

Основні тренди у веб-дизайні

Якими сайтами ви користуєтесь? Що вас у них приваблює?



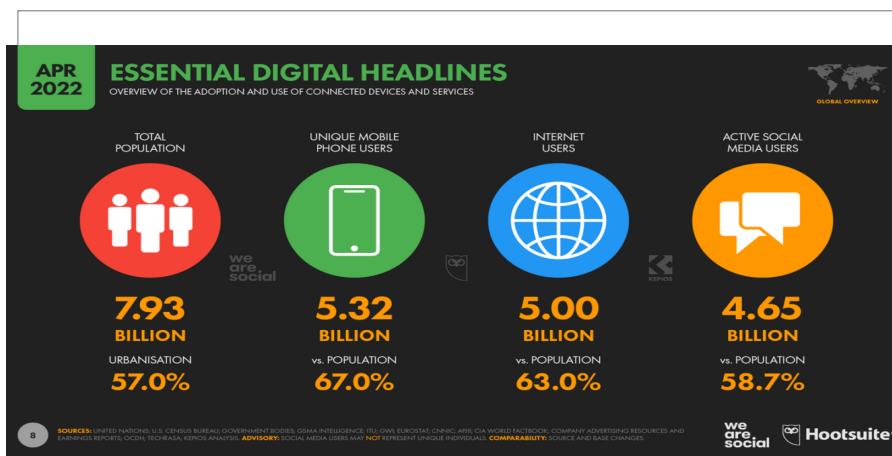
Успіх сайту значною мірою залежить від якості дизайну, отже, дуже важливо стежити за трендом. Потрібно розуміти, які інструменти ввійшли в моду в сфері сайтобудування, а які вже вважаються застарілими і від яких варто відмовитися. Адже тренди у веб-дизайні постійно змінюються, удосконалюються, модернізуються.

Кількість користувачів мережі Інтернет постійно збільшується (рис.1). Упродовж останніх років незмінними залишаються дві тенденції: необхідність швидкого завантаження сайтів та орієнтація на мобільні сайти.

Швидкість завантаження сайтів. Під час завантаження сайту саме швидкість має вирішальне значення. У ході досліджень доведено, що достатньо трьох секунд для того, щоб справити враження. Це стосується й сайту: якщо за цей час він так і не завантажиться, велика ймовірність, що відвідувач далі не чекатиме.

Орієнтація на мобільні сайти. 85% користувачів впевнені, що на смартфоні сайт повинен виглядати не гірше (а то й краще), ніж на моніторі стаціонарного комп'ютера чи ноутбука.

Тренд (від англ. *trend* — напрям, тенденція) — можливий (ймовірний) вектор розвитку подій стосовно якогось проміжку



Щодня аудиторія Інтернету збільшується на 1 млн нових користувачів. Усе більше користувачів для серфінгу Інтернетом використовують саме

Рис.1. Статистичні дані користування Інтернетом у 2022 році

Далі розглянемо напрями, які на початок 2022року є найбільш популярними за версіями інтернет-журналів AWWWARD і Designmodo.

Джош Кларк, фахівець у галузі мобільного дизайну, «дизайнер взаємодії», як він себе називає, який вдало поєднав ергономіку та психологію мобільного дизайну, у книзі «Проектування для дотику» (*Josh Clark, Designing for Touch*) досліджує, як користувачі тримають свої мобільні телефони та як їхні рухи мають оброблятися в процесі роботи з сайтом.

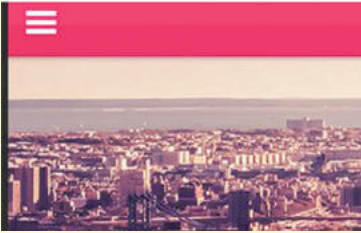


Рис. 1.2. Приклад меню гамбургер

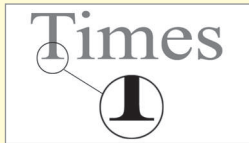


Рис. 1.3. Приклад шрифтів із зарубками



Рис. 1.4. Приклад шрифтів без зарубок

Загальна кількість осіб, які систематично відвідують різноманітні сайти, невпинно зростає. Розглянемо особливості, що зазвичай відрізняють популярні сайти.

- **Візуалізація даних** — інфографіка сприймається як частина дизайну. Візуалізація даних є цікавим і наочним способом подання великих обсягів інформації.

Цей формат є дуже популярним серед користувачів, адже його можна застосовувати всюди: від чисел і карт до складних алгоритмів. Рис.1 є яскравим прикладом подібної інфографіки.

- **Персоналізація сайтів** — найуспішнішими стануть сайти, орієнтовані на користувача, тобто ті, які надають інформацію з урахуванням статі, віку і навіть особистих уподобань користувача. Відповідно електронна комерція стане ще більш витонченою.
- **Зростання ролі типографіки** — зараз у тренді незвичайні шрифти, різноманітні художні елементи, креативні прийоми на кшталт складання текстів з «газетних вирізок». З'явився термін «вінтажна типографіка» (стиль старовинної типографії).

Мобільний перегляд впевнено випереджає десктопний, і загальний дизайн сайтів стає все більш зручним для пальців. Все частіше доведеться стикатися з навігацією, пристосованою до великого пальця. Так, меню «гамбургер» (рис. 1.2), яке традиційно розташовується нагорі сайтів, буде перенесено в низ мобільних екранів.

Серед веб-дизайнерів набуває популярності використання шрифтів із зарубками (serif) (рис. 1.3), заокруглених плит і текстових елементів, які здаються більш старими.

Свого часу вважалося, що більш читабельними на екранах є шрифти без зарубок (рис. 1.4). Проте завдяки еволюції девайсів вибір шрифтів перестав бути проблемою. Набувають популярності так звані варіативні шрифти. Змінні літери, які поступово збільшуються і зменшуються, привабливі для користувачів.

- **Пріоритетність відео-контенту** — на YouTube щодня переглядають близько 500 млн годин відео.

При цьому передбачається, що в 2019 році на призначений для користувача контент припадатиме 80% усього інтернет-трафіку. На лідируючі позиції серед інших компонентів веб-дизайну вийдуть повноекранні відео, оскільки вони є інформативними та зручними.

- **Синемаграфіка** — ці статичні картинки містять один анімований (динамічний) елемент. Наприклад, це може бути статична композиція з паруючою чашкою кави.

Таке поєднання фотографії та анімації є особливо привабливим з точки зору маркетологів.

- **Геометричні форми** (рис. 1.5) — використання у веб-дизайні різних композицій геометричних форм було започатковано в 2016 році, і, за прогнозами, у 2019-му лише набиратиме популярності.
- **3D-графіка** (рис. 1.6) — актуальний тренд, який можна назвати природною еволюцією плоского дизайну.

Тривимірні візуалізації забезпечують оновлення такого дизайну. Результатом є поєднання 3D-реалістичних і плоских інтерфейсів, які є складними та візуально цікавими. Вони «чіпляють» і привертають пильну увагу користувача.



Рис. 1.5. Використання геометричних форм у веб-дизайні

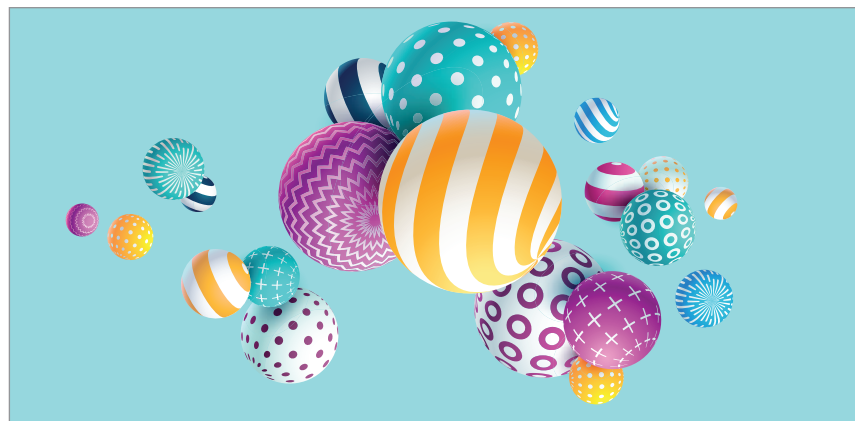


Рис. 1.6. Приклад тривимірної графіки

Яскраві кольори — це тренд, який ніколи не втрачає власну актуальність. Використання градієнту є багатофункціональною кольоровою тенденцією, що працює в дизайну будь-якого типу. Це може бути цікавим способом розбити елементи тексту або виділити певний контент, або створити неординарний фон для розміщення продукту. З точки зору колористики застосування градієнтів (Рис.1.7) є чудовою ідеєю. Фон сторінки, у створенні якого задіяний градієнт, викликає враження унікальності і свіжості.

Застосування розділеного екрана (спліт-екрана). Ми неодноразово наголошували, що дизайн веб-сайтів має орієнтуватися на мобільних користувачів. Відповідно з'являються шаблони розділених екранів. Естетичний поділ екрана (насамперед за рахунок кольору) передбачає, що сайт, призначений для перегляду на великому моніторі, розподілено на дві панелі, які згортаються у вертикальні блоки на менших пристроях.

Нині все більшої популярності набуває візуальний пошук. Його дозволяють використовувати **Snapchat**, **Pinterest** (соціальний фото-сервіс), **Lens**, **AliExpress** і **Google Lens**. Піонером у візуальному пошуку був **Amazon** із його функцією **Flow**. У 2014 році він використовував розпізнавання зображень для пошуку товару.

У вересні 2018 року **Snapchat** (мультимедійний мобільний додаток обміну фото та відео) у співробітництві з **Amazon** оголосив про розробку нової функції. Вона дозволяє користувачеві «сканувати» штрих-коди за допомогою камери.

Google Lens — застосунок для визначення об'єктів в об'єктиві камери. Він може виділяти назви в тексті і навіть телефони, відразу дозволяючи зателефонувати за вказаним номером. Він розпізнає більш ніж 1 млрд об'єктів



Рис. 1.7. Приклад використання градієнта

Це простий спосіб адаптивного подання контенту (див. матеріал § 11.10). Переважна більшість веб-дизайнерів переходять на асиметричне розбиття для змісту.

Подібне розбиття екрану передбачає певний взаємозв'язок контенту — він доповнює або контрастує. Популярною є схема, коли під час наведення миші на одну частину сторінки затінюється решта, що дає змогу фокусуватися на вибраному (рис.1.8).

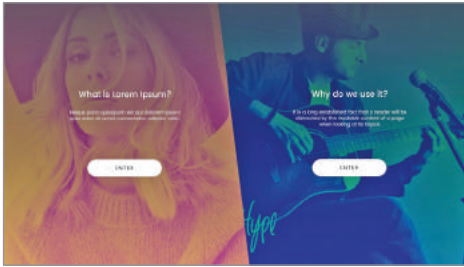


Рис. 1.8. Спліт-екран

- **Поширення використання штучного інтелекту.** Штучний інтелект так чи інакше вже використовують Amazon, Netflix та ін. Насамперед це стосується чат-ботів, які надають потрібну інформацію, наприклад, під час обслуговування клієнтів (рис.1.9).

Із зростанням кількості користувачів, які використовують смарт-пристрої у своїх будинках, і смартфонів для управління цими пристроями переважна більшість власників надає перевагу голосовим командам. Як наслідок зростає роль голосового інтерфейсу, налаштованого власником за допомогою ключових слів і відповідних дій.

Голосові інтерфейси базуються на «читанні» веб-сайтів для отримання інформації та даних. Таким чином, все більше уваги приділяється розробці сайтів, здатних взаємодіяти з голосовими інтерфейсами.

Чат-бот (англ. *Chatbot*) — комп'ютерна програма, розроблена на основі нейромереж та технологій машинного навчання, яка веде розмову за допомогою слухових або текстових методів. Програма імітує розмову з людиною в Інтернеті, саме тому цей сервіс найкраще зарекомендував себе в месенджерах (Facebook Messenger, Telegram тощо).

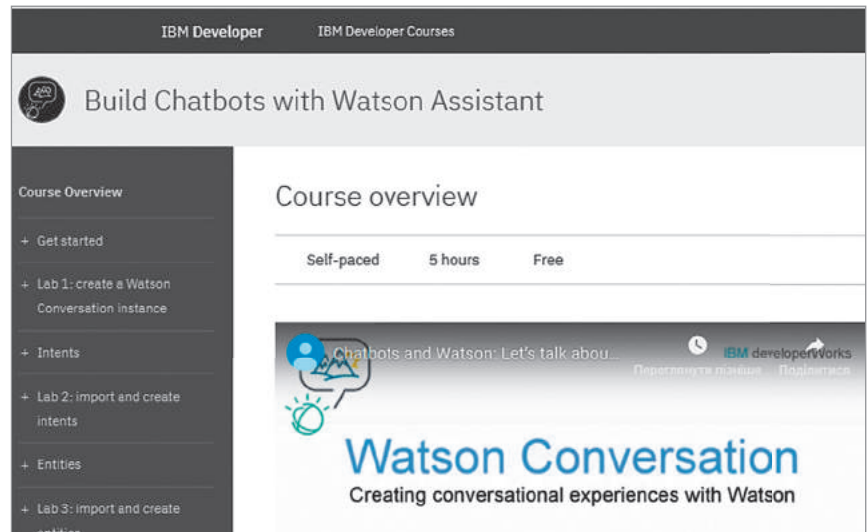


Рис. 1.9. Приклад створення чат-боту засобами IBM Watson Assistans

? Запитання для перевірки знань

- Що таке чат-бот? Де використовують чат-боти?
- Що таке синематографіка?
- Наведіть приклади використання штучного інтелекту в сучасних онлайн-платформах.
- У чому перевага розподілених екранів?
- Знайдіть в Інтернеті статистику за 2017 та 2018 роки, аналогічну наведеній на рис.11.1. Яку тенденцію ви можете простежити?
- Які, на вашу думку, тренди будуть актуальними в найближчому майбутньому?