

ХУДОЖНЬО-СТИЛЬОВИЙ РЕПЕРТУАР (СТАЙЛІНГ) У ДИЗАЙНІ ОСВІТНІХ САЙТІВ І ПОРТАЛІВ

ID ORCID 0000-0003-3528-7120

Олена КУРЦЕВАХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

У статті розглядається проблематика стайлінгу (художньо-стильового репертуару) в дизайні освітніх сайтів і порталів. Стверджується, що актуальність питання пов'язана з низкою факторів, серед яких: 1) короткий проміжок часу для складання стилів (стильова ідентифікація у вебдизайні закладена в досить вузькі часопросторові рамки); 2) комунікативна особливість вебдизайну, який одночасно межує і з суто технічними напрямками (приміром, інженерією), і з формами медіакомунікації; 3) стильові аспекти в еволюції вебдизайну не можуть існувати поза межами естетичного досвіду графічного дизайну, а в більш широкому контексті – дизайну поліграфії та друку. Метою статті є дослідження художньо-стильових властивостей у дизайні освітніх сайтів та порталів як в історичній ретроспективі, так і з точки зору принципів у загальній дизайн-структурі вебресурсів. У ході дослідження авторкою визначено три основні маркери стайлінгу в дизайні освітніх сайтів і порталів: 1) художньо-емоційна визначеність, яка досягається шляхом максимальної конкретизації знакових та символічних аспектів художньої мови дизайну вебсайту; 2) змістова асоціація з контекстом, що виражається через видимі точки перетину між власне повідомленням та його фоновими якістьми, між центральною художньою ідеєю та окремими аспектами, що її уточнюють і поглиблюють; 3) функціональність декоративного змісту: усі елементи вебдизайну, що стилізують (прикрашають, створюють ефекти), мають бути підпорядковані утилітарній меті, значення якої є очевидним у системі юзабіліті. Результати дослідження засвідчують, що історична генеалогія стилеутворення має хвилеподібну динаміку та схильна до періодичного повторення окремих композиційних або формальних сукупностей, котрі закріплюються у візуальному репертуарі як найбільш типові та ефективні рішення. У цьому сенсі має подальшу дослідницьку перспективу аналіз практики їхнього розвитку, зміни та трансформації.

Ключові слова: вебдизайн, стайлінг, стилістичні принципи, дизайн освітніх сайтів і порталів

ВСТУП

У науково-дослідному апараті дизайну проблематика стилістики та стилеутворення має невідзначений статус. Як зауважує У. Мухамедов, загальною проблемою стилю у вебдизайні перебуває поза межами актуального наукового розгляду [14, р. 22]. Така ситуація пов'язана з низкою чинників, що як помітні у сфері аналізу мистецтва, так і притаманні технологічній специфіці дизайну в інтернеті. Передусім це короткий проміжок часу для складання стилів, адже стильова ідентифікація у вебдизайні часто закладена в досить вузькі часопросторові рамки. Цього не завжди достатньо, аби простежити виникнення та поширення конкретного стильового явища, а також його формалізації в межах сталого набору ознак. Загалом з точки зору теорії мистецтва інтернет-культура охоплює

надто короткий період: від кін. 1980-х рр. до сьогодні, що також помітно ускладнює якісну стильову ідентифікацію.

Не менше значення має комунікативна особливість вебдизайну, який межує з низкою «комп'ютерних» професій, що так чи інакше «зазіхають на територію» дизайн-проекування. Це стосується як суто технічних напрямів (приміром, інженерії або системного адміністрування), так і форм медіакомунікації, які оперують проблематикою юзабіліті (користування сайтами в широкому сенсі слова).

Зрештою, стильові аспекти в еволюції вебдизайну не можуть існувати поза межами естетичного досвіду графічного дизайну, а в більш широкому контексті – дизайну поліграфії та друку, який має багатий досвід використання та формування художньо-стильових напрямів і спирається на власну систему хронологічного розвитку.

Незважаючи на те, що вебдизайн є порівняно молодою галуззю художніх практик, у його становленні можна прослідкувати формалізовані етапи. Усі вони є хронологічно обґрунтованими та визначаються відповідно до сукупності постійних ознак. Наголосимо ще раз на тому, що в основу будь-якого способу формалізації історичної генеалогії вебдизайну завжди буде покладено техніко-технологічні властивості розвитку мережевої комунікації, які в той чи інший період часу надзвичайно сильно впливали на характер та якості дизайн-рішень. Еволюція технічної естетики (звісно, у формі вебкомунікації) є невід'ємним фактором у генезі дизайнерських підходів.

Окрім цього, стайлінг як особлива художня парадигма в розвитку вебкультури не існував у відриві від технічних тенденцій, які почасти визначали параметри розвитку художньо-образних трендів, спрямовуючи їх у бік функціональних моделей користування.

Отже, метою даної статті є дослідження художньо-стильових властивостей у дизайні освітніх сайтів та порталів як в історичній ретроспективі розвитку і становлення, так і з точки зору стайлінгу (характеристики принципів у загальній дизайн-структурі вебресурсів).

ІСТОРИЧНА ГЕНЕАЛОГІЯ СТИЛІСТИКИ ВЕБДИЗАЙНУ

На наш погляд, генезис стильових тенденцій у проектуванні вебсайтів складається з декількох етапів, які можна представити наступним чином.

HTML-САЙТИ НА ОСНОВІ ТАБЛИЦЬ. Перший етап включає в себе сайти першого та другого покоління (кін. 1980-х – сер. 1990-х), які в технічному сенсі будувалися на основі таблиць. Із появою протоколу HTML (сер. 1990-х) помітно підвищилась гнучкість репрезентації змісту інтернет-ресурсів, що зумовило низку візуальних змін.

Наприклад, дослідники погоджуються в тому, що заміна текстових гіперпосилань на графічні «іконки» (власне, знаки-графіми) значно прискорила розвиток графічної культури та збагатила арсенал засобів художньої репрезентації (з'явилися банери, мозаїкові зображення, збагатилися можливості оброблення контурів ілюстрацій та геометрії фреймів) [2, р. 22].

Група американських дослідників характеризує цей період як «рудиментарний», наголошуючи на домінуванні стильових характеристик, які націлені на інформування – забезпечення комунікації в її найбільш простих та максимально доступних формах. Це пояснює і структуру макета у вигляді таблиці, і досить вузьке коло виражальних засобів. Загалом з точки зору сучасного аналізу вебдизайн кін. 1990-х виглядає вкрай наївним та незбалансованим. Йому бракує саме екранних засобів репрезентації, що якісно відрізняли б його від, наприклад, класичної газетної шпальти [3, р. 5979–5982].

FLASH-САЙТИ: ПОЯВА МОУШН-КОМПОНЕНТІВ.

Другий етап тривав до поч. 2000-х рр., коли технічно орієнтований дизайн на основі таблиць почав втрачати естетичну актуальність. Наприкінці 1990-х рр. у колі академічних дослідників вебсередовища тривали дискусії щодо кризи HTML-платформ, які замикають систему виражальних засобів у рамки геометричного підходу. Виходом з такого стану стала поява flash-технології, яка поєднала естетику модульного підходу з можливостями вільного ілюстрування із застосуванням практично всіх доступних на той час типів анімації. На поч. 2000-х рр. саме flash-дизайн стає головним інструментом для створення нового покоління сайтів – т. зв. інтерактивних, або графічних вебсайтів, ознакою яких було комбінування анімації, спеціальних шрифтових гарнітур, використання складних об'ємних форм, відеосюжетів тощо. Своєрідним маркером такого стайлінгу стали стартові сторінки-заставки, котрі використовувались як інтродукція до основного змісту порталу. Це особливо часто застосовувалось у сегменті освітніх сайтів, де на той час неможливо було відмовитись від класичного візуального репертуару «сайту для повільного читання».

Слід наголосити на тому, що стильові риси цього етапу мають чимало кітчевих та субкультурних форм, які швидко втратили актуальність разом з нетривалим піком інтересу до максимально рухливого та змінного контенту. Проте певні візуальні «сліди» цього етапу періодично виникають і в рамках сучасних підходів, що наочно засвідчує ідею циклічного розвитку стильових тенденцій.

Невипадково, на наш погляд, в академічних дослідженнях зазначений етап характеризується як «період хаосу». Експертне середовище, що залучалось ученими до моделювання оцінок вебдизайну початку та навіть середини 2000-х рр., визначає його у термінах «жахливий дизайн» з «надмірним використанням яскравих, барвистих фонів». Таке враження почасти пояснюється відчутним збільшенням інформативності порталів, які виглядали візуально переповненими вмістом. Зображальні елементи стилізувалися важкими, часто декоративними прийомами: градієнтами, тіннями, зображальним «шумом» [3, р. 5980].

За висновком авторів статті «Understanding the Aesthetic Evolution of Websites: Towards a Notion of Design Periods», цей період можна сміливо характеризувати як «кінематографічний». У його художньо-стильовій програмі мали місце динамічні прийоми, що нагадували екранну репрезентацію відеокліпу або навіть кіно [там само].

ДИЗАЙН ОСОБИСТОГО ПРОФІЛЮ. Третій етап стартує на поч. 2000-х рр., коли на арені мережевої комунікації фіксується бум вебдизайну особистих профілів. Дослідники, серед яких окремо виділимо С. Мангані (S. Manghani), вважають, що каталізатором цього процесу стала платформа MySpace, яка відкрила для споживачів можливість створювати власні сторінки в межах загального алгоритму роботи

платформи [13, р. 87–88]. Портал декларував сталий корпоративний дизайн, а налаштування конкретних сторінок споживачів могли мати відмінності, передусім у виражальних засобах.

До появи MySpace створення індивідуального вебсайту було процесом, натомість платформа відкрила можливість ідентифікувати інтернет-простір з власною естетикою, значно спростивши систему особистої репрезентації. Відтак платформа мала неабиякий вплив на вебспільноту та стала мотивом появи нових тенденцій у дизайні вебсайтів інших типів, де адаптація вже апробованих рішень тривала з новими особливостями та нововведеннями.

На наш погляд, зазначений етап має ще один вагомий наслідок. Він полягає в появі нового дизайн-інструментарію, який припускав можливість особистої участі користувача в налаштуванні наперед запрограмованих компонентів. Це привело до поступового розроблення системи візуальних алгоритмів, які нагадують функціонування сучасних графічних фільтрів. Користувач може помітно змінити візуальну репрезентацію компонентів, проте всі можливі зміни є наперед спроектованою естетикою, яка, по суті, маніпулює питанням вибору відповідної художньо-стильової образності з кола вже визначеної наперед.

WEB 2.0. Четвертий етап пов'язаний з трендами сер. 2000-х рр. У його основі – технологія Web 2.0, яка вважається першою адаптивною системою, що спеціально спроектована для максимально ефективного юзабіліті.

У художньо-стилістичному сенсі Web 2.0 актуалізував нову геометрію макета сайту, яка, у свою чергу, спиралася на якісно інші підходи до архітектури інтернет-ресурсів.

Наприклад, Ріта Коп (Rita Kop) наголошує на тому, що візуальними ознаками умовного стилю вебдизайну сер. 2000-х рр. є помітно частіше використання заокруглених кутів в основних формах, а також акцентування виразності елементів за допомогою рефлексій, тіней та градієнтів [12].

Основною тенденцією в естетиці цього періоду став т. зв. скевоморфізм (skeuomorphic design) – візуальний стиль, що ґрунтується на використанні досвіду буття в реальному світі як основи для побудови дійсності мережевого досвіду. Скевоморфний дизайн, як показано у дослідженні Інес Урбано та ін., максимально наближує користувача до звичних параметрів повсякденних художньо-образних практик, оскільки провокує враження покращеної (якісно виправленої) реальності [19, р. 453].

Як ключова тенденція в стильових рішеннях скевоморфізм виявив себе, в першу чергу, у двох напрямках. По-перше, ця художня ідеологія зробила інтерфейси сайтів більш простими та інтуїтивно зрозумілими. Не менш велике значення для побудови системи виражальних засобів мало і те, що дизайнери використовували скевоморфізм для підвищення емоційного рівня задоволеності від перегляду сайту та користування ним. До тради-

ційного простору проектування, з якого склалися традиційні комбінації композиційного репертуару сайтів, додалися візуально дрібні, проте важливі для глядача елементи: додаткові кнопки, посилення, перемикачі режимів, інтуїтивно обґрунтовані плашки, що спрямовували увагу до певних сценаріїв взаємодії, тощо.

Наголосимо, що такий підхід вимагав окремої уваги до текстур та фонів. У його рамках іншого статусу набула шрифтова гарнітура та похідні від неї рішення (приміром, образні шрифтові композиції). Імовірно, саме зазначені особливості є причиною застосування скевоморфного підходу для моделювання різноманітних якостей ретро-стилю.

FLAT-ДИЗАЙН. Насамкінець, п'ятим етапом у генеалогії художньо-стильових особливостей веб-сайтів є flat-дизайн («плаский» дизайн), пов'язаний з розвитком індустрії смартфонів та т. зв. кишенькового інтернету.

Збільшення використання смартфонів спричинило чергову хвилю уваги до адаптивного підходу (responsive design), який, на думку П. Гонга, став головною причиною актуальності «плоского» дизайну [10].

Потреба у гнучкому проектуванні, яке створює дизайн, що одночасно є можливим для використання як на екранах лептопів, так і в просторі смартфона, глобалізувала прості моделі в дизайні сторінок. Знову актуалізувалися геометричні підходи до дизайну таблиць, а також укотре змінилася парадигма засобів художньої репрезентації.

Українкавою тенденцією стало звернення спрощеного «плоского» дизайну до закономірностей графічного дизайну др. пол. XX ст. Наприклад, дослідники зауважують безпосередній зв'язок flat-дизайну з т. зв. міжнародним друкарським стилем (друга назва – швейцарський стиль), який домінував у 1940–1950-х рр. [10].

У межах адаптивних стратегій кін. 2000-х рр. це в першу чергу проявило себе у використанні найбільш виразних візуальних характеристик типографіки швейцарського стилю, де гарнітури без засічок провокували прості форми фреймів та лаконізм представлення композиційного простору.

Зміни відбулись і в межах просторово-композиційного унормування, де модульний підхід співіснував з асиметричними акцентами.

На наш погляд, цей етап має особливе значення для розвитку дизайну вебсторінок, що так чи інакше пов'язані з освітніми практиками користування (як представницькими, так і навчальними). Як специфічна стилістика, flat-дизайн зумів сформулювати власну художню мову, центральним сюжетом якої стала обов'язкова увага до ієрархії повідомлень та структури контенту. У системі координат освітнього порталу ці властивості часто використовуються як основа моделі юзабіліті.

Ще одна вагома властивість етапу домінування flat-дизайну пов'язана з різноманітними субкультурними стилями, які так чи інакше долучали

до загального стилістичного тіла компоненти художньої виразності. Приміром, це можна сказати щодо естетики Sci-Fi – жанру в графічному дизайні, кінематографі та літературі, що популяризував науково-фантастичну тематику.

СТИЛЬОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРЕНДИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СТАЙЛІНГУ

За даними авторів статті «Trends in Website Design», поняття «тенденція вебдизайну» (web design trend) є фактично існуючим актуальним терміном, який застосовується в онлайн- та академічних джерелах [9, р. 175]. Тренд являє собою значне естетичне явище, котре триває протягом певного періоду часу, здатне до хвилеподібної динаміки (інкубації та згасання), проте при цьому не втрачає можливостей актуалізації.

Протягом останніх кількох десятиліть до формування сучасної вебкультури долучалися чимало стильових тенденцій, кожна з яких репрезентувалася за допомогою власної системи виражальних засобів. У більшості випадків така система спиралася на специфічне поєднання образно-стильових властивостей, які впливають з базових технічних, формальних і композиційних рішень. Саме на цій основі продовжують і по сьогодні існувати, наприклад, тренд мінімалізму, «глянцева» стильова тенденція, тренд декоративного ускладнення, ретро-тренд (або вінтаж-тренд) тощо.

Я. Петровічі пропонує цікаву типологію стильових тенденцій, характерних для розвитку стайлінгу у вебдизайні, використовуючи за критерій естетику виражальних засобів репрезентації змісту сторінок [15, р. 135–138].

З нашої точки зору, важливими для виконання завдань нашої розвідки є не стільки визначення та представлення максимальної множини стильових тенденцій, скільки їхня якісна художня характеристика. Це потребує аналізу трендів у вебдизайні щонайменше у двох паралельних площинах:

1) як стильових напрямів, що склалися на основі викликів та ноу-хау інтернет-культури і є свого роду мережевими феноменами;

2) як тенденцій, що проникають до візуального простору дизайну через загальномистецькі канали комунікації та являють собою адаптовані версії вже існуючих стильових тенденцій поза межами глобальної інтернет-культури.

У межах першої групи передусім назвемо *естетичний мінімалізм*. Зазначена стильова тенденція використовує принципи мінімізації деталей, які складають базове композиційне поле сайту. Мінімалізм у стильовому значенні допускає зосередження основної уваги на роботі з окремими елементами макета в контексті уніфікації та максимально ідентичного представлення художнього змісту.

Низка стильових тенденцій пов'язана з тим чи іншим підходом до використання кольору. Наприклад, *тренд хроматичного мінімалізму* зводить кольоро-

ву палітру до чорно-білої репрезентації з можливістю використання ще одного додаткового кольору.

Натомість тренд *динамічної хроматики* оперує широкою палітрою тоново-колірного розмаїття, зосереджуючись на основних кольорах (зазвичай у межах трьох-чотирьох одиниць).

Наголосимо на тому, що параметр візуальної складності (від мінімального вмісту до кричущого «кітчевого» означення) є сам по собі повноцінним стильовим трендом. Дослідники вказують на постійне коливання цього параметру в межах різноманітних тенденцій. Приміром, автори статті «Trends in Website Design» вважають, що в сучасному вебдизайні візуальну складність – з точки зору деталей, кольору та компоновання – можна порівняти з візуальною простотою стилю дизайну Web 2.0, який виражає максимальну тенденцію до стильового спрощення [9, р. 173].

Безумовно, особливе місце в рамках першої групи посідає *типологія ретро-стилістики*. Це дещо розмите означення має історично існуючі ремінісценції, проте вони малопридатні для використання в дизайні інтернет-сторінок. Мережева культура має власні точки генеалогії, які можна визначити як «ретро» або «вінтаж». Наприклад, дизайн вебсторінок за мотивами естетики сер. 1990-х рр. (модульно-табличний простір, жорстко колонзовані тексти; кольорове ранжування текстових ієрархій тощо) сприймається в сучасних умовах або як відверто помилкова малобюджетна стратегія, або як ретро-тенденція.

До виражальних засобів вінтажного вебдизайну належать, за нашими спостереженнями, специфічно стилізовані текстури із застосуванням візуальних ознак старовини та архаїки, а також прямі візуальні цитати історичних ремінісценцій посткласичної стилістики (ар нуво, модерн, сецесія тощо).

У питанні еволюції стильових трендів велике значення має специфіка зміни «старих» та «нових» моделей вебдизайну. Оновлення художнього апарату дизайну має в мережевій культурі свою динаміку та власні норми репрезентації. Як зазначають автори статті «Discontinuous Change in University Web Sites: the Relative Importance of Reasons for Change», образи «старовини» часто є стилізаціями під певні важливі тренди в естетиці минулого. У такому контексті неактуальний дизайн вебсайту може відображати «не відсутність чогось нового, ... а недостатню обізнаність про те, як сайти побудовані тепер» [16, р. 53].

На окрему увагу заслуговує стильова тенденція, що ґрунтується на *фотографічних ефектах*. Фото матеріали є невід'ємною складовою візуальності вебдизайну. Як основа зображального повідомлення вони не можуть не бути предметом художнього узагальнення. На наш погляд, основними напрямками у використанні потенціалу художньої виразності фотоматеріалів є наступні: 1) абстрактно-формальний, який акцентує зображальні ідеї за допомогою інтерпретації геометрії фрейму; 2) напрям

фотографіки, що видозмінює зміст світлин відповідно до образно-стилістичних завдань (приміром, найпростішим способом такої трансформації є інверсивні та хроматичні світлини); 3) колажний напрям, що використовує фотоматеріали як інструментарій для стилізації більш складного художнього меседжу.

У межах другої групи слід, у першу чергу, охарактеризувати ті стильові тенденції, які спираються на художні засоби репрезентації вже існуючих художніх стилів або стильових явищ.

Так, художня мова абстракціонізму досить активно задіяна у формальних та просторово-композиційних моделях сучасного вебдизайну, що дає підстави наголошувати на існуванні цілком самостійної *абстрактної стильової тенденції*. Вона спирається на принципи знакової геометрії елементів та активно використовує систему абстрагування як комунікаційну складову.

Не менш помітне місце займає у сучасному вебдизайні естетика т. зв. *готових історичних стилів* (ready-style): сюрреалізму, попарту, імпресії тощо. Варто зазначити, що стильові властивості цих шіроковідомих художніх явищ можуть бути повноцінно представлені за допомогою виражальних засобів вебдизайну лише в адаптованому варіанті. Наприклад, попарт-стилізація макета сторінки може допускати різні значення глибини проникнення стильової естетики до контенту. Вона нездатна замінити всі існуючі моделі комунікації та режими функціонування, які принагідно характеризують історичну природу стилістики. У такому випадку, з нашої точки зору, варто говорити про застосування типових прийомів певної історичної стильової репрезентації або про використання окремих елементів із системи виражальних засобів стилю (власне стилізація або виконання дизайн-рішення за мотивами певної естетики).

Окремим стильовим явищем є діалог сучасної інтернет-культури з «вуличними» формами мистецтва. Приміром, естетика стрит-арту або урбан-стайлу активно використовується в художній мові вебпорталів, що звертаються до відповідних цільових аудиторій. Досить часто сильні хроматичні контрасти, колажність, контурні форми, ефекти графіті та інші прийоми з репертуару стилістики мистецтва вулиці стають основою для виражальних засобів вебдизайну.

ОСНОВНІ СТИЛЬОВІ ПРИНЦИПИ В ДИЗАЙН-СТРУКТУРІ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ

Складність визначення поняття «стильовий принцип» пов'язане з тим, що вебдизайн поєднує дві паралельні мережевої реальності: 1) художньо-образну концепцію, яка відповідає за візуальність вебсторінки, визначає кордони естетики та стильові засади; 2) концепцію юзабіліті, що регламентує практику використання вебсторінки та

методи, способи взаємодії споживача з мережевими продуктами.

Саме тому при аналізі дизайну сайтів і порталів, зокрема освітніх, неможливо обійти увагою проблематику стилів навчання, які прямо пов'язані з усіма аспектами художньої організації інтернет-ресурсів. Іншими словами, *стили навчання визначають стили дизайну та типологію вебсайту*, що стосується навчання.

Наприклад, модель стилів навчання Фелдера – Сільверман (FSLSM) часто використовується для забезпечення адаптивності стилів навчання за допомогою вебзасобів. Ця модель, хоч була побудована для пошуку відповіді на питання якості та універсальної методології навчального процесу, безпосередньо зачіпає проблематику художньо-стильової генези вебдизайну.

Модель Фелдера – Сільверман описує окремого користувача за допомогою чотирьох параметрів юзабіліті: 1) активний / рефлексивний стиль навчання; 2) чутливий / інтуїтивний; 3) візуальний / вербальний; 4) послідовний / глобальний [8, р. 675]. У межах цієї моделі питання про те, як саме має виглядати вебсторінка, впливає з попередньо сформульованої відповіді на інше питання: як саме користувач прагне використовувати ресурси сайту для своєї мети.

Як ми можемо переконатися, кожна визначена пара моделює умовний простір стилістики, котрий важко ігнорувати. Так, чутливий-активний-візуальний стиль навчання припускає відповідні художньо-образні рішення в дизайні вебпорталу, які мають бути забезпечені за допомогою дизайн-інструментарію (або принаймні не суперечити такій парадигмі). Система виражальних засобів має співіснувати з успішною практикою користування. З огляду на висловлені вище міркування є зрозумілим, чому поняття «стильовий принцип» є універсальним.

Баланс як стильовий принцип. Баланс – він не сам по собі, це похідна категорія. Баланс виявляється у взаємодії компонентів, він завжди «між чимось і чимось». Ключові характеристики, які є маркерами реалізованого балансу: простота, чіткість (визначеність), послідовність.

К. Х. Коста (С. J. Costa) та інші автори статті «Principles for Creating Web Sites: A Design Perspective» підкреслюють зазначені характеристики як універсальні принципи мультимедійного дизайну, котрі «задовольняють природну тяглість людини до порядку, передбачуваності, визначеності» та активують прагнення максимально уникати несподіванок, неочікуваної новизни [4, р. 485–486].

Єдність як стильовий принцип. У вебдизайні єдність має чимало форм та якостей утілення. Її головними показниками є візуальна зрозумілість та функціональна осмисленість змісту. Ці два параметри формують основні полюси зазначеного стильового принципу. Звернімо увагу на те, що єдності підлягають як просторово-композиційні

особливості дизайн-рішення, котрі дають споживачеві уявлення щодо простору, масштабу, форми об'єктів, так і художньо-образні, котрі першочергово відповідають за естетично-емоційну складову.

В історичному сенсі принцип єдності функціонує у двох формах: традиційній (класичній) та експресивній. Така дуальна модель склалася в сер. 2000-х рр. на хвилі уваги до принципів мультимедійного дизайну в межах достатньо розвинених інтернет-структур: соціальних мереж, освітніх порталів, комерційних сегментів вебторгівлі тощо.

Автори статті «Interaction, Usability and Aesthetics: What Influences Users' Preferences?» пов'язують цю тенденцію з тим, що набувають актуальності дослідження стилістики вебдизайну як самостійного художнього явища, у рамках чого виникло чимало цікавих концепцій. Однією з таких є концепція «ефекту ореолу». «Не тільки краса є важливою якістю продукту, а й його ефект. Він наче виходить за межі об'єкта та впливає на інші судження, що й називається ефектом ореолу. ... Відповідно до нього, існує кореляція між, з одного боку, естетичною якістю інтерфейсу та сприйняттям його зручності, а з іншого – загальним задоволенням користувача дизайном як художньою системою» [5, р. 271].

Отже, єдність компонентів дизайн-рішення є запорукою коректної інтерпретації змісту таких рішень, їхньої естетичної сутності. При цьому типологія даного принципу прямо залежить від характеру естетики, яка проектується. Єдність у межах класичних принципів естетики спирається на традиційні художні уявлення, на норми перспективи, побудови планів та візуальну культуру впорядкування елементів.

На противагу цьому експресивна естетика, що передусім асоціюється з креативністю та оригінальністю дизайну, є авторським простором, що є вкрай суб'єктивний.

ГАРМОНІЯ (СПІВІСНУВАННЯ) ЯК СТИЛЬОВИЙ ПРИНЦИП є, на наш погляд, найскладнішою категорією для аналізу художньо-стильових засад вебдизайну. Як емоційна конструкція вона вкрай особиста та часто перебуває у просторі суб'єктивних оцінок, особистих вражень, які важко формалізувати. Саме тому дослідники цього питання прагнуть не стільки визначати зміст гармонії як принципу, скільки виявляти його ознаки, аналізуючи художню симптоматику (виражені та «зрілі» форми, визначені рішення).

Гармонія як стилістичний принцип безпосередньо виражається не лише в особистих пріоритетах конкретного користувача (т. зв. індивідуальне відчуття гармонії), а й у практиці споживання більш масштабного в культурному сенсі дизайну. Наприклад, маркером гармонії можуть виступати моделі національного дизайну [1, с. 64–65].

Дослідження показують, що існують досить очевидні відмінності онлайн-поведінки в межах різних культур. Так, азійські країни, наприклад Гонконг, надають перевагу використанню інтернету для

соціального спілкування та хобі. Тоді як США зазвичай використовують інтернет для отримання інформації щодо продуктів та послуг, а також для електронної комерції. Іншими словами, результати досліджень переконливо доводять, що вебкомунікація не є повністю нейтральною, вона залежить від культурної специфіки та контексту споживання [11, р. 252].

Важливим параметром гармонії як стильового принципу виступає співіснування жанрових та власне стилістичних властивостей дизайн-рішень. Ще в сер. 2000-х рр. відома американська вчена І. Енгхольм довела існування прямої відповідності між жанровою спрямованістю вебпорталу та його художньо-образними змістами. За висновками авторів статті «Webgenres and -styles as Socio-cultural Indicators – an Experimental, Interdisciplinary Dialogue», жанри розширюються, збагачуються та ретранслюються за допомогою стилю [7, р. 2]. У межах жанру, наприклад, інформативних сайтів навчальних закладів, можна використовувати сталу стилістичну диференціацію, яка будуватиме мережу асоціації певних продуктів з певними спільнотами та культурними утвореннями.

На наш погляд, стиль утримує жанри в цілісності, він є тим інструментом, що здатний через гармонізацію художнього та функціонального змісту побудувати правильну систему ієрархії повідомлень.

Наприклад, за висновком авторів статті «Webgenres and -styles as Socio-cultural Indicators...», жанри породжуються повторенням певних феноменологічних збігів, таких як текстовий вміст, навігаційні елементи, макет, графіка, використання динамічних чи статичних зображень, певної колірної гами. Саме тому жанри розпізнаються за культурно зумовленими семантичними моделями, проте їхня цілісність не є передбачуваною. Художні норми завжди генеруються та інтерпретуються в соціальному та культурному контексті, а отже, залишають простір для широкого діапазону інтерпретацій. Отже, визначення стилю базується на концепції, згідно з якою стиль в інтернеті служить для забезпечення диференціації в межах жанру і в цій функції може навіть порушувати норми жанру [7, р. 2].

На наш погляд, саме ця особливість помилково сприймається користувачами як дисгармонійна. Натомість така оцінка не є оцінкою дизайну (за умови якісного дизайну). Вона скоріше свідчить про конфлікт контекстів користування.

Ще раз наголосимо на тому, що принцип гармонії по-різному працює на рівні жанрового та стилістичного унормування. У цій системі виділимо наступні аспекти взаємодії, які визначають простір застосування вказаного принципу:

- 1) жанри позначають асоціацію сайту з певною галуззю; стилі, навпаки, не залежать від галузі. Причому, за словами І. Енгхольм, як сайт банку, так і сайт дизайнерського агентства може обрати стилістичні особливості японського мінімалізму [6, р. 218];
- 2) і жанр, і стиль є екранними продуктами, вони фізично присутні в реальності користувача завдяки

спільному набору технологій. Водночас вебсайт на екрані складається також з навігаційних, інтерактивних, графічно-символічних та художніх компонентів. Усі вони мають перебувати у структурних відносинах та бути внутрішньо пов'язаними, що робить принцип гармонізації ключовим;

3) жанр і стиль існують у різних парадигмах: для технічного аспекту функціонування сайту жанр є загальним терміном, а стиль – додатковим. Водночас жанр представляє загальне сприйняття специфічної групи явищ і узгодженість між окремими ознаками, а стиль є еластичною концепцією, яку будь-хто може застосувати до відповідного жанру [6, р. 218].

Вагомим є той факт, що стильові тенденції вебдизайну, за влучним висловом П. Хонга, «не походять з одного джерела, а є сумішшю візуального дизайну (на котрий, як було показано нами в попередніх пунктах, якісно впливає друкований дизайн. – О. К.) та вебтехнологій» [10].

Л. Горлацій відносить подібний універсалізм стайлінгу до вкрай важливих рис вебдизайну, які втілюються в ряді напрямів. Серед них особливе значення має підтримка змісту та функціональності. Стильові принципи формують ефекти сприйняття та є емоційними факторами користування, а також вирізняються рисою безальтернативного звернення до смаку цільової аудиторії [18, р. 63]. Додамо від себе, що саме стильові принципи є основою в побудові бажаного образу, що його конструє адресат вебпорталу.

У процесі проектування системи виражальних засобів вебдизайнерам важливо усвідомлювати та враховувати природу стильової генези. За висновками Е. Шварца, стильові тренди охоплюють сегменти ринку галузі, домінують на ньому протягом певного періоду, а потім зникають на користь нових тенденцій, аби згодом повернутись у вигляді ретро-моди [17].

Такий цикл життя тренду є вкрай цікавим інструментом моделювання виражальних засобів. Певна тенденція здатна повернутись у вигляді ретроверсії лише на основі визначеної та закріпленої ос-

нови – своєрідного стильового шаблону. Його повторення повертає стильовий тренд до активного поля проектування.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Стильові принципи є найбільш гнучкими категоріями в аналізі художньо-стильового репертуару (або стайлінгу) в дизайні освітніх сайтів і порталів. Спираючись на всю множину попередньо задіяних у дизайні компонентів (передусім просторово-композиційних і формальних), стилістика узагальнює їх у рамках системного бачення художньої цілісності дизайн-рішень.

На наш погляд, серед головних маркерів стайлінгу слід назвати наступні:

1) художньо-емоційна визначеність, яка досягається шляхом максимальної конкретизації знакових і символічних аспектів художньої мови дизайну вебсайту;

2) змістова асоціація з контекстом, що виражається через видимі точки перетину між власне повідомленням та його фоновими якістьми, між центральною художньою ідеєю та окремими аспектами, що її уточнюють і поглиблюють;

3) функціональність декоративного змісту: всі елементи вебдизайну, що стилізують (прикрашають, створюють ефекти), мають бути підпорядковані утилітарній меті, значення якої є очевидним у системі юзабіліті.

Аналіз історичної генеалогії стайлінгу показує, що тенденції у вебдизайні мають хвилеподібну динаміку та схильні до періодичного повторення окремих композиційних або формальних сукупностей, що закріплюються у візуальному репертуарі як найбільш типові та ефективні рішення. У цьому сенсі мають подальшу дослідницьку перспективу не тільки виявлення та фіксація стильових напрямів і тенденцій, а й аналіз практики їхнього розвитку, зміни та трансформації. ♦

ЛІТЕРАТУРА:

1. Даниленко В. Новий європейський дизайн: Центральна-східна версія. *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*. 2006. № 3. С. 59–66.
2. Brage E. The Rise of Brutalism and Antidesign: And their implications on web design history : Dissertation. Jönköping University, Jönköping, 2019. 69 p. URL : <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hj:diva-43473> (дата звернення : 30.12.2021).
3. Chen W, Crandall D. J., Su N. M. Understanding the Aesthetic Evolution of Websites: Towards a Notion of Design Periods. *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '17)* / Association for Computing Machinery. New York, 2017. P. 5976–5987. DOI : <https://doi.org/10.1145/3025453.3025607>

REFERENCES:

1. Danylenko, V. (2006). *Novyi yevropeiskyi dyzain: Tsentralno-skhidna versiia* [New European design: Middle Eastern version]. *MIST: Art, History, Modernity, Theory*, 3, 59–66. [In Ukrainian].
2. Brage, E. (2019). *The Rise of Brutalism and Antidesign : And their implications on web design history* (Dissertation, Jönköping University, Jönköping). Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hj:diva-43473>.
3. Chen, W., Crandall, D. J., & Su, N. M. (2017, May). 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)* (pp. 5976–5987). Association for Computing Machinery, New York. doi: <https://doi.org/10.1145/3025453.3025607>

4. Costa C. J., Costa P., Aparicio M. Principles for Creating Web Sites: A Design Perspective. *Proceedings of the Sixth International Conference on Enterprise Information Systems – ICEIS*. Porto, Portugal, 2004, April, 4–17. P. 484–488. DOI : 10.5220/0002613004840488
5. De Angeli A., Sutcliffe A., Hartmann J. Interaction, Usability and Aesthetics: What Influences Users' Preferences? *Proceedings of the 6th conference on Designing Interactive systems / Association for Computing Machinery*. New York, NY, USA, 2006. P. 271–280. DOI : <https://doi.org/10.1145/1142405.114244>
6. Engholm I. Design History of the WWW: Website development from the perspective of genre and style theory. *Artifact: Journal of Design Practice*. 2008. Vol. 1, issue 4. P. 217–232.
7. Engholm I., Salamon K. L. Webgenres and -styles as Socio-cultural Indicators – an Experimental, Interdisciplinary Dialogue. *Nordes*. 2005. No. 1. P. 1–6.
8. Felder R. M., Silverman L. K. Learning and Teaching Styles in Engineering Education. *Engineering Education*. 1988 (2002). Vol. 78, no. 7. P. 674–681.
9. Golander G., Tractinsky N., Kabessa-Cohen I. Trends in Website Design. *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*. 2012. Vol. 4, no. 3. P. 169–189. URL : <https://aisel.aisnet.org/thci/vol4/iss3/1> (дата звернення : 30.01.2022).
10. Hong P. *Practical Web Design: Learn the fundamentals of web design with HTML5, CSS3, bootstrap, jQuery, and vue.js*. Birmingham : Packt Publishing Ltd, 2018. 368 p.
11. Kim I., Kuljis J. Cultural Manifestations on Website Design. *29th International Conference on Information Technology Interfaces / IEEE*. Cavtat, Croatia, 2007. P. 251–256. DOI : 10.1109/ITI.2007.4283779
12. Kop R. Web 2.0 Technologies: Disruptive or Liberating for Adult Education? *Adult Education Research Conference*. Swansea University, UK, 2008. P. 1–7. URL : <https://newprairiepress.org/aerc/2008/papers/37> (дата звернення : 30.01.2022).
13. Manghani S. MyResearch.com: Speculations on Bridging Research and Teaching in the Arts. *Art, Design & Communication in Higher Education*. 2007. Vol. 6, issue 2. P. 85–98. DOI : https://doi.org/10.1386/adch.6.2.85_1
14. Mukhamedov U. S. Trends in the Emergence and Development of Styles in Web-Design. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*. 2021. Vol. 3, issue 10. P. 21–24. DOI: <https://doi.org/10.37547/tajjir/Volume03Issue10-04>
15. Petrovici I. Hermeneutical Aspects Concerning the Aesthetics of the Web Design. *European Journal of Science and Theology*. 2013. Vol. 9, no. 1. P. 133–142.
16. Ryan T., Field R. H. G., Olfman L. Discontinuous Change in University Web Sites: the Relative Importance of Reasons for Change. *Journal of Information, Information Technology, and Organizations*. 2006. No. 1. P. 44–57.
17. Schwartz E. *Exploring Experience Design: Fusing Business, Tech, and Design to Shape Customer Engagement*. Birmingham : Packt Publishing Ltd, 2017. 400 p.
18. Thorlacius L. The Role of Aesthetics in Web Design. *Nordicom Review*. 2007. Vol. 28, no. 1. P. 63–76. DOI : <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0201>
19. Urbano I. C. V. P., Guerreiro J. P. V., & Nicolau H. M. A. A. (2022). From Skeuomorphism to Flat Design: Age-related Differences in Performance and Aesthetic Perceptions. *Behaviour & Information Technology*. 2022. Vol. 41, no. 3. P. 452–467. DOI : 10.1080/0144929X.2020.1814867
4. Costa, C. J., Costa, P., & Aparicio, M. (2004, April, 4–17). Principles for Creating Web Sites: A Design Perspective. In *Proceedings of the Sixth International Conference on Enterprise Information Systems – ICEIS* (pp. 484–488). Porto, Portugal. doi: 10.5220/0002613004840488
5. De Angeli, A., Sutcliffe, A., & Hartmann, J. (2006, June). Interaction, Usability and Aesthetics: What Influences Users' Preferences? In *Proceedings of the 6th conference on Designing Interactive systems* (pp. 271–280). Association for Computing Machinery. New York, NY, USA. doi: <https://doi.org/10.1145/1142405.114244>
6. Engholm, I. (2008). Design History of the WWW: Website development from the perspective of genre and style theory. *Artifact: Journal of Design Practice*, 1(4), 217–232.
7. Engholm, I., & Salamon, K. L. (2005). Webgenres and -styles as Socio-cultural Indicators – an Experimental, Interdisciplinary Dialogue. *Nordes*, 1, 1–6.
8. Felder, R. M., & Silverman, L. K. (1988 (2002)). Learning and Teaching Styles in Engineering Education. *Engineering Education*, 78(7), 674–681.
9. Golander, G., Tractinsky, N., & Kabessa-Cohen I. (2012). Trends in Website Design. *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*, 4(3), 169–189. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/thci/vol4/iss3/1>.
10. Hong, P. (2018). *Practical Web Design: Learn the fundamentals of web design with HTML5, CSS3, bootstrap, jQuery, and vue.js*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
11. Kim, I., & Kuljis, J. (2007, June). Cultural Manifestations on Website Design. In *29th International Conference on Information Technology Interfaces* (pp. 251–256). IEEE. Cavtat, Croatia. doi: 10.1109/ITI.2007.4283779
12. Kop, R. (2008). Web 2.0 Technologies: Disruptive or Liberating for Adult Education? *Adult Education Research Conference* (pp. 1–7). Swansea University, UK. Retrieved from <https://newprairiepress.org/aerc/2008/papers/37>.
13. Manghani, S. (2007). MyResearch.com: Speculations on Bridging Research and Teaching in the Arts. *Art, Design & Communication in Higher Education*, 6(2), 85–98. doi : https://doi.org/10.1386/adch.6.2.85_1
14. Mukhamedov, U. S. (2021). Trends in the Emergence and Development of Styles in Web-Design. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 3(10), 21–24. doi: <https://doi.org/10.37547/tajjir/Volume03Issue10-04>
15. Petrovici, I. (2013). Hermeneutical Aspects Concerning the Aesthetics of the Web Design. *European Journal of Science and Technology*, 9(1), 133–142.
16. Ryan, T., Field, R. H. G., & Olfman, L. (2006). Discontinuous Change in University Web Sites: the Relative Importance of Reasons for Change. *Journal of Information, Information Technology, and Organizations*, 1, 44–57.
17. Schwartz, E. (2017). *Exploring Experience Design: Fusing Business, Tech, and Design to Shape Customer Engagement*. Birmingham : Packt Publishing Ltd.
18. Thorlacius, L. (2007). The Role of Aesthetics in Web Design. *Nordicom Review*, 28(1), 63–76. doi: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0201>
19. Urbano, I. C. V. P., Guerreiro, J. P. V., & Nicolau, H. M. A. A. (2022). From Skeuomorphism to Flat Design: Age-related Differences in Performance and Aesthetic Perceptions. *Behaviour & Information Technology*, 41(3), 452–467. doi: 10.1080/0144929X.2020.1814867

DOI 10.33625/hudprom2023.02.008

Olena KURTSEVA**ARTISTIC AND STYLISTIC REPERTOIRE (STYLING) IN THE DESIGN OF EDUCATIONAL SITES AND PORTALS**

The article examines the issue of styling (artistic style repertoire) in the design of educational sites and portals. The author claims that the relevance of the mentioned issue is connected with a number of factors. Among them: 1) a short period of time for composing styles; 2) the communicative feature of web design, which at the same time borders with forms of media communication on purely technical directions (for example, engineering); 3) stylistic aspects in the evolution of web design cannot exist outside the aesthetic experience of graphic design, and in a broader context – print and graphic design. The purpose of the article is to study the artistic and stylistic properties in the design of educational sites and portals in historical retrospect, as well as from the point of view of the principles in the general design structure of web resources.

The author identified three main markers of styling in the design of educational sites and portals: 1) artistic-emotional concreteness, which is achieved through the maximum certainty of iconic and symbolic aspects of the artistic language of website design; 2) association with the context, which is expressed through the connection between the message and its background qualities, between the central artistic idea and individual aspects that specify it; 3) functionality of decorative content: all elements of web design that stylize (decorate or create effects) must be subordinated to a utilitarian purpose, the meaning of which is obvious in the usability system. The results of the study prove that the historical genealogy of style formation has wave-like dynamics and is prone to periodic repetition of individual compositional or formal aggregates. This is visible in the design as the most typical and effective solutions. In this sense, the analysis of the practice of their development, change and transformation has a further research perspective.

KEYWORDS: web design, styling, stylistic principles, design of educational sites and portals

Стаття надійшла до редакції: 05.08.2023

Прийнята до публікації: 12.09.2023

Дата публікації: 15.10.2023

© Курцева О., 2023
