

АКТУАЛНИ ТЕНДЕНЦИИ В УЕБ ДИЗАЙНА

гл. ас. г-р Стоян Манчоров | DOI: <https://doi.org/10.33919/ydcas.21.9>

Резюме: Бурното развитие и навлизане на новите технологии, свързани с масовото присъствие в ежедневието на потребителите, налага разработването на нови подходи за реализиране на съвременни тенденции и възможности в уеб дизайна. На преден план излизат разработките за уеб сайтове с възможност за използване на малките дисплеи на мобилни устройства. Опирайки се на опита от стационарните устройства, дизайнерите търсят нови подходи за постигане на същия ефект и за мобилните такива. Обект на изследването е разработването и внедряването на нови дизайнерски решения за възприемане, въздействие и за комуникация чрез мобилни устройства в интерес на потребителите.

Ключови думи: уеб сайт, респонсив, мобилни устройства, графичен дизайн, отзивчив дизайн, адаптивен дизайн, хамбургер меню, потребители.

Живеем в бързо развиващо се откъм технологии и софтуери време. Техническата спецификация на компютрите и смарт телефоните се актуализира с по-мощни и бързи характеристики за седмица, даже дни. В днешната информационна епоха на свободен достъп до неограничен интернет и притежанието на модерни технологии оказаха своето неизбежно влияние върху възможностите за визуално въздействие на графичния дизайн. В резултат на агресивния им възход, днес сме свидетели на създаването на много уебсайтове с различна визия и значение. Всяка година излизат все по-нови и по-атрактивни тенденции в графичния и уеб дизайн. Преди десетина години, за да излезе даден сайт на челни позиции в Google,

трябваше да има значително количество текст и брой страници.

Глобално проучване, проведено от KANTAR TNS по поръчка на Google, в периода 1 април – 30 юни 2017 г., показва какви са особеностите в поведението на интернет потребители от България на възраст над 16 години, сравнени с нагласите на граждани от други 63 държави. Данните разкриват, че 70% от българите използват все повече устройства, за да се свързват с интернет, като: 55% използват смартфони, сравнено с 53% през 2016 г.; 34% лаптопи, а 7% смарт телевизори. В допълнение се ползват нетбук, Chromebooks, електронни четци (E-book), смарт часовници и тракери,

които също са свързани с интернет. През 2017 г. 41% от потребителите използват наравно компютър и смартфон за връзка с интернет. Поведението на потребителите в България съвпада със световните тенденции - 83% ползват интернет за намиране на информация, 80% за забавление, 60% с цел решаването на някаква конкретна задача, 28% качват съдържание в интернет, а 30% публикуват решения на проблеми, с което помагат на други потребители онлайн.

Това проучване отчита появата на нов тип потребител - „onliner“, включително налагащите се промени по отношение на видео съдържанието и изискванията към дизайнерския труд.

Заради това проучване новата тенденция е колкото по-добре изглежда даден сайт на смарт телефон, толкова по-бързо ще излезе на челни позиции в Google. Днес няма уебсайт, който да не е направен с One Page Design или така наречения Scroll Design, което означава, че можете да преминете през целия сайт само със скрола на мишката.

Световно известният руски дизайнер Артемий Лебедев, който през 1995 г. основава студиото WebDesign, през 1998 г. го преименува на „Студио Артемий Лебедев“. То е едно от първите и най-големи студиа за уеб дизайн. От 2001 г. започва да се занимава и с промишлен дизайн. Ще цитирам едно негово изказване от 01.07.2019 г. за сайта www.vc.ru на тема: „Как да различим добрия дизайн от лошия“:

„Нека не забравяме, че дизайнът има само три функции: влияе на разпознаването, буди силно впечатление и създава усет за лесна използваемост. Тази формула е добра с това, че пасва на всичко, което се нарича „дизайн“...Той подобрява разпознаването и прави правилното впечатление на купувача: това е скъп коняк, а това е напитка за по-младата аудитория...дизайнерът увеличава удобството и възможността с един поглед за бързо възприемане на информацията от множеството уреди на панела пред него.“

Накратко, ако чуете думата „дизайн“, тогава става дума за подобряване или влошаване на разпознаването, опита и удобството.

Масовото навлизане в ежедневието на мобилни устройства с разширени възможности за използване на интернет, изправи дизайнерите пред предизвикателството техните уеб сайтове да изглеждат еднакво приемливо и впечатляващо на различни по размер дисплеи.

Константин Карайчев в статията си „Адаптивен дизайн“ публикувана на 12 април 2020 г. в <https://webdojobg.com/>, разглежда разликите на двата основни типа уеб сайт дизайн: отзивчив и адаптивен. Според него:

„Отзивчивият уеб сайт показва съдържание, вземайки предвид наличното пространство в браузъра. Ако отворите отзивчив сайт на работния си плот и след това промените размера на прозореца на браузъра, съдържанието ще се движи динамично, за да се подреди оптимално за прозореца на браузъра. На мобилните телефони този процес е автоматичен... Голяма част от случаите отзивчивите дизайни могат да причинят трудности, тъй като е трудно да се предвиди как един уеб сайт би изглеждал на всяко възможно устройство. Затова и повечето уеб сайтове в днешно време са с адаптивен дизайн..Ако отзивчивият дизайн разчита на промяната на модела на дизайна на определен уеб сайт, то адаптивният дизайн има множество фиксирани размери на оформлението. Когато сайтът открие наличното пространство, той избира най-подходящото за екрана оформление. Това означава, че когато отворите браузъра на работния си плот, сайтът избира най-доброто оформление за вашия работен екран. Важно е да се отбележи, че оразмеряването на браузъра не оказва влияние върху дизайна.“

За първи път термина responsive (отзивчив) дизайн (RWD) е използван от Итън Марком от Бостън. Неговата книга „Responsive Web Design“ („Отзивчив уеб дизайн“) от 2011г. представява основен ресурс за всеки, който работи в мрежата. „В нея развива идеята как дизайнерът да мисли извън работния плот и да

изработи дизайн, който да отговаря на нуждите на потребителите.” Във второто издание „Responsive Design: Patterns & Principles” („Отзивчив дизайн: модели и принципи”) 2015 г. Итън Марком:

„Разширява принципите на дизайн за флуидни решетки, гъвкави изображения и медийни заявки. Чрез нови примери и актуализирани факти и цифри споделя как дизайнерът да осигури качествено изживяване, без значение колко голям или малък е дисплеят.”

Почти по същото време е новаторската идея за адаптивния дизайн (AWD) на Арън Густафсон разработена в книгата му „Adaptive Web Design. Grafting Rich Experiences with progressive enhancement” („Адаптивен уеб дизайн: Създаване на богат опит с прогресивно подобрение”) 2011г.:

„...адаптивният дизайн има множество фиксирани размери на оформлението. Когато сайтът открие наличното пространство, той избира най-подходящото за екрана оформление. Това означава, че когато отворите браузъра на работния си плот, сайтът избира най-доброто оформление за вашия работен екран. Важно е да се отбележи, че оразмеряването на браузъра не оказва влияние върху дизайна.”

Днес бъдещите дизайнери минават през специално обучение за усвояване основите на отзивчивия и адаптивния дизайн.

В преведената на български език книга „На първо място в Google 2021” екипът на Kibermap (събирателно име за „отбора“ от SEO-професионалисти във франчайзинг системата за онлайн позициониране internetreklama.bg, която оперира на външния пазар под името Kibermap) споделя изискването, че сайтовете, които изглеждат добре на мобилни устройства, ще се класират по-добре в резултатите при търсене. На практика непрекъснато нарастват интернет потребителите, които влизат в мрежата през смартфон или таблет. Мобилните версии си имат стил, който се отличава с опростени общи менюта, които в себе си включват скрити менюта. Това е познатото ни от

мобилните версии „hamburger” меню. В статията „10 pros and cons of the hamburger menu – with examples” („10 плюсове и минуси на менюто за хамбургери – с примери”) на Тони Тран от 12.03.2019 г. се отбелязва, че:

„Менюто за хамбургер или иконата за хамбургер е бутонът в уеб сайтовете и приложенията, който обикновено се отваря в странично меню или чекмедже за навигация. Той е създаден от дизайнера на взаимодействие Норм Кокс за личната работна станция Xerox Star през 1981 г., като лесен начин да се съобщи на потребителите, че бутонът съдържа списък с елементи.”

Американския дизайнер Норман Лойд “Норм” Кокс е известен с изобретяването на хамбургер иконата.

Страниците стават по-дълги, което предполага по-дълъг скрол. В традиционния уеб дизайн потребителите се движат от една страница към друга. Днес цялото съдържание може да е събрано в рамките на една страница, като навигационните бутони водят потребителя на различни места в нея. Така дизайнерите на уеб сайтове се изправят пред предизвикателството да създадат визия на уеб сайт, който да изглежда еднакво добре на компютър, таблет и смарт телефон.

Ако желаете да направите един уебсайт отличен, то той трябва да бъде уникален спрямо останалите. Трябва да направите различен дизайн за уебсайт, който да бъде запомнящ се и да се отличава от другите. Всеки от нас има уникален начин на мислене и творчество. Разликата между дизайнерите идва от богатото въображение и уменията за рисуване и използване на разнообразни техники в съчетание с различни материали.

Дизайнът и цветовете на даден сайт е първото нещо, което прави впечатление на неговите посетители. Той трябва да е приятен и да спомага за лесното ориентиране в съдържанието му. Дизайнът се променя с времето, като промените са продиктувани най-вече от навлизането на нови технологии, както в сферата на

софтуера, така и на нови хардуер устройства. Използваните цветове трябва да са съобразени с имиджа на клиент или корпорация.

Ставаме свидетели на предизвикателни черно-бели дизайни, които правят впечатление. Бялото, само по себе си, е чисто и резервирано, докато черното е силно и дръзко. Комбинирането им води до зашеметяващ външен вид. Най-значим ефект, който черно-белите дизайни постигат, е комбинацията с минимално количество цвят (Из. 1).



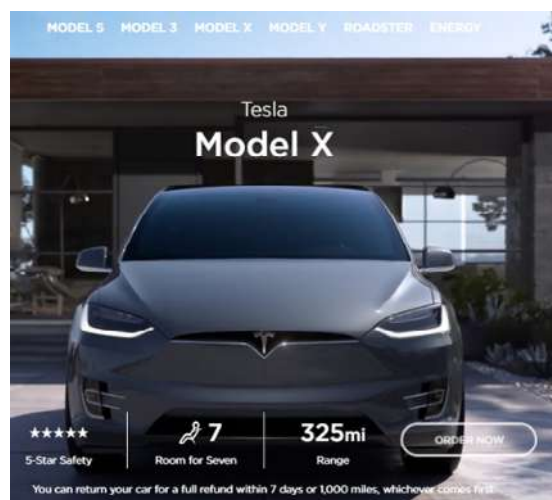
Изображение 1. Пример за черно-бял дизайн.¹²⁸

От няколко години насам се налага тенденция за опростен дизайн, който скоро няма да излезе от мода. Все повече уеб дизайнери избират простотата и премахват несъществени елементи. 3D и флаш елементите отстъпват място на плоския (flat, 2D), изчистен дизайн (Из. 2).



Изображение 2. Пример за неплосък дизайн.¹²⁹

Все по-често се използват фотографии в естествена среда. Изображенията стават по-големи, когато са в ролята на фон (background images). Те трябва да са с адаптивен елемент, за да могат да изглеждат добре и на по-малки екрани и мобилни устройства. Тенденцията да се набляга на качествени изображения ще продължи да се задълбочава, но видът им ще се промени. Вече се залага на фотографии в естествена среда и по-малко се използват снимки на бял фон (Из. 3).



Изображение 3. Пример за фотография на обект в естествена среда.¹³⁰

Въпреки факта, че уеб страниците обикновено са настроени за систематични решетки, дизайнерите се обръщат към по-естествените форми и гладки линии. Геометричните структури като квадрати, правоъгълници и триъгълници с техните остри ъгли създават усещане за стабилност, но тенденциите са за създаване на усещане за достъпност и комфорт. Тъй като естествените форми са неперфектни и асиметрични, те могат да създадат дълбочина на уеб дизайна и да накарат елементи на страницата да изпъкнат. Преследваната цел е създаване на илюзията за движение (Из. 4).

128 <https://www.amazon.in/Apple-iPhone-11-Pro-64GB/dp/B07XLS56G6>.

129 <https://htslegal.com/>

130 <https://www.tesla.com/modelx>



Изображение 4. Създаване на илюзия за движение.¹³¹

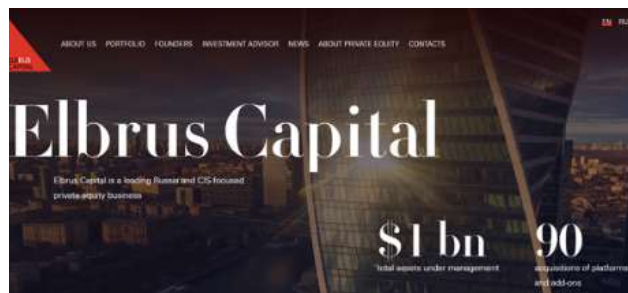
Използването на асиметрия е друг все по-налагащ се подход в творчеството на уеб дизайнерите. Асиметричното позициониране на елементи в дизайна на страницата преследва целта да предвиди къде ще падне погледът на посетителите (Из. 5). Първият поглед на потребителя е много важно визуално предизвикателство пред дизайнера за успешно представяне на водещата и разпознаваема концепция на личността или фирмата. Така заинтригуваният потребител ще потърси на сайта повече информация, а защо не и контакт.



Изображение 5. Използване на асиметрия¹³².

Друг творчески елемент в работата на дизайнерите е използването на разнообразна типография. По-големият и оригинален шрифт

грабва вниманието на потребителя, запомня се и предизвиква интерес. Това е причината все по-често, влизайки в различни уебсайтове, да забелязваме кратки послания, изписани с красив и голям шрифт. Прогнозата в тази насока е все по-честото използване на разнообразни шрифтове в различни цветове (Из. 6). Въпреки богатата палитра от налични шрифтове, дизайнерът не е ограничен в творческото разработване на нови и различни такива, като често те биват и част от логото на заявителя.



Изображение 6. Използване на разнообразни шрифтове.¹³³

Видеото също намира своето място в творчеството на дизайнерите. О&З доста смело използват повтарящо се видео на природен пейзаж над „Гънката“ в началната си страница. С това постигат завидящо добър резултат от предизвикан интерес у потребителите. Така любителите на видеа могат да приемат информация, без да изразходват много енергия. С други думи, то е един от най-преките начини да се предава запомняща и интригуваща информация (Из. 7). Добре подбраното и представено видео може да е елемент не само от началната страница, но и да присъства на следващите. Така се осигурява възможност за бърза и впечатляваща допълнителна информация по отделни елементи на сайта.

131 <https://www.affinity.com/>

132 <https://clinicabenessere.com.br/>

133 <https://elbcp.com/>



Изображение 7. Използване на видео.¹³⁴

Все по-често в уеб сайтовете присъства анимацията. Появата на въртящото се кръгче ни приканва да изчакаме зареждането на дадена страница или елемент от нея. Анимацията все по-често ще присъства в интерфейса като елемент на функционалността.

В доста от своите сайтове по поръчка от клиент, дизайнерът Лебедев изгражда интерфейса на ръка с доста завидни художествени умения. По този начин сайтовете стават уникални и индивидуални, както може да забележите на изображение 8.



Изображение 8. Пример за специфични интерфейс решения.¹³⁵

Използвания пример от сайта <http://www.hatanga.su/> ни показва как дизайнерът, използвайки елементи от анимацията, още от първ поглед ни предоставя синтезирана променяща се визуална информация с картина и текст. С последователното придвижване със скрола по вертикала, потребителят получава първоначална въздействаща на окото информация, която да предизвика неговия интерес не само към компанията, но и да търси контакт с нея.

Вероятно всеки уеб потребител знае какво е Doodle. Тази забавна илюстрация се използва от Google за отбелязване на празници и всякакви забележителни събития. Тя е комична, динамична и всеки път изненадващо различна. Така милиони хора се радват и научават доста нови неща за различни събития и личности по този атрактивен и креативен начин, както е показано на изображение 9.



Изображение 9. Събитийна промяна на логото на Google.¹³⁶

Имайки предвид страстта на света към Google Doodles, много собственици на сайтове се опитват да внедрят тази техника на проекти-

¹³⁴ <https://www.oand3.com/>

¹³⁵ <http://www.hatanga.su/>

¹³⁶ <https://www.google.com/>

ране в своите ресурси. Когато се използва правилно, Doodle изкуството в уеб дизайна изглежда стилно и задържа интереса на посетителите в сайта. Първоначално картинките не са анимирани, но от 2010 година започват да се появяват картинки с включващи хиперлинкове, както и цели интерактивни игри. Google Doodle не винаги е еднакъв навсякъде по света, много често се създават различни визии, които са видими само в различните регионални версии на търсачката. Няма точни особености и ясни правила, които да диктуват всички дизайни от този вид. Има просто усещане за креативност и радост. Въпреки това, има няколко вероятни функции за рисуване, които могат да се използват в уеб дизайна:

Да разгледаме креативния уеб сайт: www.rleonardi.com, служещ за CV на Роби Леонарди, който е дизайнер на свободна практика, живеещ в Ню Йорк, завършил специалност „Илюстративен дизайн” - комбинация между илюстрация и дизайн (Из.10).

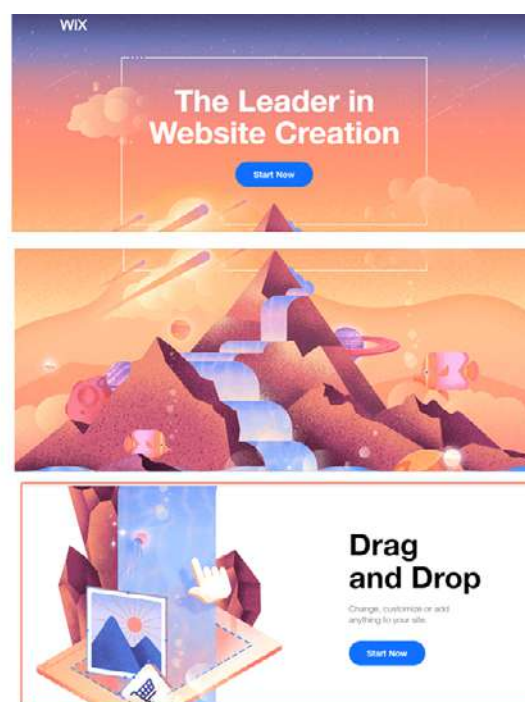


Изображение 10. Пример за илюстративен дизайн.¹³⁷

Роби демонстрира отлични художествени умения в стилизацията и илюстрацията на различните фонове и визията на разнообразните

персонажи в неговия сайт. Има страхотен цвят, който допринася за възприемането на различни емоции. Ето такъв сайт покрива трите функции, за които говори Лебедев. Разпознаваем и впечатляващ, а функционалността му се определя като много лесна. За да преминете през целия сайт, е необходимо само да използвате скрола на мишката.

Следващият сайт, който залага на арт визия е www.Wix.com. Wix е компания, основана през 2006 г. в Израел. Тя разработва платформа за изграждане на уеб сайтове. Платформата позволява на потребителя да изгради собствен уеб сайт без разходи и без да е необходимо наличието на предварителни познания в области като кодиране или уеб дизайн (Из.11).



Изображение 11. Платформа за създаване на уеб сайтове.¹³⁸

Дизайнерите умело съчетават дигиталното изкуство с техника от Поантилизмът, който е течение в живописата. Поантилизмът се разглежда като част от движението след импре-

¹³⁷ <https://www.rleonardi.com>

¹³⁸ <https://www.Wix.com/>

сионизма. Стилът е основан от художниците Жорж Сьора (1859 – 1891г.) и Пол Синяк (1863 – 1935г.). За разлика от импресионизма, поантилистите използват само точки от чист цвят, за да създадат изображения. Натрупването на точки съставлява цялото изображение. Поантилизмът не е само посока на изкуството и живописата, той е специфична техника за рисуване. Върхът на развитието са 80-те - 90-те години на XIX век. Впечатляваща е картината на Пол Синяк „Канал Гранде“ (Из. 12).



Изображение 12. „Канал Гранде“ Венеция (1905 г.), Музей на изкуствата в Толидо, САЩ¹³⁹

Има хиляди примери за ръчно рисувани уеб сайтове, в които са преплетени модерни с класически техники.

Както в момента има модерна тенденция известни картини да се преплитат с фотография с цел реклама. Използвана е от Питер Корнелис (Пийт) Мондриан (1872 – 1944 г.), който заедно с художниците Василий Кандински (1866 – 1944 г.) и Казимир Малевич (1878 – 1935 г.), поставят началото на абстракционизма (Из. 13).



Изображение 13. Пийт Мондриан „Композиция II в червено, синьо и жълто“ (1930 г.)¹⁴⁰

Дизайнерите често използват за фон картина преплетена с фотография и типография с цел реклама (Из.14).



Изображение 14. Пример за комбиниран дизайн.¹⁴¹

Една от модните тенденции е картина върху дреха (Из.15).



Изображение 15. Модел по картина на Мондриан¹⁴²

¹³⁹ <https://www.paul-signac.org/Entrance-To-The-Grand-Canal-Venice.html> om сайта <https://www.paul-signac.org/>

¹⁴⁰ https://bg.wikipedia.org/wiki/Пийт_Мондриан

¹⁴¹ <https://www.facebook.com/themall.bg>

¹⁴² <http://collection-art.com/картини-върху-дрехи/>

Тази рокля е създадена през 1965 г. от Ив Сен Лоран по модел на картина от Мондриан. Тя е една от най-разпознаваемите грехи в модата и

е част от всички модни колекции. Изложена е в музея „Виктория и Албърт“ в Лондон и е пример на първото съчетание между изкуство и мода.

Заклучение

В заключение искам да кажа, че графичният дизайнер, освен да познава отлично различните софтуери, трябва да може да рисува и да има познания по история на изкуството. Мисля, че съчетанието с модерните и класически техни-

ки, приложени в дадения софтуер, в крайния си резултат винаги ще бъде впечатляващ и запомнящ.

ИНТЕРНЕТ И ДРУГИ ДИГИТАЛНИ ИЗТОЧНИЦИ:

За Норман Лойд „Норм“ Кокс на сайта [https://bg.hrvwiki.net/wiki/Norm_Cox_\(designer\)](https://bg.hrvwiki.net/wiki/Norm_Cox_(designer)) [прегледан на 15 септември 2021 г.]

Интервю на Лебедев на тема: „Как да различим добрия дизайн от лошия“ <https://vc.ru/design/73577-kak-otlichit-horoshiy-dizayn-ot-plohogo-tri-stula-i-artemiy-lebedev> и <https://www.artlebedev.ru/> [Прегледан на 28 август 2021 г.]

Книгата „На първо място в Google“ от екуната Time Kiberman <https://azcheta.com/na-parvo-myasto-v-google-tim-kiberman/> [Прегледан на 26 септември 2021 г.]

Резултати от изследване на KANTAR TNS по поръчка на Google на тема: „41% от българите използват смартфон наравно с лаптоп и стационарен компютър за достъп до интернет“ от 26.10.2017г. <https://smartnews.bg/41-българите-използват-смартфон> [Прегледан на 20 август 2021 г.]

Сайт, който служи за CV на Роби Леонарди www.rleonardi.com [прегледан на 20 септември 2021 г.]

Статия на Константин Карайчев „Адаптивен дизайн“, публикувана на 12 април 2020 г. <https://webdojobg.com/adaptiven-dizain/> [прегледана на 25 септември 2021 г.]

Aaron Gustafson <https://www.aaron-gustafson.com/about/> [прегледан на 26 септември 2021 г.]

Ethan Marcotte <https://aneventapart.com/speakers/ethan-marcotte> [прегледан на 26 септември 2021 г.]

Ethan Marcotte „Responsive Web Design“ 2011 г. <https://abookapart.com/products/responsive-web-design> [прегледан на 26 септември 2021 г.]

Ethan Marcotte „Responsive Design: Patterns and Principles“ 2015 г. <https://abookapart.com/products/responsive-design-patterns-principles> [прегледан на 26 септември 2021 г.]

<https://www.invisionapp.com/inside-design/pros-and-cons-of-hamburger-menus/> [прегледан на 20 септември 2021 г.]

ИЗПОЛЗВАНИ САЙТОВЕ ЗА ИЗОБРАЖЕНИЯТА:

Изображение 1 <https://www.amazon.in/Apple-iPhone-11-Pro-64GB/dp/B07XLS56G6>

Изображение 2 <https://htslegal.com/>

Изображение 3 <https://www.tesla.com/modelx>

Изображение 4. <https://www.affinity.com/>

Изображение 5 <https://clinicabenessere.com.br/>

Изображение 6 <https://elbcp.com/>

Изображение 7 <https://www.oand3.com/>

Изображение 8 <http://www.hatanga.su/>

Изображение 9 <https://www.google.com/>

Изображение 10 <https://www.rleonardi.com>

Изображение 11 <https://www.Wix.com/>

Изображение 12 <https://www.paul-signac.org/Entrance-To-The-Grand-Canal-Venice.html> от сайта
<https://www.paul-signac.org/>

Изображение 13 https://bg.wikipedia.org/wiki/Пуйт_Монгуан

Изображение 14 <https://www.facebook.com/themall.bg>

Изображение 15 <http://collection-art.com/картини-Върху-греху/>