

Педенко Елена Ивановна

аспирант

Научный руководитель

Горбачева Диана Александровна

д-р пед. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры»

г. Краснодар, Краснодарский край

СПЕЦИФИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО МЫШЛЕНИЯ ВЕБ-ДИЗАЙНЕРА

***Аннотация:** веб-дизайнеры играют ключевую роль в создании визуально привлекательных и функциональных интерфейсов, что требует от них глубокого знания принципов композиции, цветовой теории и типографики. В статье акцентируется внимание на значимости художественного образа в веб-разработке, несмотря на прагматическую нацеленность, присущую современным подходам в создании сайтов. Автор подчеркивает, что функциональность и удобство использования не должны затмевать эстетическую составляющую, которая играет ключевую роль в восприятии и взаимодействии пользователей с веб-продуктами. В статье выявляются основные аспекты специфики художественного мышления веб-дизайнера, которые отличают его от других форм мышления.*

***Ключевые слова:** веб-дизайн, веб-дизайнер, художественное мышление, инфографика, специфика художественного мышления.*

Затруднительно вообразить какие-либо другие явления, помимо цифровых технологий и Интернета, способные за незначительный с исторической точки зрения период, всего чуть более тридцати лет, инициировать столь глубокие, радикальные и значительные изменения в умах и жизни людей. Эти технологические инновации не только изменили методы коммуникации и взаимодействия, но также способствовали переосмыслению социальных отношений, культурных норм и личностной идентичности, что, в свою очередь, привело к изменениям в

когнитивных и поведенческих моделях, как на коллективном, так и на индивидуальном уровне. Эти изменения затронули такие сферы, как финансово-экономическая деятельность, социальные услуги, культура и искусство, транспорт и логистика, досуг и развлечения, право и правопорядок, инновации и предпринимательство, и многие другие области [5; 12]. Таким образом, влияние цифровизации и Интернета на общественное и индивидуальное сознание сложно переоценить, поскольку они стали частью нашей повседневной жизни, формируя новые парадигмы мышления и восприятия, которые продолжают развиваться с каждым днем.

В современной социокультурной реальности наблюдается интенсивное развитие феномена, обозначаемого в научной литературе обобщенным термином «информационная культура». Приход цифровых технологий обусловил практически неограниченный доступ к гетерогенным информационным ресурсам. Указанный тридцатилетний период внес дополнительные коррективы в интерпретацию понятия «информация» (лат. *Information* – разъяснение, изложение, понимание), термин приобрел соответствие эволюционной динамике. В результате современное понимание информации выходит за рамки исключительно вербальных или символических репрезентаций знаний и сообщений. Визуальные художественные образы, зачастую не требующие вербализации и иногда не поддающиеся обстоятельной и адекватной характеристике с помощью лингвистических или символических средств, также воспринимаются как высокоэффективный канал воздействия на когнитивные процессы, психологическое состояние и поведенческие паттерны индивидов, выступая, таким образом, в качестве специфической информации.

По мере развития цифровых технологий и Интернета изменялись представления о значении художественного мышления в профессиональной практике веб-дизайнеров. Термин «веб» (от англ. *web* – паутина) соответствует гипертекстовым документам, которые хранятся в памяти устройств, подключенных к Интернету, и обеспечивают пользователям доступ к ним в режиме 24/7. Современное понимание термина «дизайн» (от итал. *disegno*; от англ. *design* – проект,

образ, идея, оригинальность деятельности) обуславливает замысел, создание и конечный продукт, где эстетика и функциональность призваны сочетаться. Исторические корни этого понятия восходят к итальянскому Ренессансу (XVI век), когда выражение «*disegno intero*» (дословно «весь рисунок») употреблялось для обозначения концептуальной идеи, возникшей у авторов художественных произведений.

Первые попытки создания компьютерных сетей начали осуществляться в 70-х годах XX века, но лишь накануне 90-х годов Тим Бернерс-Ли разработал гипертекстовый язык HTML, который структурировал цифровые документы и ссылки для быстрого перехода между страницами. Кроме того, он создал унифицированный указатель ресурсов (URL) для идентификации ресурсов и протокол передачи гипертекста (HTTP) для передачи данных в Интернете. На этой основе были созданы первые браузеры, такие как *WorldWideWeb* и *Nexus*, а также веб-сайты, основанные только на текстовых документах. В то время вопросы художественного оформления веб-сайтов практически не обсуждались, так как разработчики сосредоточились на информационной составляющей и читабельности гипертекста [3]. В 1994 году появилась быстрая передача данных с использованием цветных изображений на веб-сайтах, заложив основу онлайн-альбомов и визуального оформления социальных сетей. Позже добавилась GIF-анимация, повысившая выразительность и динамичность. GIF-изображения, способные передавать эмоции и идеи с помощью ярких цветов, плавных переходов и креативных сюжетов, – делали информацию более доступной и запоминающейся.

Веб-дизайн в современном виде появился в 1995 году с *JavaScript* (Б. Эйх, компания *Netscape*), который предоставил интерактивность страниц и расширил возможности их оформления. *HTML 2* дополнительно усилил эти возможности, превратив веб-дизайн в художественно-творческую деятельность. С этого момента интернет стал не только частью повседневной жизни миллиардов людей, но и эффективно манипулировал их сознанием. Он служит источником ценностно-смыслового «заражения», направленного на управление социально-

политическим, экономическим, образовательным и потребительским поведением. Е. С. Ляшенко, исследовав веб-дизайн как язык интернет-культуры, рассмотрев его семантику и семиотические аспекты, сформулировала мнение, что язык веб-дизайна должен не только соответствовать мышлению пользователей, но и активно его формировать [6, с. 119–120]. Сегодня для любой организации и частного лица, представляющего свои услуги и деятельность в глобальной сети, создание веб-сайта стало фактором престижа и имиджа [13].

Следует отметить стремительное развитие доступных и платных средств для оптимизации веб-контента, такие как: программное обеспечение (включая ИИ), библиотеки графических элементов, обширные коллекции шрифтов, логотипов, иллюстраций, текстур, иконок, фотографий, видео и анимации, а также сервисы для выбора цветовых решений и готовые шаблоны (сетки, рамки, PSD-шаблоны), которые используют веб-дизайнеры как «строительный материал» для создания веб-продуктов. Однако экстенсивное и динамично развивающееся инструментальное обеспечение веб-дизайна не предполагает однозначно позитивной оценки, поскольку закладывает в себе потенциал алгоритмизации мышления веб-разработчика, ингибируя его творческие способности и подменяя художественную образность спецэффектами [2]. При недостатке художественного мышления, вкуса и чувства стиля данное «изобилие средств» может спровоцировать визуальную перенасыщенность, породить графический хаос в разрабатываемых веб-продуктах, подтолкнуть к неизбежному падению в бездну антихудожественного китча (нем. *kitsch* – халтура, безвкусица) [10, с. 6]. Таким образом, для достижения профессиональной состоятельности и успеха современному веб-разработчику необходимо не только владеть инструментарием веб-проектирования, включая методы колористики, композиции и комбинаторики, но и культивировать художественное мышление как фундаментальную составляющую этой профессии, что будет способствовать формированию более глубокого и тонкого понимания эстетических аспектов дизайна.

Затруднение заключается в недостатке широкомасштабных научных исследований, в которых художественное мышление веб-дизайнера было бы глубоко

проанализировано. В то же время можно указать на ряд работ, содержащих эмпирические положения, образующие фундамент для исследований в нашей области интереса. Ученые подчеркивают уникальность художественного мышления как важного компонента профессиональной деятельности веб-дизайнера. В частности, в книге С. Макклауда «Понимание комикса. Невидимое искусство» автор исследует природу комикса как медиаформата и рассматривает различные аспекты визуального повествования. Хотя в книге не рассматривается веб-дизайн напрямую, многие идеи, связанные с художественным мышлением и визуальным восприятием, могут быть применены к этой области. Макклауд акцентирует внимание на том, как художники и дизайнеры используют визуальные элементы для передачи информации и эмоций. Он обсуждает важность последовательности, композиции и взаимодействия между изображениями и текстом [7]. Эти принципы также актуальны для веб-дизайна, где дизайнеры должны учитывать пользовательский опыт, навигацию и визуальную иерархию.

Таким образом, художественное мышление веб-дизайнера может включать в себя:

- визуальную коммуникацию (как эффективно передать информацию через изображения и графику);
- композицию (организация элементов на странице для создания гармоничного и понятного интерфейса);
- пользовательский опыт (понимание того, как пользователи взаимодействуют с дизайном и как визуальные элементы влияют на их восприятие);
- нарратив (использование визуальных историй для вовлечения пользователей).

Теория множественных интеллектов, разработанная Г. Гарднером, представляет собой значимый вклад в область педагогики и психологии, вызывая как научный, так и практический интерес. Гарднер утверждал, что визуальный интеллект – это не просто способность воспринимать и создавать визуальные образы, но и один из ключевых компонентов интеллектуально-познавательной деятельности человека. Он подчеркивал, что данная форма интеллекта играет

важную роль в том, как индивиды осваивают информацию, решают проблемы и выражают свои идеи.

В структуре визуального интеллекта Гарднер выделял несколько основных аспектов. Во-первых, это способность к дифференцированному восприятию, которая позволяет человеку фиксировать в сознании детали и оценивать выразительность различных изобразительных средств. Во-вторых, он акцентировал внимание на умении комбинировать элементы визуального опыта для создания новых образов и композиционных решений. Третьим важным аспектом является способность «переводить» абстрактные идеи и концепции на язык визуальных образов, которые могут быть поняты другими людьми и вызывать у них положительные эмоциональные реакции. Наконец, Гарднер подчеркивал важность гибкости в адаптации к изменениям в обществе и культуре, что позволяет сохранять индивидуальный творческий стиль при взаимодействии с новыми идеями и технологиями.

В контексте современного веб-дизайна наблюдается возрастающая значимость концепций Г. Гарднера, касающихся пространственного интеллекта. Этот вид интеллекта играет ключевую роль в формировании понимания перспективы, а также в восприятии и когнитивных манипуляциях с трехмерными объектами и их пространственными ориентациями. Именно благодаря развитию пространственного интеллекта веб-дизайнеры способны эффективно и убедительно воспроизводить иллюзии трехмерного пространства на двухмерных плоскостях, что значительно обогащает визуальный опыт пользователей и повышает функциональность интерфейсов [4].

Для веб-дизайнеров особую ценность представляют главы 8, 9 и 10 книги Б. Тверски «Ум в движении. Как действие формирует мысль», в которых подробно анализируются особенности разработки и применения различных средств визуализации информации. Эти главы освещают, как визуальные инструменты, такие как карты, диаграммы, условные обозначения, схемы, графики и комиксы, могут служить мощными средствами для передачи информации и улучшения пользовательского опыта. В частности, Тверски акцентирует вни-

мание на том, как правильное использование визуальных элементов может значительно повысить эффективность коммуникации. Например, карты могут не только представлять географическую информацию, но и помогать пользователям ориентироваться в сложных данных или концепциях. Диаграммы и графики позволяют быстро воспринимать количественные данные и выявлять тенденции, что особенно важно в условиях ограниченного времени на восприятие информации. Кроме того, главы книги подчеркивают важность условных обозначений и схем для упрощения сложных процессов или систем. Веб-дизайнеры могут использовать эти инструменты для создания интуитивно понятных интерфейсов, которые облегчают навигацию и взаимодействие с контентом. Комиксы же могут быть использованы для повествования или объяснения сложных идей в более доступной и увлекательной форме [8].

Таким образом, изучение этих глав предоставляет веб-дизайнерам не только теоретические основы визуализации информации, но и практические рекомендации по созданию эффективных визуальных решений. Это знание позволяет им разрабатывать более привлекательные и функциональные веб-продукты, которые соответствуют потребностям пользователей и способствуют лучшему восприятию информации.

А. Уолтер ввел термин «эмоциональный веб-дизайн», подчеркивая, что веб-продукты должны быть «созданы людьми и для людей» и вызывать положительные эмоции, такие как удовольствие и радость. Он отмечал, что страницы сайтов должны отражать знакомый мир человеческих отношений, используя фотографии людей и их взаимодействий. Уолтер также акцентировал внимание на важности контраста цвета, света и тени, а также формы и размера визуальных образов для усиления восприятия и создания драматургической напряженности в статичных изображениях [9].

Д.В. Бородаев в своих работах подчеркивает важность художественного мышления для веб-дизайнеров как ключевого элемента в процессе создания эффективных и привлекательных цифровых продуктов. Он акцентирует внимание на том, что художественное мышление позволяет дизайнерам не только

разрабатывать визуально привлекательные интерфейсы, но и глубже понимать потребности пользователей, их эмоциональные реакции и контекст взаимодействия с веб-продуктами. Бородаев также отмечает, что художественное мышление включает в себя креативность, интуицию и способность к абстрактному мышлению, что помогает дизайнерам находить нестандартные решения и создавать уникальные пользовательские опыты. Он подчеркивает необходимость интеграции художественного подхода с техническими навыками, чтобы обеспечить гармоничное сочетание эстетики и функциональности [1].

В области дизайна, креативности и пользовательского опыта (UX) есть известные зарубежные исследователи и авторы, чьи работы представляют большой научный интерес в контексте рассматриваемой нами темы.

1. Д. Норман, автор книг «Дизайн привычных вещей», «Эмоциональный дизайн» и «Жизнь в сложном мире», исследует взаимодействие человека с продуктами и дизайном. Ключевые аспекты подхода Нормана, связанные с художественным мышлением веб-дизайнера, включают важность понимания потребностей пользователей («пользовательский опыт») и создания решений, которые их удовлетворяют, а также необходимость креативного и критического мышления в процессе дизайна («дизайн как решение проблем»). Он подчеркивает, что хороший дизайн должен быть как функциональным, так и визуально привлекательным («эстетика и функциональность»), а интерфейсы должны быть интуитивно понятными и удобными для пользователей («интуитивное взаимодействие»). Кроме того, Норман акцентирует внимание на значении креативности как способности генерировать новые идеи в дизайне («креативность»).

2. Р. Бьюкенен, автор ряда статей, «Коварные проблемы в дизайн-мышлении», «Декларация по замыслу: риторика, аргументация и демонстрация в практике дизайна» и др., сделал значительный вклад в понимание дизайна как процесса решения проблем. Хотя он не использует термин «художественное мышление веб-дизайнера» напрямую, его идеи связаны с этой концепцией. Бьюкенен подчеркивает, что дизайн – это не просто создание эстетически привлекательных объектов, а сложный процесс, включающий понимание контек-

ста, потребностей пользователей и взаимодействия между различными элементами. Он акцентирует внимание на важности креативного мышления и способности видеть проблемы с разных точек зрения, что является ключевым аспектом художественного мышления. Кроме того, Бьюкенен говорит о том, что дизайнеры должны быть способны интегрировать различные дисциплины и подходы для создания эффективных решений. Это требует от них не только технических навыков, но и способности к интуитивному и критическому мышлению, что также связано с художественным подходом в веб-дизайне [11].

3. Дж. Гарретт в своей книге «Элементы пользовательского опыта» подчеркивает важность создания положительного пользовательского опыта, что требует от веб-дизайнеров способности понимать потребности пользователей и разрабатывать интуитивно понятные решения. Гарретт акцентирует внимание на многоуровневой структуре дизайна, где каждый уровень – от стратегии до визуального оформления – требует креативного подхода. Он также говорит о значении эстетики в дизайне, утверждая, что визуальная привлекательность важна для успешного взаимодействия с пользователем. Креативность и инновации играют ключевую роль в процессе разработки, что также перекликается с идеями художественного мышления.

4. П. Морвилль, известный своими работами по информационной архитектуре и пользовательскому опыту, подчеркивает необходимость интеграции различных дисциплин и подходов в процессе дизайна. Это требует от веб-дизайнеров способности к критическому мышлению и креативности.

5. К. Элам исследует визуальное мышление и его применение в дизайне. Она подчеркивает необходимость интеграции художественных элементов в веб-дизайн для создания эффективных и запоминающихся интерфейсов.

6. Дж. Додд, М.-Д. Гонсалес-Замар, И. Маркотт, Д. Сьярто, М. Чиксентмихайи и др.

В контексте рассматриваемой нами темы значительное научное внимание также вызывают работы отечественных исследователей.

1. Н. С. Власова акцентирует внимание на том, что процесс разработки веб-сайта представляет собой многоступенчатую процедуру, состоящую из шести ключевых этапов. Важным аспектом данного процесса является то, что именно на четвертом и пятом этапах происходит реализация эстетической функции дизайна веб-проекта. Эти этапы играют критическую роль в формировании визуального восприятия сайта, обеспечивая гармоничное сочетание функциональности и эстетики, что, в свою очередь, способствует созданию привлекательного, гармоничного и интуитивно понятного интерфейса для пользователей.

2. М.Е. Крошнева отмечает, что основным инструментом инфографики являются наглядные образы и знаки, что связывает ее с семиотикой – наукой о знаках и символах. В своих работах она также акцентирует фокус на системе визуальной навигации, которая представляет собой набор информационных знаков, помогающих людям ориентироваться в пространстве. Ключевая задача инфодизайна заключается в том, чтобы передать пользователю максимальное количество информации за минимальное время. Для достижения этой цели Крошнева выделяет основные свойства, которыми должна обладать информационная схема: ясность, точность, содержательность, скорость коммуникации, стилистическое единство, эстетическая привлекательность и доступность для целевой аудитории. Таким образом, подчеркивается важность качественного дизайна информационной графики для оптимального восприятия информации, и соответственно демонстрирует, что художественное мышление является неотъемлемой частью процесса создания инфографики, поскольку оно способствует эффективной коммуникации через визуальные средства, сочетая функциональность с эстетикой.

3. Е.Г. Бердичевский, А.Е. Войскунский, И.Б. Дадьянова, В.Д. Еськов, Д.А. Зимин, А.С. Кобин, Е.П. Крупник, Т.В. Пойдина, О.К. Тихомиров, Р.Е. Филенко, и др.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что художественное мышление веб-дизайнера имеет собственную специфику, включающую в себя ряд уникальных характеристик, которые отличают его от других форм мышления.

Специфика художественного мышления веб-дизайнера представляет собой многогранный процесс, в котором креативность, технические навыки и понимание психологии пользователя объединяются для создания эффективных и привлекательных интерфейсов. Рассмотрим более подробно ключевые аспекты этой специфики.

1. *Комбинация эстетики и практичности.* Веб-дизайнеры должны уметь создавать визуально привлекательные решения, которые одновременно обеспечивают удобство и простоту использования. Это требует глубокого понимания принципов композиции, цвета, типографики и визуальной иерархии. Эстетика играет важную роль в привлечении внимания пользователя, но она должна быть сбалансирована с функциональностью. Например, выбор цветовой палитры не только влияет на восприятие бренда, но и может улучшить читаемость текста и навигацию по сайту.

2. *Психология восприятия.* Художественное мышление веб-дизайнера включает знание о том, как пользователи воспринимают визуальную информацию. Это знание помогает дизайнерам разрабатывать интерфейсы, которые вызывают нужные эмоции и реакции. Например, теплые цвета могут создать ощущение уюта и дружелюбия, в то время как холодные оттенки могут восприниматься как более профессиональные или технологичные. Понимание психологии восприятия также позволяет дизайнерам использовать визуальные метафоры для передачи сложных идей.

3. *Интерактивность.* Веб-дизайнеры должны учитывать динамику взаимодействия пользователя с интерфейсом. Это требует креативного подхода к созданию интерактивных элементов, таких как кнопки, меню и анимации, которые делают опыт пользователя более увлекательным и интуитивно понятным. Художественное мышление здесь проявляется в способности предугадывать поведение пользователей и создавать элементы дизайна, которые направляют их действия.

4. *Адаптивность.* Современные веб-дизайнеры должны быть готовы адаптировать свои художественные решения под различные устройства и экраны

(мобильные телефоны, планшеты, компьютеры). Это требует не только технических знаний о responsive design (адаптивном дизайне), но и творческого подхода к тому, как сохранить целостность визуального стиля при изменении формата отображения.

5. *Символика и семиотика.* Художественное мышление включает понимание знаков и символов, что позволяет дизайнерам эффективно передавать информацию через визуальные элементы. Знание семиотики помогает веб-дизайнерам создавать интуитивно понятные интерфейсы: например, использование универсальных символов (таких как значок корзины для покупок) облегчает пользователям навигацию по сайту.

6. *Кросс-дисциплинарный подход.* Веб-дизайнеры часто работают на стыке различных областей – графического дизайна, психологии, маркетинга и технологий. Это требует гибкости мышления и способности интегрировать знания из разных сфер для создания комплексных решений. Например, дизайнер может использовать принципы маркетинга для разработки стратегий привлечения пользователей через визуальный контент.

7. *Учет пользовательского опыта (UX).* Художественное мышление веб-дизайнера должно быть направлено на создание положительного пользовательского опыта (UX). Это включает в себя исследование потребностей пользователей через опросы или тестирование прототипов, а также анализ поведения пользователей на сайте с помощью аналитических инструментов. Дизайнер должен уметь адаптировать свои решения на основе полученных данных для улучшения взаимодействия с пользователем.

8. *Инновации и тренды.* Веб-дизайн – это быстро развивающаяся область с постоянно меняющимися трендами и технологиями. Художественное мышление включает в себя способность следить за новыми тенденциями в дизайне и технологии (например, использование искусственного интеллекта или виртуальной реальности) и интегрировать их в свою работу.

Таким образом, специфика художественного мышления веб-дизайнера заключается в умении сочетать творческий подход с техническими знаниями для

создания эффективных и привлекательных веб-решений. Это требует постоянного обучения и адаптации к новым условиям рынка, а также глубокого понимания потребностей пользователей для достижения успешного результата в проектировании интерфейсов.

Список литературы

1. Бородаев Д.В. Веб-сайт как объект графического дизайна: монография / Д.В. Бородаев. – Х.: Септима ЛТД, 2006. – 288 с.
2. Власова Н.С. Научно-методическое обеспечение подготовки студентов вузов в области Web-дизайна: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н.С. Власова. – Екатеринбург, 2010. – 28 с. EDN QHBSHZ
3. Галкин Д.В. Digital Culture: Методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей / Д.В. Галкин // Цифровая культура: Международ. журнал исследований культуры сетевого сообщества «Российская культурология». – 2012. – №3 (8). – С. 11–16.
4. Гарднер Г. Мышление будущего. Пять видов интеллекта, ведущих к успеху в жизни / Г. Гарднер. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 168 с.
5. Астафьева О.Н. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / О.Н. Астафьева, Л.Б., Зубанова, Н.Б. Кириллова [и др.]; отв. ред. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с.
6. Ляшенко Е.С. Теоретические подходы к изучению веб-дизайна как языка интернет-культуры / Е.С. Ляшенко // Гуманитарный вектор. – 2012. – №3 (31). – С. 117–126.
7. Макклауд С. Понимание комикса. Невидимое искусство / С. Макклауд. – М.: Белое яблоко, 2016. – 216 с.
8. Тверски Б. Ум в движении. Как действие формирует мысль / Б. Тверски; пер. Н. Колпакова. – М.: Альпина нон-фикшн, 2020. – 483 с.
9. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн / А. Уолтер: пер. с англ. П. Миронова. – М.: Манн, Иванов и Фабер, 2012. – 144 с. EDN QXDIYP

10. Чижиков В.В. Дизайн и культура: монография / В.В. Чижиков. – М.: МГУКИ, 2006. – 361 с.
11. Buchanan R. Design Research and the New Learning // Design Issues. 2001. Vol. 17. No. 4. P. 3–23.
12. González-Zamar M. Digital Education and Artistic-Visual Learning in Flexible University Environments: Research Analysis / Mariana-Daniela González-Zamar, Emilio Abad-Segura, Antonio Luque de la Rosa, Eloy López-Meneses // Educ. Sci. – 2020. No. 10. P. 294 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1277083.pdf> (дата обращения: 19.09.2024). DOI 10.3390/educsci10110294. EDN ZQQKSG
13. Wei Z. Study of Creative Thinking in Digital Media Art Design Education // Creative Education. 2020. Vol. 11. No. 2. P. 77–85. DOI 10.4236/ce.2020.112006. EDN PRXQIG