

РОЛЬ ЭСТЕТИКИ В ВЕБ-ДИЗАЙНЕ

М. Д. Морозов, В. В. Романов

*Донской государственный технический университет,
Ростов-на-Дону, Российская Федерация*

Веб-сайты быстро становятся предпочтительным выбором средств массовой информации для поиска данных, презентации компании, совершения покупок, выбора развлечений, образования и социальных контактов. Визуальные символы играют всё более важную роль в нашей повседневной жизни. Рассматривается и обсуждается понятие «эстетика», которое играет важную роль в разработке успешных веб-сайтов, в поддержке контента и функциональности, в поддержании потребностей целевой аудитории. Отмечено, что работе с визуальными элементами текста и цвета в веб-дизайне отводится особое место. Обязательной частью любого веб-сайта являются графические эффекты. Проведён анализ взаимосвязи между эстетикой и функциональностью в веб-дизайне. Сделан вывод о роли эстетики в ИТ-технологиях и дизайне.

Ключевые слова: веб-дизайн, визуальная коммуникация, эстетика, функциональность, жанр сайт.

Для цитирования: Морозов М. Д., Романов В. В. Роль эстетики в веб-дизайне // Вестник Астраханского государственного технического университета. 2019. № 2 (68). С. 77–80. DOI: 10.24143/1812-9498-2019-2-77-80.

Введение

Термин «эстетика» в контексте настоящего исследования охватывает визуальные, звуковые и интерактивные средства воздействия. Тем не менее – работа сфокусирована в первую очередь на визуальных средствах воздействия с позиции типографики, дизайна, изображений, Flash-анимации и т. д. Визуальное общение становится реальностью, как только набрано слово, цвет или текст, отображаемый на экране, и тогда любое визуальное выражение, будь то намеренное или случайное, сообщает необходимую информацию посетителю сайта. Например, если выбран яркий, тёплый красный цвет для меню веб-сайта, то пользователи воспримут сообщения по-особому, нежели дизайн в спокойном, прохладном синем цвете. Если дизайнер разработал специальную типографику для заголовков, скорее всего, такой сайт привлечёт внимание пользователей. Однако сложные мультимедийные инсталляции, впечатляющие изображения и видеоклипы являются только дополнениями в любом веб-дизайне, поэтому основная деятельность веб-дизайнеров нацелена на тщательную работу с визуальными элементами текста и цвета, а работа с эстетическими эффектами в виде стимулирующих мультимедийных установок Flash и красивых картинок рассматривается как вторичная.

История вопроса

С тех пор как в начале 1990-х гг. началось распространение веб-сайтов, связь между функциональностью и эстетикой стала предметом острых дискуссий. Одним из сторонников функциональности и удобства использования программ в интернете был Я. Нильсен, который провел важные исследования в области разработки программного обеспечения и взаимодействия человека с компьютером. Якоб Нильсен защищал гиперфункциональный подход в своей книге «Использование проектирования», где он представил лозунг «Меньше значит больше» – фразу, которую он позаимствовал у модернистского архитектора Л. Мис ван дер Роэ. Но поскольку роль эстетики в веб-дизайне всё больше становилась предметом споров, возникали противоречивые мнения относительно связи между эстетикой и функциональностью.

Дэвид Сигел заявлял о важности эстетических аспектов, был сторонником эстетических сайтов. Функционалисты утверждали, что не имеет значения, какого цвета веб-сайт, главное, чтобы он был функционален и удобен для пользователя. Поэтому процесс введения Flash-технологий в разработку веб-сайтов вызывал бурные споры и дискуссии. Веб-дизайнер К. Клонингер считал,

что технологии интерактивной Web-анимации с её удивительными возможностями для создания эстетических впечатлений являются важным дополнением к стандартизованному языку разметки документов во всемирной паутине HTML (Hyper Text Markup Language) [1].

Якоб Нильсен выступил против использования Flash-технологий из-за продолжительного времени загрузки, которое снижало функциональность и удобство использования. Во второй половине 90-х гг. возрос интерес к эстетическим эффектам. Однако в начале XX в. вновь появилась тенденция к предпочтению гиперфункциональным веб-сайтам без лишней эстетики, и для этого было несколько причин. Прежде всего, веб-дизайнеры должны были осознавать, что использование Flash-элементов на веб-сайтах создавало слишком много трудностей для пользователей, в частности длительное время загрузки веб-страниц. В большинстве случаев Flash-элементы не давали никакого эстетического удовольствия; скорее, они часто раздражали пользователей. Зачастую Flash-технологии использовались некомпетентным образом, что приводило к серьёзным помехам в функционировании Flash-элементов, которые мигали и хаотично перемещались по странице. Кроме того, дотком-кризис в конце 1990-х гг. и международный финансовый кризис вынудили многие организации сократить расходы на проектирование уникальных веб-сайтов с Flash-элементами и другими продвинутыми эстетическими эффектами. Последнее поспособствовало растущему интересу к более дешёвым решениям в виде стандартных макетов, таких как «Obvious», акцентирующийся на минимальное использование эстетических эффектов, особенно для презентационных сайтов как частных, так и общественных организаций.

Функциональность интерфейсов для пользователя

Термин «функциональность» в этом контексте охватывает удобные для пользователя аспекты интерфейсов и взаимодействия между человеком и компьютером, где основная цель заключается в создании эффективных веб-сайтов, пользователь может быстро и эффективно получать нужные фрагменты информации без задержки из-за длительного времени загрузки. Якоб Нильсен сыграл важную роль в создании веб-разработок, заложив направление для проектирования гиперфункциональных веб-сайтов. Свои разработки он отразил в двух исследованиях: «Удобство управления» («Usability Engineering», 1993 г.) и «Проектирование удобства использования» («Designing usability», 1999 г.). В определение удобного для пользователя веб-дизайна Я. Нильсен включает пять основных компонентов: обучаемость, оперативность, запоминаемость, ошибки и удовлетворенность.

Все вышеперечисленные компоненты важны при рассмотрении качества веб-сайта с позиции функциональности. Большое количество визуально и графически необдуманных, опрометчивых веб-сайтов иллюстрирует, что всё ещё есть некоторые веб-дизайнеры, которые работают в соответствии с узкой концепцией «функциональности» и полностью пренебрегают ценностью визуальной коммуникации в поддержке функциональности. Графические эффекты являются неотъемлемой частью любого веб-сайта, т. к. существует необходимость их обязательного использования для создания конструктивной визуальной коммуникации. Что действительно может считаться необязательным и открытым для обсуждения, так это использование дополнительных эстетических эффектов в виде видеоклипов, Flash-анимации, красивых картинок и т. д. Использование таких эффектов на веб-сайтах должно зависеть от предполагаемой целевой аудитории, изображения отправителя и жанра веб-сайта [2].

Эстетика и современный веб-дизайн

Хотя связь между функциональностью и эстетикой обсуждалась в течение длительного времени, желательно возобновить дискуссию, которая фокусируется на использовании эстетических эффектов в веб-дизайне в дальнейшем. Быстрое развитие ИТ-технологий и внедрение широкополосной связи в настоящее время сделали возможным размещение пользователей, которые хотели бы общаться в форме мультисенсорных эстетических ощущений, без необходимости жертвовать контентом и функциями из-за длительного времени загрузки. Сегодня и специалисты сферы веб-дизайна, и даже обычные пользователи владеют знаниями не только в области ИТ-технологий, но и знанием функциональных аспектов и обладают навыками общения с помощью эстетических средств. Мы достигли эпохи, когда технические и функциональные аспекты веб-сайта воспринимаются как должное.

Технология рассматривается в качестве основы для эстетического опыта. По мнению И. Энгхольм, обсуждение функциональности и эстетики в веб-дизайне напоминает изменение стилей дизайна во время роста потребления в послевоенную эпоху, когда многие из продуктов, которые продавались – от велосипедов до электрических приборов – отличались друг от друга лишь незначительными вариациями основных концепций. Все технические и функциональные проблемы были в действительности решены; пользователи были уверены, что продукт работает, и использовали последнюю версию технологий. Затем последовал интерес к «дифференцированию» посредством внешних эстетических и связанных с изображением сигналов [3]. Кроме того, растущая тенденция к замене языка визуальными символами в XX в., особенно в маркетинге продуктов, резко поменялась в XXI в. В своей книге «Потребление в обществе дизайнеров» эксперт по образу жизни Х. Вейлгаард утверждает: «В мире, где изображение означает больше, чем слова, никто не имеет времени и не удосуживается прочитать длинную рекламную копию» [4, с. 49]. Визуальные символы стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, поэтому всё более актуальным становится понимание их коммуникативных эффектов. Ориентация на визуальное общение преобладает не только в маркетинге, но и во всех формах профессионального общения, в том числе в сфере веб-сайтов как в средстве общения. В частности, в процессе коммуникации пользователей преобладает общение с помощью визуальных символов.

Наиболее важным элементом для веб-дизайнеров является умение различать способы работы с визуальной эстетикой, которая играет серьёзную роль в создании веб-сайтов:

– эстетические эффекты играют важную роль во всех типах веб-сайтов, касающихся того, как воспринимается изображение;

– эстетические эффекты должны поддерживать содержание и функциональные аспекты. Веб-сайты более удобны для пользователя, если они содержат эстетические эффекты, которые поддерживают функции навигации и взаимодействия;

– эстетические эффекты должны быть адаптированы к жанру веб-сайта;

– эстетические эффекты должны быть адаптированы к целевой аудитории. Презентационный сайт, ориентированный на юношескую аудиторию, должен быть разработан в соответствии с современными тенденциями в визуальной эстетике и должен отличаться от презентационного сайта, предназначенного для взрослого пользователя.

Наиболее успешными веб-сайтами являются сайты, на которых веб-дизайнер создал эстетические аспекты в соответствии с четырьмя вышеупомянутыми областями: имидж отправителя, функциональность, жанр и целевая аудитория [5].

Заключение

В эпоху информатизации и специалисты сферы веб-дизайна, и даже обычные пользователи владеют знаниями не только в области ИТ-технологий, но и знанием функциональных аспектов и обладают навыками общения с помощью эстетических средств. Мы существуем в новом времени, когда технические и функциональные аспекты веб-сайта воспринимаются как должное. Визуальные символы стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, поэтому всё более актуальным становится понимание их коммуникативных эффектов. Ориентация на визуальное общение преобладает не только в маркетинге, но и во всех формах профессионального общения, в том числе и в сфере веб-сайтов как в средстве общения пользователей.

Таким образом, роль эстетики в ИТ-технологиях, дизайне неоспорима и важна, однако она должна быть побочным продуктом эффективно структурированной информационной архитектуры, ориентированной на простоту, функциональность и успешное взаимодействие с пользователем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дакетт Д. HTML и CSS. Разработка и дизайн веб-сайтов. М.: Эксмо, 2018. 208 с.
2. Киселев С. В. Веб-дизайн. М.: Academia, 2019. 285 с.
3. Макнейл П. Веб-дизайн. Книга идей веб-разработчика. СПб.: Питер, 2017. 480 с.
4. Нильсен Я. Веб-дизайн. М.: Символ, 2015. 512 с.
5. Сырых Ю. Современный веб-дизайн. Настольный и мобильный. М.: Диалектика, 2019. 384 с.

Статья поступила в редакцию 13.10.2019

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Морозов Михаил Дмитриевич – Россия, 344000, Ростов-на-Дону; Донской государственный технический университет; студент кафедры массовых коммуникаций и мультимедийных технологий; yanina.frost@mail.ru.

Романов Владислав Витальевич – Россия, 344000, Ростов-на-Дону; Донской государственный технический университет; студент кафедры биологии и общей патологии; yanina.frost@mail.ru.



ROLE OF AESTHETICS IN WEB DESIGN

M. D. Morozov, V. V. Romanov

*Don State Technical University,
Rostov-on-Don, Russian Federation*

Abstract. The paper highlights the growing importance of web sites that become the preferred media choice for information search, company presentation, purchasing things, choosing entertainment, education, and social contacts. Visual symbols play an increasingly important role in our daily lives. The concept of aesthetics which plays an important role in designing successful web-sites, in supporting the content and the functionality, in appealing to the taste of the target audience is discussed. It has been stated that working with visual text elements and color in web design is given a special place. The graphic effects make a compulsory part of any website. The correlation between aesthetics and functionality in web design has been analyzed. The role of aesthetics in IT technology and design has been evaluated.

Key words: web design, visual communication, aesthetics, functionality, website genre.

For citation: Morozov M. D., Romanov V. V. Role of aesthetics in web design. *Vestnik of Astrakhan State Technical University*. 2019;2 (68):77-80. (In Russ.). DOI: 10.24143/1812-9498-2019-2-77-80.

REFERENCES

1. Dakett D. HTML i CSS. *Razrabotka i dizajn veb-sajtov* [HTML and CSS. Website development and design]. Moscow, Eksmo Publ., 2018. 208 p.
2. Kiselev S. V. *Veb-dizajn* [Web design]. Moscow, Academia Publ., 2019. 285 p.
3. Maknejl P. *Veb-dizajn. Kniga idej veb-razrabotchika* [Web design. Web developer's ideas book]. Saint-Petersburg, Piter Publ., 2017. 480 p.
4. Nil'sen Ya. *Veb-dizajn* [Web design]. Moscow, Simvol Publ., 2015. 512 p.
5. Syryh Yu. *Sovremennyy veb-dizajn. Nastol'nyj i mobil'nyj* [Modern web design. Desktop and mobile web design]. Moscow, Dialektika Publ., 2019. 384 p.

The article submitted to the editors 13.10.2019

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Morozov Mikhail Dmitrievich – Russia, 344000, Rostov-on-Don; Don State Technical University; Student of the Department of Mass Communications and Multimedia Technologies; yanina.frost@mail.ru.

Romanov Vladislav Vitalievich – Russia, 344000, Rostov-on-Don; Don State Technical University; Student of the Department of Biology and General Pathology; yanina.frost@mail.ru.

