

КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА И ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОИСК

УДК: 004.514

Барышева Мария Эдуардовна,

магистрант факультета архитектуры и дизайна

Кубанский государственный университет,

Российская Федерация, 350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149;

Научный руководитель **Марченко Марина Николаевна,**

д-р пед. наук, профессор,

Кубанский государственный университет,

Российская Федерация, 350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

ЭСТЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИЗАЙНА ВЕБ-САЙТА

Аннотация. В связи с быстрым распространением сети "Интернет", развитием технологий, веб-сайты становятся наиболее оптимальным способом взаимодействия с потенциальным клиентом практически в любой сфере повседневной жизни: в случае выбора подходящего товара, развлечений, поиска данных, образования, мест отдыха и т.д. Организация интерфейса, структура и внешний вид веб-сайта, в указанных условиях, приобретают важнейшую ценность для его разработки веб-дизайнером. В представленной работе изучаются истоки эстетики в области веб-дизайна и ее соотношение с функциональностью, что будет иметь превалирующее значение для пользователя при равнозначном выборе.

Ключевые слова: дизайн, эстетика, веб-сайт, функциональность, разработка.

Barysheva M. E.

Student of the Faculty of Architecture and Design

Kuban State University,

Russian Federation, 350040, Krasnodar, st. Stavropolskaya, 149;

Marchenko M. N.

Scientific adviser, Dr. ped. Sciences, prof.

Kuban State University,

Russian Federation, 350040, Krasnodar, st. Stavropolskaya, 149

AESTHETIC ASPECTS OF WEBSITE DESIGN

КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА И ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОИСК

Abstract. Due to the rapid spread of the Internet, the development of technology, websites are becoming the most optimal way to interact with a potential client in almost any area of everyday life: in the case of choosing the right product, entertainment, data search, education, recreation, etc. The organization of the interface, the structure and appearance of the website, in these conditions, acquire the most important value for its development by a web designer. This paper examines the origins of aesthetics in the field of web design and its relationship with functionality, what will prevail for the user in an equal choice.

Keywords: design, aesthetics, website, functionality, development.

Эстетика как понятие, использующееся в дизайне, веб-дизайне, выражающее художественность и выразительность проекта, многогранно. В ее рамках допустимо использование различных средств воздействия: аудиовизуальных, интерактивных и других. При этом именно визуальная часть оказывает наиболее значимое влияние на первичное восприятие того или иного продукта, как с точки зрения привлечения и удержания внимания, так и выполнения информационной функции. Она может выражаться в различных формах: в виде анимации, статичных изображений или же оформления текстовой части сайта, его типографики. Зачастую определенную смысловую роль могут нести творчески сделанные заголовки или цвет. Более спокойные, приглушенные оттенки синей части спектра при оформлении веб-сайта могут влечь за собой возникновение одного рода эмоций у пользователя, в отличие от более ярких, красных цветов [1]. Работа с указанными визуальными элементами – цветом и текстом – имеет для веб-дизайнера основную ценность, поскольку несет за собой базовое обозначение продукта. Иные же, сложные объекты, например, видеоклипы, мультимедийные инсталляции, разнообразные эстетические эффекты будут нести второстепенное значение, поскольку на них лежит выполнение дополнительной, стимулирующей функции. Как представляется, это противостоит эстетике функциональности продукта.

Наиболее ярко указанное противостояние проявило себя в начале девяностых годов двадцатого века, когда получила массовое распространение сеть «Интернет», а за ней и веб-сайты. Так, о преобладании удобства и функциональности над эстетикой при

КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА И ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОИСК

использовании программ и веб-сайтов в своей книге «Использование проектирования» говорил Якоб Нильсен, известный исследователь в сфере «юзабилити», взаимодействия человека с компьютером и производства программного обеспечения. В своей работе автор пришел к выводу, что, чем меньше взгляд пользователя отвлекают от нужной информации лишние детали оформления, тем лучше им воспринимается информация и тем удобнее и комфортнее ему находиться на веб-странице. Лаконично представленное умозаключение было выражено им в позаимствованной крылатой фразе Л. Мисван дер Роз, модернистского архитектора, — «Меньше — значит больше». Другие функционалисты отмечали, что не имеют значения и пестрота оформления сайта, его цвет и визуал, поскольку удобство должно в любом случае занимать главенствующую позицию. В противовес указанному мнению выступал Дэвид Сигел, по мнению которого именно эстетическая часть сайта представляет собой наиболее важный аспект в его создании. Указанная точка зрения превалировала уже во второй половине последнего десятилетия двадцатого века [2].

При этом к началу двадцать первого века обстановка вновь переменилась, и эстетика заново отошла на второй план. Популярностью пользовались так называемые «гиперфункциональные веб-сайты», сосредоточенные на удобстве использования и информатизации пользователя. Предпосылкой для этого послужило наличие некоторых технических факторов. Так, например, излишняя наполненность веб-страницы эстетическими элементами приводила к ее долгой загрузке, кроме того, неумелое обращение с графическими средствами воздействия (мигание, яркие цвета, перемещения элементов) вызывало раздражение и значительные затруднения в их использовании. Также нельзя отрицать и экономических причин, из-за которых творческая работа над внешней стороной веб-сайтов отошла на дальний план. Большинство организаций, оказавшись в условиях международного финансового кризиса, уменьшило свои затраты на создание веб-сайтов с оригинальными, отличными от шаблонов, эстетическими элементами.

Что понимается в данном случае под «функциональностью»? Кроме затронутых ранее – удобства пользователя при взаимодействии с веб-сайтом, компьютером в целом, а также в первоочередной ориентации облика веб-страниц, аспекта его интерфей-

КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА И ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОИСК

са, на информирование клиента – функциональность имеет своей целью эффективность работы, преодоление дискомфорта контакта сайта и пользователя, сосредоточение на быстром получении необходимых данных без длительной задержки из-за неуместно долгого времени загрузки. Именно исследования Якоба Нильсена «Удобство управления» и «Проектирование удобства использования», послужили основанием для разработки веб-сайтов, базирующихся на концепции «гиперфункциональности». Также Якобом Нильсеном при анализе рассматриваемой дефиниции было выделено пять ключевых компонентов функциональности: запоминаемость, обучаемость, оперативность, ошибки и удовлетворенность [6].

При этом стоит отметить, что речь в данном случае не идет о тех графических эффектах, которые обязательны для построения веб-сайта, для создания четкого и ясного взаимодействия пользователя с информацией, представленной на веб-странице. Излишними с точки зрения функциональности можно назвать дополнительные эстетические средства воздействия, нахождение на веб-сайте которых не является безусловным: это эффектные видеоклипы, красивые иллюстрации, анимационные миниатюры и так далее. Их включение в «тело» веб-сайта считается необязательным, что и представляет собой предмет дискуссии. Использование такой «сверхэстетичности» может зависеть от многих факторов: например, жанра веб-сайта, аудитории, на которую он направлен, вида сайта (интернет-магазин, корпоративный сайт и т.д.) предпочтений заказчика и других [3].

Однако на сегодняшний день, благодаря повсеместному наличию Интернета и ошеломляющему развитию ИТ-технологий, стало возможным преодолеть технологические недостатки эстетического взгляда на построение веб-сайтов. Это также подкреплено растущим спросом пользователей на общение с «мультисенсорными» эстетическими ощущениями без потери эстетической части в качестве контента веб-ресурса. Такое положение вещей способствовало тому, что современные специалисты в области веб-дизайна обладают и навыками коммуникации с пользователем, клиентом при помощи эстетических способов воздействия, и знаниями в сфере ИТ-технологий.

КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА И ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОИСК

По своей сути функциональность как таковая представляет собой фундамент для размещения эстетических элементов. Так, согласно мнению И. Энгхольма, рассматриваемое противостояние функциональности и эстетики в веб-дизайне можно сравнить с послевоенным временем, отмечающимся ростом потребления, когда рынок был переполнен практически не отличимыми друг от друга конкурирующими товарами, что привело впоследствии к появлению различных стилей дизайна. Таким образом, функциональные или же технические особенности продукта больше не ставились под сомнение, поскольку потребители были уверены в их качестве. Это повлияло на возрастание интереса к «внешней» стороне продукта, к его «дифференцированию», путем использования различных эстетических (зачастую визуальных) элементов взамен большей части текста [4]. Исследователь Х. Вейлгаард, в своей работе «Потребление в обществе дизайнеров», изучая упомянутое время, утверждал: «В мире, где изображение означает больше, чем слова, никто не имеет времени и не удосуживается прочесть длинную рекламную копию» [5, с. 49].

Исходя из вышеуказанного, стоит указать, что эстетические средства воздействия, а именно визуальные символы, на данный момент являются привычным и необходимым элементом интерфейса веб-сайтов для большинства пользователей сети «Интернет». Таким образом, понимание их коммуникативных эффектов является наиболее актуальным для работы веб-дизайнера, поскольку это позволит как можно лучше использовать их в дальнейшей работе. В целом визуальные средства и коммуникация эстетических элементов с пользователем в последнее время играют большую роль не только в сфере маркетинга, но и в деятельности веб-индустрии при разработке интерфейса. Так, веб-дизайнеру необходимо учитывать различные эффекты, которые может оказать на пользователя визуальная эстетика, а также определенные особенности работы с ней: во-первых, эстетические элементы имеют большое значение для восприятия изображения; во-вторых, они не должны противоречить функциональным и содержательным аспектам веб-сайта; в-третьих, визуальные или эстетические эффекты могут использоваться для упрощения взаимодействия с веб-сайтом, например, для навигации; в-четвертых, в случае применения любого вида эстетических средств воздействия нужно учитывать спе-

КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА И ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОИСК

цифику, жанр веб-сайта; в-пятых, восприятие эстетических приемов может зависеть от целевой аудитории веб-сайта.

Таким образом можно заключить, что для создания наиболее удобного, привлекающего внимание веб-сайта при применении эстетических аспектов нужно руководствоваться следующими факторами: имидж отправителя, функциональность, жанр и целевая аудитория. Таким образом, именно в умении грамотно сочетать эти аспекты кроется главная задача веб-дизайнера.

Список литературы

1. Исаакова, А. А. Особенности восприятия цвета в дизайн-проектировании / А. А. Исаакова, М. Н. Марченко // Дизайн и архитектура: синтез теории и практики: Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции, Краснодар, 28–30 апреля 2019 года. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2019. – С. 132-136.
2. Кирсанов Д. Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова. – М.: Символ-Плюс, 2006. 376 с.
3. Киселев С. В. Веб-дизайн. М.: Academia, 2019. 285 с.
4. Макнейл П. Веб-дизайн. Книга идей веб-разработчика. СПб.: Питер, 2017. 480 с.
5. Нильсен Я. Веб-дизайн. – М.: Символ, 2015. – 512 с.
6. Нильсен Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена. – М.: Символ-Плюс, 2017. – 503 с.