

## РЕЦЕНЗІЯ

доктора мистецтвознавства, професора,  
професора кафедри мистецтва та дизайну костюма  
Київського національного університету технологій та дизайну

Кротової Тетяни Федорівни

на дисертацію **ВАСИЛЬЄВА Олександра Сергійовича**  
**«ДИЗАЙН ВЕБ-САЙТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ:**  
**ЕВОЛЮЦІЯ, ЕСТЕТИЧНІ АСПЕКТИ»**,

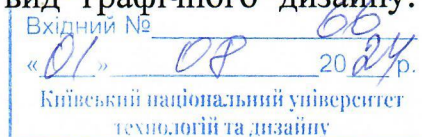
представлену на здобуття ступеня доктора філософії  
за спеціальністю 022 «Дизайн»  
галузі знань 02 Культура і мистецтво

### Актуальність теми дослідження

Висвітлена у дисертації проблематика повною мірою відповідає викликам, що постали перед дизайнерами через поступове збільшення електронних продажів на комерційних сайтах. Дослідження дизайну вебсайтів електронної комерції, їх візуальної презентації та ідентифікації охоплює широке коло питань, що виходять за межі мистецтвознавства і торкаються значної кількості економічних, соціальних та технічних дисциплін. Наукові та періодичні видання, що присвячені даній тематиці, надають низку різнопланових досліджень. Представлене дослідження присвячене актуальним питанням дизайну вебсайтів електронної комерції, його появі та еволюційним трансформаціям, візуальній презентації та естетичній ідентифікації у контексті мистецтвознавчих завдань, історії розвитку композиційних аспектів проектної графіки.

Як свідчить аналіз наукової літератури, перехід до постіндустріального суспільства наприкінці ХХ ст. характеризується тенденціями до глобалізації, підвищенням рівня життя, зміною у свідомості людей, розумінням важливості інформації та її впливу на всі сторони життя людини та суспільства. Твори графічного дизайну як продукту комунікації грають значну роль, впливаючи на розвиток суспільства та створюючи нові системи цінностей. Графічний дизайн, виконуючи функцію візуального спілкування, став інструментом у боротьбі за ринки та покупця, постійно трансформуючись та пристосовуючись до вимог суспільства, прогресу та інноваційних технологій.

Розвиток мережі інтернет і нові можливості графічного оформлення інформації сприяли формуванню нового виду графічного дизайну – вебдизайну. Веб-дизайн відноситься до сфери графічного дизайну, основним засобом якого є рисунок (нарис), а метою – візуалізація інформації масового поширення. Аналіз наукової літератури показав, що вивчення вебдизайну відбувається в межах мистецтвознавства, культурології та особливостей проектування. Перші визначення вебдизайну були пов'язані з предметною діяльністю веб-дизайнера та визначали його як ~~вид графічного дизайну.~~



Аналіз існуючих визначень поняття вебдизайну дозволив констатувати відсутність єдиного підходу до його тлумачення та відсутність усталеного визначення поняття цього терміна в сучасному науковому дискурсі. Сьогодні науковці визначають вебдизайн не тільки як один із найголовніших інструментів інтернет-культури, але й як принципово нову мову, що впливає на візуальне мислення, світосприйняття, формування цілей і вподобань користувачів. В семантиці українського вебдизайну проявилися риси, що є характерними для світового дизайну вебресурсів, але вони поєднані із національно-культурними особливостями й цінностями. На користь актуальності дослідження свідчить також нестача теоретичного осмислення практичного досвіду в цій царині.

### **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації**

Ознайомлення зі змістом дисертаційної роботи та науковими публікаціями автора дає підстави стверджувати, що теоретико-методичні положення, практичні висновки і рекомендації, сформульовані здобувачем, є достовірними і обґрунтованими. Змістовно сформульовано актуальність теми, мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження, а також ґрунтовно визначено наукову новизну та практичне значення роботи. Дисертація є комплексною, предмет дослідження вивчено всебічно та системно. Автором опрацьовано значний обсяг теоретичного та фактичного матеріалу, що базується на фундаментальних–положеннях сучасної науки та результатах наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених. Цілісність роботи забезпечується належним структуруванням матеріалу. Логічність побудови викладення матеріалу дозволило автору перейти від аналізу сучасного стану проблеми до її вирішення.

### **Оцінка структури та змісту дисертації**

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (349 поз.) і додатків (на 142 стор.). Загальний обсяг роботи становить 389 сторінок, з яких основного тексту – 247 сторінок.

*У вступі* обґрунтовано актуальність теми, сформульовано об'єкт, предмет, новизну, методи, теоретичне і практичне значення результатів дослідження, вказано зв'язок роботи з науковими програмами, планами і темами.

*У першому розділі* проаналізовано стан наукової розробки теми за основними напрямками дослідження щодо створення вебсайтів електронної комерції як об'єкту дизайн-діяльності. Розглянуто феномен дизайну вебсайту та його складових, що стає предметом дослідження науковців різних галузей знань. Охарактеризовано джерельну базу дослідження; обґрунтовано методику і стратегію дослідження. Комплексність проблематики обґрунтовано застосуванням методології системного підходу для вирішення проєктних завдань дослідження, що становлять його методологічну основу та вимагають доцільності поділу першоджерел на дві взаємопов'язані групи: теоретичні праці присвячені появі, історії розвитку та становлення сучасного

дизайну вебсайтів та їх визначників; праці, які присвячено особливостям дизайну сторінок вебсайтів та складовим їх візуальної ідентифікації. Дисертантом ґрунтовно проаналізовано, що дослідження в галузі дизайну, мистецтва та психології свідчать про вплив візуальних та вербальних елементів брендів та їх сайтів. За результатами аналізу наукової літератури виявлено, що символи, пов'язані з певними елементами логотипу, його кольором, шрифтом, назвою бренду впливають як на конкретне сприйняття бренду, так і на загальну його оцінку, що визначає особливості створення дизайну вебсайтів електронної комерції. Доведено, що й дотепер відсутня науково обґрунтована мистецтвознавча думка щодо можливостей впливу естетики художнього образу на світогляд споживачів сучасного дизайн-продукту. Саме цей фактор стає визначним у комерціалізації дизайн-продуктів різного призначення та сегментів, а також у визначенні трендів просування інформаційного контенту в інтернет-просторі відповідно до напрямів діяльності сучасних маркет-плейсів.

*Другий розділ* присвячений розгляду особливостей дизайну та еволюції художнього образу вебсайту електронної комерції, простежено розвиток технологій проектування сторінок вебсайту, а також взаємовпливу естетики, ергономіки сайту та комерційного успіху підприємств. Визначено, що для вебсайтів електронної комерції незалежно від типу підприємства і товарної категорії використовують ієрархічну структуру, що передбачає кілька гілок (товарних категорій) з двома і більше рівнями вкладеності. Васильєвим О.С. розроблено ієрархічну структуру вебсайту електронної комерції у вигляді схеми, компонентами якої передбачено мінімально необхідний перелік основних, службових і інформаційних сторінок для успішної комерційної діяльності вебсайту в інтернет-системі. Показано, що різні сторінки вебсайту електронної комерції мають різну структуру, але їх обов'язковими складовими є логотип, хедер і футер. Найбільш різноманітною виявлено структуру головних сторінок вебсайтів електронної комерції, яка залежить від типу підприємства і товарної категорії. Досліджено особливості композиційних рішень сторінок вебсайтів електронної комерції та визначено контент основних інформаційних блоків. Виявлено і охарактеризовано складові, що забезпечують єдність всіх сторінок вебсайту електронної комерції. За результатами дослідження каталогів вебсайтів електронної комерції розроблено їх типологію стосовно місця розташування, виду представлення інформації та застосування на різних сторінках вебсайтів маркетплейсів і вебсайтах інтернет-магазинів люксового сегменту. Надано характеристику типових композиційних рішень карток товарів, як основного носія візуальної і текстової інформації про контент вебсайту. Також дослідженнями виокремлено основні типи композиційно-графічних рішень у естетиці розвитку модних тенденцій вебсайтів електронної комерції; охарактеризовано типи сторінок вебсайтів за визначеною діяльністю підприємств. Автором представлено типологію композиційно-графічних рішень сторінок вебсайтів різних типів та сфери діяльності підприємств електронної комерції.

*Третій розділ* роботи присвячено розробці алгоритму створення дизайну вебсайтів електронної комерції з урахуванням сучасних тенденцій та на основі проектних вимог. Дисертантом наголошено на застосуванні підходів у проектуванні відкритих дизайн-систем, здатних активно донести до споживача інформаційні меседжі комерційних вебсайтів у їх практичному застосуванні, обґрунтовано просторово-композиційну організацію у створенні логотипів вебсайтів електронної комерції. Представлено типологію знаків внутрішньої інфографіки, що забезпечують комунікацію користувачів з вебсайтами підприємств електронної комерції. Окрім того, аспірантом доведено, що існує різноманіття дизайну сучасних логотипів відомих брендів вимагає застосування принципів трансформаційного перетворення у графічній візуалізації застосуванням трендових кольорів та шрифтів, а також у співіснуванні та субординації складових елементів модельних лінійок логотипів вебсайтів. Досліджено трансформації композиційних рішень та особливості проектування логотипів вебсайтів, зафіксовано зміни у естетичних уподобаннях споживачів вебсайтів – спостерігаємо застосування так званих логотипів-трансформерів для забезпечення їх комерційної привабливості. Васильєвим О.С. аргументовано зазначено, що варіантом створення актуальних проектних рішень також є можливість складання елементів з модулів, визначаючи композиційний устрій вебсайту електронної комерції, які постійно розвиваються та змінюються. Наголошено, що технологічний прогрес, зміна споживчих вподобань і нові модні тенденції впливають на естетику вебсайту. Визначено доцільність створення чистого, простого та зрозумілого дизайну, що сприятиме розвитку сучасних вебсайтів електронної комерції у їх практичному застосуванні як засобу підвищення економічної доцільності роботи сучасних підприємств. Все вищезазначене дозволило розроблено проектну модель, яка відтворює дизайн-процес, надає змогу інтегрального проектування у системному вирішенні завдань створення вебсайтів та являє собою зручний інструментарій для представлення складної інформації у простій формі для подальшої реалізації на платформах CMS.

Висновки дослідження відображають його основні результати.

Отже, сформульований у дисертації Васильєва О.С. зміст відповідає меті, завданням та висновкам. Наукова обґрунтованість та достовірність положень, висновків і рекомендацій забезпечені вибором методів дослідження, достатньою теоретичною базою та вирішенням поставлених завдань.

### **Новизна наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації**

Наукова новизна результатів дослідження полягає у систематизації еволюційних трансформацій та художньо-композиційних особливостей дизайну вебсайтів електронної комерції. Також значним науковим доробком стало виявлення взаємовпливів естетики та ергономіки сайту як засобу комерційної успішності сучасних підприємств. В роботі виконано великій



обсяг аналітичних досліджень у вивченні еволюції дизайну вебсайтів електронної комерції в світовому контексті, визначено і охарактеризовано основні етапи розвитку, що в подальшому стало підґрунтям у створенні багатьох типологічних схем, вивчення структурних особливостей забезпечення успішної роботи комерційних сайтів.

Дисертантом вперше запропоновано типологію структури вебсайтів електронної комерції відповідно ієрархії та на основі критеріїв візуальної презентації, засобів художньої виразності, особливостей дизайну обов'язкових інформаційних блоків; виявлено основні тренди у графічному представленні знаків візуальної комунікації інтерактивного середовища інтерфейсу користувача комерційних вебсайтів. Все це дозволило науково спрогнозувати тенденції розвитку, розробити алгоритм та проектну модель створення вебсайту електронної комерції для подальшої реалізації на платформах CMS, що в подальшому реалізовано автором у практичному застосуванні.

Дисертаційна робота є завершеною науковою працею і свідчить про дотримання принципів академічної доброчесності. Використані ідеї, результати, схеми, фото та матеріали сайтів, тексти інших авторів мають належні покликання на відповідне джерело. Представлена дисертація є самостійною роботою, здійсненою в галузі дизайну та мистецтвознавства.

#### **Повнота викладу результатів дослідження в опублікованих працях**

Наукові результати дисертації висвітлені у 16-ти наукових публікаціях (9 – одноосібних, решта у співавторстві), з них 5 – у фахових наукових виданнях України категорії «Б», 1 стаття у закордонному виданні, 10 публікацій засвідчують апробацію результатів дослідження на всеукраїнських та міжнародних наукових конференціях і симпозіумах, з яких 3 – за кордоном. В цілому, наукові результати, викладені в дисертаційній роботі, повністю висвітлені у наукових публікаціях та відповідають вимогам п. 8-9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12.01.2022 р.

#### **Практичне значення і впровадження результатів дослідження**

Висвітлені у дисертації наукові положення, зокрема узагальнення світового та українського досвіду застосування комп'ютерних моделей та інноваційних засобів сучасного дизайну мають важливе значення та збагачують вихідну базу даних для подальших досліджень та практичного застосування при проектуванні вебсайтів електронної комерції. Наукові результати та основні положення дисертаційного дослідження впроваджено в освітній процес Київського національного університету технологій та дизайну при підготовці студентів спеціальностей 022 Дизайн освітньої програми «Мультимедійний дизайн» при курсовому і дипломному проектуванні, при викладанні дисциплін «Дизайн WEB-сайтів», «Композиція та

кольорознавство», «Комплексне дизайн-проектування». У межах дослідження та реалізації дизайн-проєкту, автором розроблено та впроваджено дизайн вебсайтів декількох інтернет-магазинів, що надало змогу забезпечити практичну перевірку отриманих результатів та доцільність їх застосування.

### **Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації**

Попри загальну позитивну оцінку роботи, слід висловити деякі зауваження і побажання:

1. Творчий потенціал мислення автора, його зацікавленість технологічними новаціями та схильність до аналізу статистичних даних є позитивами дисертації, що вирізняють її поміж інших. Проте, розпорошеність напрямків вказує на відсутність чітких рамок дослідження. Так, автор приділив значну увагу дослідженню колірних та шрифтових значень логотипів веб-сайтів електронної комерції, при цьому результати винесено у додатки;

2. Потрібно відзначити значний за обсягом та систематизований за розділами дисертації ілюстративний матеріал, представлений у додатках, що вдало візуалізує та уточнює зміст роботи. Однак варто було б виділити заголовки з позначенням додатків великими літерами з відповідними їх назвами (Додаток В.2, Додаток В.3), виокремити додатки до підрозділу у розділах 2 і 3, що ілюструють сучасні веб-сайти електронної комерції, здійснивши нумерацію ілюстрацій в межах кожного підрозділу. Також, в додатках до дисертаційної роботи доцільно б було в табличній формі надати повний перелік розглянутих веб-сайтів електронної комерції за товарними категоріями та країнами функціонування з позначенням їх основних визначників, таких як логотип, фавікон, електронна адреса. Все це значно б підвищило якість візуального матеріалу.

3. В якості побажання зазначимо, що було б доцільним конкретніше окреслити перспективи подальших наукових досліджень у даній галузі мистецтвознавства.

Втім, висловлені зауваження не є визначальними, мають рекомендаційний характер і не впливають на загальну позитивну оцінку дисертаційної роботи О. С. Васильєва.

### **Загальна оцінка роботи та її відповідність встановленим вимогам Порядку присудження наукових ступенів**

Дисертаційна робота Олександра Васильєва – здобувача ступеня доктор філософії на тему «Дизайн веб-сайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти» виконана на достатньому науковому рівні, не порушує принципів академічної доброчесності, є завершеним науковим дослідженням, сукупність теоретичних і практичних результатів якого розв'язує важливе наукове завдання щодо створення дизайну комерційних вебсайтів та має вагоме значення для мистецтвознавчої науки. Слід відзначити рішучий крок дисертанта щодо введення проблематики дизайну вебсайтів у мистецтвознавчу науку, а також значні досягнення у вирішенні завдань

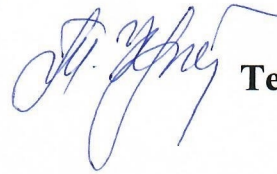
дослідження. Робота приваблює насиченістю фактів та значною кількістю зібраного інформаційного матеріалу, наведеного у додатках.

За актуальністю, практичною цінністю та науковою новизною отриманих результатів дисертаційна робота Васильєва О.С. відповідає вимогам чинного законодавства України, що передбачені в п. 29 Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» №261 від 23.03.2016 р. зі змінами, внесеними згідно з Постановами Кабінету Міністрів України № 283 від 03.04.2019 р. та № 502 від 19.05.2023 р., а також п. 6 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 р. № 44.

Здобувач Васильєв Олександр Сергійович заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 Дизайн в галузі знань 02 Культура і мистецтво.

**Рецензент:**

**доктор мистецтвознавства, професор,  
професор кафедри мистецтва та дизайну  
костюма Київського національного  
університету технологій та дизайну**



**Тетяна КРОТОВА**

