

Липсват еталони

Еталоните са нещо супер важно в приложната творческа дейност. Но не абстрактните еталони, на някакви си хора, някъде далеч. А еталоните с които реално да се съизмерваме в културната ситуация в която живеем. Да можем да ги пипнем, както се казва.

Когато отявлени такива липсват - си ги внасяме. В това отношение има огромен напредък последната година. Доста интересни хора дойдоха и говориха по малко за уеб дизайн и бизнес.

Това обаче, не е достатъчно. Същите тези хора, колкото и да са добри в това което правят и колкото и да са международно известни, няма как да бъдат ефективни в няколко часова лекция /в най добрия случай/. Мечтая си за времето, когато всеки заинтересован, ще може да посети няколко дневен специализиран уоркшоп воден от сериозен, международен уеб дизайнер/архитект. На ясно съм, колко е трудно да се организира такова нещо, но съм абсолютно сигурен, че първият който го направи, ще прокара пътека която другите ще следват и ще има сериозен успех.

Няма адекватни стажантски програми

До колкото знам, наоколо могат да се намерят стажантски програми по всичко - като се започне от краварство и се стигне до фризьорство. Ха сега опитайте да намерите стажантски програми за уеб дизайн. Аз знам за три. Не регулярни. Сигурно има още няколко, за които не съм чувал. На мен лично, всичките те, ми се струват крайно малко. Абсурдно е уеб бизнесът да очаква наличието на добре подготвени кадри в тази сфера, без сам да участва в създаването им. Нямам обяснение как в почти всеки един друг бизнес, стажантските програми са нещо обикновено и регулярно, а в уеб-а, са щастливо изключение. Още повече, че не е като да няма търсене.

Участвал съм в подготовката на една и добре знам колко голям интерес имаше от страна на младите хора.

В този смисъл, може би е хубаво асоциацията обединяваща бранша, да се замисли, дали една по-централизирана политика за подпомагане на подобни програми, не би дала доста добър резултат. Не виждам обективна причина, защо това да не се случи и наистина вярвам, че скоро нещата ще се променят и уеб компаниите ще станат проактивни в създаването на такива възможности.

В общия случай, сервилният дизайнер, е човек без самочувствие и достатъчно подготовка. Ако той е минал през качествена стажантска програма още в началото на своята кариера, нещата, струва ми се, ще бъдат поставени на съвсем различна основа.

Дизайнерът и клиентът не общуват пълноценно

Доста от компаниите продават уеб страниците /уеб дизайна в частност/ като краставици на Женския пазар. И тук говорим за фирмена политика, не за случайни поръчки. Докато продаваме нещата така, няма как да искаме аудиторията за която е предназначен трудът ни да я оценява, разбира и да прави разлика в качеството. Образованието е двустранен процес. Помня, че едно време имах двойки по химия не защото не ми бе интересна, а защото говорихме с даскалката на коренно различни езици. Тя, образно казано, ми разправяше притчи на сухи, а аз тъкмо започвах да схващам нещо от английския. От цялата тази работа, аз и до ден днешен мразя химията, но въпреки това живо се интересувам от процеса на правене на хубаво вино. А той, ако трябва да съм честен, си е химия. Пълен абсурд.

Подобно нещо правят доста уеб компании със своите клиенти. Хората всъщност наистина се интересуват от уеб. Много от тях, живеят в уеб. Обичат в уеб. Мразят в уеб. Купуват в уеб. Продават в уеб. Те просто искат някой да им обясни нещата разбираемо. Но никой не ГОВОРИ с тях, без да се опитва са им продаде колкото се може повече краставици.

Когато правим уеб дизайн за някого, е изключително важно да можем да общуваме нормално с него. Не само на ниво дали зарзавата е пресен, с нитрати и става ли за шопска, а да му разкажем с добри думи защо това е НЕГОВИЯТ дизайн. Защо му отива. Защо е адекватен. Защо е измислен точно така, както е.

Защо дори, ако той не си го е представял по същия начин по който го вижда, му отива като майсторски костюм, скроен с внимание и мярка.

Разбира се, винаги можем да се съгласим, че ако леко пипнем възела на вратовръзката, това ще подсили ефекта ѝ. Това е в рамките на етикета на добрия шивач.

Звучи супер просто. И е... супер просто.

Не бъдете сервилни. Бъдете смели.

Георги Линков (сп. Prografica, бр. 06, 2009)