

Искусство: история и перспективы. 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

Опалев Михаил Леонидович, старший преподаватель
кафедры Дизайна интерактивных средств визуальных коммуникаций
Харьковской государственной академии дизайна и искусств,
Украина

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА ИНТЕРФЕЙСОВ РОССИЙСКИХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЙ

Разработка мультимедийных бизнес-приложений в России, на фоне высокой динамики развития интернета и мультимедиа в целом, происходит достаточно интенсивно. И хотя есть мнения, высказываемые ведущими аналитиками в этой области, что общее количество подобных продуктов за рубежом, в частности, в США, на порядок, а то и на два превышает количество российских мультимедийных презентаций¹, а доля мультимедиа-презентаций на рекламном рынке незначительна², расширение рынка этих информационных продуктов достаточно стабильно. Временной отрезок с момента появления первых интерактивных приложений до сегодняшних образцов мультимедийных презентаций составляет менее 2-х десятков лет. С точки зрения теории искусствоведения это очень небольшой период для комплексного осмысления семантики средств визуального языка мультимедиа-приложений. В такой ситуации представляется актуальным проанализировать оформление интерфейсов мультимедийных бизнес-приложений, выпущенных российскими компаниями-разработчиками за последние несколько лет.

Согласно определению, наиболее часто встречающемуся на веб-сайтах дизайн-студий, занимающихся разработкой электронных медиа-продуктов, мультимедийная презентация – это высокотехнологичный информационный продукт, который представляет собой сочетание компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, организованного в единую среду.

Материалом для данной работы послужили интерфейсы более 100 коммерческих презентаций, которые выложены в настоящее время в рунете в портфолио компаний-производителей мультимедийных бизнес-приложений. Анализировалось оформление как основных экранов, так и интерфейсов последующих уровней. Большая часть работ (90%) была представлена в виде полностью работающих программ, остальная – в виде снимков экранов презентаций. Анализ осуществлялся по следующим критериям:

– следование тенденциям развития сети интернет;

– стилизация в направлениях, существующих в современном графическом дизайне;

– применение трехмерной и авторской графики.

Уже на первый взгляд можно определить тенденцию к шаблонности оформления, просматривающуюся в большинстве интерфейсов. Подобная шаблонность наблюдается также и в интернете, где разработчики веб-сайтов стараются охватить как можно большую аудиторию, применяя стандартизованные решения³. Такие приемы графического оформления логично проанализировать по признакам быстро развивающейся в настоящее время в сети идеологии «Веб два-ноль» (Web 2.0). Точного определения этому явлению еще нет, но в результате анализа последних тенденций можно сказать, что веб два-ноль – это информационная среда, направленная на максимальную коммуникативность и ориентированная на создание и классификацию контента силами не персонала сайтов, а самими пользователями интернета. Графические особенности этого направления достаточно подробно проанализированы Беном Хантом (Ben Hunt)⁴ и рядом других экспертов. Наиболее явные признаки веб два-ноль, выявленные в интерфейсах анализируемых презентаций:

– применение трехмерных эффектов (псевдообъемов) к элементам интерфейсов – градиенты, отражения, оттенения, эффекты «полированного стола» (рис. 1);

– очень крупные четкие логотипы, сразу же обращающие на себя внимание (рис. 2);

– использование крупного текста для выделения наиболее значимых участков (рис. 3);

– крупные оригинальные пиктограммы (рис. 4);

– выделение цветом функциональных областей интерфейса – области навигации, шапки и т.п. (рис. 5).

Выявленные признаки спонтанно встречаются у половины проанализированных презентаций.

Наиболее явное наследование признаков минималистичного интерфейса (компоновка в регулярную модульную сетку, аккуратная верстка текстов, много свободного пространства, чистый, в основном, белый фон, отсутствие излишнего декора, мелкие пиктограммы) замечено у десятка презентаций (рис. 6). В интерфейсе всего лишь одной презентации есть приметы графической техники так называемого «киберпанка» (рис.7), которые наиболее полно перечислены Куртом Клонингером⁵: использование трехмерных геометрических конструкций и блоков мелкого нечитаемого шрифта; темный фон; декорирование мелкими шкалами и сетками; линии под углом в 45 и 135 градусов.

Интерфейсы, полностью построенные на трехмерной графике, более или менее завершены в зависимости от проработки деталей и фактур. На примере 5-ти полностью проработанных 3d-интерфейсов можно увидеть степень этой

завершенности – от достаточно грубого рендеринга до «стерильного» интерьера (рис. 8). Оформление, основанное на авторской графике (коллажи из векторной и растровой графики, акцидентные шрифты, авторский рисунок и т.д.), также единично. С применением ее выполнено всего 2 работы (рис 9).



Рис. 1. Псевдообъемы веб два-ноль.



Рис. 5. Цветные области веб два-ноль.

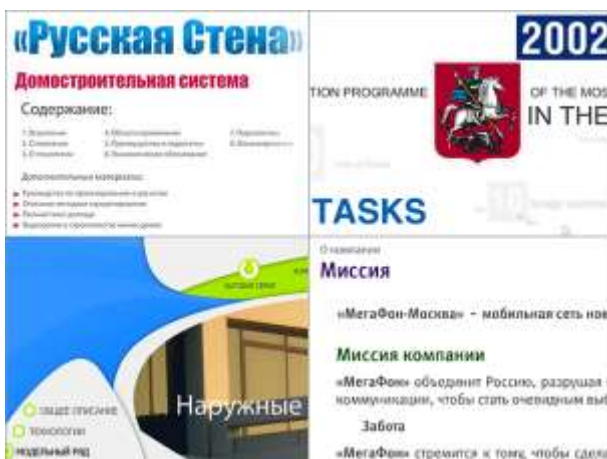


Рис. 3. Крупный текст веб два-ноль.

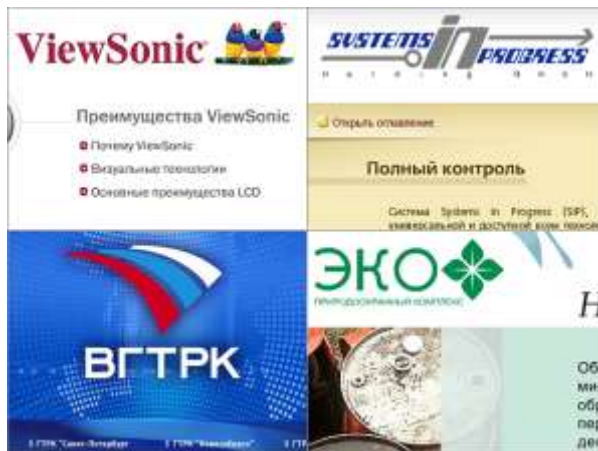


Рис. 2. Крупные логотипы веб два-ноль.



Рис. 4. Крупные пиктограммы веб-дизайна.



Рис. 9. Оригинальная авторская графика. Продакшн-студия «ClapClap».



Рис. 6. Минималистичный интерфейс. ОАО «Техснабэкспорт».



Рис. 8. Интерфейс, построенный в 3D-графике. Компания «Multipresent.ru».



Рис. 7. Интерфейс с элементами «Киберпанка». НПО «Промтехэлектро».



Рис. 10. Интерфейс, построенный на шрифтах. Издательство «Эксмо».

При этом нами не бралась в расчет графика, напоминающая известный в интернете сериал флеш-роликов «антимульт». Эстетическая ценность подобной графики для презентации сомнительна.

Отдельно следует сказать о мультимедийной презентации, где анимированные заставки и интерфейсы построены полностью на шрифтах (рис 10). Здесь спрайты шрифтов в заставках и шрифтовая среда на статичных экранах несут дополнительную абстрактную информационную нагрузку.

В результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

– выборочность, спонтанность признаков веб два-ноль, встречающихся в оформлении интерфейсов большинства презентаций говорит, скорее всего, не о следовании принципам коммуникативности, а об автоматическом переносе графических клише этого развивающегося направления в вебе на интерфейсы мультимедийных бизнес-приложений;

– практически не используются, или используются крайне незначительно возможности направлений в графическом дизайне, как ставших уже традиционными (минимализм, «Новая волна»), так и трендов «модных» авторских графических техник;

– возможности трехмерной графики далеко не исчерпаны, хотя на ее основе можно выстраивать достаточно впечатляющие объемные интерактивные интерфейсы;

– почти не используются возможности авторской графики, которая при привлечении художников, в т.ч. компьютерных, к разработке дизайна презентаций, могла бы значительно разнообразить интерфейсы и сделать их более привлекательными.

В данном случае не идет речь о тривиальном декорировании. Поскольку интерактивное автономное приложение – не просто рабочий инструмент, как, например, корпоративный веб-сайт, а имеет еще и «подарочную» функцию, оформление его должно нести определенную эстетическую нагрузку. Разумное сочетание приемов, максимально повышающих коммуникативность приложения и элементов дизайна, усиливающих впечатление от просмотра презентации – та «золотая середина», к которой должны, на наш взгляд, стремиться разработчики мультимедийных приложений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: учеб. пособие : для студ. вузов / Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М.: Фаир-Пресс, 2004. – 415 с.: ил. – (Серия «Специальный издательский проект для библиотек»). – Библиогр. – С. 382-397.
2. Алексеев А., Новоселова Н. CNews. http://www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2007/07/16/258878_1

3. Бородаев Д. Особенности формирования «этнической» стилевой модели веб-дизайна в условиях глобализации // Вісник Харківської Державної академії дизайну і мистецтв. – Х.: ХДАДМ, 2005. – № 9. – С. 19-30.
4. Бен Хант. Дизайн в стиле Web 2.0. <http://designformasters.info/posts/web20-design/>
5. Клонингер К. Свежие стили Web-дизайна. Как сделать из вашего сайта «конфетку» / К. Клонингер; Пер. с англ. – М.: ДМК Пресс, 2002. – 224 с.