

MĀJAS LAPU ATTĪSTĪBAS TENDENCES UN TEORĒTISKĀS NOSTĀDNES

Developmental Tendencies and theoretical Approaches of Homepages

Ilze Kukule

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: ilze_kukule@inbox.lv

Natalja Losāne

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: natalosane@inbox.lv

Abstract. *The aim of the article is to explore Home pages development trends evaluating the Latvian Higher Education website design specifics. The methods of research: theoretical – investigation and analysis of relevant literature, internet sources and regulatory documents. Empirical – methods of data collecting group discussion; methods of data processing: comparative analysis, content analysis.*

Keywords: *Web page design, tendencies, graphic design, visual advertising.*

Ievads

Mūsdienās internets vairs nav iedomājams bez mājas lapām. Mājas lapas ir kļuvušas par svarīgu komunikācijas veidu dažādām valsts organizācijām, un ir viena no piemērotākajām organizācijas atpazīstamības veidošanas platformām.

Virtuālā pasaule ir vēl viena dimensija biznesā, kas mūsdienīgam uzņēmējam sniedz iespēju pilnveidot un attīstīt savu darbību. Katrai organizācijai ir sava personība, vērtības, stils un unikalitāte, ko var akcentēt ar mājas lapas palīdzību.

Mājas lapa ir tīklā pieejams informācijas kopums, tā tiek salīdzināma ar digitālu vizītkarti mūsu modernajā tehnoloģiju pilnajā laikmetā, kas sev līdzi nes mūsu uzņēmuma reprezentāciju digitālajā vidē, jeb internetā.

Mājas lapa, jeb tīmekļa vietne ir dokumentu (tīmekļa lapu) kopa, kurai iespējams piekļūt ar tīkla (interneta) palīdzību. Mājas lapa ir tīklā pieejams informācijas kopums, tas ir lappušu kopums, kas atrodas uz kāda noteikta servera, kas plaši tiek izmantots dažādu tīmekļa vietņu pārlūkprogrammu darbināšanai (Mozilla Firefox, Google Chrome, Internet Explorer) (Kranker, 2015).

Dīters Rāms (2015) savā rakstā par web dizaina pamatprincipiem uzsver, ka mājas lapai ir jāasniedz konkrēti kritēriji, ne tikai funkcionāli, bet arī psiholoģiski un estētiski. D. Rāms uzsver, ka mājas lapas dizaina izstrāde ir pieredzes krāšanas process, to estētiska organizēšana un īstenošana, ņemot vērā mājas lapas uzdevumus un darbības mērķus. Bieži vārda “web dizains” nozīmi uztver tikai no vizuālā viedokļa, bet realitātē web dizains ietver arī daudz abstraktus un tehniskus elementus.

Mājas lapu izstrādē pielietojamās tehnoloģijas mūsdienās attīstās ļoti strauji un vienlaicīgi mainās arī prasības attiecībā uz to vizuālo noformējumu. Modernizācija visbiežāk nozīmēs vienlaicīgu mājas lapas funkcionalitātes uzlabošanu un vizuālā noformējuma atjaunināšanu

Autores izpētīja un izanalizēja attīstības tendences mājaslapu vizuālās identitātes izstrādē, to grafisko elementu dažādos risinājumus. Tendencēm ir tieksme mainīties un pilnveidoties – tā notiek arī mājaslapu dizainu. Raksta mērķis – veikt mājas lapu attīstības tendenču teorētisko analīzi, veikt kvalitatīvu pētījumu, vērtējot Latvijas Augstskolu mājas lapu dizaina specifiku.

Mājas lapu attīstības tendences

Datorgrafika ir grafisks attēls veidots tikai ar datora palīdzību. Tās pirmsākumi meklējami jau drīz pēc pirmo datoru parādīšanās 20. gs. 40. gados. Šis termins radās 1960. gadā, to izdomāja amerikāņu grafiskais dizaineris V. Fetters. Pirmie zīmējumi datorā tika veikti ar simbolu palīdzību drukas režīmā. Uz papīra lapas ar simbolu palīdzību (zvaigznītēm, punktiņiem, krustiņiem, burtiem) veidojās zīmējumi, kas atgādināja mozaīku. Sākotnēji mājas lapām nebija nekāda dizaina un tās sastāvēja tikai no teksta.

Pasaules vēsturē pirmo publisko interneta mājaslapu ir izstrādājis Tims Bērnerss-Lī (skat. 1. att.). Ideja par globālu un visiem pieejamu komunikācijas sistēmu radās 1989. gadā pateicoties CERN (Eiropas kodolpētījumu organizācijas) vajadzībām.

World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area [hypermedia](#) information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an [executive summary](#) of the project. [Mailing lists](#) . [Policy](#)

[What's out there?](#)
Pointers to the world's online information. [subjects](#) . [W3 servers](#). etc.

[Help](#)
on the browser you are using

[Software Products](#)
A list of W3 project components and their current state. (e.g. [Line Mode](#) . [X11 Viola](#) . [NeXTStep](#) . [Servers](#) . [Tools](#) . [Mail robot](#) . [Library](#))

[Technical](#)
Details of protocols, formats, program internals etc.

[Bibliography](#)
Paper documentation on W3 and references.

[People](#)
A list of some people involved in the project.

[History](#)
A summary of the history of the project.

[How can I help?](#)
If you would like to support the web...

[Getting code](#)
Getting the code by [anonymous FTP](#) , etc.

1. attēls. Pirmās publiski pieejamās interneta mājas lapas dizains 1989. gadā.
(<http://www.a-interneta-majaslapa-svin-25-gadu-jubileju.d?id=46871667>).

Tima Bērnersa-Lī pirmā interneta mājas lapa, kas tolaik vēl nebija publiska, kļuva par stratēģiju turpmākajai interneta komunikācijas un globālā tīmekļa attīstībai. Šīs komunikācijas sistēmas izstrādes vēsture sakņojas vēl tālajos pagājušā gadsimta 50. gados, kas tikai vēlāk tika definēts kā internets. Idejas autors, kurš mūsdienās tiek saukts par globālā tīmekļa „tēvu”, Tims Bērnerss-Lī, izstrādāja arī HTML valodu, kas joprojām tiek uzskatīta par mājaslapu izveides bāzi, kā arī HTTP protokols un URL identifikators – arī šodien kalpo pārejai uz kādu konkrētu interneta adresi visos pārlūkos. Viņa pirmā lapa atradās šādā adresē – info.cern.ch, jāpiebilst, ka šī saite funkcionē arī mūsdienās. Istrādātās lapas pamatā globālā tīmekļa „tēvs” lika hipertekstu un daļēju tā izpausmi jeb tā saucamās hipersaites, kas strādāja ar HTML valodas palīdzību. Hipersaites ļāva savstarpēji savienot dokumentus, failus, lapas, kā arī citu saturu. Saite uz šo saturu tika apzīmēta kā viens pasvītrots atslēgvārds. Savukārt atslēgvārda krāsa bija dinamiska - pēc viena klikšķa uz saites, no zilās krāsas pārvērtās par violeto (Pati pirmā interneta mājaslapa svin 25 gadu jubileju, 2015).

Pirmās izveidotās mājas lapas ar ārējo izskatu izteikti atšķiras no mūsdienu modernajām lapām. Pati krāsainākā daļa bija pašas hipersaites, kas pasvītrotas, izgaismojās zilā krāsā. Sistēma kļuva arvien sarežģītāka un funkcijām bagātāka. Parādījās meklētāj sistēmas, interneta valodas programmēšanai, kas padarīja mājas lapas tādas, kādas tās redzam šodien (Infografika web dizaina attīstības vēsture, 2014).

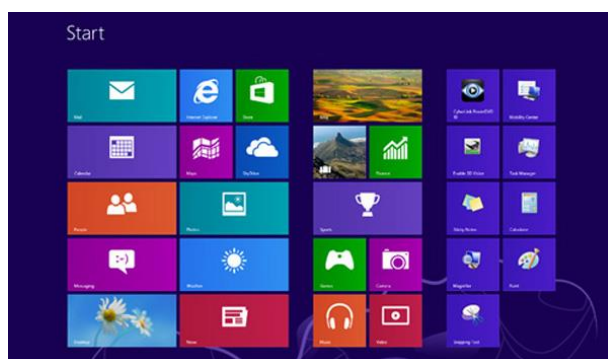
Integrētā marketinga blogā svarīgu faktoru akcentē un apraksta Frontend programmētājs Ēriks Jauga uzsverot, ka viena no svarīgākajām mājas lapu tendencēm, kas šobrīd ir aktuāla, ir responsīvs web lapu dizains. Cilvēki ir pieraduši piekļūt informācijai jebkurā brīdī, tādēļ ir svarīgi nodrošināt, ka mājas lapa ir ērti skatāma dažādās ierīcēs – ne tikai uz datora ekrāna, bet arī uz mobilajām ierīcēm. Responsīvais dizains gādā par to, lai, skatot konkrētu tīmekļa lapu, tiktu atpazīti dažādi ierīču izmēri un web lapa automātiski pielāgotos ekrāna lielumam.

Vairāk nekā 60 % no interneta lietotājiem piekļūst tīmeklim no mobilajām ierīcēm. Turklāt 46 % mobilo ierīču lietotāji apstiprina, ka ir nācies pamest mājas lapu tādēļ, ka tā nav responsīva (De Mozota, 2003).

Jaunās web tendences rūpējas par to, lai lapas apmeklētājiem nodrošinātu labāko lietošanas pieredzi. Nevienš nevēlas veltīt vairāk par pāris minūtēm (vai pat sekundēm) mājas lapas aplūkošanai, tāpēc ir svarīgi informāciju saņemt ātrā un kompaktā veidā. Mājas lapu apmeklētāji vēlas vizuāli garākas mājas lapas, kas attēloto informāciju izvieto pārsvarā vienā – galvenajā lapā, nodrošina ātrāku satura skatīšanu. Pirms tam izplatīta prakse bija mājas lapā ievietot saites. Šobrīd, vadoties pēc jaunākajām tendencēm, lietotājam nepieciešamās informācijas iegūšanai atliek vien ritināt lapu uz leju. Vairs nav jāgaida, kad ielādēsies kāda no apakšlapām (Kranker, 2015).

Izpētot pieejamo informāciju un literatūru par mājas lapu dizaina aktuālajām tendencēm, var secināt, ka mājas lapu dizaina tendences šobrīd ietver sevī minimālisma stilu. Dizaina elementiem noņemot ēnojumu, krāsu maiņu, telpiskos un citus efektus, rodas plakanais dizains. Šajā noformējumā izmantotie attēli un ikonas izskatās plakani, vienkārši un bez liekiem izgreznojumiem. Mājas lapu apmeklētāji aktivizē uz bildēm, ikonām un pārējiem elementiem – tādēļ izstrādātāji pamatoti atsakās no īpašas elementu izcelšanas, atstājot tos drīzāk vienkāršus nekā ieslīpus, ieliektus vai jebkādā citādā veidā izceltus, lai speciāli parādītu, ka elements ir klikšķināms (Голованов, 2015).

Vienkāršība un atteikšanās no liekas informācijas ir tendence, ko pielieto tādas lielas kompānijas kā Microsoft savai jaunākajai – Windows 8 operētājsistēmai.



2. attēls. Windows 8 operētājsistēmas dizains.

(<http://www.mailigen.lv/blog/septinas-svarigakas-web-dizaina-tendences-2015-gada/>).

Flat design, jeb plakanais dizains ir grafiskais stils, kurš vizuāli cenšas izvairīties no sīkajiem grafiskajiem elementiem, kuri nepiešķir sevišķu nozīmi konkrētā objekta vai sagataves pamatstruktūrai. Šāda stila vizuālais dizains cenšas pilnībā atteikties no „dekoratīvajiem” elementiem, padarot dizainu salīdzinoši minimālu. Plakanajā dizainā netiek ietvertas krāsu pārejas (gradients), reljefi vai arī reālistiski anatomiskas formas. Viss tiek balstīts uz ikonām un viena toņa krāsām.

Par izplatītu pieredzi iepriekšējos gados ir kalpojusi tendence web lapas sākumā ievietot lielas fona bildes kopā ar izmēros lielu tekstu, lai pievērstu apmeklētāja uzmanību. Šī tendence zaudē savu aktualitāti, izstrādātājiem koncentrējoties uz lapas ātrāku ielādi un efektīvāku darbību. Pašlaik izmērā lielos attēlus un tekstu nomaina vienkāršas fona krāsas un izmēros mazāks saturs, paātrinot laiku, kādā lapa tiek ielādēta.

Apkopojot pieejamo informāciju, izpētot un analizējot iepriekšminētās teorētiskās nostādnes par mājas lapu attīstību, analizējot un izvērtējot apkopotās teorētiskās atziņas par mājaslapu dizaina tendencēm dizainu var secināt, ka funkcionalitāte, vienkāršība un personalizācija ir atslēgas vārdi šī gada web tendencēm.

Web lapas dizaina veidošanas pamatprincipi

Mājas lapas dizaina izstrāde ir ideju kolekcionēšanas process, to estētiska organizēšana un īstenošana, ņemot vērā mājas lapas uzdevumus un darbības mērķus. Bieži vārda “web dizains” nozīmi uztver tikai no vizuālā viedokļa, bet realitātē web dizains ietver arī daudz abstraktus un tehniskus elementus.

Mājas lapas dizaina izstrāde iekļauj informācijas arhitektūru, mājas lapas struktūru, lietotāja saskarni, navigācijas ergonomiku, lapas izkārtojumu, krāsu gammu, kontrastus, fontus un attēlus, ikonu izkārtojumu un priekšstatu kā tas funkcionēs. Visi šie grafiskie elementi kopējā kombinācijā veido mājas lapas dizainu.

Mājas lapas ārējam izskatam ir jāatbilst tā tēmai un virzienam, jāatstāj patīkams iespaids uz apmeklētāju. Kvalitatīvs ir tas resurss, kurš ir maksimāli viegls izmantošanā, intuitīvi saprotams, papildīts ar noderīgu informāciju un ir vizuāli saistošs. Laba mājas lapa atbilst korporatīvam stilam un vispārējai kompānijas reklāmas stratēģijai, kur izdevīgi tiek parādītas preces un pakalpojumi un informācija ir viegli atrodamā. Mājas lapas dizainam ir jāatstāj iespaids uz apmeklētāju un jārada priekšstats par uzticamu kompāniju.

Veicot pētījumu par mājas lapu veidošanas pamatprincipiem, tika noskaidrots, ka svarīgi ir pieturēties pie noteiktiem mājas lapas dizaina izstrādes likumiem, lai mājas lapa ne tikai labi izskatītos, bet arī piesaistītu izvēlēto mērķauditorijas uzmanību.

Interneta resursos tiek piedāvāti daudz un dažādi blogi, kuros tiek aprakstīti mājas lapu veidošanas pamatprincipi. Blogā par web dizaina nozīmi mājas lapu izstrādē un mārketingā tika aprakstīts, ka grafiskajiem elementiem un to izvietojumam ir būtiska loma mājas lapas kopējā izskata veidošanā. Visiem mājas lapas elementiem ir jābūt saskaņotiem un jāpapildina vienu otru, nevis jāizskatās kā atsevišķiem un nesaderīgiem laukumiem. Gan navigācijai, gan galerijām, gan ikonām, gan teksta laukumiem ir jābūt veidotiem vienotā stilā, ar saskaņotām krāsām, lai radīt patīkamu vizuālo priekšstatu un profesionālu iespaidu par kompāniju kopumā. Vienkāršs mājas lapas dizains ir ne tikai ir daudz tīkamāks lasītāju acīm, bet arī mājas lapas ielādes ātrums ir daudz ātrāks, neliekot Jūsu esošajiem un potenciālajiem klientiem lieki tērēt savu laiku (Web dizains ir vitāli svarīgs mārketinga instruments, 2015).

Veicot pētījumu darba autore saskārās ar daudz un dažādiem teorētiskajiem aprakstiem par krāsām to nozīmi un ietekmi. Jāpiebilst, ka lielākā daļa cilvēku uztver krāsas vienādi gan dzīvē, gan virtuālajā vidē. Neatkarīgi no tā, vai mājas lapas apmeklētāji to apzinās vai nē, viņi uztver krāsas un citus vizuālos elementus psiholoģiskā līmenī.

Citējot M. Tangeitu, krāsa ļoti svarīgs elements mājas lapas dizaina veidošanā. Katrs krāsu salikums veido atšķirīgu iespaidu par kādas organizācijas (konkrētajā gadījumā izglītības iestādes) mājas lapu un izglītības iestādi kopumā. Katra krāsa rada atšķirīgas asociācijas un emocijas (Tangeits, 2011).

Mājas lapas koloristikai jāatbilst izglītības iestādes identitātei ko tā reprezentē, stilam un individualitātei jābūt piemērotai mērķiem, kas tai jāasniedz. Inga Daliba savā pētījumā par krāsu uztveres likumsakarībām, raksta: „Dabiskā krāsu palete ir patīkamāka nekā jebkura cita. Kombinējot šīs paletes krāsas, tiks iegūta vēlāmā reakcija no mājas lapas apmeklētājiem. Nedabiskas krāsas, piemēram, spilgti zaļā, zilā vai sarkanā parasti izraisa acu nogurumu un atbaida apmeklētājus.”

Mājas lapas izstrāde tiek uzsākta ar ideju, kas atbilstu organizācijas mērķiem un tas būtu veiksmīgs digitālās pasaules instruments. Laba ideja vēlāk kalpos arī par labu mājas lapas dizainu, jo tā nesaturēs tikai skaistas formas, krāsas un fontus, bet katram elementam un līnijai būs nozīme.

Attīstoties tehnoloģijām un ierīcēm, ir jāņem vērā, ka dizainam ir jākalpo vienlīdz labi kā viedtālrunos un planšētdatoros, tā arī platekrānu TV ekrānos – tādēļ ir vērts padomāt par mājas lapas adaptīvā dizaina izstrādi.

Mājas lapu neveido tikai gaumīgs dizains, jo apmeklētāji neskatās mājas lapas, lai apbrīnotu to dizainu, bet lai pēc iespējas ātrāk atrastu sev nepieciešamo informāciju. Veiksmīgas

mājas lapas dizaina galvenais mērķis ir atvieglot apmeklētājiem informācijas iegūvi, izceļot svarīgāko. Izvēlņu nosaukumiem skaidri jānorāda, ko apmeklētājs atradīs, atverot attiecīgo sadaļu.

Latvijas augstskolu mājas lapu dizaina analīze

Grafiskajam dizainam piemīt vizuālā valoda, un tā galvenais uzdevums ir kalpot kā komunikatīvam līdzeklim. Vizuālās saziņas līdzeklim piemīt līdzīgas īpašības kā sarunvalodai – tā var būt gan ātra un stilīga, gan lēna un skaidra. Kādas konkrētas organizācijas korporatīvajai identitātei ir sava veida komunikatīvā forma (Bergstremis, 2009). Vizuālā reklāma ir īpatnēja parādība mūsu laikmetā. Reklāmas var sniegt vērtējumu par precī, pakalpojumu, uzņēmumu, organizāciju utt. Reklāmas realizēšanas tehnoloģijas, kreatīvās ideja un ietekmēšanas metodes var būt ļoti dažādas, un laika gaitā var mainīties. Reklamētājs sava mērķa sasniegšanai var izmantot dažādus šriftus un ģeometriskas formas, nestandarta krāsu salikumus, sarežģītas tehniskas konstrukcijas, optiskās ilūzijas efektus neapzināti uztveramus kairinātājus un daudz ko citu (Veide, 2006).

Lai piesaistītu uzmanību, nepietiek tikai ar tekstuālu vai audiālu informāciju – nepieciešami arī grafiskie materiāli, kas palīdz piesaistīt uzmanību un nodot informāciju ātri, ērti un saprotami. Vizuālā komunikācija palīdz radīt dziļāku domu, kas strādā uz potenciālā klienta zemapziņu, nododot nerakstītu ziņojumu un radot sajūtas (Markss, 2004).

Tika izpētītas un izanalizētas 15 Latvijas augstskolu mājas lapas, pievēršot uzmanību krāsu, šriftu izvēlei, kompozicionālajam risinājumam. Mājas lapas tika izvērtētas no dažādiem aspektiem.

Jāatzīmē, ka viena liela kopēja iezīme krāsu ziņā, kas vērojama gandrīz visu izpētīto augstskolu mājas lapām ir, ka to vizuālajā noformējumā tiek pielietots pelēkais tonis, kas papildināts ar vienu papildus toni kā akcentu dizaina elementiem. 10 augstskolām no 15, mājas lapas dizainā ir pielietota zilā krāsa, dažādās šīs krāsas tonalitātēs. Zilā toņa nianse tiek pielietotas tādu augstskolu, kā Biznesa Augstskola Turība (BSA), Latvijas Universitāte (LU), Daugavpils Universitāte (DU), Liepājas Universitāte (LiePU), Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija (RTA), Baltijas Starptautiskā Akadēmija (BSA), Banku Augstskola (BA) (skat. 3. att.).



3. attēls. Biznesa Augstskola Turība (BSA) un Daugavpils Universitāte (DU) mājas lapas dizains (<http://du.lv>, <http://www.turiba.lv>).

Savukārt Rīgas Tehniskās universitātes (RTU) ir vienīgā universitāte, kas kā akcentējošo toni un galveno vizuālās identitātes nesēju ir izvēlējušies tumši zaļo toni. Komunikācijas materiāla veidā, šajā gadījumā caur mājas lapu ir ievērots balanss starp RTU zaļo krāsu un baltajiem laukumiem. Izmantojiet to kopā ar balto un pelēkajiem toņiem (skat. 4. att.).



4. attēls. Rīgas Tehniskās universitātes (RTU) mājas lapas dizains (<http://rtu.lv>).

Jāpiebilst, ka kompozicionālais risinājums un krāsa spēj veiksmīgi nodrošināt saskari ar iestādes mērķauditoriju un veiksmīgi atspoguļot zīmolu.

Rīgas Stradiņa Universitātes (RSU), LSPA un Rīgas Juridiskās augstskolas (RJA) mājas lapā dominē karmīnsarkanā (Latvijas karoga sarkanais) un pelēkā toņa krāsu salikums, kas arī ir veiksmīga izvēle (skat. 5.).



5. attēls. Rīgas Stradiņa Universitātē (RSU) mājas lapas dizains (<http://rsu.lv>).

No apskatītajām 20 mājas lapām 18 mājas lapu noformējumos nav izmantoti vairāk par pieciem krāsu toņiem. RISEBA augstskolas mājas lapā izmantoti 8 krāsu toņi (vēlamo maksimāli pieļaujamo 5 toņu vietā).

Tāpat arī lielākajai daļai no izpētīto augstskolu mājas lapām šrifts ir pielāgots augstskolas logotipu kompozicionālajiem risinājumiem un nosaukumiem. Mājas lapu dizainā vērojams minimālisma stils. No jucekļa atbrīvotā vide rada brīvus laukumus, kuri efektīvi var tikt izmantoti kā „baltie laukumi”, ne tik ļoti kā tukšie laukumi. Jāsecina, ka lielas atstarpes starp dažādiem mājas lapas tekstuālajiem un vizuālajiem elementiem nerada iespaidu, ka viss ir pārāk tukšs, bet gan viss ir savstarpēji pārdomāti nodalīti un viegli uztverams.

Visām izpētītajām 20 mājas lapām Svarīgākā informācija ir izcelta, viegli pamanāma, saprotama un izvietota uz pirmās lapas. IZANALIZĒJOT Latvijas interneta mājas lapas, tostarp valsts iestāžu tika konstatēts, ka neviena no pētītajām mājas lapām pilnībā neatbilst starptautiskajiem standartiem, tās nav pieejamas cilvēkiem ar dažāda veida invaliditāti.

Pētīt augstskolu mājas lapas grafisko dizaina risinājumu, var secināt, ka daudzas mājas lapas pēdējā laikā piedzīvo būtiskas pārmaiņas, jo mainās to izmantošanas veidi un lietotāju paradumi. Cilvēki tās lieto no mobilām ierīcēm, kuru skaits strauji pieaug. Paradumu maiņa diktē jaunas prasības gan dizainam, gan saturam, gan lapas struktūrai, un jāpiebilst, ka lielākoties Latvijas augstskolu mājas lapās ir vērojama pārskatāmība, atteikšanās no liekām detaļām, kā arī nepārspīlēts dizains. Lielākajai daļai no izpētītajām Augstskolu mājas lapām ir pareizi pasniegta informācija, veiksmīgi izcelti raksta galvenie elementi, vienkārša un ērta navigācija, krāsas “nekož” acīs un acīm redzami ir izceltas mājas lapas vērtīgās īpašības. Galvenie nosacījumi, lai mājas lapa būtu izdevusies, ir bagātīgi veidots saturs, ar konkrētu mērķi, kā arī pārdomāta reklāma. Daļai augstskolu sākumlapa ir ļoti vienkārša, pārskatāma un ērti lietojama, jo te norādītas tikai galvenās mājas lapā atrodamās sadaļas, valodas izvēle, meklētājs, bet otrai daļai

augstskolu būtu jāpārdomā, kā atvieglot nepieciešamās informācijas atrašanu studentam, kas varbūt pirmo reizi aplūko šo augstskolas adresi.

Lai gan visās apskatītajās Latvijas augstskolu mājaslapās atrodamā informācija ir līdzīga, jo tās visās tomēr ir viens mērķis – izglītības popularizēšana, un to piedāvājumi, aktualitātes, jaunumi atšķiras, lielākoties, tikai niansēs un atkarībā no augstskolas darbības specifikas. Jau pēc pirmo lapu izpētes vien var pateikt, cik dažādas ir mūsu augstskolas, un cik dažāda ir to pieeja topošajiem un esošajiem studentiem un sevis reklamēšanai.

Izpētot Latvijas augstskolu mājaslapas, var secināt, ka tās savu pakalpojumu sarakstu iedala dažādās pakalpojumu grupās, kurās iekļauj konkrētus pakalpojumu un piedāvājumu aprakstus. Dažāda ir šo sarakstu pārskatāmība un saprotamība. Pakalpojumu saraksts un visa informācija, kas tajā pieejama ir mājas lapu svarīgākā sastāvdaļa, jo internets ir ļoti nozīmīgs faktors studentu sasaistē ar augstskolu, jo mājas lapā var iegūt visu nepieciešamo sākotnējo informāciju par jebkuru augstskolas piedāvājumu. Piedāvājumu saraksta novietojums un informācijas saturs augstskolu mājas lapās atšķiras, un šāda veida informācijas ieguve un saprotamība vislielākajā mērā ietekmē apmeklētāju skaitu. Mājas lapu lietotājiem bez īpašām pūlēm ir jāvar atrast visu sev nepieciešamo. Latvijā nav tādu cilvēku grupu, kas mudinātu aktīvi un publiski izmantot web lapu standartus izstrādes procesā, izskaidrojot, kādēļ tie ir nepieciešami un vērtīgi. Tāpēc arī klienti (līdz ar to arī izstrādātāji) nejūt vajadzību ieviest web lapu izstrādes standartus.

Secinājumi

Veicot pētījumu par mājas lapu dizainu, tika noskaidrots, ka, lai piesaistītu izvēlēto mērķauditorijas uzmanību, ir svarīgi pieturēties pie noteiktiem mājas lapas dizaina izstrādes likumiem. Mājas lapas galvenais uzdevums ir kalpot kā komunikatīvam līdzeklim. Dizains mājas lapai nozīmē ne tikai vizuālu pievilcību, bet arī funkcionalitāti.

Jāsecina, ka ir būtiski, lai mājas lapas dizainā būtu atpazīstama konkrētā augstskola, tā grafiskais stils un citos materiālos (bukletos, reklāmās, sludinājumos) izmantotie elementi, augstskolas stilistika.

Darba gaitā tika apskatīti, izpētīti un izanalizēti daudzi literatūras avoti, kā arī interneta resursi. Lai gan visās apskatītajās Latvijas augstskolu mājaslapās atrodamā informācija ir līdzīga, jo tās visās tomēr ir viens mērķis – izglītības popularizēšana, un to piedāvājumi, aktualitātes, jaunumi atšķiras, lielākoties, tikai niansēs un atkarībā no augstskolas darbības specifikas. Jau pēc pirmo lapu izpētes vien var pateikt, cik dažādas ir mūsu augstskolas, un cik dažāda ir to pieeja topošajiem un esošajiem studentiem un sevis sistēmai. Svarīgākais, kas nepieciešams jebkurai mājas lapai, lai to regulāri apmeklētu, ir aktuāla informācija un iespēja ar to vienkārši strādāt. Veiksmīga mājaslapa regulāri jāatjaunina, apmeklētājiem jābūt iespējai redzēt jaunumu kopsavilkumu, kas ir mainījies šajā lapā. Svarīgi ir mainīt mājas lapas vizuālo izskatu, informācijas izvietošanu un navigāciju. Tas veicina apmeklētāju interesi par šo vietu un ļauj izvērtēt un atjaunināt, kā arī pārkārtot lapā pieejamo informāciju.

Daļai augstskolu sākumlapa ir ļoti vienkārša, pārskatāma un ērti lietojama, jo ir norādītas tikai galvenās mājas lapā atrodamās sadaļas, valodas izvēle, meklētājs, bet otrai daļai augstskolu būtu jāpārdomā, kā atvieglot nepieciešamās informācijas atrašanu studentam, kas varbūt pirmo reizi aplūko šo augstskolas adresi.

Summary

Nowadays the Internet is no longer conceivable without websites. Websites have become an important means of communication for different government organizations, and is one of the most suitable organization awareness-raising platforms.

Website design includes information architecture, website structure, user interface, navigation ergonomics, page layout, colour gamut, contrast, fonts and images, icons layout and idea of how it will function. All these graphic elements make up a total combination of website design.

Graphic design has a visual language, and its main task is to serve as a communicative tool. Design is the process of collecting ideas, and aesthetically arranging and implementing them, guided by certain principles for a specific purpose. Web design is a similar process of creation, with the intention of presenting the content on electronic web pages, which the end-users can access through the internet with the help of a web browser. Web design itself refers to the process of creating a web page's appearance and the choice of the right colour scheme, page layout, fonts and more. Every single web page in a website has a different content, but a similar graphic design is used in all of the pages. Design is a key part of web design. This includes both the design principles: balance, contrast, emphasis, rhythm, and unity, and the design elements: lines, shapes, texture, colour, and direction.

The research of the graphic design solutions from several universities' websites draws the conclusion that lately many websites experience significant modifications as their usage and consumers' habits change. People use them from their mobile devices, the number of which is growing rapidly. The change of habits provides new requirements of design, content and page structure. It is worth mentioning that lucidity and renunciation of unnecessary details are mainly noted in webpages of Latvian universities and they have the design, which is not exaggerated.

A majority of the studied universities' webpages have a properly presented information, successfully highlighted main components of an article, a simple and easy navigation, the colours that do not sting the eyes and the most valuable features that are highlighted as well.

Literatūra un avoti

1. Bergstrems, B. (2009). *Vizuālā komunikācija*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
2. Daliba, I. (2006). *Vizuālās reklāma pamati*. Skatīts: 04.02.2015. <https://www.iinuu.lv/userfiles/files/gramata.pdf>.
3. De Mozota, B., B. (2003). *Desing Management. Using design to build brand value and corporate innovation*, Published by Allworth Press. New York.
4. *Infografika web dizaina attīstības vēsture*. (2014). Skatīts: 10.04.2016. <http://sem.lv/lv/08-blogs/item/478-infografika-web-dizaina-att%C4%ABst%C4%ABbas-v%C4%93sture>.
5. Kranker, D. (2015). *Web Design Predictions For 2016-2017. USA: MCGraw-Hill*. Database: eBook Collection (EBSCOhost).
6. Markss, A. (2004). *Grafiskais dizains kā firmas komunikatīvā valoda*. Skatīts: 06.05.2016. <http://www.db.lv/laikraksta-arhivs/citas/grafiskais-dizains-ka-firmas-komunikativa-valoda-314343>
7. Stašāne, L., & Zitmane, M. (2011). *Nacionālā identitāte: Zimolu un patērētāju identitātes*. Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts.
8. Veide, M. (2006). *Reklāmas psiholoģija*. Rīga: Agāds „Jumava”.
9. Tangeits, M. (2011). *Reklānzeme*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
10. Wang, K. (2012). *Infographics & Data Visualizations*. Design Media Publishing Ltd; Sew edition