

WELCOME IN OUR LAB

EVOLUTION AND CREATION IN WEBDESIGN

TEKST: KIM VAN VYNCKT

NEEN, VREEST NIET! WIJ ZIJN NIET GEBETEN DOOR EEN CREATIONISTISCH VIRUS. EN OF GOD NU EEN DESIGNER DAN WEL EEN DEVELOPER WAS, LATEN WE EVEN IN HET MIDDEN. BRUCE ONDERZOCHT DE INVLOED VAN VORM EN CONTENT OP WEBDESIGN. WANT BLIJKBAAR BESTAAT DE INDRUK DAT ER DE LAATSTE JAREN TEVEEL NADRUK LAG OP ILLUSTRATIE, ANIMATIE EN ENTERTAINMENT VAN WEBSITES. OP DE VORM DUS, EN DAT CONTENT DAARBIJ STIEFMOEDERLIJK BEHANDELD WERD. MAAR Zouden we ons niet beter afvragen hoe we vorm en content nog beter op elkaar kunnen afstemmen?

FFF FOR WWW: FORM FOLLOWS FUNCTION

Design is niet alleen 'dingen mooi maken' maar vooral esthetiek en functionaliteit perfect op elkaar afstemmen. Concept en structuur van een website vallen daar dus ook onder.

**"DESIGN IS USED TO HELP
PEOPLE TO EXPERIENCE THE
CONTENT"**

Een goed design houdt dan ook rekening met de content. Maar de functie van een website is meer dan letterlijk informatie overbrengen, een website moet ook een ervaring zijn. Vorm wordt dan ook functioneel. Een simpele vraag dringt zich dan ook op: wat is de functie van mijn site? Of zoals magazinedesigner Jeremy Leslie het zegt 'Design is used to help people to experience the content'.

Een mooie illustratie van deze stelling is wechoosethemoon.org/. In opdracht van The JFK library & museum recreëerde men in deze site de eerste missie naar de maan, 40 jaar nadat Apollo 11 de droom van JFK realiteit maakte. Een mooi voorbeeld van rijke

content, die door een sterk concept en prachtige vormgeving helemaal tot zijn recht komt. Opvallend is dat de algemene website van nu net een voorbeeld is van vormgeving en content die elkaar niet versterken. jfklibrary.org/Historical+Resources/JFK+in+History/Space+Program.htm Als je beide sites naast elkaar plaatst dan zie je duidelijk dat met dezelfde content maar

een andere vormgeving een heel ander ervaringsniveau gecreëerd wordt. De algemene site brengt sec informatie, terwijl de 'we choose the moon' website dezelfde entertainende waarde heeft als een documentaire, film of zelfs een computerspel en optimaal gebruik maakt van het medium. Hierdoor is de informatieoverdracht veel sterker, wat uiteindelijk het doel is.

INTERNET MET VALLEN EN OPSTAAN

De oorspronkelijke functie van het internet was enkel om te informeren en had slechts twee vormelijke principes: tekst en blauw onderlijnde linken. Pas in 1993 ontwikkelde

men de eerste grafische internetbrowser 'Mosaic' waarmee je 'first generation sites' kon bekijken. Maar ook toen waren de grafische mogelijkheden nog heel beperkt.

De visuele evolutie van het internet is onlosmakelijk gekoppeld aan de evolutie van de browsers en dan vooral aan de evolutie van 'Internet Explorer'. Want dat was en is nog steeds de belangrijkste browser ter wereld, omdat deze applicatie standaard bij alle Microsoft pc's meegeleverd word.

BREDER EN SNELLER

Doordat meer en meer mensen gebruikmaakten van het internet en de verbindingen ook sneller werden, zagen marketeers de communicatiemogelijkheden van het medium in. Vanaf dan kwam er een grote vraag naar vormelijke versterking van de content en naar online ervaringen. Eind jaren negentig was het zelfs ondenkbaar dat een bedrijf nog niet online aanwezig was.

Vooral met de komst van het Macromedia/Adobe programma Flash evolueerden de visuele mogelijkheden in sneltempo. Iedereen was zo enthousiast over deze mogelijkheden, dat al snel de grenzen van het medium afgetast werden. Overal zag je experience sites opduiken in Flash, waarbij in veel gevallen de content helemaal verdronk in allerlei 'toeters en bellen'. Daardoor werd Flash voor sommigen een metafoor voor alle websites die net iets meer (lees: te veel) gericht zijn op vormgeving en esthetiek, dan op structuur en content. Dat terwijl Flash gewoon een tool

