

Назарова Лилия Рашидовна

кандидат педагогических наук, доцент,

факультет дизайна,

Национальный Исследовательский Университет «Высшая школа экономики»

113054, Москва, ул. Мясницкая, 20

[Статья из рубрики "Архитектура и дизайн"](#)

Аннотация: Композиционная деятельность по созданию музейного веб-сайта направлена на организацию элементов художественной формы (текста, двухмерной и трёхмерной графики, аудио- и видеоматериалов) и соподчинения друг другу его компонентов. Это позволяет достичь определенной гармонизации пространства мультимедийного продукта как творческого продукта, сформулировать и уточнить эмоционально-образную структуру и характер звучания и планировать особенности потребительской культуры. Для дизайнера важно умение выразить свой замысел с помощью изобразительных средств, сделать его доступным и понятным зрителю. Объектом проводимого автором данной статьи исследования выступает дизайн-проектирование музейного веб-сайта как мультимедийного продукта. Предметом исследования является процесс проектирования музейного веб-сайта как мультимедийного продукта. Критерии оценки дизайна музейного веб-сайта как мультимедийного продукта: структура сценария мультимедийного продукта (многовариантная, нелинейная), функциональность (удобство навигации, эргономичность при просмотре), адекватная режиссерскому замыслу композиционная цельность дизайна мультимедийного продукта, соответствие стилистическим признакам одной из трёх парадигм развития искусства (классика, модернизм, постмодернизм).

Ключевые слова: веб-сайт музея, дизайн-проектирование, мультимедийный продукт, стилиобразование в дизайне, гипертекст, интернет, навигация, графика, виртуальная реальность, новые информационные технологии

DOI: 10.7256/2306-1618.2014.1.11061

Различные формы аудиовизуального искусства все более тесно взаимодействуют как между собой, так и с традиционными формами культурной деятельности в музее.

Различные формы аудиовизуального искусства все более тесно взаимодействуют как между собой, так и с традиционными формами культурной деятельности в музее: В Интернете получили широкое распространение видеоклипы виртуальных экскурсий по музеям и

выставочным залам, создаются электронные аналоги альбомов по искусству. Развитие информационного обеспечения посетителей: разработка и внедрение информационных систем навигации с помощью информационных киосков, дисплеев, аудио-плеера с записью экскурсии и т.п. оказывает существенное влияние на посещаемость музеев. Востребовано предложение новых услуг на музейных сайтах, продвижение сайтов за счёт расширения аудитории подросткового возраста, создание новых специализированных музейных Интернет-проектов для детей и подростков (виртуальные экскурсии в игровой форме, игры-раскраски, викторины, кроссворды, рассчитанные на получение интенсивной обратной связи).

Основным различием музейных сайтов является принадлежность к одной из двух разновидностей: официальный сайт (представительство в сети Интернет) учреждения культуры или виртуальный ресурс, не имеющий здания, фондов и физических единиц хранения. В современном мире не важна принадлежность к тому или иному министерству, ведомству либо агентству. Как государственный, так и частный музеи имеют в наличии фонды как вещественное воплощение экспонатов и реализуют культурно-просветительские, образовательные, научные и др. программы.

Исследуя стилеобразование в дизайне музейных веб-сайтов, я пришла к выводу, что развитие веб-дизайна отражает все парадигмы графических стилей XIX-XXI веков.

Классика, модернизм и постмодернизм как основные парадигмы исследуемого периода (конец XIX и начало XXI века до наших дней) в целом воплотились в дизайне музейного веб-сайта.

Признаки парадигм стилеобразования в дизайне.

Классика. Признаки: формообразность, первичность формы. Ключевой вопрос: Как выглядит?

Модернизм: Признаки: главное, это цель, назначение продукта. Ключевой вопрос: Для кого?

Постмодернизм: главное, это идея, смыслообразность. Даже если нет идеи, то в этом тоже и есть идея. Признаки: контекстуальность, орнаментальность, аллюзорность.

Ключевой вопрос: Про что?

Композиционная деятельность по созданию мультимедийного продукта.

Относительно сайтов виртуальных музеев я согласна с мнением Лебедева А.В. «...Просмотр данного типа сайтов убеждает, что сегодня “виртуальным музеем” могут назвать любой набор изображений с пояснительными текстами. ...В этой связи хотелось бы предложить коллегам такое терминологическое ограничение: давайте называть *виртуальными музеями* только сайты, сделанные по законам *музейного проектирования*. Оно предполагает

наличие *научной концепции*, архитектурно-художественной концепции (применительно к Интернет последнюю точнее было назвать “*концепцией дизайна*”) и связующего их *экспозиционного сценария*.» ^[6].

Композиционная деятельность по созданию мультимедийного продукта направлена на организацию элементов художественной формы (текста, двухмерной и трёхмерной графики, аудио- и видеоматериалов) и соподчинения друг другу его компонентов. Это позволяет достичь определенной гармонизации пространства мультимедийного продукта как творческого продукта, сформулировать и уточнить эмоционально-образную структуру и характер звучания и планировать особенности потребительской культуры.

Чёткое, грамотное изложение материала и вялое бормотание вызовут противоположные реакции пользователей. В самом начале важно определить, какой образ сформируется в сознании пользователя мультимедийного продукта на этапе первого знакомства при беглом взгляде: стабильности и надёжности, лёгкости и беззаботности, изысканной элегантности, детской непосредственности или какой-то иной. Внимание различных категорий пользователей из разных социальных, профессиональных и возрастных групп можно привлечь и удержать грамотно оформленными текстовыми материалами, оптимизированной графикой, использованными к месту анимацией и иллюзией трёхмерности. Перед дизайнером стоит сложная задача: организовать мультимедийный продукт не только правильно с точки зрения качества содержания, но и потребительского удобства навигации и структурирования материала.

Большинство пользователей, прежде чем начать внимательно изучать текст, пытаются уловить суть изложенного материала, т.е. просматривают материал «по диагонали», следовательно, нужно оформить его так, чтобы ключевые моменты сразу бросались в глаза. Обязательные требования — членение материала и упорядочивание элементов. Охватывая взглядом страницу, пользователь видит в первую очередь структуру. Беглое чтение зависит от ширины полосы набора и интерлиньяжа, от количества колонок и табуляций, от свободного пространства на странице — т.е. от композиционного построения ^[1]. Хороший дизайн не кричит.

Целесообразно организованная страница мультимедийного продукта получается красивой. Строка в колонке не должна быть длиннее 150-170 мм. Очень важно для удобочитаемости количество знаков в строке, оптимально — от 50 до 60. Длинные строки не только усиливают горизонтальное членение, но и утомляют зрение. Короткие строки узкого столбца заставляют глаз слишком часто переходить на нижний уровень, а также увеличивают количество переносов и неравномерность межсловных пробелов.

При маленьком интерлиньяже (межстрочном расстоянии) строки сливаются, текст становится плотным, невыразительным, серым. Большой интерлиньяж несколько замедляет чтение и акцентирует линейное восприятие и контрформу (белый незаполненный фон). В современном типографическом дизайне очень популярны большие пробелы — пустое пространство на странице, например, между полосой текста и иллюстрацией. Это не пустота незаполненного фона, а важный элемент дизайна. По восточной философии пустое пространство определяет сущность формы: сущность горшка в пустоте внутри, без неё это просто комок глины; сущность дома не в стенах, окнах и дверях, а в том, что находится между ними.

Распределение информации между несколькими страницами, связанными друг с другом посредством гиперссылок, может способствовать сокращению текста без ущерба глубине рассмотрения вопроса. Каждая отдельно взятая страница может быть достаточно лаконичной и, в то же время, всё гиперпространство в совокупности может содержать значительно больший объём информации, чем можно передать в печатном издании.

Длинные и подробные описания могут быть перенесены на вторичные страницы, доступные посредством гиперссылок. Доступ к информации, представляющей интерес для ограниченного круга пользователей, также может быть обеспечен посредством гиперссылок, не затрагивая тех из пользователей, которые не испытывают потребности в этой информации.

Гипертекст не следует использовать для разбиения длинного повествования на отдельные страницы. Необходимость загрузки нескольких страниц замедляет чтение и затрудняет вывод информации на печать. Правильная гипертекстовая структура не должна включать в себя единую логическую последовательность (типа ...продолжение на стр. 2). Вместо этого информацию следует разбивать на логические фрагменты, каждый из которых посвящен рассмотрению отдельного вопроса [\[2. 3. 7\]](#).

Основополагающим принципом при этом должно быть предоставление пользователю возможности самостоятельного выбора тех сведений, с которыми он желает ознакомиться, и загрузки только страниц, содержащих эти сведения. Иными словами, формирование гипертекстовой структуры должно выполняться на основании анализа целевой аудитории [\[5\]](#).

Сетка представляет собой набор вертикальных и горизонтальных линий, делящих страницу на модули, в которых размещаются текст и иллюстрации. «...Бумажная страница не содержит сетки, сетка накладывается на неё, в то время как Интернет-страница, согласно принципам своего конструирования всегда разбита на определённые элементы и поэтому всегда является определённой формой сетки. ... К примеру, принципы работы веб-сайтов так

же похожи на телевизионные, как и на книжные – их структура многомерна с большим количеством точек доступа, которые делают время частью структуры» ^[2].

Принципиального различия применения сетки в различных стилях web-дизайна нет, сетка визуально подчёркивается только в *суперминиатюрном табличном стиле* web-дизайна и не видна, но работает в *книжном стиле* web-дизайна как прототип многоколонного набора полиграфического дизайна, а в *плакатном стиле* web-дизайна как приём зонального членения пространства.

В современном искусствоведении для моего исследования актуальны вопросы относительно стилеобразования дизайна музейного сайта как категории аудиовизуального искусства и единицы классификации в дизайне как науке, изучающей отдельные компоненты художественного образа визуальной среды.

Авторская классификация стилей дизайна музейного веб-сайта.

Классика. Суперминиатюрный табличный стиль.

Структура. 2-3 колонная структура, окно фиксированного размера 800x600 пикселей под самый маленький монитор, никогда окно веб-сайта не масштабируется по размеру, иногда применяется обрамление рамок таблицы пунктиром или тонкой линией.

Шрифтовое оформление. Использование системных шрифтовых гарнитур типа *гротеск* (Arial, Verdana), плотное заполнение текстовых блоков.

Колористическое оформление: малый формат фотографий, белый или светлый фон.

Навигация. Дизайн «заходной» страницы веб-сайта инфо структурирован в виде содержания книги (дублируя главное меню), сценарий по типу начало экспозиции/развитие сюжета/кульминация/финал, ссылки при наведении подтянутся или подчёркиваются.

Примеры:

Портал «Музеи» <http://www.museum.ru/>

Портал «Музеи России» <http://www.russianmuseums.info/>

Лыткаринский историко-краеведческий музей <http://www.lytkarinomuseum.ru/>

Великоустюгский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник

<http://ustyug-museum.ru/exhibition.html>

Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник Кижии (The KIZHI State open-air Museum of History, Architecture and Ethnography).

http://kizhi.karelia.ru/main_menu.htm

Веб-сайт Российского этнографического музея (The Russian Museum of Ethnography).

<http://www.ethnomuseum.ru/>

Классика. Книжный стиль. Лучшие образцы веб-сайтов унаследовали прекрасные прототипы в оформлении печатной продукции в области искусства (альбомы по искусству, каталоги, брошюры, буклеты и т.п.).

Структура и навигация: окно фиксированного размера 800x600 пикселей под самый маленький монитор, иногда окно веб-сайта масштабируется по размеру. Ссылки при наведении подтягиваются или подчёркиваются.

Шрифтовое оформление: Для набора используется комбинация двух типов шрифта: шрифт типа *антиква засечками* (Times New Roman Bodoⁿi и т.п.) и шрифт типа *гротеск* (Arial, Verdana). Аккуратное выделение курсивом.

Колористическое оформление: белый или светлый фон веб-страницы, реалистический стиль в изображениях, элементы книжного оформления (буквицы, обилие декоративных линеек). Часто используются фотографии с эффектом сепии «под старину», оцифрованная книжная (станковая) графика.

Примеры:

Государственная Третьяковская Галерея (г. Москва, Россия).

<http://www.tretyakovgallery.ru/>

Государственный историко-культурный музей-заповедник «Московский Кремль» (г. Москва, Россия). <http://www.kreml.ru/>

Литературно-мемориальный музей Ф.М. Достоевского (г. С.-Петербург, Россия).

<http://www.md.spb.ru/>

Государственный Русский музей «The Russian Museum» (г. С.-Петербург, Россия).

<http://www.rusmuseum.ru/>

Эрмитаж (г. С.-Петербург, Россия). <http://hermitagemuseum.org/>

Музей Царицыно (The State Historical, Architectural, Art and Landscape Museum-Reserve Tsaritsyno)

<http://www.tsaritsyno-museum.ru/>

Государственный Музей Изобразительных Искусств им. А.С. Пушкина «The Pushkin Museum of Fine Arts» <http://www.arts-museum.ru/>

Модернистский «плакатный» стиль. Стиль чертежей и моделей, плакатной графики и чистой типографики.

Структура: Чёткое зональное членение страниц

Шрифтовое оформление: несистемные подгружаемые пользователем шрифты.

Колористическое оформление: заполнение плоскости локальным цветом или неконтрастным градиентом, много фона.

Примеры:

Государственный Исторический Музей (до ре-дизайна был создан в *суперминиатюрном табличном стиле*). <http://www.shm.ru/>

Политехнический музей (г. Москва, Россия). <http://www.polymus.ru/>

Лувр (г. Париж, Франция) <http://www.louvre.fr/>

Чикагский музей института искусства The Art Institute of Chicago (Chicago, USA)
<http://www.artic.edu/>

Центр современного искусства (г. Киев, Украина) <http://pinchukartcentre.org/>

Мультимедиа Арт Музей (г. Москва, Россия) <http://www.mamm-mdf.ru/>

Музей мексиканской художницы Фриды Кало, созданный с использованием Flash-технологий.

<http://www.museofridakahlo.org.mx/>

Национальный музей природы и науки (г. Токио, Япония)

<http://www.kahaku.go.jp>

Постмодернизм.

Становясь общепризнанным явлением, модернизм переходит в следующую стадию, стадию постмодернизма, не только заигрывающего с массовым человеком, массовым сознанием, но и активно формирующего этого человека посредством новейших технологий.

Модернистская чёткая, но маршрутизация музейного сценарного пространства заменяется интерактивной чувственностью. Линейность выстраивания маршрута и восприятия музейного пространства остаётся в прошлом. Постмодернистские практики самостоятельного творческого освоения накопленного культурного тезауруса размывают эту схему. Не последнюю роль в данном процессе сыграло развитие компьютерной виртуальной реальности с её гипертекстуальным пространством, нацеленным на интерактивное воздействие.

Классикой постмодернистской парадигмы для меня является веб-сайт Олега Пащенко <http://www.conclave.ru/> Сложная, нелогичная на первый взгляд структура затягивает, погружает в пространство химер, этому способствует тягучая музыка и анимированная навигация.

На примере двух веб-сайтов музеев обобщим основные стилевые признаки постмодернистского веб-дизайна в музейной сфере.

Музей Junibacken (г. Стокгольм, Швеция)

<http://www.junibacken.se/index.php>

Структура и навигация: веб-сайт создан для детей по мотивам рассказов писательницы Астрид Линдгрэн. На веб-сайте музея интересно реализовано меню (выпрыгивающие рисунки при наведение на рубрику).

Колористическое оформление: под целевую аудиторию игровое решение графики.

Шрифтовое оформление: использование несистемных шрифтов, передающих атмосферу музея.

2 пример. Нелогичная структура и навигация представления интерфейса структуры музея как несколько постеров в Boijmans. Сложная на первый взгляд навигация тем не менее логична в своей цели – передать многослойность музейного пространства. Колористическое оформление с плотной орнаментальной графикой. Шрифты системные.

Примеры:

Boijmans – Музей истории голландского искусства (Rotterdam, the Netherlands).

<http://www.boijmans.nl>

Музей Coca-Cola (Atlanta, USA)

<http://www.worldofcoca-cola.com/>

Музей головоломки.

<http://www.muzeinie-golovolomki.ru/>

Львовский музей пивоварения (г. Львов, Украина)

<http://www.lvivbeermuseum.com/>

Новые разработки стараются удовлетворить прихотливую чувственность «перекормленного» пользователя, стимулируя появление и усовершенствование техники и технологии. К одной из таких тенденций относится *параллакс-скроллинг*. Параллакс-скроллинг является классным дизайнерским концептом, который прокладывает свой путь в мир веб-дизайна. Сутью данной технологии является иллюзия трёхмерного изображения при прокручивании (скроллинге) страницы или при переходе на страницу. При навигации скорость изменения траектории смещения переднего плана и основным контентом различны, они смещаются с разной скоростью при прокрутке. Параллакс-скроллинг — это хороший трюк, который может привлечь внимание молодёжной аудитории. И его всегда можно применить независимо от того, где он применяется, в сложном мультистраничном веб-сайте, или же простом одностраничном веб-сайте-визитке.

Выводы: Композиционная деятельность по созданию мультимедийного продукта направлена на организацию элементов художественной формы (текста, двухмерной и трёхмерной графики, аудио- и видеоматериалов) и соподчинения друг другу его компонентов. Это позволяет достичь определенной гармонизации пространства мультимедийного продукта как творческого продукта, сформулировать и уточнить эмоционально-образную структуру и характер звучания и планировать особенности потребительской культуры.

Для дальнейшего развития теории необходимо всестороннее изучение закономерностей и основ мультимедийных технологий с позиции проектной культуры дизайн-проектирования и эстетического восприятия культурных ценностей с целью открытия как общих, так и частных законов дизайн-проектирования, позволяющих более осознанно продвигаться по пути освоения и развития мультимедиа-дизайна.

Библиография

1. Кирсанов Д. Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова. — СПб: Символ-Плюс, 2006. —376 с.: цв.ил.
2. Дворко Мультимедиа: творчество, техника, технология. — Изд-во: СПбГУП 176 стр. — 2005 г.
3. Разлогов К.Э. Новые аудиовизуальные технологии — Изд-во: Эдиториал УРСС, 488 стр. — 2005 г.
4. Робертс Л., Трифт Дж. Дизайнер и сетка. — Изд-во: РИП-холдинг, 159 стр. — 2005 г.
Использованные электронные источники:
5. Артамонов А. А., Музалевская И. М. Музейные образовательные ресурсы и ресурсы по культуре в Интернет: обзор, типология, особенности, перспективы. // Тезисы доклада на VIII конференции представителей региональных научно-образовательных сетей «RELARN-2001») — (Рус.).-URL:http://www.relarn.ru/conf/conf2001/report_45.html [15 апреля 2008]
6. Лебедев А.В. Музейные представительства в Интернет. Российский и зарубежный опыт. // Тезисы доклада на II конференции «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии-1998») — (Рус.).-URL: http://www.adit.ru/adit98/c98tla_r.htm [15 апреля 2008]
7. Лебедев А.В. Информационные технологии в контексте гуманитарного знания // Статья) — (Рус.).-URL:<http://www.riku.ru/lebedev.htm> [15 апреля 2008]
8. Е.С. Кубашева, А.Г. Гаврилов Методика оценки качества веб-приложений // Программные системы и вычислительные методы.-2013.-1.-С. 28-34. DOI: 10.7256/2305-6061.2013.01.2.
9. Лысенкова М.Ф. Интернет-реклама в контексте политических технологий в современной России // NB: Вопросы права и политики.-2012.-1.-С. 1-20. DOI: 10.7256/2305-9699.2012.1.73. URL: http://www.e-notabene.ru/lr/article_73.html
10. Ван Ш.Л., Войскунский А.Е. Теоретико-эмпирическое исследование становления психологии Интернета в Китае на материале проблемы зависимости от Интернета // NB: Психология и психотехника.-2013.-4.-С. 155-237. URL: http://www.e-notabene.ru/psp/article_738.html
11. Бронников И.А. Политическая коммуникация и современность // NB: Вопросы права и политики.-2013.-4.-С. 66-88. URL: http://www.e-notabene.ru/lr/article_702.html
12. А.Ю. Сморгалов. Математическая и программная модели генерации текстур на графических потоковых процессорах. // Программные системы и вычислительные методы.-2013.-№ 1.-С. 116-128. DOI: 10.7256/2305-6061.2013.01.10.
13. М.Е. Рыженков. Редактирование трехмерного образовательного контента. // Программные системы и вычислительные методы.-2013.-№ 1.-С. 95-105. DOI: 10.7256/2305-6061.2013.01.8