

И. Г. Елинер

Роль медиадизайна в мультимедийной культуре

В статье мультимедийная система рассматривается как сложная, открытая и гибкая система, которая может быть оптимизирована за счет гармонизации и гуманизации дизайнерских образов на основе выделения общечеловеческих ценностей. Предлагается алгоритм поиска таких критериев оценки дизайнерских образов, проецируемых на экран, который сможет подчеркнуть положительные характеристики мультимедийной системы и сгладить или устранить присущие ей недостатки.

Ключевые слова: мультимедийная культура, мультимедийная система, дизайн

Ilja G. Eliner

The role of mediadesign in multimedia culture

In this article the multimedia system is regarded as complex, open and flexible system which can be optimized by means of designer images harmonization and humanization on the basis of human values. The author of the article suggests the criteria search algorithm for the evaluation of designer images projected on the screen, which will be able to emphasise multimedia system advantages while leveling or eliminating its disadvantages.

Keywords: multimedia culture, multimedia system, design

Одну из важнейших ролей в оптимизации пути развития мультимедийной культуры должна сыграть система дизайна, которая иницирует образы предметного и виртуального мира, участвует в проектировании, создании, трансляции как вербальной, так и визуальной информации. При этом, как совершенно верно отмечает А. А. Мещанинов, «цивилизационные подвижки меняют актуальность различных областей дизайна и ныне выдвигают на первый план задачи развития культурных качеств коммуникационного интерфейса и дизайна мультимедиа». Дизайном интерфейса, по мнению автора, именуется «область информационного контакта человека с искусственным окружением, зона диалога»¹.

Дизайн мультимедийной среды во многом подчинен тем же законам и так же зависим от внешних и внутренних системообразующих факторов. Состояние медиадизайна соответствует характеристикам эпохи постмодерна – структуре, функциям, содержанию постиндустриального информационного общества потребления, что обуславливает как некоторые преимущества, так и множество недостатков в этой системе. Состояние всех взаимозависимых систем в современных условиях не гармонизировано мультимедийными образами. Для дизайнера чрезвычайно важны как эстетическое совершенство проектируемого объекта, так и «образность (т. е. соответствие формы сообщению) и открытость (т. е. приспособленность для творческого прочтения, для интерпретаций в процессе восприятия)»². Большинство же людей,

берущих на себя ответственность за создание современных мультимедийных образов (заказчики, продюсеры, менеджеры администраторы и т. д.), не имеет представления о медиадизайне как системе, способной гармонично, целостно объединять структуру, функции и содержание, т. е. внутренние системообразующие факторы, определяющие самоорганизацию мультимедийной системы и ее саморазвитие. Они представляют медиадизайн лишь как средство сделать картинку, кадр красивым, ярким, визуально привлекательным, забывая о воспитательной, образовательной, а также о коммуникативной функции, которые все вместе формируют уровень культуры потребителя, его манеру поведения и стиль жизни.

Дизайн не ограничивается лишь созданием внешней оболочки. В задачу дизайнера входит целостное, гармоничное сочетание базисных понятий – функции, конструкции и формы. Современные информационные технологии требуют немедленного вмешательства **гуманитарно-ориентированного дизайна**, поскольку деятельность современных веб-дизайнеров направлена к усложнению общения людей при помощи компьютера и Интернета. Сегодня в веб-дизайне в основном работают визуально безграмотные и вербально бескультурные программисты, а ведь это та сфера, которая призвана спроектировать новый язык общения с компьютером, что является задачей именно дизайнера.

Идеальное мышление профессионального дизайнера должно объединять в себе «образное мышление художника, системное мыш-

ление ученого и инновационное мышление изобретателя»³, оно должно соединять структуру – форму – красоту через функции – пользу именно содержанием – благородством задач, целей, смысла. Человек не может полноценно жить в абсолютно рациональном мире, пропитанном функциональной прагматичностью, ему свойственно эмоционально воспринимать окружающую действительность, одухотворять ее. Человек в процессе жизни вырабатывает язык общения с окружающим предметным и виртуальным пространством, и этот процесс во многом формирует его как личность. Дизайнеру необходимо помнить, что он работает с образом, который является особым феноменом и продуктом нашей психики, он всегда эмоционально окрашен, неотделим от определенной культурной среды. Одной из важнейших задач дизайнера является проектирование не просто окружающего пространства, а именно процесса культурной коммуникации за счет формирования особого отношения людей к предметному и виртуальному окружению. Ощущения гармоничности окружающего пространства дизайнер может достичь только при условии грамотного вплетения художественного образа в систему ценностей человека, в его социокультурную сферу. Если задачи и цели придания образности объекту в дизайне и медиадизайне во многом совпадают, то сам процесс формирования образа и его восприятия имеет ряд отличительных особенностей и требует отдельного рассмотрения. Это связано со спецификой мультимедийной среды и, в первую очередь, с ее ярко выраженной интерактивной составляющей. Это диктует необходимость разработки новых методологических принципов, которые дадут возможность создать гармоничный, цельный мультимедийный проект.

Для создания гармоничного, целостного интерактивного мультимедийного продукта, использующего преимущества современных технологий, необходимы обучение новых специалистов – специалиста по контенту (искусствовед, психолог, библиотекарь, культуролог и т. д.), медиадизайнера (режиссера-постановщика) с одной стороны, и программиста (технолога), с другой. Сегодня существует огромный дефицит в профессиональной подготовке этих специалистов. Важнейшим препятствием на пути их развития является практикующееся в российском образовании жесткое разделение на гуманитарное и техническое образование. Это разделение не отвечает современным реалиям, что приводит к отсутствию профессионалов в данных отраслях. Так специалист по контенту, в чьи компетенции входит подготовка

и структурирование материала, согласно требованиям, предъявляемым к мультимедийным продуктам (нелинейность, многоуровневость восприятия, продумывание совместно с медиадизайнером сценария проекта, принципов интерактивного взаимодействия), должен обладать знаниями в области мультимедийных технологий, он должен быть знаком с возможностями программных средств. Это необходимо ему для того, чтобы грамотно и профессионально подготовить и структурировать материал (которым он, безусловно, лучше всех владеет вследствие специфики его образования), продумать пользовательские сценарии, определить главное и второстепенное, спроектировать интерактивный диалог с пользователем. Соблюдение этих условий является необходимым условием для проектирования мультимедийного интерактивного продукта, отвечающего всем основным требованиям. Именно компетенция специалиста по контенту с его знаниями в сфере проектируемого продукта, пониманием требований целевой аудитории, при качественном медиаобразовании дает возможность найти общий язык и осуществить плодотворное сотрудничество с медиадизайнером при проектировании мультимедийного продукта.

В связи с этим возникла необходимость появления новой профессии, специалистов, способных объединить в себе знание технологий мультимедиа, художественных средств выразительности, а также, что чрезвычайно важно, знания психологии восприятия нового интерактивного мультимедийного произведения. Именно умение режиссировать, управлять зрительским, пользовательским вниманием за счет самых различных средств и приемов, имеющих в арсенале профессионального медиадизайнера, а также знания и умения в области создания интерактивных мультимедиа, делают эту специальность уникальной. В ней сплетаются профессиональные навыки художника-дизайнера, режиссера-постановщика, сценариста и, что немаловажно, организатора, способного объединить в сотворчестве самых различных специалистов. Последнее особенно важно, поскольку в процессе создания мультимедийного произведения требуется использовать большой спектр разнообразных специалистов. Медиадизайнеру как коммуникатору необходимо обладать такими личными качествами, которые позволят ему объединить разных специалистов (менеджер, специалист по контенту, сценарист, режиссер, дизайнер, психолог, звукорежиссер, специалист по юзабилити, программист и т. д.) в единую команду создателей. При этом нельзя забывать о том, что интерактивная природа мультимедийного продукта требует особого подхода к проектированию и реализации.

тимедиа дает возможность пользователю как полноценному соавтору выбирать как линейный, так и нелинейный вариант просмотра, выбирать темп, скорость, глубину взаимодействия с объектом, что в корне меняет сам принцип и приемы (кадр, монтаж, композиция, ритм, звук и т. д.) раскрытия смысла произведения. Пользователь своими интерактивными действиями видоизменяет все эти ключевые знаковые приемы, используемые как в киноискусстве, так и в других традиционных видах искусств. При этом профессиональный медиадизайнер должен, предугадывая самые различные пути развития, взаимодействия пользователя и мультимедийного проекта, учитывать все эти факторы и добиваться цельности, гармоничности восприятия образа произведения, не зависящего от пользовательского сценария. В этом ему должны помочь возможности мультимедийных технологий, позволяющие структурировать материал таким образом, чтобы пользователь получал только необходимую ему информацию. При этом адаптивные технологии позволяют предоставить этот материал в той форме (визуальной, в виде фото, видеоряда, мультипликации 2D или 3D; вербальной в виде текстового блока, устной речи и т. д.), которая ему наиболее удобна и соответствует его психологическим особенностям.

При этом область применения медиадизайна чрезвычайно широка, поскольку она включает проектирование, во-первых, самого способа передачи любой по содержанию мультимедийной информации. Именно в компетенцию медиадизайнера (совместно с заказчиком, менеджерами) как режиссера-постановщика всего процесса коммуникации входит разработка способа передачи информации, т. е. определение того, каким образом, с помощью каких средств и технологий (телевизионная программа, ток-шоу, кино, мультимедийное локальное приложение, веб-сайт, портал и т. д.), по каким каналам (телевидение, Интернет) оптимальнее всего донести мысль, цели и задачи заказчика или автора мультимедийного произведения до потребителя, зрителя. Во-вторых, в задачу медиадизайнера, при всестороннем обсуждении с заказчиком, менеджерами проекта, специалистами по контенту, входит разработка самой структуры проекта. Именно в процессе разработки структуры проекта решаются важнейшие задачи, такие как создание сценария проекта с его основными составляющими – завязкой, кульминацией и развязкой, продумываются гипертекстовые связи внутри мультимедийного документа, а также пользовательские сценарии (это касается любых **интерактивных** проектов, будь то в сфере Интернета или телевидения).

В-третьих, медиадизайнер проектирует саму форму предоставления информации, при этом он имеет в своем арсенале огромное количество средств и технологий, позволяющих воздействовать на все органы чувств человека таким образом, чтобы глубина и сила воздействия на потребителя, зрителя была велика. Именно медиадизайнеру как одной из ключевых фигур в команде создателей мультимедийного произведения необходимо связать воедино базовые, системообразующие понятия – функцию, структуру (конструкцию), форму и содержание, объединив их при этом образной, гармоничной составляющей, направленной на нравственные, гуманные цели, повышающие эстетический вкус и культуру пользователя, зрителя мультимедийного произведения. Медиадизайнер должен понимать долю ответственности, возложенную на него, ведь именно его творчество в большей степени, чем дизайн предметной среды (промышленный дизайн), интерьера, моды и даже средовой дизайн, напрямую воздействует на самую обширную целевую аудиторию, формируя во многом новый тип мышления, манеру и стили поведения. Именно социальная, в том числе нравственная, ответственность медиадизайнера во много раз выше, чем у любой другой дизайнерской сферы деятельности. При этом перед любым дизайнером, вне зависимости от направления его деятельности, всегда стояла проблема социокультурной роли профессии. Плоды его творчества как в профессиональной среде, так и в обществе в целом должны оцениваться с морально-этических позиций.

Ответственность, возложенная на медиадизайнера при создании мультимедийного произведения, требует его разносторонней подготовки. Для этого необходимы современные методики обучения данной новой специальности, четкая классификация по направлениям деятельности внутри специализации – медиадизайнер локальных и сетевых изданий (образовательных, развлекательных, познавательных и т. д.), медиадизайнер игровых взаимодействий (различные компьютерные игры, используемые не только для развлечения, но в первую очередь для обучения и воспитания), медиадизайнер интерактивных телевизионных программ и т. д.

Все эти требования диктуют необходимость подготовки специалиста междисциплинарного профиля. Поскольку в профессиональной деятельности медиадизайнера востребованы, кроме глубоких и основательных знаний в сфере его непосредственной специализации, знания в смежных областях, ему необходимо иметь четкие представления о том, каким образом современные мультимедийные, информационные

технологии могут быть использованы в самых различных областях, решая при этом огромный спектр проблем.

Медиадизайнер должен знать как о современных возможностях программных средств, о принципах их функционирования, об ограничениях, накладываемых технологиями, так и о способе продвижения самых различных мультимедийных продуктов, о психологии их восприятия и т. д. Эти знания необходимы для расширения возможностей воздействия на потенциального зрителя, потребителя, для создания полноценного интерактивного мультимедийного продукта, использующего для максимальной выразительности весь арсенал средств и технологий. Безусловно, технологии без художественной выразительности не смогут оказать должного воздействия на потребителя, зрителя мультимедийного произведения.

Медиадизайнер должен владеть специальными средствами художественной выразительности, в его компетенции находятся средства на стыке динамических (кино, театр, мультипликация, телевидение и т. д.) и статических (живопись, графика, иллюстрация, плакат и т. д.) видов искусств. Он должен грамотно, гармонично совмещать в своих работах статическую и динамическую информацию, которые являются квинтэссенцией его профессии. Из графического дизайна ему необходимо использовать яркость, образность отдельного кадра, выразительность шрифтового, цветового решения, продуманность каждой детали, пластики отдельного кадра. Особенно это важно в области локальных мультимедийных изданий, веб-дизайна, где статичных страниц ничуть не меньше динамичных, анимированных. В отрасли кино и телевидения статичных кадров не так уж много, хотя и тут, в зависимости от жанра телепрограмм, количество их различно. Для связанных воедино цепочкой кадров важна не просто выразительность, а образная согласованность, монтажная последовательность, темпоритм, динамика их чередования. Выразительность подобных кадров, их образное восприятие во многом зависят от крупности плана (сверхкрупный (деталь), крупный, 1-й средний, 2-й средний, общий, дальний), ракурса съемки, правильного освещения, светотонального решения, цветовой гаммы. При этом одним из самых сильных способов передать образ и характер происходящего являются динамика, скорость движения, которые очень обогащают палитру медиадизайнера. Движение внутри отдельного кадра является не просто одним из самых эффективных прие-

мов привлечения внимания зрителя, потребителя, но и выразительным средством художника. Этот прием способен многое рассказать зрителю, раскрыть перед ним характер происходящего. Чередование ритма, скорости, характера движения являются одной из важнейших задач медиадизайнера при создании цельного образного произведения. Все это диктует необходимость обучения, выработки у медиадизайнера навыков работы со временем.

Именно длительность, протяженность временной композиции является отличительной чертой любого мультимедийного продукта. Знание принципов формирования пространственно-временного восприятия пользователя и возможностей передачи за счет этого особой атмосферы является неотъемлемой частью профессии медиадизайнера. При этом нельзя не отметить, что для овладения средствами и приемами временной композиции необходимо воспитывать тонкое восприятие эстетики, характера движения, прививать знание законов динамического восприятия, чувство темпоритма произведения. Все эти правила и законы веками вырабатывались в различных видах искусств (танец, театр и, конечно, кинематограф). Необходимо использовать накопленный опыт, преобразовывать его в связи с особенностями мультимедийных технологий. Нельзя не учитывать тот факт, что **в мультимедийной, виртуальной среде временная составляющая более сжата, ее скорость во много раз больше, чем в константной реальности.** Это происходит за счет быстрой, постоянной смены образов, нелинейного монтажа, игры с ритмом и темпом повествования.

Также стоит отметить **отсутствие четкой ориентации во времени и пространстве в мультимедийной среде.** Пользователь постоянно телепортируется из одного пространства в другое (телевидение с одного канала на другой, в интернет-среде – между различными веб-сайтами). Это приводит к сложности восприятия, к рассеянности внимания и порой к невозможности сконцентрироваться на чем-то одном. При этом интерактивность вносит в этот процесс временной композиции свою специфику, поскольку **пользователь имеет возможность самостоятельно оперировать временем и пространством – этими ключевым для медиадизайнера понятиями.** Именно интерактивность, подвижность виртуального мультимедийного пространства, управление им пользователем отличает его от всех других формировавшихся ранее видов искусств.

Роль медиадизайна в мультимедийной культуре

Ведь в телевизионном или кинопроизведении зритель пассивно воспринимает предложенную авторами произведения информацию, лишь эмоционально сопереживая увиденному. Он своими действиями никак не может повлиять на происходящие на экране события, не может видеоизменить темп, скорость повествования, не может повлиять на композицию кадра и т. д. Именно поэтому невозможно простое заимствование, перенесение средств и приемов киноискусства в область медиадизайна, необходимо их переосмысление и трансформация. Сам этот процесс интерактивного взаимодействия с мультимедийным произведением пока мало изучен, не выработаны основные приемы режиссуры интерактивного взаимодействия пользователя с объектом медиадизайна.

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что ответственность медиадизайнера чрезвычайно велика, поскольку мультимедийные средства и технологии оказывают влияние на все группы людей, входящих в общество и являющихся потребителями мультимедийной информации. При этом феномен мультимедийности проявляется как в контексте массовой, так и элитарной культуры, но, к сожалению, вектор реального развития мультимедийной системы направлен в сторону удовлетворения потребностей массового зрителя. Реальная, существующая ныне мультимедийная система в целом не пытается повысить интеллектуальный, нравственный уровень массового зрителя, пользователя, тем самым увеличивая разрыв между массовым и элитарным сознанием. Это положение обусловливается тем, что производить массовый продукт быстрее, проще и дешевле, чем элитарный. И это положение не изменится до тех пор, пока главным параметром успешности мультимедийного продукта будет являться прибыль, а не гуманистическое, нравственное содержание. В связи с этим в целях дальнейшей оптимизации мультимедийной культуры

необходимо произвести анализ возможных путей ее развития, понять, какие направления развития являются доминирующими.

Этого можно достичь только при условии глубоких, комплексных теоретических исследований в области медиадизайна, которых на данный момент практически не существует. Это, безусловно, связано, в первую очередь, с тем, что сама профессия «медиадизайнер» возникла недавно. Разработка уникальной, специальной методологической базы медиадизайна является настоятельной необходимостью. Эта база может быть во многом построена на основе изучения особенностей психологического восприятия виртуальной реальности. Для этого требуются целенаправленные усилия различных профессионалов в области медиадизайна, которым необходимо всесторонне изучить специфические медиадизайнерские приемы, влияющие на восприятие пользователем, зрителем уникального виртуального пространства, которое обладает обширными коммуникативными возможностями. Несмотря на отсутствие основательной теоретической базы в сфере медиадизайна, именно ему принадлежит важнейшая роль в развитии мультимедийной культуры. Именно он с помощью уникальных технологий и средств воздействия может оптимизировать мультимедийные системы в образном, содержательном и целостном отношении. Но для этого необходима выработка принципов и критериев оценки качественных состояний мультимедийных систем как феноменов культуры.

Примечания

¹ Мещанинов А. А. Дизайн: точка над й: теорет. об-суждение природы дизайна в общедоступ. изложении. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. С. 216.

² Коськов М. А. Предметный мир культуры. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. С. 114.

³ Розенсон И. А. Основы теории дизайна: учеб. для вузов. СПб.: Питер, 2006. С. 17.