

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

ОПАЛЄВ МИХАЙЛО ЛЕОНІДОВИЧ

УДК 7.05:004.032.6:004.5(043)

**ДИЗАЙН МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ:
СТИЛЬОВІ НАПРЯМКИ І ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ
ВІЗУАЛЬНО-ОБРАЗНОЇ МОВИ**

спеціальність 17.00.07 — дизайн

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства

Харків — 2010

Дисертацією є рукопис

Роботу виконано в Харківській державній академії дизайну і мистецтв Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат мистецтвознавства, професор,
заслужений діяч мистецтв України,
Бойчук Олександр Васильович,
Харківська державна академія
дизайну і мистецтв,
завідувач кафедрою дизайну

Офіційні опоненти : доктор архітектури, професор,
Мироненко Віктор Павлович,
Харківський державний технічний університет
будівництва та архітектури,
завідувач кафедрою дизайну
архітектурного середовища

кандидат мистецтвознавства,
Бородаєв Денис Владиславович,
Київський національний університет
культури і мистецтва,
доцент кафедри графічного дизайну

Захист відбудеться « 10 » лютого 2010 р. об « 11-00 » годині
на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.109.01
у Харківській державній академії дизайну і мистецтв за адресою:
61002, м. Харків, вул. Червонопрапорна, 8.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
за адресою: 61002, м. Харків, вул. Червонопрапорна, 8.

Автореферат розісланий « 9 » січня 2010 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради К 64.109.01,
кандидат мистецтвознавства, доцент

Є. О. Котляр

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Останнім часом мультимедійні презентації стали потужним інформаційним засобом розвитку брендів, успішність яких все частіше визначається швидкістю освоєння ринку електронної комерції. Можна навіть стверджувати, що становлення і виживання брендів стало прямо залежати від участі компаній в цьому мережевому ринку.

Нині дизайн презентацій значною мірою формується під впливом постмодерністських напрямків в графічному дизайні, в ситуації стрімкого розвитку комп'ютерних технологій. Зважаючи на об'єктивну складність і швидкість цих процесів, спроби усвідомити це явище в цілому, а також дати оцінку окремим особливостям дизайну в галузі мультимедіа зустрічаються фрагментарно, як правило, лише у статтях дизайнерів-практиків. Також існують серйозні прогалини в методології та професійній термінології медіадизайну. Що ж до питань напрямків і засобів формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій, то в сучасних дослідженнях в галузі мистецтвознавства до них не доторкаються взагалі. Не існує адекватного визначення і самого терміна «мультимедійна презентація», а ціла низка інших дефініцій з цієї галузі розмиті і суперечливі. Така ситуація ускладнює освоєння розробниками мультимедійних дизайн-проектів інноваційних проектно-художніх прийомів, необхідних для перманентного оновлення як самої структури, так і візуально-стилістичної форми мультимедійних презентаційних ресурсів.

Зв'язок роботи з науковими темами. Робота здійснена згідно плану підготовки наукових кадрів в Харківській державній академії дизайну і мистецтв, також вона є складовою частиною держбюджетної теми «Методика інноваційного дизайну у контексті науково-технологічного прогресу і глобальної екологічної кризи», реєстраційний № 0107U002131.

Метою цієї роботи є розкриття особливостей візуально-образної мови мультимедійних презентаційних ресурсів, а також інших засобів інтерактивних комунікацій, котрі впливають на розвиток дизайну мультимедійних презентацій.

Мета обусловлює наступні **завдання дисертації**:

— проаналізувати ступінь вивчення проблеми у вітчизняних і зарубіжних джерелах і систематизувати існуючий науково-теоретичний матеріал;

— структурувати термінологічний апарат в галузі мультимедіа, дати об'єктивне науково обґрунтоване визначення мультимедійної презентації;

— виявити стильові напрямки у формуванні візуально-образної мови мультимедійних презентацій, які засновані на двох базових складових дизайну: утилітарно-технічній та художній;

— виділити найбільш характерні риси в графічній побудові сучасних інтерактивних інтерфейсів з точки зору конкретних методів, засобів і прийомів формоутворення і виявити основні тенденції інтерактивного представлення інформації про сучасні бренди в мультимедійних презентаціях;

— виділити характерні риси візуально-образної мови мультимедійних презентацій, які містять в собі відбиток традиційних моделей дизайну і запропонувати модель формування візуально-образної мови в дизайні мультимедійних презентацій, що оптимізує їх розробку;

— показати значення передових розробок в галузі мультимедіа в процесі підготовки дизайнерських кадрів;

— окреслити перспективи розвитку дизайну мультимедійних презентаційних ресурсів на найближче майбутнє.

Об'єктом дослідження є дизайн мультимедійних презентацій як сучасний вид проектно-художньої діяльності. Об'єкт дослідження характеризується досить специфічними особливостями: жорсткою прив'язкою до комп'ютерних технологій, що динамічно змінюються та розвиваються з одного боку, і до напрямків формування візуально-образної мови графічного дизайну, які постійно розвиваються — з іншого. В результаті, в дизайні мультимедійних презентацій проектно-художні завдання практично завжди ставляться на новому рівні.

Предмет дослідження: проектно-художній інструментарій дизайну мультимедійних презентацій: стильові напрямки візуально-образної мови, та специфічні засоби комп'ютерного проектування.

Хронологічні рамки дослідження. У роботі розглядаються приклади, особливості, тенденції мультимедійного дизайну з часу появи перших інтерактивних мультимедійних презентацій (середина 90-х років ХХ століття) по наш час.

Географічні межі дослідження. Аналізується матеріал і досвід України, а також провідних країн Європи, США, Канади, Бразилії, Японії, східної частини азійського регіону, розглядаються мультимедійні роботи окремих відомих дизайнерів із цих країн.

Методи дослідження. *Метод класифікації* сучасних напрямків в графічному дизайні дозволив виявити основні стилеутворюючі тенденції у формуванні дизайну мультимедійних презентаційних ресурсів. *Метод композиційно-пластичного аналізу* візуально-образної мови мультимедійних презентацій найбільш відомих світових розробників допоміг виділити найбільш характерні для дизайну інтерфейсів презентацій статичні і динамічні

композиційні засоби. *Метод типології* сприяв розкриттю основних засобів використання технологічних ресурсів, що впливають на мультимедійне формоутворення. *Порівняльний метод* дозволив співставити художньо-образну мову веб-сайтів та продуктів експериментальної анімації і дизайн інтерфейсів та анімованих елементів мультимедійних презентацій, структурувати формальні аспекти стильових напрямків презентацій. *Порівняльно-хронологічний метод* дизайну електронних засобів візуальних комунікацій допоміг виявити динаміку і припустити перспективи розвитку візуально-образної мови мультимедійних презентацій. *Проектно-експериментальний метод* розробки інтерактивних мультимедійних презентацій дозволив застосувати на практиці знайдені в дослідженні закономірності, та впровадити їх у навчальний процес.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в даній роботі вперше:

- введено в науковий обіг цілісне визначення мультимедійної презентації, як нового явища в мультимедійному дизайні;

- розроблена система класифікації мультимедійних дизайн-об'єктів, адаптованих до сучасних технологій проектування;

- виділені основні стильові напрямки розвитку візуально-образної мови в засобах інтерактивних комунікацій та анімаційного дизайну;

- доведена залежність розвитку візуально-образної мови мультимедійних презентацій від напрямків і модних тенденцій в сучасному графічному дизайні, з одного боку, і від розвитку техніко-технологічної комп'ютерної бази та програмного інструментарію — з іншого;

- проведена класифікація напрямків формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій;

- розроблена структура і визначені принципи створення концепції формування візуально-образної мови в дизайні мультимедійних презентацій;

- розкрита специфіка мови дизайну мультимедійних презентацій основних світових виробників з урахуванням особливостей національних шкіл дизайну, а також компаній і фірм, що мають сталі бренди.

Практичне значення одержаних результатів. Запропонована пілотна модель процесу формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій, що може стати основою для подальшої оптимізації розробки інтерактивних мультимедійних презентацій. Результати дисертації можуть бути використані при підготовці фахівців у галузі дизайн-освіти, та розробці навчальних програм, курсів, практичних завдань з дисциплін «Комп'ютерні технології», «Дизайн інтерфейсу», «Основи брендінгу» на відповідних спеціалізаціях у вузах України. Підставою для цього є факт виконання на основі дослідження ряду експериментально-проектних розробок, а саме: серії

мультимедійних презентацій для Харківської академії дизайну і мистецтв, Харківської організації Спілки дизайнерів України, Міжнародної трієнале екологічного плакату «4-й Блок», Міжнародного конкурсу плакату «АНТИСНІД» (Харків), Міжнародного бієнале «Золота бджола» (Москва).

Особистий внесок здобувача. Визначення основних критеріїв подання інформації в мультимедійних ресурсах Інтернету, створення теоретичної комплексної бази для розробки мультимедійних презентацій. Основні результати дослідження отримані автором особисто.

Апробація результатів дисертації. Результати дослідження було впроваджено у навчальні програми кафедр «Графічний дизайн» та «Дизайн інтерактивних засобів візуальних комунікацій» Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Отримані результати також використовувались у створенні програм викладання серії майстер-класів у Курському державному університеті (2005-2009 рр.), у Санкт-Петербурзькому державному університеті (2006 р.), у Черкаському бізнес-коледжі (2007-2008 рр.). Основні положення дисертації пройшли апробацію у вигляді доповідей на науково-практичних конференціях «Дизайн-Освіта» (Харків, 2007 р.), «Кишеня Вінсента» (Познань, Польща, 2007 р.) і на відкритих лекціях для студентів Курського державного університету (2009 р.), Черкаського бізнес-коледжу (2009 р.), Черкаського державного технічного університету (2009 р.).

Публікації. Основні положення та результати дослідження опубліковані в 5 статтях у збірниках ВАК України (4) і Росії (1).

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з вступу, чотирьох розділів, трьох додатків. Повний обсяг дисертації 307 стор. Основна частина тексту становить 170 стор. Додаток А — 45 позицій, додаток Б — 87 ілюстрацій, додаток В — 7 позицій. Список літератури складається з 203 джерел.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтована актуальність теми, позначена мета, завдання, об'єкт і предмет дослідження, визначені територіальні і хронологічні межі, вказані методи дослідження, розкрита наукова новизна і практичне значення роботи, особистий внесок автора. Представлено інформацію про апробацію результатів роботи, структуру й обсяг дисертації.

У **розділі 1 «Теоретичні розробки в галузі мультимедійного дизайну. Стан питання і методологія дослідження. Понятійний апарат. Системи класифікації»** проаналізовані джерела та визначено методологічний підхід до вивчення теми, розглянуто сучасний понятійний апарат у досліджуваній області, проведена класифікація об'єктів медіа-дизайну.

У підрозділі 1.1. «*Історіографія та рівень теоретичного осмислення мультимедійного дизайну*» показано, що найбільш актуальними для даного дослідження є фундаментальні роботи, опубліковані за останні 5-6 років. Це стосується як українських і російських дисертацій і монографій, так і перекладених і оригінальних зарубіжних видань. Спектр наукової літератури суттєво розширився завдяки унікальному сервісу віртуальної бібліотеки Google, що дозволив ознайомитися з частковими, а іноді і з повними текстами електронних копій вітчизняних і зарубіжних наукових друкованих видань. Додатково була використана оперативніша інформація, яка знаходиться у вигляді статей на сторінках спеціалізованих веб-сайтів. Важливою базою для наукового аналізу проблем в галузі дизайну мультимедійних презентацій є досить велика кількість статей дизайнерів-практиків, що описують модні тенденції у веб-дизайні та систематизують з тих чи інших позицій дизайн веб-ресурсів.

Видатним теоретиком, що передбачив появу мультимедіа, є Г. М. Маклуен. У В даний час найбільш яскравим продовжувачем його вчення є американський дослідник М. Кастельс, що вивчає феномен Інтернету і його вплив на різні сфери людської діяльності. Однією з перших монографій, присвячених різним аспектам мультимедіа, слід вважати роботу І. Вернера. Мультимедіа, як інструмент бізнесу, досліджено в монографії німецького вченого М. Кірмайера, а аспекти мультимедіа, як феномена культури досить докладно проаналізовані в дисертації О. Шликової. З розвитком інформаційних технологій з'явилася можливість машинним способом синтезувати віртуальну реальність. Для теоретичних досліджень у цій галузі у Москві був створений Центр віртуалістики під керівництвом М. Носова. Разом з ним співробітниками цього центру: А. Акчуріним, М. Шагуровим, В. Розіним та іншими досить детально вивчаються особливості віртуальної психології. Базові положення семіотики, володіння якими структурує об'єкт медіадизайну і сприяє його осягненню, визначені в роботах В. Іванова, М. Лотмана, В. Тернера.

Найбільш повна оцінка стану комп'ютерного ринку, який можна порівняти з нескінченною гонкою за лідером, дана в двох роботах Н. і Д. Чепмен, перевидання яких вийшли у 2003 і 2006 рр.

Основні роботи з технології мультимедіа розподіляються по ряду наступних напрямків:

— теорія комп'ютерної графіки і принципи обробки зображень (G. A. Vaxes; J. D. Foley; Andries van Dam, K. F. Steven and J. F. Hudes; V. Gortz);

— анімація і тривимірне моделювання (J. Chapmen; I. V. Kerlow; K. Laubourne; M. O'Rourke; M. Watt);

- гіпертекст і гіпермедіа (J. Conklin; M. McCullough);
- мультимедіа та мережі (J. Crowcroft, M. Handley, and I. Wakeman; D. Kosiur);
- цифрове аудіо (K. C. Pohlmann), цифрові відео-технології (C. A. Poynnton; R. Thompson);
- теорія кольору (J. Itten; R. Jackson);
- теорія фільму (B. F. Kawin; R. Williams).

Питання сучасного візуального сприйняття розкриваються П. Родькіним. В. Головач описує основні аспекти дизайну, що складають і сам процес дизайну інтерфейсів. Одним з вичерпних посібників з побудови ефективної взаємодії інтерфейсу веб-сайту з користувачем є книга засновника дисципліни *юзабіліті*¹ Я. Нільсена. Е. Тафт в серії своїх книг наводить і роз'яснює базові принципи максимально повного і зрозумілого подання даних. Кілька років тому в Інтернеті стало активно обговорюватися таке явище, як Веб 2.0. За визначенням видавця Т. О'Рейлі, який першим проаналізував феномен Веб 2.0, це — методика проектування систем, які завдяки мережевим взаємодіям стають тим краще, чим більше людей ними користуються.

У наведеній вище частині огляду літератури розглядаються, в основному, технічні, технологічні та ергономічні аспекти проектування мультимедійних програм. Іноді статті про дизайн мультимедійних систем у розумінні оформлення інтерфейсів, посилення естетичного враження від взаємодії користувача з мультимедійним продуктом можна зустріти в Інтернеті на різних дизайнерських порталах і в блогах. Але вони, як правило, носять описово-дискусійний характер і не містять чітких професійних оцінок. Фундаментальних сучасних досліджень, що мають безпосереднє відношення до дизайну мультимедійних презентацій до теперішнього часу в Україні не проводилося.

Основою для розгляду просторових композиційних форм в інтерфейсах мультимедійних презентацій стала відома в колі художників-проектантів монографія В. Крінського, І. Ламцова і М. Туркуса 1968-го року, у якій докладно розглядаються властивості різних видів композиції, і висуваються їх визначення. Надалі ці положення були розвинені В. Устїним. В даний час С. Серов простежує зміну трьох різних візуальних парадигм у розвитку естетики графічного дизайну. У роботі В. Лебедева досліджуються особливості мультимедійних видань порівняно із друкованими виданнями. Предмету письменної культури у віртуальному середовищі і екранній типографіці як однієї із форм її художнього втілення, присвячено дисертаційне дослідження

¹ **Юзабіліті** (англ. *usability* — дослівно «зручність користування», «застосовність») — поняття в мікроергономіці, що означає загальну ступінь зручності предмету при використанні; термін схожий з терміном «ергономічність», однак має іншу галузь розповсюдження і відрізняється нюансами визначення.

А. Помпеева. Питання гармонізації художньо-проектного образу в мультимедіа розглядалися в дисертаційному дослідженні Н. Дворко. У роботі М. Філіпова були проведені цілеспрямовані пошуки базових принципів дизайну «моніторних» творів, які могли б лягти в основу відповідної дизайнерської методики. У дисертаційній роботі М. Демидової розроблена науково-методологічна основа проектування візуально-звукової композиції в дизайні на прикладі мультимедійних видань. У дисертаційній роботі О. Яцюк розглянуто художньо-гуманітарний потенціал мультимедійних технологій у проектній культурі. Однак при всій значності російських робіт з даної теми, у них відсутні спроби аналізу сучасних напрямків та засобів формування візуально-образної мови мультимедійних дизайн-об'єктів.

Одну з перших спроб розкрити проблематику стилів у веб-дизайні здійснив К. Клонінгер, який запропонував низку авторських стильових моделей в побудові веб-дизайну. Д. Бородаєв, аналізуючи проблеми стилю у веб-дизайні, висуває низку робочих моделей, що впливають на формування стилів. Раніше тема уніфікації графічного дизайну з використанням національних мотивів була висвітлена в дослідженні В. Косіва. Глибинна суть глобалізаційних процесів в дизайні розкрита в фундаментальному дослідженні В. Даниленка. Уявляється, що найбільш повне структуроване та різнобічне дослідження анімаційного дизайну («motion graphics») міститься в монографіях Д. Краснера. Основи методології при підготовці дизайнерів-аніматорів у галузі телебачення, музичного відео, кінематографії та цифрових інтерфейсів викладені в монографії М. Вулмена. Кращі роботи в області анімованого графічного дизайну демонструються в дослідженні С. Кьюрена.

На тлі загальної зацікавленості мультимедіа в світі проводяться все більш інтенсивні її прикладні та фундаментальні дослідження. На цій основі неминуче виникнення передумов появи фундаментальних теоретичних праць для методологічних узагальнень, зокрема, в галузі дизайну мультимедійних презентацій.

У підрозділі 1.2. *«Методологія дослідження. Понятійний апарат: базові терміни і визначення»* виділено і досліджено формотворчі можливості об'єкта «мультимедійна презентація» за ознаками її призначення, а не тільки технічної та технологічної реалізації, розглянуто його крізь призму проектно-художньої культури, оцінки естетичних якостей, особливостей композиційно-художніх побудов. Складність цього завдання полягає в тому, що стильові напрямки в області мультимедіа розвиваються і змінюються дуже швидко, за лічені роки. З іншого боку, зробити певні висновки досить складно через велику кількість матеріалу, що створює небезпеку «потонути» в ньому. У даному дослідженні зроблено спробу підійти до вивчення процесу формування візуально-образної мови в мультимедіа як до складної динамічної

і відкритої системи, виявити професійні та методологічні підходи до трансформації цієї системи.

Відсутність переконливої термінології пояснюється як незрілостю, так і швидкістю розвитку мультимедійних технологій. Така ситуація спонукає більш уважно ставитись до існуючих визначень. У цьому підрозділі детально розглядається ряд дефініцій з галузі мультимедіа.

У підрозділі 1.3. *«Системи класифікації мультимедійних дизайн-об'єктів»* наведено та проаналізовано існуючі системи класифікації. Автором запропонована також власна система, що враховує місце мультимедійної презентації серед інших об'єктів медіа-дизайну. На підставі аналізу отриманих даних введено в науковий обіг наступне ключове визначення мультимедійної презентації: **мультимедійна презентація** — інформаційний дизайн-об'єкт, що демонструє нові результати суб'єкта діяльності в цифровій інтерактивній проектно-художній формі. Застосування цього визначення дозволяє чітко співвіднести той чи інший об'єкт медіа-дизайну до сфери мультимедійних презентаційних ресурсів.

Високотехнологічна галузь мультимедіа стрімко розвивається, і найближчим часом можуть з'явитися абсолютно несподівані об'єкти інформаційного медіа-дизайну. Це означає, що й запропоноване визначення мультимедійної презентації теж може зазнати модернізації.

У розділі 2 *«Сучасні напрямки формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій»* в результаті класифікації масиву мультимедійних презентацій найбільш відомих світових студій і дизайнерів виділені дві групи стильових напрямків, що базуються на утилітарно-технічній та художній складових дизайну.

У підрозділі 2.1. *«Структура інтерфейсів і принципи її візуальної організації»* розглядаються схеми інтерфейсів, засновані на утилітарно-технічній складовій дизайну (група «А»).

Хроніка подій у даній сфері діяльності свідчить про те, що у веб-дизайні і, зокрема, в дизайні мультимедійних презентацій спочатку панував принцип поліграфічного оформлення. Багато канонів оформлення журнальної смуги або газетної статті автоматично переносились на веб-дизайн. Тому перші веб-сайти візуально нагадували традиційну продукцію графічного дизайну: каталоги, проспекти, буклети. Пізніше у веб-дизайні пройшла еволюція структурної організації інтерфейсів, що адаптувала їх до особливостей сприйняття інформації з екрана монітору. Зараз у кращих зразках веб-ресурсів та CD-презентацій дизайнерами використовуються як правила організації візуальної інформації, прийняті в поліграфії, так і принципи зручності інтерфейсів, розроблені дослідниками «юзабіліті». У поєднанні з сучасними прийомами флеш-технологій найкращі зразки мультимедійних презентацій

являють собою найбільш зручний уніфікований інструмент для демонстрації великих обсягів структурованої інформації.

Частина інтерфейсів мультимедійних презентацій побудована на типографіці. Великі, часто анімовані шрифти можуть переважати на екрані, залишаючи графічне оформлення на задньому плані. Іноді «фонова» графіка буває прибрана взагалі. В результаті у мультимедійний дизайн виходять унікальні форми шрифтового інтерфейсу, з'являються нові семантика і образи. Модні графічні елементи Веб 2.0 зараз досить динамічно впроваджуються в оформлення корпоративних веб-сайтів. Нова бізнес-модель Веб 2.0 не могла не накласти відбиток і на дизайн частини презентаційних ресурсів. Було проведено *співставлення* трендів Веб 2.0 в дизайні так званих «корпоративних» веб-сайтів і мультимедійних презентаційних ресурсів.

Порівняльно-хронологічний метод дизайну проаналізованих мультимедійних презентацій дозволив визначити динаміку в розвитку виявлених стильових напрямів дизайну. Наприклад, найбільш інтенсивно видозмінюється напрямок, пов'язаний з модними мистецькими тенденціями, а також стадію активного розвитку проходить напрямок, заснований на графічних особливостях Веб 2.0.

У підрозділі 2.2. **«Графічна мова в дизайні мультимедійних презентацій»** розглядаються схеми інтерфейсів, засновані на художній складовій дизайну (група «Б»).

Широко поширені нині «комп'ютерні» засоби малювання, такі як редактори растрової, векторної та тривимірної графіки, моделювальне програмне забезпечення, наділяють дизайн мультимедійних презентацій новими можливостями. Оригінальні інтерфейси, оформлені художниками з використанням анімації та можливостей інтерактивності набувають якісно новий рівень художньої виразності, представляючи альтернативу попередній групі презентаційних продуктів.

Інтернаціональний стиль в галузі графічного дизайну, відомий у нас під назвою «Нова хвиля», який характеризується вкрай суб'єктивною мовою, проник і в дизайн мультимедійних презентацій. Він досить часто вживається в оформленні інтерфейсів і його легко впізнати за низкою властивих тільки йому графічних особливостей. Можливо, саме в мультимедіа, як ні в яких інших видах проектної творчості, відбувається зміщення цього напрямку з іншими стилістичними, створюються еkleктичні форми. На прикладі дизайну мультимедійних презентацій можна простежити всю еволюцію стильової еkleктики від барвистих колажів, реалізованих засобами різних змішаних графічних технік до «анти-дизайнерських» і так званих «сміттєвих» інтерфейсів.

Модні художні тенденції в оформленні комп'ютерних ігор (піксель-арт) і у відбитті творчої діяльності деяких субкультурних спільнот (кіберпанк) наклали свій відбиток на оформлення мультимедійних ресурсів. На їхній дизайн вплинули також і експерименти деяких дизайнерів з елементами так званої «ділової» і «приладової» графіки. Не завжди ці тенденції зустрічаються в чистому вигляді. З часом змінюється мода на деякі напрямки, відбуваються процеси поглинання одних напрямків іншими. На прикладі піксельного дизайну мультимедійних презентацій можна простежити ранні етапи розвитку візуально-образної мови мультимедійних ресурсів від перших оформлювальних прийомів ігрової графіки у невеликих за обсягом веб-ресурсах до сучасних емоційних порталів, забезпечених анімацією і інтерактивністю. Напрямок візуально-образної мови презентаційних програм, заснований на піксельній графіці, мабуть буде активно розвиватися і далі, гротескно символізуючи технічні та технологічні досягнення.

Виявлені тенденції у формуванні візуально-образної мови мультимедійних презентацій мають всі ознаки стильових напрямків, оскільки кожна з них оперує певним поєднанням чітко позначених стильових ознак, перерахованих вище. Деякі з них, можливо, зникнуть через певний час, інші перейдуть в наступну якість, з'являться нові. Але, незважаючи на умови динамічного вдосконалення галузі мультимедіа ці напрямки залишать свій відбиток на дизайні мультимедійних презентаційних ресурсів на тривалий час.

У розділі 3 «Засоби побудови графічної мови мультимедійних презентацій» розглянуті композиційно-пластичні і динамічні засоби дизайну мультимедійних презентацій.

У підрозділі 3.1. *«Композиційно-пластичні засоби побудови графічної мови»* методом композиційно-пластичного аналізу виявлено комп'ютерні засоби, які використовуються для створення композиції в тривимірному поданні контенту презентацій, розробці інтерактивних флеш-інтерфейсів і впровадженні відеофрагментів і елементів телевізійної трансляції в дизайн мультимедійних презентацій.

Композиційно-пластичні засоби побудови графічної мови мультимедійних презентацій багато в чому визначаються технологіями. Виходячи з аналізу масиву робіт, ці засоби працюють на збільшення комунікативних можливостей презентацій. Пластичні властивості інтерфейсів мультимедійних презентацій визначаються площинним, об'ємним і просторовим характером. Особливо широко такі формотворчі моменти використовуються в мультимедійних презентаціях, що представляють відомі світові бренди.

Окремо можна виділити експериментальні розробки флеш-інтерфейсів, які базуються на активній взаємодії з користувачем. Найчастіше екранні

інтерфейси таких презентацій характеризуються просторовою свободою і великою увагою до динаміки інтерактивних графічних елементів. Перш за все, розширені засоби інтерактивності застосовуються в презентаціях, які містять велику кількість зображень — портфоліо фотохудожників, дизайнерів, дизайнерських студій і ілюстраторів.

Якщо телебачення є середовищем некерованим, що не вимагає зусиль для глядача, то мультимедійні інтернет-програми являють собою динамічні керовані функціональні системи. Можливо, широкосмугове телебачення в Інтернеті стане реальністю в майбутньому, але в даний час запропонований принципово інший підхід до «споживання» візуальної інформації. Насиченість більшості презентацій відеозображеннями стала альтернативою розробкам широкосмугового телемовлення. При сучасних швидкостях передачі даних логічно припустити перенесення принципів зйомки телепередач і на мультимедійні презентації. Створені в останній час презентації, дизайн яких ґрунтується на відеофрагментах, слід вважати «піонерами» в цьому напрямку. Відео стає органічним елементом презентації і представляє собою або фонову складову інтерфейсу, або мережеву віртуальну студію. Працюючи з такими презентаціями, користувач змушений читати тексти, переходити по посиланнях, вибирати відео, сприймати семантику інтерфейсу і т.ін., тобто, вести себе активно. Відбувається своєрідне «повернення до Гуттенбергу».

У підрозділі 3.2. *«Динамічні засоби побудови графічної мови»* розглянуто використання графічних композиційних засобів в мультимедіа, проаналізовані структура та образні рішення анімованих елементів мультимедійних презентацій.

Інтеграція анімованих фрагментів в дизайн мультимедійних презентацій значно підвищує зацікавленість користувача у перегляді і засвоєнні інформації. Анімовані переходи дозволяють створювати різні рівні деталізації контенту, зберігаючи оригінальну подачу інформації. Крім того, динаміка інтерактивних елементів може розширити просторову структуру мультимедійного додатку, перенаправляючи лінійну інформацію в розгалужену, підкреслити її ієрархію. Якщо для автономних систем доставки мультимедійних презентацій обсяги динамічної інформації технічною проблемою не є, то доставка через Інтернет і сьогодні накладає певні обмеження на швидкість передачі анімації. Незважаючи на це, постійно розробляються нові шляхи вирішення проблеми. Зокрема, застосовуються нові платформи і модулі браузерів для відтворення певних типів анімації, збільшується пропускна здатність мереж. Таким чином, дизайнери мультимедіа отримують нові можливості в реалізації своїх ідей, а їх роботи — все більше поширення в межах світової мережі Інтернет.

Завдяки *методу типології* розроблена пілотна модель процесу формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій, яка може стати основою для оптимізації подальших розробок інтерактивної мультимедійної продукції. Ця модель враховує не тільки стильові напрямки та технологічні засоби, що впливають на мультимедійне формоутворення, але також і інноваційну і традиційну моделі дизайну. Фрагментарні риси цих моделей розпізнаються в ряді мультимедійних презентацій різних країн.

Для італійського дизайну презентацій характерні фотореалістичні зображення як фон. Зображення ці ретельно збудовані за композицією і часто є достатньо екстравагантним способом подання бренду. Роботи дизайнерів Великобританії відрізняє чітка прагматична диференціація складної структури мультимедійної презентації, ретельний підбір шрифтів, ідеально підготовлені зображення і строго розраховані композиційні рішення, використання прийомів динамічного, і в той же час зручного інтерактивного подання інформації. Французькі презентації характеризуються використанням яскравих чистих кольорів, уважним ставленням до нюансів освітлення. Це надає французьким роботам життєрадісність, висловлює позитивність брендів.

Чітко вираженою схематичною структурованістю володіють німецькі презентаційні програми. У них, як правило, фотозображення, відеовставки та анімація розміщені в інтерфейсі компактно; віртуальні елементи досить складні, але при цьому мінімалістичні. Польським презентаціям традиційно властивий метафоричний підхід до розробки інтерфейсів. Він дозволяє організувати значну кількість різних за властивостями елементів у єдиному образному презентаційному комплексі. Численні американські мультимедійні презентаційні ресурси демонструють інноваційність засобів взаємодії з користувачем. В них використовуються стрункі та логічні функціональні модульні схеми, що оптимізують образну структуру презентації; винахідливі динамічні інтерактивні конструкції інформаційно-навігаційних блоків, які підтримують систему внутрішніх зв'язків; композиційні побудови інтерфейсів з різним ступенем опрацювання рельєфної пластики з метою формування ілюзії простору. Демонструються також останні технічні нововведення брендів за допомогою всього можливого комп'ютерного арсеналу технологічних засобів. Роботам бразильських дизайнерів властиві експерименти в тривимірному моделюванні, але ними традиційно і активно використовується також експресивна колірна гамма, наближена до природних відтінків. Частина мультимедійних презентацій, виконаних східно-азійськими дизайнерами з Японії, Південної Кореї, Сінгапуру є результатом впровадження новітніх технологій в дизайн. Але ряд цих робіт явно слідкує за художніми традиціями цих країн, що відрізняються в презентаціях чорно-білими художніми рішеннями і виразністю тонально-графічної форми.

У розділі 4 «**Експериментально-проектні розробки мультимедійної продукції з урахуванням вироблених рекомендацій**» представлені, в основному, мультимедійні презентації, виконані автором дисертації в процесі викладацької та самостійної проектно-творчої діяльності.

Сучасний стан ринку України можна охарактеризувати як «ринок брендів, що розвиваються». Одною з особливостей цього процесу є розвиток ринку електронної комерції, безпосередньо пов'язаної з Інтернетом. Для розробки продукції, в котру втілені нові технологічні досягнення і сміливі дизайнерські рішення, потрібна відповідна підготовка дизайнерських кадрів. З цією метою автором розроблено ряд методик, що дозволяють підготувати фахівців, здатних творчо вирішувати проектні завдання зі створення ефективних мультимедійних презентацій.

Проектно-експериментальний метод розробки інтерактивних мультимедійних презентацій дозволив застосувати знайдені в дослідженні закономірності на практиці, впровадити їх у викладацьку діяльність. За період досліджень впроваджена в навчальний процес серія практичних спецкурсів з дисципліни «Комп'ютерні технології» на кафедрах «Дизайн інтерактивних засобів візуальних комунікацій» (ДІЗВК) і «Графічний дизайн» (ГД) Харківської державної академії дизайну і мистецтв (ХДАДМ, Харків, Україна). Розробка експериментально-проектних мультимедійних засобів заснована на послідовному, від курсу до курсу, вивченні можливостей інтерактивних засобів та їх технологічної реалізації в спеціалізованих прикладних комп'ютерних програмах, з урахуванням сучасних тенденцій розвитку дизайну в галузі комп'ютерного проектування. Ця методика є відкритою, тобто модернізується постійно, оскільки вона базується на комп'ютерних технологіях, що стрімко розвиваються.

Одним з результатів роботи за перерахованими напрямками є авторська методика тренінгу з розробки рекламної стратегії великих компаній. В авторській статті «Разработка студентами ХДАДМ рекламного образа для бренда компании МКС» викладаються методи і принципи тренінгу, спрямованого на генерацію ідей з пошуку візуального іміджу компанії.

Ефективною формою викладацької діяльності в області мультимедійного дизайну є проведення короткочасних майстер-класів. Основна проблема, яку доводиться вирішувати в даному випадку — це активізувати «конкретний» спосіб мислення, пов'язаний із програмуванням, у студентів-дизайнерів, які мислять переважно абстрактними образами. У вузьких часових рамках майстер-класу (5-6 днів) відбувається активізація діяльності студентів, виявляється максимальна зосередженість і зібраність, спрямована на розробку дизайну і програмування мультимедійних презентаційних ресурсів.

ВИСНОВКИ

1. З'ясовано, що науково-теоретичний матеріал у російськомовних і вітчизняних джерелах орієнтований, в основному, на фундаментальні розробки теоретичних основ мультимедіа. В закордонних джерелах більше уваги звертається на технічні та технологічні аспекти оптимізації роботи з інформацією. У той же час питання формування візуально-образної мови мультимедіа зачіпаються фрагментарно, у поодиноких статтях дизайнерів-практиків. В них, в основному, описуються результати розробок, але не розкриваються принципи побудови проектно-художніх моделей та відсутня науково-обґрунтована оцінка їх естетичних якостей.

2. З метою упорядкування професійної термінологічної бази дизайну уточнено та конкретизовано ряд визначень. Вперше введено в науковий обіг визначення «мультимедійна презентація», що дозволяє чітко віднести той чи інший об'єкт дизайну до розглянутої в даній роботі області.

3. Розкрито структуру побудови візуально-образної мови мультимедійних презентацій, яка має діхотомійний характер, тобто базується на двох принципових групах стильових ознак. Група «А» заснована на утилітарно-технічній складовій дизайну і містить три стильових напрямки. Перший формується на поєднанні принципів традиційного поліграфічного оформлення та особливостей екранного подання інформації в сучасній інтерактивній мультимедійній презентації. Другий напрямок складають мультимедійні презентації, дизайн яких повністю побудований на експериментах із шрифтовими композиціями, що утворюють інтерактивний тип шрифтової графічної форми. Третій напрямок групи «А» відображає модні графічні елементи нової комунікативної моделі веб-дизайну «Веб 2.0». Метафора «стерильності» інтерфейсу Веб 2.0 поєднується з поняттям «екологічності», близькості до природи. До групи «Б», заснованій на художній складовій дизайну, входять також три напрямки. У першому з них використовується цифрова авторська графіка, яка приходить на зміну фотореалістичним зображенням. Другий напрямок цієї групи характеризується еkleктичними формами, запозиченими з різних напрямків графічного дизайну, а також із творчості ряду відомих дизайнерів. Основою третього напрямку групи «Б» є модні, суто комп'ютерні прийоми малювання. Виявлені тенденції формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій мають певне поєднання суми чітко позначених стильових ознак, що дає право співвіднести їх з більш широким поняттям «стильовий напрямок».

4. Виділено найбільш характерні статичні і динамічні засоби побудови графічної мови сучасних інтерфейсів презентацій. Основними видами композиції в дизайні мультимедійних презентацій є площинна, фронтально-

просторова, об'ємно-просторова і глибинно-просторова. Показано, що ці види композиції мають свої особливості, пов'язані з реалізацією засобами графічних редакторів і тривимірним комп'ютерним моделюванням. Інтерактивність флеш-інтерфейсів є новаторським засобом візуально-образної мови мультимедійних презентацій. Це засіб найбільш яскраво розкриває принцип образності мультимедійної презентації як процесу взаємодії користувача з інтерактивним наповненням. Відеозображення стають інноваційним засобом дизайну мультимедійних презентацій, органічно проникаючи в інтерфейс. Вони стають або фоновією складовою інтерфейсу, або формою телевізійної трансляції — віртуальною студією. Графічні композиційні засоби побудови експериментальних анімацій можуть бути основою анімованих елементів в мультимедійних презентаціях.

5. Доведено, що у дизайні ряду мультимедійних презентацій виразно проявляються візуально-подібні риси, типові для традиційних моделей дизайну. Незважаючи на їх фрагментарність, вони все ж таки впізнані. Так, для італійського дизайну презентацій характерна композиційно-образна екстравагантність; роботи дизайнерів Великобританії відрізняє охайна і чітка прагматична диференціація складної структури презентацій; французькі мультимедійні презентації виділяються колірної яскравістю і позитивністю інтерфейсів; чітко вираженою схематичною структурованістю виділяються німецькі презентаційні ресурси; метафоричність властива інтерфейсам польських презентацій; американські презентаційні програми відрізняються інноваційністю способів взаємодії з користувачем і технологічністю; роботи бразильських дизайнерів наділені, як правило, колористичною експресивністю; для східного дизайну (Японія, Корея, Сінгапур) характерна виразність силуетні рішень. Виявлені типові особливості можуть стати точкою відліку в процесі подальшого більш детальнішого розкриття візуально-образних характеристик мови національних шкіл мультимедіа.

6. Запропоновано пілотну модель процесу формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій, яка може стати основою для оптимізації подальших розробок інтерактивної мультимедійної продукції. Ця модель побудована на чіткому позиціонуванні дизайну в одному з виявлених стильових напрямків з одного боку і застосуванні до нього одного або декількох технологічних засобів — з іншого. Комбінаторний підбір варіантів істотно розширює спектр композиційно-виразних можливостей в дизайні мультимедійних презентацій, посилюючи як інноваційний, так і традиційний вектори дизайну.

7. Обґрунтовано, що гармонійне поєднання техніко-технологічних і візуально-образних іновацій виводить мультимедійну презентацію в ряд найбільш ефективних засобів для здійснення брендінгової стратегії.

Основними тенденціями в мультимедійному поданні інформації є відображення сумою графічних та інтерактивних методів іміджевої складової бренду. Сучасний підхід у формуванні розпізнавання бренду базується на перманентному оновленні елементів, що складають його художній образ і стилістичні риси. За допомогою мультимедійного презентаційного подавання брендів формується комплекс дизайнерських підходів щодо оптимізації візуального контакту зі споживачем.

8. Показано, що для розробки конкурентоспроможної мультимедійної презентаційної продукції потрібна підготовка висококваліфікованих дизайнерських кадрів, здатних творчо вирішувати проектні завдання, що постійно ускладнюються. У зв'язку з цим потрібна регулярна модернізація програм і інструментарія навчання, що можливо здійснити шляхом включення до них як останніх версій прикладного програмного забезпечення та можливостей комп'ютерної бази, так і наочних прикладів з авторських мультимедійних розробок. В умовах короткочасного майстер-класу — ефективної форми навчання, що яскраво зарекомендувала себе, відбувається активізація творчої діяльності студентів-дизайнерів, спрямована на розробку мультимедійного дизайн-проекту.

9. Проведення теоретичних і експериментально-практичних досліджень показало, що ефективний проектно-інформаційний інструментарій буде розроблятися в грамотному поєднанні правил графічної верстки і нових технологічних прийомів. Знакові функціональні шрифтові композиції інтерфейсів мають розвиватись в напрямку посилення впливу контексту на користувача. Частина мультимедійних презентаційних ресурсів перейде на рівень повноцінних віртуальних програм, що гармонійно поєднують графіку Веб 2.0 і технологічні прийоми, які залучають користувача у взаємодію із контентом. Цифрова авторська графіка безумовно займатиме все більш міцні позиції в оформленні інтерактивних інтерфейсів, вбираючи в себе як еклектичні графічні прийоми, так і експерименти із комп'ютерними технологіями малювання. Демонстрація відео, як елемент дизайну інтерфейсу, може розвинути мультимедійну презентацію в напрямку реалізації широкосмугового телебачення по Інтернету. Розширення прийомів виразності візуально-образної мови мультимедійних презентацій прямо пов'язане з темпами технічного і технологічного розвитку засобів інтерактивних комунікацій.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ РОБІТ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Бойчук А. В., Опалев М. Л. Мультимедийные флеш-приложения: дефиниции и визуальный язык / А. Бойчук, М. Опалев // Вісник

- Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Х.: ХДАДМ, 2009. — №8. — С. 8-17.
2. Опалев М. Л. Анализ дизайна интерфейсов российских мультимедийных бизнес-приложений. Искусство: история и перспективы / М. Опалев // Материалы Международной научно-практической конференции. Выпуск 2. — Курск, 30 апреля 2008 г. / Под ред. В. Ф. Кудинова-Курск: Изд-во Курского госуниверситета, 2008, — С. 214-218.
 3. Опалев М. Л. Обучение разработке веб-сайта-портфолио за 3 дня. Опыт экстремального мастер-класса / М. Опалев // Вісник Харківської Державної академії дизайну і мистецтв. — Х.: ХДАДМ, 2005, №1, — С. 191-199.
 4. Опалев М. Л. Обучение разработке веб-сайта-портфолио за 3 дня. Опыт экстремального мастер-класса / М. Опалев // Дизайн-освіта 2005: тенденції розвитку та інтеграція в європейський освітній простір. Матеріали наукової конференції 20-22 квітня 2005 р. С. 84-85.
 5. Опалев М. Л. Разработка студентами ХДАДМ рекламного образа для бренда компании МКС / М. Опалев // Вісник Харківської Державної академії дизайну і мистецтв. — Х.: ХДАДМ, 2007, №5, — с. 97-109.

АНОТАЦІЯ

Опалев М. Л. Дизайн мультимедійних презентацій: стильові напрямки і засоби формування візуально-образної мови. — Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 — дизайн. Харківська державна академія дизайну і мистецтв Міністерства освіти і науки України. Харків, 2009.

Дисертація присвячена вивченню стильових напрямків та засобів формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій. У роботі представлено огляд науково-теоретичного матеріалу фундаментальних досліджень в галузі мультимедіа, проведено аналіз наукової термінології та структури мультимедійних дизайн-об'єктів.

Виявлено стильові напрямки формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій. Структура побудови візуально-образної мови презентацій має діхотомійний характер, тобто базується на двох групах стильових ознак. Одна з цих груп позиціонується в утилітарно-практичній складовій дизайну, інша — в художній. В дослідженні проведено аналіз найбільш характерних статичних і динамічних засобів побудови графічної мови презентацій. Розглянуто основні види композиції, що підсилюють просторові властивості екранних інтерфейсів. Проаналізовано особливості

побудови експериментальних анімацій, які можуть бути основою анімованих елементів в мультимедійних презентаціях.

У роботі запропоновано пілотну модель формування візуально-образної мови мультимедійних презентацій, що може слугувати базою для оптимізації їх розробки. У дизайні ряду мультимедійних презентацій виявлено найбільш типові риси, що відбивають традиційні національні моделі дизайну. Дослідження показало, що застосування найбільш повного спектру композиційно-пластичних і технологічних засобів в презентаційному поданні брендів формує комплекс дизайнерських підходів для оптимізації візуального контакту зі споживачем.

Ключові слова: мультимедійна презентація, візуально-образна мова, стильовий напрямок, інтерфейс, інтерактивність, композиційно-пластичні засоби, бренд.

АННОТАЦІЯ

Опалев М. Л. Дизайн мультимедійних презентацій: стилевые направления и средства формирования визуально-образного языка. — Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.07 — дизайн. Харьковская государственная академия дизайна и искусств Министерства образования и науки Украины. Харьков, 2009.

Диссертация посвящена изучению стилевых направлений и средств формирования визуально-образного языка мультимедійных презентаций. В работе представлен обзор научно-теоретического материала фундаментальных исследований в области мультимедиа, проведен анализ научной терминологии и структуры мультимедійных дизайн-объектов.

Выявлены тенденции формирования визуально-образного языка мультимедійных презентаций, которые обладают определенным сочетанием четко обозначенных стилевых признаков, что дает право называть их стилевыми направлениями. Структура построения визуально-образного языка мультимедійных презентаций имеет дихотомийный характер, т.е. базируется на двух группах стилевых признаков. Одна из групп этих направлений позиционируются в утилитарно-практической составляющей дизайна, и включает с себя три направления. Первое формируется на сочетании принципов традиционного полиграфического оформления и особенностей экранного представления информации в современном интерактивном приложении. Такое сочетание позволяет разрабатывать эффективные

унифицированные информационные инструменты, упорядочивая большое количество разнородной информации в плоскостных схемах интерфейсов. Второе направление составляют мультимедийные презентации, дизайн которых полностью построен на экспериментах со шрифтовыми композициями, образующими интерактивный тип шрифтовой графической формы. Третье направление отражает модные графические элементы новой коммуникативной модели веб-дизайна «Веб 2.0».

Другая группа также содержит три направления. В первом из них используется цифровая авторская графика, которая приходит на смену фотореалистичным изображениям. Такой тип графики усиливает индивидуальность и проектно-художественную уникальность каждой работы. Второе направление этой группы характеризуется эклектичными формами, заимствованными из различных направлений графического дизайна, а также из творчества ряда известных дизайнеров. Основой третьего направления являются модные чисто компьютерные приемы рисования. Показано, что стилевые направления в дизайне интерфейсов, основанные на применении пиксельной графики, проходят период динамичной эволюции.

В ходе исследования проведен анализ наиболее характерных статических и динамических средств построения графического языка современных интерфейсов презентаций. Построение рассмотренных экранных интерфейсов, основано на традиционных в дизайне пластических композиционных средствах. Основными видами композиции в дизайне мультимедийных презентаций являются: плоскостная, фронтально-пространственная, объемно-пространственная и глубинно-пространственная. Показано, что эти виды композиции имеют свои особенности, связанные с реализацией средствами графических редакторов и трехмерным компьютерным моделированием. Проанализированы особенности построения экспериментальных анимаций, которые могут быть основой анимированных элементов в мультимедийных презентациях.

В работе предложена пилотная модель процесса формирования визуально-образного языка мультимедийных презентаций, которая может служить базой для оптимизации разработки интерактивных мультимедийных презентационных ресурсов.

В дизайне ряда мультимедийных презентаций выявлены наиболее типичные узнаваемые черты, отражающие традиционные национальные модели дизайна. Исследование показало, что применение наиболее полного спектра композиционно-пластических и технологических средств в презентационном представлении брендов формирует комплекс дизайнерских подходов для оптимизации визуального контакта с потребителем.

Ключевые слова: мультимедийная презентация, визуально-образный язык, стилевое направление, дизайн-объект, интерфейс, интерактивность, композиционно-пластические средства, бренд.

ABSTRACT

Opalev M. L. Design of Multimedia Presentations: Style Directions and Facilities for Forming a Visual-Figurative Language. — A manuscript.

Thesis on competition scientific degree of Candidate of Fine Arts Sciences — (Ph. D) speciality 17.00.07 — design. Kharkiv State Academy of Design and Arts, Ministry of Education and Science of Ukraine. Kharkiv, 2009.

The thesis is dedicated to learning of styles and facilities of forming a visual-figurative language for multimedia presentations. The paper presents an overview of the scientific and theoretical material of basic researches in the field of multimedia, an analysis of scientific terminology and structure of multimedia design projects.

The tendencies of visual-figurative language for multimedia presentations which possess a certain combinations of style features revealed. Structure of constructing a visual-figurative language of multimedia presentations has dichotomous nature, based on two groups of stylistic traits. One group of these areas positioned in the practical component design, the other — in the art. The study analyzed the most characteristic of static and dynamic facilities of the graphic language of modern interface presentations. The main types of compositions, that reinforcing of space properties of screen interfaces considered. Also features the construction of experimental animation, which can be the basis of animated elements in multimedia presentations analyzed.

In the research proposed a pilot model of the process of forming a visual-figurative language for multimedia presentations, which can serve as a basis for optimizing the designing of interactive multimedia presentation resources.

In the design of multimedia presentations explored the most common recognizable features that reflect the traditional national models of design. The study showed that the use of the most complete range of composition-plastic and technological facilities in the presentation of the brand creates a set of design approaches for optimization of visual contact with the consumer.

Keywords: multimedia presentation, visual-figurative language, stylistic direction, interface, interactivity, compositionally-plastic facilities, brand.

Наукове видання

Опалєв Михайло Леонідович

**ДИЗАЙН МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ:
СТИЛЬОВІ НАПРЯМКИ І ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ
ВІЗУАЛЬНО-ОБРАЗНОЇ МОВИ**

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства
спеціальність 17.00.07 — дизайн

Підписано до друку 8.01.2010 р.

Формат 60 x 90/16

Папір “Svetokopir”. Гарн. “Times New Roman Cyr”.

Умов. друк. арк. 1.0. Облік видов. Арк.. 1. Тираж 100.

Надруковано на ризографі. Зам. № 1

Відповідальний за випуск Є. О. Котляр

Надруковано у копії-центрі «МОДЕЛИСТ»

(Свідоцтво ВОО № 950452)

М. Харків, вул. Червонопрапорна, 3 літер Б-1

Тел. 7-170-354

www.modelist.in.ua