

DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2524-0560-2021-45-01>

УДК 539.3

Бублик Анастасія Русланівна, студентка

<https://orcid.org/0000-0002-8947-5445>

Комп'ютерна Академія ІТ STEP University, Львів

ДИЗАЙН ВЕБ-СТОРИНКИ, ЯК ОСНОВА ЗРУЧНОСТІ ЧИТАННЯ, УТРИМАННЯ ТА ЕСТЕТИКИ СУЧАСНОГО ВЕБ-САЙТУ

Бублик А. Р. Дизайн веб-сторінки, як основа зручності читання, утримання та естетики сучасного веб-сайту.

У статті розкрито принципи дизайну веб-сторінки, як основи зручності читання, утримання та естетики сучасного веб-сайту. Наголошується, що під терміном веб-дизайн продовжують розуміти саме проектування структури веб-ресурсу, забезпечення зручності користування ним. Обґрунтовується, що особливість веб-дизайну полягає в тому, що він (веб-дизайн) це не оформлення виробу, не незначна і додаткова його частина, а виріб. Підкреслено, що проектуючи сайт, веб-дизайнер створює повноцінний продукт, а не лише оформлює його, тому веб-дизайнер виступає як творець кінцевого виробу. Зазначається, що веб-дизайнер сьогодні – один із знакових соціально-культурних акторів сучасного суспільства. Він є не просто рядовим членом соціуму, на відміну від більшості користувачів, може сам проектувати, впроваджувати та розвивати технології, і, отже, ставати не просто «декоратором сайтів», але їх архітектором. Наголошується, що веб-дизайн є не лише інструментом моделювання простору культури, а й принципово новою мовою, яка, у свою чергу, впливає на мислення та культуру користувачів. Запропоновано, з метою вирішення окресленої проблеми виявити, синтезувати та використовувати кілька підходів у розробці сучасної веб-сторінки. Зазначається, що художнє проектування інтернет-сайтів включає вимоги технічної естетики до сайтів, облік формотворчих факторів (призначення, функції, конструкція, технологія розробки, стиль, мода, національні традиції та ін.) при проектуванні сайтів, закономірності та засоби композиції у художньому проектуванні сайтів, рекомендації та якість сайтів. Пропонується, з метою вивчення веб-дизайну як складної, структурованої та динамічної мови інтернет-культури впроваджувати неklasичне спрямування у мовознавстві, що обґрунтовує теорію про провідну роль мови у формуванні мислення. Наведено опис кількох прикладів сучасних веб-сайтів, які застосовують кілька жанрів на своїх сторінках, виявлено переваги їх функціонування.

Ключові слова: веб-сайт, веб-дизайн, дизайн, естетика, інтерактивні засоби ефекту, фон, колір, звук, флеш-анімація.

Бублик А. Р. Дизайн веб-страницы как основа удобства чтения, содержания и эстетики современного веб-сайта. В статье раскрыты принципы дизайна веб-страницы как основы удобства чтения, содержания и эстетики современного веб-сайта. Подчеркивается, что под термином веб-дизайн продолжают понимать именно проектирование структуры веб-ресурса, удобство пользования им. Обосновывается, что особенность веб-дизайна заключается в том, что оно (веб-дизайн) – это не оформление изделия, не незначительная и дополнительная его часть, а изделие. Подчеркнуто, что проектируя сайт веб-дизайнер создает полноценный продукт, а не только оформляет его, поэтому веб-дизайнер выступает как создатель конечного изделия. В настоящее время веб-дизайнер – один из знаковых социально-культурных акторов современного общества. Он не просто рядовой член социума, в отличие от большинства пользователей, может сам проектировать, внедрять и развивать технологии, и, следовательно, становится не просто «декоратором сайтов», но их архитектором. Отмечается, что веб-дизайн является не только инструментом моделирования пространства культуры, но и принципиально новым языком, который в свою очередь влияет на мышление и культуру пользователей. Предложено с целью решения данной проблемы выявить, синтезировать и использовать несколько подходов в разработке современной веб-страницы. Отмечается, что художественное проектирование интернет-сайтов включает требования технической эстетики к сайтам, учет формотворческих факторов (назначение, функции, конструкция, разработка, стиль, мода, национальные традиции и др.) при проектировании сайтов, закономірности и средства композиции в художественном проектировании сайтов, рекомендации и качество сайтов. Предлагается с целью изучения веб-дизайна как сложного, структурированного и динамичного языка интернет-культуры внедрять неklasическое направление в языкознании, что обосновывает теорию о ведущей роли языка в формировании мышления. Приведено описание нескольких примеров современных веб-сайтов, которые используют несколько жанров на своих страницах, выявлены преимущества их функционирования.

Ключевые слова: веб-сайт, веб-дизайн, дизайн, эстетика, интерактивные средства эффекта, фон, цвет, звук, флеш-анимация.

Bublyk A. Web page design as a basis for readability, content and aesthetics of a modern website. The article reveals the principles of web page design, as the basis of readability, content and aesthetics of a modern website. It is noted that the term web design continues to mean the design of the structure of a web resource, providing ease of use. It is substantiated that the peculiarity of web design is that it (web design) is not the design of the product, not a small and additional part of it, but the product. It is emphasized that when designing a website, a web designer creates a full-fledged product, not just designs it, so the web designer acts as the creator of the final product. It is noted that a web designer today is one of the iconic socio-cultural actors of modern society. He is not just an ordinary member of society, unlike most users, he can design, implement and develop technologies, and, therefore, become not just a "site decorator", but their architect. It is emphasized that web design is not only a tool for modeling the space of culture, but also a fundamentally new language, which, in turn, affects the thinking and culture of users. It is proposed to identify, synthesize and use several approaches in the development of a modern web page in order to solve the outlined problem. It is noted that the artistic design of Internet sites includes the requirements of technical aesthetics of sites, accounting for formative factors (purpose, functions, design, development technology, style, fashion, national traditions, etc.) in designing sites, patterns and means of composition in artistic site design, recommendations and quality of sites. It is proposed to introduce non-classical direction in linguistics in order to study web design as a complex, structured and dynamic language of Internet culture, which substantiates the

theory of the leading role of language in the formation of thinking. A description of several examples of modern websites that use several genres on their pages is described, the advantages of their operation are revealed.

Key words: website, web design, design, aesthetics, interactive means of effect, background, color, sound, flash animation.

Вступ та постановка завдання. Термін естетика в контексті цієї статті охоплює візуальні, звукові та інтерактивні засоби ефекту. Проте стаття зосереджена насамперед на візуальних засобах ефекту в плані кольорів, типографіки, дизайну, малюнків, відеороликів, флеш-анімацій тощо.

Візуальна комунікація стає реальністю, як тільки набирається слово, вибирається колір або відображається текст на екрані, і будь-який візуальний вираз, навмисний чи ні, повідомляє відвідувачу сайту щось. Веб-дизайнер є залежним від впливу елементів графічного дизайну. Які є фундаментальною основою на кожному веб-сайті. Якщо обирати яскравий, теплий червоний колір для меню, він несе відповідну внутрішню інформацію для відвідувача сайту, ніж якщо обрати спокійний холодний синій колір, який надасть зовсім іншу концепцію. Якщо застосовується спеціально розроблена типографіка, створена для заголовків, вона залишає більш особисте враження щодо веб-сайту, ніж якщо для оформлення використано стандартну найпоширенішу типографіку, як-от, наприклад, Verdana. Однак складні мультимедійні інсталяції, вражаючі зображення та відеокліпи, принаймні в принципі, є не обов'язковими додатками, оскільки вони не мають факторів, які необхідно враховувати у будь-якому веб-дизайні. На сьогодні, є можливість працювати з візуальними елементами тексту та кольору, але також можемо обійти естетичні ефекти у вигляді стимулюючих мультимедійних Flash-інсталяцій та красивих картинок.

Візуальна комунікація є головною складовою будь-якого веб-сайту незалежно від того, чи є використання візуальних ефектів обов'язковою умовою концепції чи ні. Графічні та візуальні ефекти відіграють важливу роль у передачі вмісту, на додаток до створення більш-менш естетичного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Публікації стосовно дизайну веб-сторінок сучасного веб-сайту є популярним напрямком досліджень на протязі останніх 30-ти років.

Так, низка вчених О. Н. Котенко, Т. О. Жирова, В. І. Чубаєвський та А. М. Десятко [1] здійснили дослідження основних тенденцій сучасної розробки веб-сайтів. Авторами описано основні складові front-end розробки. Здійснено детальний огляд текстового редактора Sublime Text, як одного з найпопулярніших текстових редакторів з широким набором зручних інструментів для виділення, маркування та обробки текстових фрагментів коду.

В статті [2] розглянуто особливості сучасного веб-дизайну та його можливості для повноти формування культурно-естетичного змісту веб-сторінок. Вдалий веб-дизайн підвищує комунікативну функціональність певного сайту, його відвідуваність та відгук аудиторії, особливо якщо мова йде про комерційні сайти чи інформаційні ресурси, для яких відвідуваність є одним з вагомих чинників.

Проектування веб-сайту для сучасної фотостудії з використанням новітніх досягнень веб-дизайну здійснили Х. М. Фан та О. Л. Яворський [3]. Авторами представлено концепцію веб-сайту та описано принципи формування віртуального простору з урахуванням концепції.

І.В. Андріїв [4] здійснив аналіз сучасних засобів веб-розробки, описав структуру і різні засоби розробки вебсайтів. Розглянув мови розмітки і веб-програмування, інструментарій для дизайну сайту і використання бази даних для зберігання інформації. Основна мета розробки сайту – нести в собі інформацію, максимально доступно й зручно подавати її користувачеві, забезпечувати актуальність і корисність цієї інформації.

Веб-технології та дизайн дослідили О.В. Гринчак та Р.В. Моцик [5]. Науковці наголошують, що веб-дизайнер працює над зовнішнім виглядом, макетом та, в деяких випадках, змістом веб-сайту. Зовнішній вигляд, наприклад, стосується кольорів, шрифту та зображень, що використовуються. Макет стосується того, як інформація структурована та класифікована. Хороший веб-дизайн простий у використанні, естетично приємний і підходить для групи користувачів та бренду веб-сайту. Багато веб-сторінок розроблено з орієнтацією на простоту, так що не з'являється стороння інформація та функціональність, які можуть відволікати або бентежити користувачів. Оскільки ключовим каменем результату роботи веб-дизайнера є сайт, який завойовує та виховує довіру цільової аудиторії, усунення якомога більшої кількості можливих розладів користувачів є критичним фактором.

Із зарубіжних авторів варто відзначити такі роботи як: Hu, Zhiguo & Wang, Xinrui & Xinkui, Hu & Lei, Xiaofang & Liu, Hongyan [6], Basak, Rasim [7], Espinosa-Leal, Leonardo & Akusok, Anton & Lendasse, Amaury & Björk, Kaj-Mikael [8], Longstreet, Phil & Valacich, Joseph & Wells, John [9], Eng, Nicholas [10], Usmani, Sania & Ahmed, Faraz & Sajjad, Syed [11], Kapllani, Levi & Elmimouni, Houda [12] та інші.

Проте, враховуючи описані наукові набутки, за темою, питання дизайну веб-сторінки, як основи зручності читання, утримання та естетики сучасного веб-сайту залишається відкритим та потребує детального опрацювання.

Постановка завдання. Розкрити принципи дизайну веб-сторінки, як основи зручності читання, утримання та естетики сучасного веб-сайту.

Викладення основного матеріалу дослідження. Термін «функціональність» у цьому контексті охоплює зручні для користувача аспекти інтерфейсів та взаємодії людини з комп'ютером, де головною метою є створення ефективних веб-сайтів, на яких користувач може швидко та ефективно отримати потрібну інформацію, не затримуючись на тривалій час завантаження або під час навігації по сайту. Якоб Нільсен відігравав важливу роль у всьому світі в розробці директив щодо дизайну гіперфункціональних веб-сайтів, наприклад, у Usability Engineering з 1993 року [13] та Designing web usability з 1999 року [14]. Визначення зручного веб-дизайну за словами Якобом Нільсеном охоплює п'ять центральних компонентів: можливість навчання, ефективність, запам'ятовуваність, помилки та задоволення. Експерт зі зручності використання, Рольф Моліх, працює з додатковим компонентом у зручному веб-дизайні, який є аспектом зрозумілості. Усі ці компоненти важливі для оцінки якості веб-сайту з точки зору функціональності.

Велика кількість візуально та графічно непродуманих, необдуманих веб-сайтів показує, що все ще є деякі веб-дизайнери, які працюють відповідно до вузької концепції «функціональності» і повністю нехтують значенням візуальної комунікації для підтримки функціональності. Веб-сайт Якоба Нільсена, www.useit.com, є прикладом сайту, який применшує використання графічних ефектів. Це підтверджує сам Нільсен у записі «Чому на цьому сайті майже немає графіки». Він пояснює, що не хотів витратити гроші на художника, а замість цього обрав графічний дизайн самостійно. Проблема з веб-сайтом Нільсена полягає в тому, що, незважаючи на те, що Нільсен вважає, що його сайт майже не має графічних ефектів, він не може обійти той факт, що кілька графічних зображень на сайті щось передають. Яскравий жовтий банер у верхній частині домашньої сторінки для багатьох людей буде суперечити пастельним жовто-блакитним кольорам, які використовуються в інших частинах сторінки, і приверне увагу до того, що, за словами Нільсена, має бути «невидимим» для користувача.

У цьому випадку випадкове використання візуальних ефектів вказує на неохайність та непрофесійність відправника, що не є точним зображенням Нільсена і, ймовірно, не було його наміром щодо веб-сайту. Однак інша сторінка на веб-сайті «Про Якоба Нільсена», яка містить біографію та фотографії Якоба Нільсена, створена з гармонією та балансом між кольорами та їх розміщенням. Є відкритий простір і послідовне використання синіх кольорів. Ця сторінка справляє враження організованого відправника, який має відчуття якості, що, ймовірно, більше відповідає тому, як Нільсен хоче відобразитися на своєму веб-сайті.

Іншими словами, графічні ефекти є невід'ємною частиною будь-якого веб-сайту. Проте можливість обирати включати їх чи ні відсутня. Обов'язково потрібно враховувати графічні ефекти, навіть якщо метою є створення «невидимої» візуальної комунікації, яка досягає своєї мети завдяки безперебійній інтеграції з функціональністю та контентом.

Що дійсно може вважатися необов'язковим і відкритим для обговорення, так це обсяг додаткового естетичного матеріалу у вигляді відеокліпів, Flash-анімації, красивих картинок тощо. Використання таких ефектів на веб-сайтах має залежати від цільової аудиторії, відправника зображення та жанр веб-сайту.

З тих пір, як поширення веб-сайтів почалося на початку 1990-х років, зв'язок між функціональністю та естетикою був темою дискусій багатьох вчених як теоретиків так і практиків.

Одним із прихильників функціональності та зручності використання в Інтернеті є вищезгаданий Якоб Нільсен, який зробив деякі з найважливіших досліджень щодо розробки програмного забезпечення та взаємодії людини та комп'ютера. Нільсен відстоював гіперфункціональний підхід у своїй книзі «Usability Engineering» 1993 року, де він ввів гасло «Менше – це більше», фразу, яку він запозичив у архітектора-модерніста Міса ван дер Роє. Але оскільки роль естетики у веб-дизайні все більше ставала предметом суперечок у першій половині 1990-х років, були висловлені різні думки щодо співвідношення між естетикою та функціональністю.

Девід Сігел, який у книзі «Створення вбивчих веб-сайтів» 1996 року [15] стверджував важливість естетичних вимірів, був прихильником естетичних веб-сайтів. Функціоналісти, з іншого боку, стверджували, що не має значення, синій чи червоний веб-сайт, якщо він функціональний і зручний для користувачів. Введення Flash викликало гарячі суперечки. Веб-дизайнер Курт Клонінгер стверджував, що Flash з його дивовижними можливостями для створення естетичного досвіду є

важливим доповненням до html. Нільсен заперечував проти використання Flash через довгий час завантаження, що знижувало функціональність та зручність використання. Але в другій половині 90-х років зростав інтерес до того, щоб зробити більший акцент на естетичних ефектах.

Однак на початку 21 ст. була відновлена тенденція віддавати перевагу гіперфункціональним веб-сайтам без будь-якої зайвої естетики. На це є кілька причин. Перш за все, веб-дизайнери повинні були усвідомити, що використання Flash-елементів на веб-сайтах викликає занадто багато розчарувань, оскільки багато користувачів навіть не можуть відкрити сторінки, або час завантаження був занадто довгим. Крім того, у більшості випадків елементи Flash не забезпечували жодної естетичної насолоди; скоріше, вони часто заважали та дратували користувачів. Дизайнери не могли контролювати своє хвилювання щодо цієї нової іграшки, і Flash часто випадково використовували люди без досвіду графічного дизайну. Це призводило до безладних веб-сайтів з елементами Flash, які блимали й переміщалися по сторінці, не створюючи естетичного враження для користувача.

Крім того, криза доткомів наприкінці 1990-х і міжнародна фінансова криза призвели до того, що багато організацій скоротили великі витрати на розробку унікальних веб-сайтів із Flash та з іншими передовими естетичними ефектами. Це призвело до зростання інтересу до дешевших рішень у формі стандартних макетів, що призвело до меншого акценту на естетиці, особливо для багатьох інформаційних та презентаційних сайтів як приватних, так і державних організацій.

Хоча зв'язок між функціональністю та естетикою обговорюється вже давно, бажано оновити дискусію, яка зосереджується на естетичних ефектах у веб-дизайні в ширшій перспективі. Для цього є кілька причин. По-перше, швидкий розвиток ІТ-технологій і впровадження ширококутового доступу в наш час дозволили розмістити користувачів, які бажать отримувати комунікацію у формі мультисенсорного естетичного досвіду, не обов'язково жертвуючи змістом і функцією через тривалий час завантаження. І подібно до того, як сьогодні від людей все більше очікується, що вони будуть в курсі ІТ-розробок, також очікується, що люди, які працюють з веб-дизайном, володітимуть не тільки знаннями функціональних аспектів, але й розуміють, як спілкуватися за допомогою естетичних засобів. В умовах сьогодення, технічні та функціональні аспекти веб-сайту сприймаються як належне. Люди просто очікують, що це спрацює. Технологія розглядається як базова основа для естетичного досвіду. За словами Іди Енгхольм, обговорення функцій та естетики у веб-дизайні нагадує зміну стилів дизайну під час зростання споживання в післявоєнну епоху, коли багато продуктів, які продавалися – від велосипедів до електроприладів – відрізнялися лише один від одного, шляхом незначних варіацій основних понять. Усі технічні та функціональні проблеми були фактично вирішені; люди очікували, що продукт працює і використовує останню версію технології. Далі пішов інтерес до «диференціації» за допомогою зовнішніх естетичних сигналів і сигналів, пов'язаних із зображенням.

По-друге, тенденція до заміни мови візуальними символами в 20 столітті, особливо в маркетингу продуктів, здається, вибухнула у 21 столітті. Візуальні символи стали невід'ємною частиною повсякденного життя сучасної людини; тому все більш актуальним стає розуміння їх комунікативних ефектів. Орієнтація на візуальну комунікацію поширена не тільки в маркетингу, але й у всіх формах професійного спілкування, включаючи веб-сайт як засіб масової інформації. Зокрема, молоді люди спілкуються – і хочуть, щоб з ними спілкувалися – за допомогою візуальних символів.

Важливо – особливо для веб-дизайнерів – мати можливість розрізнити різні способи, якими візуальна естетика відіграє роль у створенні веб-сайтів.

1) Естетичні ефекти відіграють важливу роль у всіх типах веб-сайтів щодо того, як сприймається відправник, тобто зображення організації чи особи, що стоїть за інформацією. Усі веб-сайти мають відправника або джерело інформації, і всі лінгвістичні, функціональні та естетичні ефекти веб-сайту передають щось про це джерело.

2) Естетичні ефекти повинні підтримувати зміст і функціональні аспекти. Веб-сайти є більш зручними для користувачів, якщо вони містять естетичні ефекти, які підтримують функції навігації та взаємодії.

3) Естетичні ефекти повинні бути адаптовані до жанру веб-сайту. Наприклад, ми очікуємо, що розважальний веб-сайт запропонує розумну кількість естетичних вражень, тоді як наше головне очікування від веб-сайту пошуку інформації полягає в тому, що ми зможемо отримати потрібну інформацію максимально швидко та ефективно. я

4) Естетичні ефекти повинні бути адаптовані до цільової аудиторії. Презентаційний сайт, орієнтований на молоду аудиторію, має бути розроблений відповідно до сучасних тенденцій візуальної естетики та має відрізнитися від сайту презентації, орієнтованого на доросле населення в цілому.

Тому найуспішнішими веб-сайтами є сайти, де веб-дизайнер створив естетичні аспекти відповідно до чотирьох вищезгаданих сфер: зображення відправника, функціональність, жанр і цільова аудиторія.

Естетичні ефекти відіграють вирішальну роль у створенні профілю відправника і, таким чином, іміджу організації чи особи, яка стоїть за веб-сайтом. Тому важливо, щоб навіть веб-сайти, які переважно мають інформаційне призначення, також естетично відображали організацію, яка стоїть за цим сайтом.

Для багатьох веб-сайтів в Інтернеті функціональність має найвищий пріоритет, а естетика включається лише для її підтримки. Зазвичай це стосується жанру інформаційних сайтів, де головна мета — отримати необхідну інформацію якомога швидше та ефективно, як, наприклад, www.google.com.

Однак стає все важче стверджувати, що естетику слід применшувати на користь функціональності, навіть для сайтів пошуку інформації, хоча, звичайно, функціональність має першорядне значення. Існують вагомі причини, чому сайти пошуку інформації повинні намагатися спілкуватися за допомогою візуальних символів. Візуальні значки є корисними та простими інтерсеміотичними візуальними засобами ефектів з точки зору прив'язки текстів. Вони можуть бути корисними засобами впливу, що привертають увагу користувача до посилань. Тонкий рух може бути корисним, щоб привернути увагу користувача та спрямувати його увагу на конкретну важливу область. Використання домінуючих кольорів, таких як червоний і жовтий, ефективно привертає увагу користувача та спрямовує його на конкретну інформацію. Використання ілюстрацій може бути корисним для пояснення складної або тривалої інформації.

Для великої групи серйозних фактичних сайтів, які обмежуються умовами, таких як банки, державні установи, освітні організації тощо, зазвичай велике значення мають функціональні аспекти. На цих сайтах дизайнери намагаються задовольнити вимоги організації, діючи в рамках набору очікувань, що стосуються жанру та відповідно до потреб користувача. У цій категорії веб-сайтів є великий, невикористаний потенціал для покращення зручності використання за допомогою візуальних ефектів, які могли б належним чином підтримувати аспекти навігації та вміст. Візуальні ефекти не повинні забезпечувати чудовий досвід, навіть якщо з вузько функціональної точки зору вони все ще можуть розглядатися як сторонні естетичні ефекти.

Навігаційний дизайн та графічні і стилістичні аспекти повинні бути адаптовані до конкретних потреб цієї конкретної організації. Важливо, щоб веб-дизайнер розумів, що функціональні аспекти не завжди повинні мати пріоритет над естетичними. Сайт для презентації художнього музею чи компанії з дизайну меблів, звичайно, має бути зручним для користувачів, але графічні, стилістичні та естетичні ефекти відіграють важливу роль.

Існують дві домінуючі тенденції у веб-дизайні, які відображають відповідно смак до модернізму, стилю та смак до еkleктичного стилю, орієнтованого на досвід. Вибір стилю модерн чи стиль, орієнтований на досвід, залежить від смаку та потреб цільової аудиторії.

Модерністичний смак до мінімалістичного дизайну в широкій перспективі виник на початку 19 століття з функціоналістським рухом в архітектурі та дизайні. Функціоналістський рух протиставлявся зовнішньому орнаменту та всілякій еkleктиці в мистецтві та дизайні. Функціоналісти вважали, що архітектура і дизайн повинні бути насамперед функціональними і позбавленими зайвого орнаменту. З естетичної точки зору функціоналісти вважали мінімалістичний і функціоналістичний дизайн більш привабливим і сформували опозицію до естетичних цінностей руху в стилі модерн, які домінували на початку 19 століття. Цей смак у дизайні все ще залишається одним із домінуючих дискурсів смаку в наш час.

Сайт презентації нью-йоркського дизайнера Брюса Мау, www.brucemaudesign.com, є прикладом модерністського мінімалістичного сайту з приємним балансом між функціональністю та естетикою. Сайт не має сторонньої естетики; однак його кілька візуальних ефектів у вигляді кольору, шрифту та макета передають вищу естетику в рамках мінімалістичної парадигми. Мінімалістичний веб-сайт без зайвої естетики та візуальних ефектів лише у вигляді гарнітури та макета тексту може бути таким же естетично приємним, як веб-сайт із великою кількістю гарних малюнків та фантастичних Flash-інсталяцій. Якому стилю віддати перевагу, буде залежати від призначення сайту та смаку цільової аудиторії.

Тенденція до простоти також досягла жанру електронної комерції, коли багато компаній переробили свої веб-сайти, орієнтовані на досвід, щоб вони стали більш простими та анонімними.

Поряд зі смаком до модерністського мінімалістичного дизайну, позбавленого сторонніх естетичних ефектів, смаковий дискурс водночас процвітає з корінням у постмодерністських

естетичних цінностях, які надають перевагу еклектичному, мультисенсорному дизайну, орієнтованому на досвід.

Люди в постмодерністському суспільстві, особливо сьогодняшня молодь, виростили з великим ступенем багатства, серед іншого завдяки розвитку цифровізації. Це означає, що основні фізичні потреби, такі як потреби в їжі та житлі, задовольняються, а коли задоволені основні потреби, зростає потреба в самоактуалізації та переживаннях у повсякденному житті.

Зростає тенденція до того, що все, від торгових центрів до банків, привертає увагу за допомогою подій і виставок, які представляють захоплюючі можливості для інтерактивних і сенсорних вражень. Більше недостатньо продавати продукти, спираючись на основні факти. Продукти все частіше продаються на основі нематеріальних цінностей, тобто досвіду. Наприклад, це те, що Nike намагається розмістити на www.Nike.com, веб-сайті, який наповнений враженнями як для дітей, так і для дорослих. На сайті www.Nike.com чітко приділено увагу цільовій аудиторії, що відображено в різних посиланнях на веб-сайті. www.Nikefootball.com орієнтований на хлопчиків у віці 12-16 років, а структура навігації сторінки нагадує комп'ютерні ігри. Функціональність нелогічна, а зручність не в центрі уваги, що, безсумнівно, навмисно. Під час навігації по сайту потрібно подолати труднощі. Основною метою цієї частини сайту є не продаж взуття, а створення іміджу та створення всесвіту, який сподобається молодим чоловікам, які цікавляться футболом. Метою Nike із посиланням Nikefootball.com є насамперед брендинг щодо молодих чоловіків. Він відображає постмодерні цінності сучасної молоді: стиль життя, який характеризується вибіркою, самопостановкою, самоактуалізацією та попитом на виклики в поєднанні з багаточуттєвим досвідом.

Посилання www.Nikeid.com, яке є фактичною частиною сайту електронної комерції, націлено на більш широку аудиторію; а саме діти, молодь та дорослі, які хочуть придбати пару взуття Nike. Купівля пари спортивного взуття Nike на сайті www.Nikeid.com, який містить асортимент продукції Nike, забезпечує приємний інтерактивний досвід. У цьому відношенні Nike випереджає час. Веб-сайт Nike є прикладом сайту, де візуальні та звукові ефекти в поєднанні з інтерактивним аспектом забезпечують приємний досвід та ігровий підхід до покупок. Навігація по сайту проста та зручна для користувачів, і, очевидно, є досвід, пов'язаний із покупкою. Інтерактивні функції та можливість створення власного особистого взуття роблять покупки в Nike в Інтернеті чудовою грою. Це повністю відповідає сучасним ціннісним тенденціям, які зосереджені на прагненні до особистого контакту та індивідуальності.

www.Nike.com – це гібрид кількох жанрів: презентації, електронної комерції та розваг. Жанр презентації, який у випадку Nike також можна було б описати як сайт брендингу, передає те, як Nike хоче, щоб його сприймала громадськість. Жанр електронної комерції дає клієнту можливість придбати взуття Nike через сайт. Розважальний жанр дає можливість грати в ігри та розважатися.

Висновки. У роботі розкрито принципи дизайну веб-сторінки, як основи зручності читання, утримання та естетики сучасного веб-сайту. Сучасні сайти, які застосовують кілька жанрів на своїх сторінках є лише попередниками того, що чекає користувачів та веб-дизайнерів у майбутньому у вигляді естетичного та інтерактивного досвіду в Інтернеті, особливо орієнтованого на молоду аудиторію, яка виступає за постмодерністський дизайн з точки зору еклектичних та орієнтованих на досвід засобів впливу.

Список бібліографічного опису.

1. Дослідження основних тенденцій сучасної розробки веб-сайтів / О. Н. Котенко, Т. О. Жирова, В. І. Чубаєвський, А. М. Десято / Електронне фахове наукове видання "Кібербезпека: освіта, наука, техніка". 2019. Том 1. Випуск 5. С.6-15.
2. Зеленюк О. О. Веб-дизайн в контексті формування візуальної культури віртуального середовища / О. О. Зеленюк // Молодий вчений. 2019. № 1(1). С.23-26. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_1\(1\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_1(1)_8).
3. Фан Х. М. Проектування веб-сайта для сучасної фотостудії з використанням новітніх досягнень веб-дизайну / Х. М. Фан; наук. кер. О. Л. Яворський // Наукові розробки молоді на сучасному етапі: тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28 квітня 2017 р., Київ). К.: КНУТД, 2017. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. – С. 450-451.
4. Андріїв І.В. Аналіз сучасних засобів веб-розробки. Технічні науки – Інформатика, комп'ютерна техніка та автоматизація. 2017. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/konfer49/44.pdf>
5. Гринчак О.В., Моцик Р.В. Веб-технології та дизайн дослідили / Вісник Хмельницького національного університету, 2021. №1 (293). С. 23-27.

References.

1. Hu, Zhiguo & Wang, Xinrui & Xinkui, Hu & Lei, Xiaofang & Liu, Hongyan. (2020). Aesthetic Evaluation of Computer Icons: Visual Pattern Differences Between Art-Trained and Lay Raters of Icons. *Perceptual and Motor Skills*. 128. 003151252096963. 10.1177/0031512520969637.
1. Basak, Rasim. (2021). Janteloven: Scandinavian Social Conformity, IKEA, Minimalism, and The Socialism of Design. 159-185. 10.46372/arts.909874.
2. Espinosa-Leal, Leonardo & Akusok, Anton & Lendasse, Amaury & Björk, Kaj-Mikael. (2020). Website Classification from Webpage Renders. 10.1007/978-3-030-58989-9_5.
3. Longstreet, Phil & Valacich, Joseph & Wells, John. (2021). Towards an understanding of online visual aesthetics: An instantiation of the composition perspective. *Technology in Society*. 65. 101536. 10.1016/j.techsoc.2021.101536.
4. Eng, Nicholas. (2020). Impression Management After Image-Threatening Events. *The Journal of Public Interest Communications*. 4. 32. 10.32473/jpic.v4.i2.p32.
5. Usmani, Sania & Ahmed, Faraz & Sajjad, Syed. (2019). Website Attributes, Customer Engagement and Retention: Empirical Evidence from Local Pakistani Companies. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*. 6. 58. 10.30537/sijmb.v6i2.312.
6. Kapllani, Levi & Elmimouni, Houda. (2020). Gestalt principles in web design: A study of the usage of similarity, symmetry and closure in today's websites. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*. 57. 10.1002/ptra2.340.
7. Usability Engineering (1993) – <https://www.nngroup.com/books/usability-engineering/>
8. Designing Web Usability: The Practice of Simplicity (1999) – <https://www.nngroup.com/books/designing-web-usability/>
9. Creating Killer Web Sites: The Art of Third-generation Site Design (1997). 305 p.