

УДК 546.261

Ю.А.Оксенюк

Луцький національний технічний університет

## ВЕБ-ДИЗАЙН. ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ

*В даній роботі описано історію розвитку і становлення веб-дизайну як самостійної галузі дизайну. Приведено зразки найпоширеніших помилок сучасних дизайнерів. Дана характеристика особливостей сучасного дизайну в мережі Internet.*

Ключові слова: *веб-дизайн, Internet, HCI, юзабіліті, сайт.*

Слово «дизайн» прийшло з італійської мови і в перекладі має багато значень – "Disegno" з італійської мови перекладається як задум, план, намір, мета, креслення, ескіз, начерк, малюнок, візерунок, модель, шаблон, в основі якого лежить схема, композиція.

Веб-дизайн (від англ. Web design) — галузь веб-розробки і різновид дизайну, до завдання якого входить проектування призначених для користувача веб-інтерфейсів для сайтів або веб-додатків.[1]

Перший у світі веб-сайт з'явився 6 серпня 1991 - <http://info.cern.ch/>. Його творець Тім Бернерс-Лі (Tim Burners-Lee) опублікував на ньому опис нової технології World Wide Web (WWW), заснованої на протоколі передачі даних HTTP, системі адресації URL і мові гіпертекстової розмітки HTML. Також на сайті були описані принципи установки і роботи веб-серверів і веб-браузерів. Сайт став і першим в світі інтернет-каталогом, оскільки пізніше Тім Бернерс-Лі розмістив на ньому список посилань на інші веб-сайти.

Перші сайти, того часу мали досить специфічний вигляд. Або великі червоні літери на бірюзовому фоні, або - красиві, дуже важкі і абсолютно не функціональні ресурси. Явно дорогі, зроблені професіоналами, але професіоналами в якійсь зовсім іншій сфері. Краса і функціональність не знаходили точок перетину. Таким чином, так сталося, що дешеві непрофесійні роботи мали кращий функціонал, та і коштували дешевше.

Тому немає нічого дивного в тому, що мало не десятиліття саме непривабливі, але в принципі функціональні інтернет-ресурси задали моду на багато років вперед. До дизайну вимоги були дуже прості: він повинен бути непомітний. Він не повинен заважати відвідувачу знайомитися з комерційною пропозицією. Сайт - це інструмент. Краса інструменту - в його функціональності.

З іншого боку, розвитку дизайну заважав низький рівень розвитку технологій. До цих пір в Інтернеті затверджуються нові стандарти, що розширюють свободу діяльності для веб-дизайнерів. Це і html 5, і CSS 3, а також розвиваються такі технології як Adobe Air, Adobe Flash, Microsoft Silverlight. На ранніх же стадіях свого розвитку web представляв собою дуже обмежене інформаційне середовище. На початку ж HTML був простий: HTML-теги використовувалися тільки для того, щоб вказати - це заголовок, а це - абзац, і так далі.

Наступним кроком розвитку веб-дизайну був вихід першого «графічного браузера»: NCSA Mosaic (Рис. 1).

CSA Mosaic - це перший веб-браузер під операційну систему Microsoft Windows (тоді ще MS-DOS з графічною оболонкою MS Windows 3) з графічним інтерфейсом користувача і розвиненими можливостями, на якому засновані і Netscape Navigator, і Microsoft Internet Explorer.

Однак, незважаючи на те, що NCSA (National Center for Supercomputing Applications) є піонером в області Web-браузерів, робота щодо розвитку програми Mosaic припинена в 1997 році. Остання версія Mosaic 3.0, хоча володіє приємним інтерфейсом не підтримує такі сучасні технології, як Java, модулі розширення і навіть анімовані GIF-файли. Однак цей браузер все-таки мав вбудовані e-mail і ftp-клієнти.[1]

Веб-розробники почали включати графічні елементи, графіку в свої сторінки з метою надати їм кращого вигляду, привабливішого для відвідувачів. Саме тоді, HTML був розширений, щоб включити теги моделювання, такі, як bold, strong, italicized

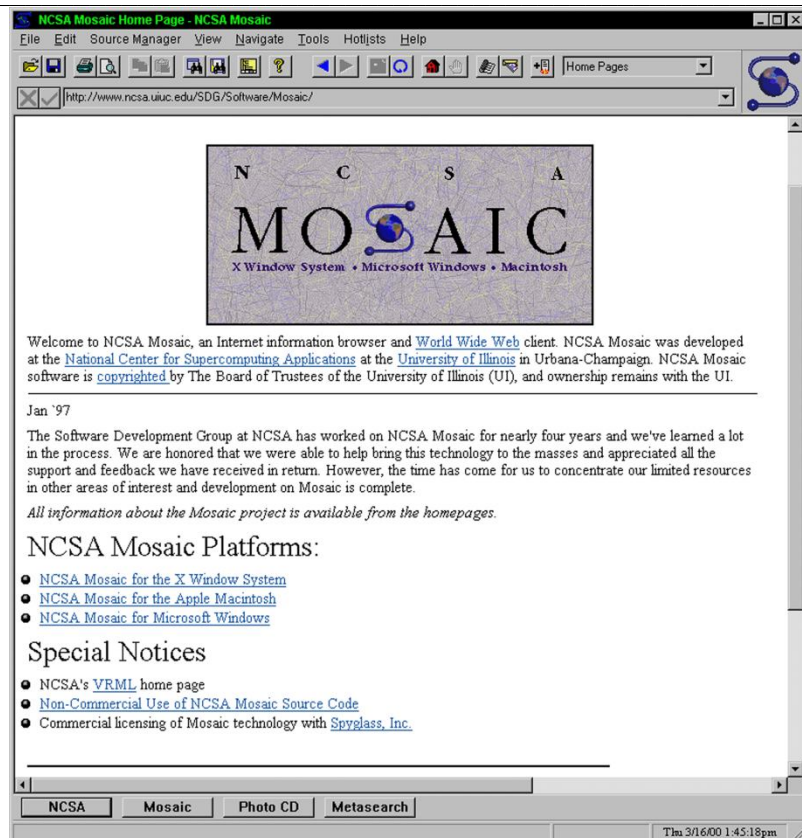


Рис. 1

Однак, цього не було достатньо. На сцену вийшли люди, які називали себе «дизайнерами». Так як багато хто з них прийшов зі світу паперового дизайну, вони хотіли ще більшого контролю над зовнішнім виглядом створюваних web-сторінок.

У 1996 році була видана книга Девіда Сігела під назвою «Creating Killer Web Sites», незабаром вона стала бестселером номер 1 на Amazon - неймовірне досягнення для книги по web-дизайну.

Система розкладки сторінок, що описується в цій книзі в основному базувалася на використанні таблиць HTML і однопиксельних GIF'ів. Сторінки розкладались по-сітці, вміст, будь воно текстом або графікою містилося в осередку цієї сітки. Щоб запобігти «згортання» порожніх полів таблиці, використовувалися прозорі GIF'и розміром 1x1 піксель. Сігел (і не тільки він) пішов далі, і пропонував використовувати однопиксельні GIF'и як засіб керування розривами між буквами в тексті, і для того, щоб створювати відступи.

Поява таких методів дозволило дизайнерам створювати візуально привабливі сторінки, ставлячи естетичний аспект поряд з функціональним.

Зародження ідей про юзабіліті сайтів. Юзабіліті (англ. usability - дослівно «можливість використання», «здатність бути використаним», «корисність») - поняття в мікро ергономіці, що позначає загальний рівень зручності предмету для використання у заявлених цілях. Термін має зв'язок з поняттям «ергономність», але на відміну від останнього менше асоціюється з технічною естетикою, із зовнішнім виглядом і більш прив'язаний до утилітарності «юзабельного» об'єкта.

Міжнародний стандарт ISO 9241-11 визначає юзабіліті як «ступінь, з якою продукт може бути використаний певними користувачами при певному контексті використання для досягнення певних цілей з належною ефективністю, продуктивністю і задоволеністю» (англ. «the extent to which a product can be used by specified users to achieve specified goals with effectiveness, efficiency and satisfaction in a specified context of use»). При цьому відносна важливість усіх трьох аспектів визначається цим самим контекстом. [1]

В певний момент стало очевидно, що дизайнери не завжди можуть упоратися з наданими їм можливостями. Стали все частіше з'являтися сайти, в яких через невдалий дизайн не можна було прочитати інформацію. Довгі меню, розбиті по всій сторінці, величезна кількість імен gif-банерів,

яскраві кольори, контрастний текст, непродумана навігація, великі важкі сторінки - ось характерні ознаки веб-дизайну того часу.

У цей момент прийшло усвідомлення того, що при створенні сайту необхідно думати про зручність користувача. Почався розвиток і впровадження моделей НСІ (Human-Computer-Interaction, людина-комп'ютерне взаємодія) у веб.

Дисципліна НСІ заснована на психології і це дозволяє експертам проводити аналіз складних соціальних взаємодій, що оточують нову обчислювальну техніку. Ці моделі дозволили дослідникам розробляти різні рекомендації та правила по створенню веб-інтерфейсів. Пізніше НСІ у веб переродилася в юзабіліті.

Одним з основоположників юзабіліті став Якоб Нільсен (Jacob Nielsen). Саме він випустив в 1999 році книгу «Designing web usability. The practice of simplicity», яка стала одним з перших (і найбільш значимим на той момент) посібником щодо створення юзабільних сайтів.

У той же час всередині НСІ теж відбувалася революція. НСІ, традиційно заснована на моделях обробки когнітивної психології, тепер використовує такі галузі знання, як етнографію, лінгвістику і теорію комунікацій, а також культуру і гуманітарні науки. Все це потрібно для того, щоб поліпшити розуміння людини, яка працює за комп'ютером в еру Інтернет.

Звичайно, Інтернет-бум не міг довго тривати. Дуже багатьом людям здавалося, що вони знають потреби та бажання своїх користувачів, але, тим не менше, вони ніколи не думали про те, щоб використовувати методи розробки, орієнтовані на потреби користувачів. Погана якість бізнес-моделей призвела до того, що багато компаній просто викинули величезні суми грошей на створення продуктів, які ніхто не міг і не хотів використовувати.

Ті компанії, які змогли надати корисні й зручні сервіси - вижили. Методи юзабіліті і НСІ довели свою силу у запобіганні ризиків проектування. Крім використання методів юзабіліті для веб-сервісів, вони також використовуються в проектуванні мобільних систем. З кінця 90-х років мобільні пристрої розширили способи, за допомогою яких ми співпрацюємо з комп'ютерами і один з одним. Мобільні телефони, PDA (personal digital appliances) і бездротові мережі дали початок новій концепції всюдисущої обчислювальної техніки: світ, у якому технологія - всюди, але вона знаходиться в фоні. Люди перестали бути користувачами одиночних, ізольованих пристроїв, люди стали жителями цифрових спільнот. Очевидно, що системи, які мають таке фундаментальне вплив на способи нашого функціонування, не можуть розроблятися за допомогою старих технологій.

Інтернет давно вже став не лише засобом спілкування, а і полем для серйозної комерційної діяльності. Сумарний оборот компаній, що ведуть торгівлю в мережі Інтернет, досягає мільярди доларів. В Україні також все більше число компаній використовує Інтернет для просування своїх товарів і послуг. Веб-сайт – лице компанії на просторах WWW, тому важливо мати якісний веб-дизайн, для гідного її представлення.

Сучасний веб-дизайн розробляється як на основі тенденцій, основних правил юзабіліті, так і відносно до завдань, котрі повинен виконувати веб-продукт (тип веб-сайту).

#### 1. Тенденції. Для порівняння основні тенденції веб-дизайну за 3 роки:

| 2008 рік.   | 2009 рік.  | 2010 рік.  |
|---|--|--|
| Ретро-стиль, рукописні нотатки і скріпки, акварель, колаж, ескізи та рукописні шрифти, великі шрифти, текстура деревини, кольорові схеми, заголовки і бічні банери, навігація зверху сторінки, сітка в основі макету. | Стилізація під тиснений друк,, прозорість, типографіка, шрифту (sIFR і т.д.), модальні діалогові вікна, медіа блоки, слайд шоу, інтерактивний флеш, оригінальні макети сторінок. | Нестандартні логотипи та заголовки, мальований дизайн, різноманітні шрифти, великі зображення, перспектива і 3D, мінімалізм, ретро-стиль, "журнальний" дизайн, закруглені кути, іконки у навігації, JavaScript анімація. |

2. Юзабіліті. Кілька основних правил, котрі найчастіше порушують, при створення якісного веб-дизайну.

❖ Зрозумілість, інтуїтивність. Сучасні користувачі WWW не будуть задумуватись і розбиратись в незрозумілому інтерфейсі (Перший закон юзабіліті Стіва Круга).

❖ Використання ефективних маркетингових принципів, наприклад AIDA. AIDA - це ефективна маркетингова модель, що описує загальний список дій, яким піддається людина, коли купує продукт або сервіс.

❖ Експерименти з кількома кольорами, 2-3 основних кольори, кілька відтінків. Кольорова гамма сайту має великий ефект на відвідувача (Існує правило 7 кольорів, яке стверджує, що в кольоровій схемі не бажана присутність більше 7).

❖ Баланс. У веб-дизайні має важливе значення, оскільки він надає користувачам в деякому розумінні почуття захищеності та дає відчуття постійності і стабільності. Баланс створює просту візуальну гармонію.

3. Відповідно до завдань, що поставленні перед веб-додатком, веб-сайти можна розділити на наступні типи:

- ❖ Інтернет – представництво (Рис. 2)
- Сайт-візитка;
- Корпоративний сайт;
- Інтернет-вітрини;
- Промо-сайт;



Рис. 2

- ❖ Інформаційний ресурс (Рис. 3).
- Тематичний сайт;
- Інтернет портал;
- Блог;
- Каталог-сайтів;

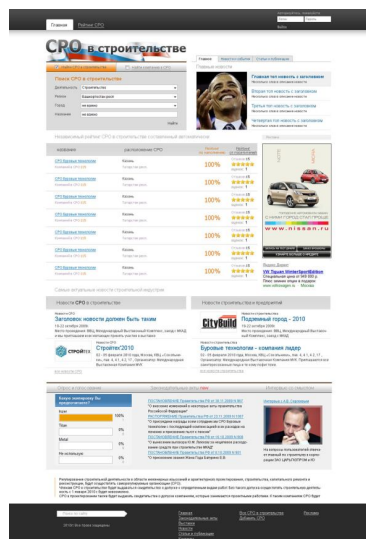


Рис. 3

- ❖ Веб – сервіси (Рис. 4).
- Пошукова системи;
- Поштова система;
- Інтернет - форум;
- Фото-, відео-, аудіо- хостинг;
- Дошки оголошень;
- Соціальні мережі;

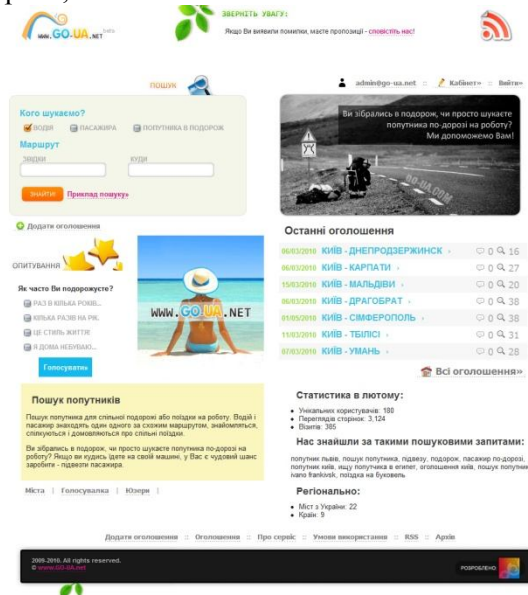


Рис. 4

Веб-сайти представницького рівня повинні мати максимально ефектний, якісний, насичений дизайн. Допускається використання великої кількості графічного матеріалу, флеш, Javascript ефектів.

Інформаційні ресурси та веб-сервіси - це сайти, в яких важливіший функціонал. В даному випадку використання великого обсягу графіки є мінусом (у зв'язку з обсягом текстової інформації, та частим перевантаженням сторінок). Важливим фактором є доступність інформації, зручна навігація.

#### Висновки

Веб-дизайн є різновидністю дизайну, що в свою чергу є творчістю - тому передбачити вигляд веб-додатків через 5-10 років важко. В даний момент чітко відслідковується посезонна зміна тенденцій, кольорових палітр, технологій і стилів. Без сумніву очікується висока ефективності та нестандартні рішення.

1. <http://www.wikipedia.org>
2. <http://www.smashingmagazine.com>