

CULTURE AND ART

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2023.1.11>

CECHY PIERWSZYCH OKRESÓW ESTETYCZNEJ EWOLUCJI PROJEKTOWANIA STRON INTERNETOWYCH SKLEPÓW INTERNETOWYCH

Oleksandr Vasyliev

aspirant Wydziału Projektowania

Kijowskiego Narodowego Uniwersytetu Technologii i Projektowania (Kijów, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0003-1255-3756

aleksandr.vasylievs@gmail.com

Adnotacja. W artykule podkreślono cechy pojawienia się i rozwoju projektowania stron internetowych od roku 1991 (pojawienie się pierwszej strony internetowej) do roku 2003, kiedy strony stały się tak nowoczesne. Przeprowadzono analizę informacji ze źródeł naukowych i periodyków dotyczących rozwoju handlu internetowego, projektowania stron internetowych, możliwości technologicznych w jego rozwoju oraz materiałów archiwów internetowych dotyczących rodzaju interfejsów znanych sklepów internetowych z wieloletnią historią, takich jak Amazon, Apple, eBay itp. Na podstawie analizy zmian elementów wizualnych interfejsów sklepów internetowych i specyfiki projektowania ich stron internetowych wyodrębniono trzy okresy rozwoju estetyki stron. Na podstawie wyników badania określono cechy projektowe i główne możliwości technologiczne projektowania każdego okresu, podano ich cechy, które ilustrują odpowiednie obrazy stron głównych sklepów internetowych i rynków.

Słowa kluczowe: projektowanie stron, technologie internetowe, usability, Marketplace, Amazon, Apple, Technologia Flash.

FEATURES OF THE FIRST PERIODS OF AESTHETIC EVOLUTION OF THE DESIGN OF INTERNET STORE WEBSITES

Oleksandr Vasyliev

Postgraduate Student at the Faculty of Design

Kyiv National University of Technologies and Design (Kyiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0003-1255-3756

aleksandr.vasylievs@gmail.com

Abstract. The article highlights the features of the appearance and development of website design from 1991 (the appearance of the first website) to 2003, when the websites became modern. Research of information from Scientific, periodical sources regarding the development of Internet trade, website design, technological development possibilities, appearance of the interfaces of well-known online stores with a long history such as Amazon, Apple, eBay, etc. had been made. Based on the analysis of changes in the visual interfaces of online stores and the design features of their websites, three periods of the development of website aesthetics were distinguished. Based on the results of the research, the features of design and the main technological design possibilities of each period are determined and characteristics are provided, which are illustrated by the corresponding images of the home pages of online stores and marketplaces.

Key words: site design elements, web technologies, usability, marketplace, Amazon, Apple, Flash technology.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРШИХ ПЕРІОДІВ ЕСТЕТИЧНОЇ ЕВОЛЮЦІЇ ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТІВ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Олександр Васильєв

аспірант факультету дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

ORCID ID: 0000-0003-1255-3756

aleksandr.vasylievs@gmail.com

Анотація. У статті висвітлено особливості появи та розвитку дизайну веб-сайтів з 1991 (поява першого веб-сайту) по 2003 рік, коли сайти стали подібними до сучасних. Проведено аналіз інформації з наукових і періодичних джерел стосовно розвитку інтернет-торгівлі, дизайну веб-сайтів, технологічних можливостей щодо його розробки і матеріалів інтернет-архівів стосовно вигляду інтерфейсів відомих інтернет-магазинів з багаторічною історією таких як Amazon, Apple, eBay тощо. На основі аналізу зміни візуальних елементів інтерфейсів інтер-

нет-магазинів та особливостей дизайну їх веб-сайтів було виокремлено три періоди розвитку естетики сайтів. За результатами дослідження визначено особливості дизайну та основні технологічні можливості проектування кожного періоду, надано їх характеристики, які проілюстровано відповідними зображеннями домашніх сторінок інтернет-магазинів та маркетплейсів.

Ключові слова: елементи дизайну сайтів, веб-технології, юзабіліті, маркетплейс, Amazon, Apple, Flash-технологія.

Вступ. Дизайн веб-сайтів сильно змінився за останні роки, починаючи з простих статичних сторінок тексту на сірому тлі середини 1990-х до візуально насиченого, інтерактивного, «адаптивного» дизайну сьогодні. Незважаючи на важливість Інтернету як середовища дизайну, еволюція дизайну веб-сайтів описувалася лише спорадично, не враховуючи системний підхід до цього явища. Найкращим відображення «нових медіа» є всесвітня павутина, яка сьогодні мало вивчена через призму культурної аналітики. Повсючас зростає визнання того, що нові медіа повинні бути збережені для майбутніх поколінь. Для цього створено ряд електронних архівів (Historic Websites Page – Version Museum, Wayback Machine – Internet Archive; Web Design Museum), що намагаються зберігати вичерпну історію Інтернету. Ці інтернет-архіви сьогодні є культурними артефактами першого класу, на частку яких припадає не менше чверті трильйону архівованих веб-сторінок за майже 30 років.

Аналіз сучасних наукових та практичних робіт показав, що теоретичні розробки по темі веб-дизайну та історії його розвитку в більшості належать дослідникам США та Західної Європи, так як саме там ця сфера з'явилась і розвивалась ще до появи у вітчизняному просторі. Так ґрунтовні дослідження були присвячені (Meggs, Purvis, 2016) розробці історію графічного дизайну від єгипетської клинопису до веб-дизайну та інтерактивного дизайну. Проте, на відміну від інших видів мистецтва, в роботі відсутні визначення або характеристики періодів розвитку дизайну в Інтернет-мережі, незважаючи на її більш ніж 30-річну історію. У статті І. Енґхольм (Engholm, 2007, 2010) показано, як розвиток веб-сайтів можна проаналізувати з генералістичної точки зору, вказуючи на ряд жанрових і стильових утворень і обговорюючи їх ідеологічні і культурні джерела. Групою американських вчених було доведено (Garett, Chiu, Zhang, Young, 2016), що сьогодні дизайн став критичним елементом, необхідним для залучення користувачів веб-сайтів та мобільних додатків. Ними було визначено перелік основних елементів дизайну, дослідженню яких сьогодні приділяється основна увага. До їх переліку увійшли: навігація, графічне зображення, організація сайту, корисність контенту, мета, простота та читаність тощо. Ряд інших досліджень показали, що аналіз візуального дизайну веб-сайтів відкриває вікно в еволюцію Інтернету та відображає зміни в візуальній естетиці, ролі технологій, культурних перевагах і технічних інноваціях (Chen, Crandall, 2017, Reinecke, Gajos, 2014). В цих роботах зроблено крок до визначення та розуміння періодів дизайну веб-сайтів. На основі критичного аналізу відомих веб-сайтів, термін життя яких перевищує десятиліття, експерти виокремили набір ключових маркерів, які сигналізують про зміни у періодах проектування, що розмежовані певними шаблонами макетів, технологіями відображення, моделями навігації тощо. Вченими також було припущено, що еволюція веб-дизайну зумовлена кількома факторами, включаючи технологічний розвиток, зміну ролей і функцій Інтернету з часом, керування враженнями від компаній, змінами естетичних уподобань тощо. В роботі Б. Дусти та Д. Кренделла (Doosti, Crandall, Su, 2017) були розроблені автоматизовані методи визначення візуального стилю веб-сайтів, на основі порівняльного аналізу змін у часі між основними маркерами веб-сайтів.

Дослідження інформації про еволюцію веб-дизайну показали, що на сьогодні в науковій та періодичній літературі це питання висвітлено недостатньо повно. Сьогодні недостатньо історичних та хронологічних описів історії веб-дизайну, подібних до тих, що ми знаходимо при вивченні історії інших видів мистецтва. Стосовно особливостей еволюції дизайну веб-сайтів інтернет-магазинів та маркетплейсів систематизована інформація фактично відсутня, а тому ця тема потребує дослідження.

Основна частина. Метою роботи було дослідження перших етапів еволюції дизайну веб-сайтів на основі аналізу зміни візуальних елементів інтерфейсів в період з 1991 (поява першого веб-сайту) по 2003 рік та визначення особливостей дизайну сайтів інтернет-магазинів і маркетплейсів різних періодів. Методологічною основою дослідження стали комплексний підхід, методи аналітичного і візуально-аналітичного аналізу об'єкту дослідження, систематизація інформації про різновиди рішень інтерфейсів сайтів інтернет-магазинів і маркетплейсів. В роботі було використано матеріали інтернет-архівів (Historic Websites Page – Version Museum, Wayback Machine – Internet Archive; Web Design Museum) та інформація з періодичних видань (Look at how Amazon has changed since it first launched; A nostalgic journey through the evolution of web design; 28 Years of Amazon.com Website Design History) стосовно історії розвитку відомих інтернет-магазинів та маркетплейсів США.

Результати та їх обговорення. Веб-дизайн розвивався протягом всього лише декількох десятиліть, але став невід'ємною частиною нашого життя. Поштовхом до розвитку і популярності стала поява World Wide Web – Всесвітньої павутини, а початком історії веб-дизайну варто вважати момент появи першого веб-сайту на початку дев'яностих років ХХ ст. (Web Design History Timeline 1990-2021). Історія Інтернету нерозривно пов'язана з історією дизайну веб-сайтів. З появою гіпертексту, його потрібно було грамотно оформлювати, що і викликало необхідність появи веб-дизайну, який постійно змінювався та швидко розвивався, оновлюючи все нові можливості ефективного оформлення веб-сторінок. Сьогодні веб-сторінки стали зручними, інформативними та функціональними. За період розвитку веб-сайтів відбулося декілька піків змінення поширених підходів до розробки їх дизайну, які передусім на перших етапах були пов'язані із

технологічними змінами та виникненням нових технологій. Необхідно зазначити, що мода в дизайні також змінювала візуальний вигляд веб-сайтів. Так до кінця 2000-х років багато веб-сайтів мали загальний макет зверху вниз: горизонтальну панель навігації, великий банер, основний зміст сторінки та нижній колонтитул. Цей горизонтально-домінуючий макет дозволяв уникнути необхідності для користувачів прокручувати сторінку вертикально, щоб отримати доступ до найважливішого вмісту. Дизайн-агенства на той час часто використовували один і той же шаблон для розробки веб-сайтів для багатьох невеликих компаній. Дизайнерська мода також була обумовлена широким використанням деяких популярних технологічних елементів. Наприклад, наприкінці 1990-х років веб-сайтів додали вікна пошуку, хоча більшість з них були недостатньо складними, щоб цього потребувати. Зрозуміло, що ці елементи були додані лише у відповідності до тогочасної моди.

На основі результатів особистого аналізу дизайну веб-сторінок з Інтернет-архіву і аналізу наукових джерел історія розвитку дизайну веб-сайтів була умовно розділена на декілька етапів, кожен з яких тривав в середньому 2–6 років. Розглянемо більш детально перші етапи розвитку веб-дизайну, де було закладено основні конвенції дизайну веб-сайтів, зокрема сайтів інтернет-магазинів та маркетплейсів

Перший етап – етап зародження дизайну веб-сайтів тривав з 1991 по 1993 рік, а перший веб-сайт побачив світ 6 серпня 1991 року. Він виглядав зовсім стримано, бо все, що могли містити перші веб-сторінки – це посилання та текст. Перші сайти на початку 90-х років були повністю засновані на тексті. Це були одноколонкові текстові сторінки написані на мові HTML. Більшість ранніх веб-сайтів були простими, з використанням вертикально структурованих, насичених текстом сторінок з невеликою кількістю графіки. В цей час використовували шрифти із зарубками та вирівнювання текстів лише по лівому краю. Синій гіпертекст був єдиним сплеском кольору на сторінці сайту. Замість меню в навігації використовувалися гіперпосилання, що виділялись іншим кольором та перенаправляли користувачів на інші сайти або на статті цього ж сайту. Ідеали функціональності та універсального дизайну ставив під сумнів комерційні інтереси інтернет-торгівлі, а виробники та користувачі прагнули оновлення та відмінності різних ресурсів. Це стало реальністю після появи першого графічного браузеру Mosaic (квітень 1997 року), який підтримував перегляд зображень. З цього часу до однорідного тексту на веб-сторінках додалися яскраві картинки, хоча монітори того часу підтримували лише 16 кольорів. Запорукою успіху браузера стали інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, стабільність роботи і простота установки. У міру зростання кількості веб-сайтів все більшого розвитку набувала концепція використання дизайну веб-сайтів для досягнення бізнес-цілей. Цільові сторінки почали з'являтися приблизно в 1993 році і залучали користувачів кольором і запрошеннями.

Перший Інтернет-магазин в тому, вигляді, як ми звикли бачити зараз, з'явився в 1992 році, коли Чарльз Стек створив Інтернет-магазин книжкової продукції. Він являв собою цифровану версію паперових каталогів з зазначенням ціни і коротким описом товару (сьогодні ця інформація є на будь-якій сторінці з продукцією будь-якого інтернет-магазину). Вибір асортименту продукції був зумовлений необмеженими терміном придатності книжок та відсутністю суттєвого впливу модних тенденцій на попит. Багато Інтернет-магазинів, які зароджувалися на початку 90-их, починали свою діяльність саме з продажу друкованої продукції. На жаль архів сторінок першого інтернет-магазину на сьогодні не зберігся.

Другий етап розвитку веб-дизайну припав на 1994–1998 роки. Він був пов'язаний з технологічним вибухом, що приніс у дизайн веб-сайтів нові можливості: загальний дозвіл екрана 800x600, підтримка кольорів зросла до 256; набули поширення прості шрифти із зарубками; кольорові кнопки з симуляцією 3D-ефекту. У 1995 р. був випущений PHP (Personal Home Page), створені нові, прості і динамічні програми, такі як гостьові книги та різноманітні веб-форми, з'явилася нова програмна мова «Ruby», за допомогою мультимедійної платформи Macromedia Shockwave створювали анімацію та інтерактивні додатки для веб-розробок. Поява на світ браузерів, здатних показувати зображення, було першим кроком до веб-дизайну, яким ми його знаємо сьогодні. Найдоступнішим способом структурування інформації була концепція використання таблиць, які на той момент стали доступні в HTML. Таблиці володіли такими особливостями, як можливість вирівнювати зміст по вертикалі та визначати його розміри в пікселях і в процентах, допомагали структурувати інформацію, доповнювали веб-сторінки візуальним матеріалом, розміщували таблиці всередину інших таблиць (Siegel, 1997). Основними принципами табличного дизайну того часу були: багатоколонковий дизайн, організація змісту та навігації, вирівнювання вмісту сайту, розширення кольорової палітри, використання ілюстративних елементів в якості фону, поява динамічних елементів веб-сайту (Gif-зображення, анімований текст і текст, що прокручується, та візуальних лічильників). Цей метод створення дизайну веб-сайтів був найпоширенішим протягом тривалого часу. Таблична організація сторінок веб-сайтів була наближена до вимог класичної типографіки, а дизайнери вперше могли застосувати творчий підхід до створення веб-сторінок. Відповіддю на обмеження HTML став Javascript, який відмінно справлявся з такими завданнями, як поява спливаючого вікна або налагодження динамічної зміни вигляду. В середині 1990-х років дизайнери стали більш активно брати участь в розробці веб-сайтів, і з'явився графічний інтерфейс користувача (GUI), який дозволив включати зображення і графічні значки в веб-сайти. Відколи Інтернет почав набирати популярність як засіб передачі інформації, дизайнери побачили можливість використовувати таблиці для розміщення тексту і графіки (A nostalgic journey through the evolution of web design).

Одним з перших сайтів електронної комерції був Amazon (рис. 1, а), який почав свою діяльність в 1995 році як книжковий онлайн-магазин та перетворився сьогодні на найбільший маркетплейс в світі. У 1996 рік з'явився перший дизайн його веб-сайту від Altavista, що виглядав просто і зрозуміло. Логотип був

використаний в якості заголовка і розташовувався у звичному для нас на сьогодні місці в лівому верхньому кутику сайту. Ще однією історією успіху на ринку електронної комерції став сайт онлайн-аукціонів eBay, який дебютував в 1995 році (рис. 1, в). Проте, всі перші варіанти дизайну веб-сайтів інтернет-магазинів середини 1990-х років більше відповідали характеристикам попереднього періоду. Вони являли собою цифровані версії паперових каталогів продукції з зазначенням ціни і коротким описом товару.

Перша версія сайту Apple, яка з'явилася у 1994 році (рис. 1, б), кардинально відрізнялася від всіх інших. Райдужний логотип на весь розмір сайту, яскраві кольори. Все це сьогодні виглядають дуже незвичайно, але для того періоду такий дизайн веб-сайту був взагалі дуже прогресивним. В ньому можна було помітити перші відлуння сучасного дизайну. Сайт виконаний у стилі мінімалізму і не мав нічого зайвого. Основним недоліком сайту було те, що він дуже довго завантажувався, враховуючи швидкість Інтернету того часу. Наступна версія сайту Apple з'явилася у 1996 році, коли в корпорацію, що перебувала на межі банкрутства, повернувся її засновник – Стів Джобс (рис. 2, а). Дизайн сторінки веб-сайту ще більше став схожим на сучасний. На сторінці з'явилися банер, логотип в традиційному місті і ліве бокове меню. У цей час з'явився один із перших прикладів тенденції графічного дизайну – ілюзія тактильності. Ця тенденція була очевидною в різних формах опуклості та 3D-ефектів. Дизайнерський прийом став популярним, оскільки браузері на той час розроблялися для підтримки інтеграції графічних функцій і вибору іншого фону, крім сірого або білого (Engholm, 2007). Як бачимо, ілюзія тактильності та об'ємності присутні вже на перших версіях сайту apple.com (рис. 1, б; рис. 2, а).

Спроби диференціації відігравали важливу роль у ранньому дизайні веб-сайтів. Однак фактичні засоби для створення сайтів залишалися обмеженими. HTML-код і функції браузера накладали серйозні обмеження на дизайнерів. Відповідно, перший стиль веб-дизайну можна було б назвати стилем HTML. В принципі, жоден інший стиль не був можливим на той час (Engholm, 2007). Важливо зазначити, що сайти apple.com і msn.com вважаються канонічним, які першими впроваджують у свій дизайн новітні віяння та задають модні тенденції у веб-дизайні. Аналіз для amazon.com підтвердив, що його схожість з apple.com збільшилася з часом (Doosti, Crandall, Su, 2017: 329-338).

У 1996 році з'явилася технологія Flash, що дозволяла небачену раніше свободу і ставила собі за мету зруйнувати бар'єри, які стримували розвиток дизайну веб-сайтів на той час. Дизайнери змогли працювати з будь-якими формами, розмірами макетів, анімаціями, вчасодіями, використовувати будь-які шрифти, зокрема Times New Roman і Courier New. Flash була програмною платформою, яка дозволила дизайнерам додавати музику, відео та анімацію у веб-сайти, створюючи динамічніший аудіовізуальний досвід. Дизайнери отримали більше свободи у створенні інтерактивних веб-сайтів. Це була епоха творчого та технологічного прориву у дизайні веб-сайтів. Інтерактивні меню, заставки, декоративна анімація та красиво оформлені



Рис. 1. Домашні сторінки веб-сайтів перших інтернет-магазинів в 1994–1996 роках



Рис. 2. Домашні сторінки веб-сайтів інтернет-магазинів в 1996–1997 роках

об'ємні кнопки домінували у тенденції веб-дизайну того часу. Характерними рисами періоду розквіту Flash-технологій також стали: поєднання віртуальної графіки та інтерактивності, яскраві та насичені кольори; тривимірні кнопки; дизайн, орієнтований на користувача; приділення уваги структурі й навігації сайту. Розширилися можливості навігації, які дозволяли змінювалися розмір, форму і колір елементів при взаємодії з користувачем при натисканні або наведенні курсору.

З 1997 по 1998 рік зовнішній вигляд сайтів став більш подібним до звичного сьогодні: сайти будувалися на основі табличних макетів, додалися ефекти і навігація з іконками і кнопками. Також активно розвивалася Flash-технологія, внаслідок чого з'явилася можливість додавати «миготливі» заставки. Розпочалася активна інтеграція маркетингу в дизайн веб-сайтів. Мало не на кожному веб-сайті цього періоду були кричущі рекламні банери з гучними гаслами. У 1998 році – приблизно в той же час, що і Flash, з'явився інший, кращий з технічної точки зору, спосіб структурування дизайну – Cascading Style Sheets (CSS), основна концепція якого полягала у тому, щоб відокремлювати контент від його презентації. Так що вид і форматування оформлялися в CSS, а зміст – в HTML. З цього часу дизайнери стали більш серйозно підходити до питання створення сайтів. З тенденцій того часу можна виокремити рамки, табличні макети, меню з ефектами при наведенні, експерименти з розмірами, різні кольори вікон і списки посилань по краях сайту. Найбільш вживаними гарнітурами були системні шрифти і шрифти за замовченням. Характерними для цього часу були чорний текст, червоні заголовки і сині підкреслені посилання. Єдиною відмінністю між текстами були напівжирний шрифт або курсив. Типографіка не розглядалася на той час як важлива частина дизайну веб-сайту.

Якщо розглянути веб-сайти інтернет-магазинів того часу, то можна побачити значні відмінності в дизайні багатьох з них. Проте дизайн веб-сайту Amazon не змінився аж до початку 1997 року і тому морально застарів. Він зазнав серйозних змін, які відбилися і в дизайні, і в зручнішому інтерфейсі, лише після того як компанія стала публічною 15 травня 1997 року та залучила 54 мільйони доларів. Була введена ліва бічна панель для покращення навігації, що зробило веб-сайт зручнішим. Обкладинки та огляди книг були представлені в інтерфейсі, щоб користувачі могли візуалізувати асортимент книгарні (див. рис. 2, в) (28 Years of Amazon.com Website Design History). Асортимент Amazon з роками розширився і включив музику, відео, електроніку, одяг, меблі, продукти харчування та іграшки. Гігант роздрібної торгівлі був одним із перших інтернет-магазинів, які додали відгуки користувачів та шкалу оцінок для своїх продуктів. Огляди продуктів тепер вважався однією з найефективніших тактик збільшення продажів і зміцнення довіри клієнтів. В основі оформлення сторінок веб-сайту Amazon лежав табличний дизайн. Теж саме можна сказати і про дизайн сторінок веб-сайту Apple у 1997 році (див. рис. 2, б) (Historic Websites Page – Version Museum).

У 1998 році дизайн сайту Apple, був повністю перероблений: змінилися колірна гама, форма кнопок та їх розташування. Змінилася і концепція – основний акцент тепер робився на продуктах компанії. Центром уваги став новий моноблок iMac (рис. 3, а) (Historic Websites Page – Version Museum).

Сайт як і раніше був виконаний у стилі мінімалізму і не мав нічого зайвого. Цікавим нововведенням того періоду стала навігація по сайту за допомогою іконок. На зображенні сайту інтернет-магазину Bluefly (рис. 3, в), можна побачити один з кращих прикладів навігації по сайту того періоду. Дизайн веб-сайтів Amazon (рис. 3, б) і eBay у 1998 році були як і раніше побудовані на основі табличних макетів. У зв'язку з розширенням асортименту на веб-сайті Amazon були представлені вкладки. В цей же час для покращення навігації з'явилася ліва бічна панель пошуку на сайтах Amazon і eBay.

Представлені сайти відображають умовності, які почали формуватися у 1998–1999 роках щодо розміщення компонентів сайту: логотипу, що розташований ліворуч, L-подібний навігаційний блок різного дизайну з постійними посиланнями та централізовано розташованим контентом, фіксовані та видимі панелі навігації з доступом до основної інформації вгорі праворуч, або ліворуч, і більш динамічний, орієнтований на новини вміст посередині. Це і сьогодні залишається переважаючою структурою веб-сайтів інтернет-магазинів, які орієнтованих на зручність використання, з кінця 1990-х років.

Третій етап розвитку дизайну веб-сайтів прийшовся на 1999–2003 роки. До 2000 року дизайн веб-сайтів був здебільшого технічною сферою, якою займалися ІТ відділи компаній. Проте поступово все більше уваги розробники почали приділялося художній складовій сайтів. Дизайн веб-сайтів об'єднав в собі інформаційну



Рис. 3. Домашні сторінки веб-сайтів інтернет-магазинів в 1997–1998 роках

архітектуру (структура контенту), взаємодію (навігація) і зовнішній вигляд екрану, включаючи графіку, шрифти, верстку, анімацію, відео, фонову музику тощо. Мистецькі та авангардні спільноти експериментували з новим середовищем, а ціннісні відмінності стосувалися не лише комерційного успіху чи зручності використання, а розширення виразного середовища технічно, функціонально, культурно та естетично. Підхід до розробки візуальної складової сайтів з точки графічного дизайну підкреслював важливість графічно-естетичних відмінностей.

2000 рік ознаменувався початком періоду технологічної революції у веб-дизайні. Каскадні таблиці стилів CSS (Cascading Style Sheets), що були розроблені наприкінці 90-х років, стали дуже популярними у 2000 році, коли розробники усвідомили їх потенціал. Основні характеристики даного періоду було відокремлення змісту веб-сайту від дизайну, що дало можливість контролювати єдиний зовнішній вигляд сайту окремо від змісту кожної сторінки. Зважаючи на те, що види і обсяги контенту в Інтернеті значно росли, з'явилася необхідність в грамотній каталогізації, підвищенні доступності ресурсів і оптимізації юзабіліті в цілому. Головним трендом того періоду став зростаючий акцент на елементи меню і навігації. Веб-сайти стали набагато більш функціональними, а їх інтерфейси – більш зручними для користувачів. На більшості сайтів з'явилися рядок пошуку на головній сторінці та продумане меню. Сторінки сайтів стали більш динамічними, а кількість тексту зменшилася. Дизайн став більш витонченим.

На сторінках сайтів інтернет-магазинів зріс об'єм вільного простору, що позитивно вплинуло на сприйняття користувачами інформації на веб-сторінках. Завдяки цьому дизайнери відмовилися від яскравих і насичених кольорів. Поступово відбулося поєднання посилань із графічними зображеннями (іконками). Інші графічні зображення для оформлення веб-сайтів почали використовуватися в мінімальній кількості. На початку XXI ст. в дизайні веб-сайтів в моду увійшли закруглені кути і блискучі кнопки. Головним трендом став зростаючий акцент на елементи меню і навігації, темний або однотонний фон сторінок і використання градієнтів. Естетика з'явилася і в шрифтових блоках завдяки збільшенню вимог до оформлення текстового контенту. Монітор із роздільною здатністю 800x600 як і раніше домінував в цей період, його обирали до 56% користувачів. Однак 25% користувачів до 2000 року перейшли на монітор із роздільною здатністю 1024x768. Фон сайтів став однотонним, почав виконувати своє пряме призначення і перестав перетягувати на себе багато уваги. Починаючи з кінця 2001 року, постійно зростала швидкість Інтернету, що дозволило розробникам та веб-дизайнерам уникати великої кількості текстового наповнення сайтів та концентрації на читабельності. Дизайнери експериментували зі створенням найпростіших флеш-анімацій та розміщенням відеоконтенту.

Як відомо, у другій половині 1990-х років веб-розробники розділилися у поглядах на те, на чому слід зосередити ключову увагу: на техніко-функціональних аспектах чи на графіці. Різні концепції дизайну відображали конкуруючі дискурси, представлені двома відомими спеціалістами: Д. Нільсеном (Nielsen, 2000) та Д. Сігелом. Д. (Siegel, 1997). Нільсен наголошував на пріоритеті зручності використання, а Д. Сігел зосереджував свою увагу на графіці (Rivett, 2000: 45]. Ці різні ідеології вплинули на технічний, функціональний та візуальний дизайн веб-сайтів, а самі сайти можна розділити на дві стилістичні категорії: функціональність юзабіліті («інженерний дизайн») та цифровий модернізм (Engholm, 2007).

Для періоду 1999–2003 років, зважаючи на економічну кризу 2000 року, характерним став вплив основних принципів юзабіліті, який почав активно змінювати тенденції у дизайні веб-сайтів. Розробники сайтів все більше зосереджувалися на ідеалах зручності використання, що призвело до підвищення стандартизації, а не до витонченості графіки, анімації та візуальних ефектів. Розміщення меню і контент стали інтуїтивно зрозумілими, посилання – візуально виділеними, навігація – найпростішою. Отже, дизайн веб-сайтів у жанрах електронної комерції та корпоративних інвестицій після 2000 року, здавалося, стабілізувався навколо невеликих, а іноді й надзвичайно скромних модифікацій.

На відміну від напрямку юзабіліті («інженерного дизайну») прихильники цифрового модернізму бачили перспективи графічного дизайну у відображенні культурної практики, яка прагнула просувати графічно-естетичні норми для дизайну веб-сайтів. Конвенції цього напрямку в основному стосувалися ідеалів компонування та типографіки, які розвивали та закріплювали модерністську типографію у XX столітті. Серед цих ідеалів – конструктивізм, голландський «De Stijl», Bauhaus, Neue Typographie та швейцарський графічний дизайн. Швейцарський стиль мав особливий вплив у сучасному комерційному графічному дизайні з його модульною структурою та геометричними сітками для обробки тексту, зображень та графічних елементів, асиметрією та послідовною типографікою.

Більшість основних тенденцій в веб-дизайні періоду 1999–2003 років характерні для домашніх сторінок сайтів найбільших всесвітньовідомих маркетплейсів eBay (рис. 4, а, рис. 4, б), Amazon (рис. 4, г, рис. 4, д), Alibaba (відкрився у 2000 році у КНР) (рис. 4, е), і інтернет-магазинів відомих фірм Samsung (рис. 4, ж) і Apple (рис. 4, в, рис. 4, е і рис. 4, з), дизайн яких продовжував будуватися на основі табличних макетів.

Треба зазначити, що деякі зміни в дизайні сайтів, які відбулися в період з 1999 по 2003 роки, залишаються актуальними і сьогодні. Так, наприклад, Amazon, враховуючи зростання кількості категорій продуктів та обмежений простір у верхній області навігації, скоротив кількість вкладок, а категорії були переміщені до лівої бічної панелі. Для врахування цих змін було зменшено розмір логотипу Amazon. У 2002 році Amazon додав графічні елементи у вигляді іконок, для привернення уваги споживачів до відкриття нового магазину одягу (рис. 4, е), а дещо пізніше почав запропонувати Gold Box, де демонструвалися найкращі пропозиції на сайті.

Інтерес до візуальної складової веб-сайтів вказує на зростаючу важливість дизайнів, що на вирішальне місце висунули нові комп'ютерні технології та типи сучасних гаджетів, таких якб ноутбуки, планшети, смартфони тощо. Так на сторінках сайту apple.com їх продукти з часом займають все більшу частину простору веб-сайту, що потребує якісних фотоматеріалів та роботи щодо їх представлення.

Це одним проривом цього періоду стало те, що у 2003 році WordPress дозволив «звичайним» користувачам Інтернету, які практично не мають досвіду проектування, створювати свої власні сайти за допомогою системи плагінів та шаблонів. Користувачі почали створювали те, що хотіли бачити, що посилювало акцент на зручності читання та функціональності сайтів. Це стало і залишається настільки популярним, що зараз WordPress є провідною у світі системою управління контентом (CMS).

Висновки. Отже, бурхливий розвиток інтернет-технологій та поява великої кількості веб-сайтів у кінці ХХ на початку ХХІ ст. зумовили розквіт веб-дизайну. Сайти, які на початку 1990-х років мали вузьке застосування, стали масовим явищем та набуває виразний інформативний, художньо-естетичний та комерційний характер. На основі аналізу веб-сайтів відомих інтернет-магазинів, термін життя яких перевищує не одне десятиліття, було виявлено візуальні ознаки, які сигналізують про зміні у періодах проектування, що розмежовані певними шаблонами макетів сторінок, моделями навігації, технологіями відображення інформації тощо. На основі результатів досліджень було виокремлено три періоди розвитку естетики сайтів, які мали значні відмінності в дизайні, що було викликано технологічними можливостями кожного етапу. Надано характеристику особливостей веб-сайтів кожного періоду стосовно структури веб-сторінок, розміщення панелі пошуку та навігації, кольорового рішення, відносної пропорцію тексту і зображень тощо. Охарактеризовано технологічні можливості проектування сайтів кожного періоду. Визначено, що нові комп'ютерні технології та типи сучасних гаджетів збільшили інтерес до візуальної складової веб-сайтів, що вказує на зростаючу важливість ролі дизайну в комерційній успішності підприємств e-commerce.



Рис. 4. Домашні сторінки веб-сайтів маркетплейсів і інтернет-магазинів з 2000–2003 рік

Список використаних джерел:

1. A nostalgic journey through the evolution of web design. URL: <https://theconversation.com/a-nostalgic-journey-through-the-evolution-of-web-design-98626> (дата звернення: 2.01.2023).
2. Chen W., Crandall D., Su N. Understanding the Aesthetic Evolution of Websites: Towards a Notion of Design Periods. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '17)*. ACM, New York, NY, USA. 2017. P. 5976–5987.
3. Doosti B., Crandall D., Su N. A Deep Study into the History of Web Design. *Long Session VI: Reflecting, Thinking, Understanding WebSci '17*, June 25–28, 2017. Troy, NY, USA. 2017. P. 329–338.
4. Engholm I. Design History of the Www: Website Development From the Perspective of Genre and Style Theory. *Journal of Design Practice*. 2007. Vol. 1. No 4. P. 217–231.
5. Engholm I. Research-based online presentation of web design history: The case of webmuseum.dk. Brügger, Nails (red.) *Web History*. Oxford: Berg Publishers, 2010. P. 493–528.
6. Garrett R., Chiu J., Zhang L., Young S. A Literature Review: Website Design and User Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 2016. Vol. 6, Issue 3, P. 1–14. URL: <https://www.ojcm.net/article/a-literature-review-website-design-and-user-engagement> (дата звернення: 9.01.2023).
7. Historic Websites Page - Version Museum: A Visual History of your favorite technology. URL: <https://www.versionmuseum.com/websites> (дата звернення: 7.01.2023).
8. Look at how Amazon has changed since it first launched. URL: <https://www.businessinsider.com/what-amazon-looked-like-when-it-launched-2015-3> (дата звернення: 3.01.2023).
9. Meggs P., Purvis A. Meggs' History of Graphic Design. 6th Edition. John Wiley & Son. 2016. 706 p.
10. Nielsen J. Designing web usability: The practice of simplicity. Indianapolis, IN, USA. New Riders Publishing. 2000. 420 p.
11. Reinecke K., Gajos K. Quantifying Visual Preferences Around the World. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '14)*. ACM, New York, NY, USA. 2014. P. 11–20. RUL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Quantifying-visual-preferences> (дата звернення: 5.01.2023).
12. Rivett M. Approaches to analysing the web text. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2000. Vol. 6. No 3. P. 34–56. RUL: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/13548> (дата звернення: 5.01.2023).
13. Siegel D. Creating killer websites: The art of third-generation site design. 2th Edition. USA: Hayden Books. 1997. 305 p.
14. Wayback Machine – Internet Archive. URL: <http://www.archive.org/web> (дата звернення: 7.01.2023).
15. Web Design Museum. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/> (дата звернення: 8.01.2023).
16. Web Design History Timeline 1990–2021 | Web Design Museum. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/web-design-history> (дата звернення: 3.01.2023).
17. 28 Years of Amazon.com Website Design History. URL: <https://www.versionmuseum.com/history-of/amazon-website> (дата звернення: 7.01.2023).

References:

1. A nostalgic journey through the evolution of web design. URL: <https://theconversation.com/a-nostalgic-journey-through-the-evolution-of-web-design-98626> [in English].
2. Chen, W., Crandall, D., Su, N. (2017) Understanding the Aesthetic Evolution of Websites: Towards a Notion of Design Periods. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '17)*. ACM, New York, NY, USA. 2017. pp. 5976–5987. [in English].
3. Doosti, B., Crandall, D., Su N. (2017) A Deep Study into the History of Web Design. *Long Session VI: Reflecting, Thinking, Understanding WebSci '17*, June 25–28, 2017. Troy, NY, USA. pp. 329–338. [in English].
4. Engholm, I. (2007) Design History of the Www: Website Development From the Perspective of Genre and Style Theory. *Journal of Design Practice*. 2017. Vol. 1. No 4. pp. 217–231. [in English].
5. Engholm, I. (2010) Research-based online presentation of web design history: The case of webmuseum.dk. Brügger, Nails (red.) *Web History*. Oxford: Berg Publishers, pp. 493–528. [in English].
6. Garrett, R., Chiu, J., Zhang, L., Young, S. (2016) A Literature Review: Website Design and User Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. Vol. 6, Issue 3, pp. 1–14. URL: <https://www.ojcm.net/article/a-literature-review-website-design-and-user-engagement> [in English].
7. Historic Websites Page – Version Museum: A Visual History of your favorite technology. URL: <https://www.versionmuseum.com/websites> [in English].
8. Look at how Amazon has changed since it first launched. URL: <https://www.businessinsider.com/what-amazon-looked-like-when-it-launched-2015-3> [in English].
9. Meggs, P., Purvis, A. (2016) Meggs' History of Graphic Design. 6th Edition. John Wiley & Son. 706 p. [in English].
10. Nielsen, J. (2000) Designing web usability: The practice of simplicity. Indianapolis, IN, USA. New Riders Publishing. 420 p. [in English].
11. Reinecke, K., Gajos, K. (2014) Quantifying Visual Preferences Around the World. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '14)*. ACM, New York, NY, USA. pp. 11–20. RUL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Quantifying-visual-preferences> [in English].

12. Rivett, M. (2000) Approaches to analysing the web text. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2000. Vol. 6. No 3. pp. 34–56. RUL: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/13548565000060>. [in English].
13. Siegel, D. (1997) *Creating killer websites: The art of third-generation site design*. 2th Edition. USA: Hayden Books. 305 p. [in English].
14. Wayback Machine – Internet Archive. URL: <http://www.archive.org/web> [in English].
15. Web Design Museum. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/> [in English].
16. Web Design History Timeline 1990–2021 | Web Design Museum. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/web-design-history> [in English].
17. 28 Years of Amazon.com Website Design History. URL: <https://www.versionmuseum.com/history-of/amazon-website> [in English].