

МЕДІАДИЗАЙН ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОЕКТУВАННЯ

О. В. Ситник

*асистент кафедри електронних видань та медіадизайну,
Київський національний університет імені Т. Шевченка*

У статті розглянуто медіадизайн як інноваційний розвиток проектування, приділено увагу медіадизайну в системі сучасних Інтернет-технологій. Інформаційно-комунікаційні технології як сукупність методів і програмно-технічних засобів розширюють межі використання медіадизайну в інформаційному просторі, що сприяє осмисленому засвоєнню інформації. Завдяки якісному медіадизайну, його мобільності, сучасні інформаційні Інтернет-технології забезпечують актуальність, вибірковість, інтерактивність, мультимедійність, швидке продукування та розповсюдження інтерактивних технологій.

Ключові слова: *медіа дизайн, Інтернет-технології, інформація, проектування, нове комунікативне середовище, інформаційна структура, технології.*

Постановка проблеми. У зв'язку із зростаючою комп'ютеризацією суспільства комп'ютерно-демонстраційна інтерактивна техніка дизайну активно долучається до таких важливих сучасних соціокультурних процесів як комунікація та інформація. Тенденції сучасного світу актуалізують дослідження ступіні важливості форми подачі інформації як у своїй традиційній, так і в новій комп'ютерній формі.

Розвиток інформаційних технологій та використання їх у різних сферах буття людства вимагає знання видавцями основ, принципів і правил медіадизайну.

Медійний дизайн – новий напрямок наукових досліджень в Україні, який, в умовах розвитку комп'ютерних технологій та інформаційного суспільства, потребує розвитку, нових досліджень, підготовки фахівців в галузі медіадизайну, висвітлення результатів вітчизняних і зарубіжних досліджень та доробків дизайнерів медіапростору, формування чіткого уявлення українського суспільства про медіадизайн як науковий напрямок, а не аматорське мистецтво.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням інформаційного дизайну, інтерактивного дизайну і видавничої справи в інтерактивному середовищі присвятили свої дослідження В. Брет , Е. Шонфельд , С. Кашин , С. Дадіч , Е. Тафті, Д. Маєда , Е. Маркотт , Д. Шифман, Р. Харрелл, С. Каплін, С. Мак-Клауд та ін., проблематика візуалізації інформації в текстовому і графічному вигляді розглянута у роботах О. Лаврентьева, Е. Тафті, В. Кричевським.

В Україні майже не існує власне українських наукових розробок у сфері медіа дизайну. Переклади робіт зарубіжних авторів не адаптовані для укра-

їнської аудиторії (медіадизайн впливає на сприймання інформації людиною, формує її ставлення до сприйнятого, і оскільки у кожної нації є свої етнопсихологічні особливості, такі роботи потрібно не лише перекладати, а й адаптувати, що потребує глибокого знання не лише психології сприйняття, а й етнології).

Найбільше інформації про процес створення та використання продуктів медіадизайну, його використання можна знайти в мережі Інтернет, оскільки існує складність ілюстрування у друкованих виданнях – у друкованих наукових збірниках складно показати приклади вдалого чи невдалого використання кольорів, приклади використання мультимедійних презентацій, аудіо- чи відеосупровід у динаміці.

В українському сегменті мережі Інтернет існують веб-ресурси з питань дизайну, та жоден з них не розглядає медіадизайн з наукових позицій. Інформація, представлена на таких сайтах, базується на власному досвіді окремих практиків.

Основна частина. Сучасний український медіапростір має ряд характерних відмінностей у порівнянні з зарубіжним і потребує глибокого вивчення проблем медіадизайну, його наукового обґрунтування задля потреб сучасного інформаційного суспільства, що є запорукою для подальшого розвитку науки, освіти та суспільства, інтеграції до світової академічної спільноти.

В умовах сучасного розвитку інформаційного суспільства очевидним є факт зростання психологічного, естетичного, культурно-виховного та екологічного впливу на людину нової сфери дизайн-проекування, не пов'язаної з обов'язковими рисами традиційного дизайну – з матеріальним виробництвом і інструментальною функцією продукту. Серед назв цієї молоді сфери дизайну фігурують такі варіанти: комп'ютерний дизайн, інформаційний дизайн, дизайн програмних інтерфейсів, медіадизайн, інтерактивний дизайн, дизайн електронного середовища тощо.

Поняття «дизайн» визначають по-різному: як діяльність, спрямовану на створення як речей, так і форму організованості [2, с. 183]; як продукт проектної діяльності [1, с. 133]. На узагальненому рівні дизайн розуміють як зовнішній вигляд (форма продукту або сам продукт, його функції); як процес його мисленого створення – проектування; як сферу діяльності, що охоплює теорію, практику, продукти і службу тощо [5]. На думку М. Коськова, дизайн – це проектування естетично організованої форми практично корисних об'єктів промислового виробництва [4, с. 132].

Значну частину функціональної сфери дизайну, де проектуються об'єкти, призначені головним чином для передачі інформації, називають медіадизайном. Медіа – це комунікативне середовище, під яким розуміються засоби та інструменти для зберігання, обробки, передачі й прийому інформації або даних: в англійській літературі слово «media» є множиною іменника «medium», що означає спосіб, засіб і середовище як речовину, в якій існує що-небудь. З іншого боку, можна простежити зв'язок між комунікацією

(communication) і середовищем комунікації, тобто медіа. «Communico» в перекладі з латини означає повідомляти, розмовляти, робити спільним, приєднувати, пов'язувати. Іменник «communicatio» – це водночас і повідомлення, і передача повідомлення, спілкування [6].

Існують різні інтерпретації поняття «медіадизайн», проте ми дотримуємося класичної західної позиції в розумінні цього терміну як усього комунікативного середовища, оскільки вона є більш логічною і поширеною, а , отже, дозволить уникнути колізій у трактуванні та перекладі іноземної літератури.

Отже, медійний дизайн – це практика художньо-технічного оформлення та подання інформації з урахуванням ергономіки роботи з інформаційними джерелами та сервісами, функціональних можливостей подання інформації, естетики візуальних форм її представлення та психологічних критеріїв сприйняття її людиною.

Сучасна медіагалузь охоплює безліч елементів. Традиційні її канали об'єднують телебачення, радіо, газети, журнали, книги, кіно та музичні записи. Однак з розвитком нових технологій ця галузь розширилася і сьогодні включає ще й Інтернет, відео- та комп'ютерні ігри, мобільні пристрої (наприклад, планшетні комп'ютери, iPad), мобільні телефони. Медіасередовище багатопрофільне за тематикою і варіативне за технікою просування, тому в профільний ряд медіадизайну потрапляють веб-дизайн, арт-дизайн, ландшафтний дизайн, теледизайн тощо.

Сьогодні відбувається стрімка віртуалізація інформаційного середовища, тобто перехід всіх засобів комунікації та інформаційних носіїв у цифровий формат. Практично будь-яка текстова або графічна інформація спочатку створюється, передається і зберігається в електронному вигляді, що забезпечує велику ступінь мобільності та свободи оперування даними, але водночас активізує проблему інформаційної екології (розумного і зваженого підходу до виробництва інформації).

Продуктом медіадизайну є форма повідомлення через статичний або динамічний носій. Статичний носій продукту медіадизайну є матеріалізованим. Наприклад, щоб «зробити» буклет, необхідно спочатку створити оригінал-макет (етап дизайн-проекування), а потім його надрукувати (етап виробництва носія). Нематеріалізований в носії дизайн-макет, на погляд замовника, не є буклетом, але з точки зору дизайну (як проєкування) він реалізований. Електронне проєкування продукту в області статичного друкованого середовища не дає змоги зараховувати кінцевий продукт до електронного динамічного середовища, оскільки властивості останнього розкриваються через характеристику носія інформації, який у друкованому середовищі незалежно від проєкування завжди статичний. Динамічне середовище використовує електронні носії інформації, які трансформують класичну схему в нову: «один носій – багато макетів». Найбільш поширеними є універсальні електронні засоби комунікації: телебачення, комп'ютери, глобальні електронні мережі.

Тепер замовник в більшості випадків зобов'язаний вибирати серед існуючих засобів масової комунікації, при цьому йому можна вже не піклуватися

про виробництво носія. Необхідність вибору з існуючих носіїв пояснюється не тільки поширеністю електронних засобів, а й стандартизацією: будь-який електронний носій інформації має свій формат даних, який має бути відомий адресанту та адресату [6].

Для всіх без винятку видів дизайну цифрове середовище стало засобом проектування будь-якого кінцевого продукту. А у випадку з дизайном електронного середовища засоби проектування об'єднуються з самим об'єктом проектування, тобто інструмент реалізації завдання з продуктом. Тим самим створюється принципово нове комунікативне середовище (New media). Нове комунікативне середовище, збільшивши доступність інформації, значно розширило поле діяльності медіадизайнерів. У Новому середовищі можуть існувати одночасно і повноправно розрізнені носії інформації, які тепер об'єднуються в один, наприклад, текст, звук, статичні та динамічні зображення (відео і анімація).

Таким чином, складниками медіадизайну є наступні сфери: інформаційний дизайн, який спрямований на організацію та подання даних (текстових, звукових, нерухомих й динамічних зображень, відео, графіки) і на перетворення їх у ціннісну і осмислену інформацію; корпоративний дизайн, метою якого є створення образу продукту або компанії, здатного залучити потенційного клієнта; рекламний дизайн.

Медіадизайн охоплює наступні елементи подання матеріалу: складники інформаційної структури (текстовий матеріал, напівтонові і кольорові ілюстрації і графіка, анімаційна графіка, відеоматеріали, аудіоматеріали, довідково-супровідний апарат); технології (сценарії взаємодії користувача і продукту проектування, гіпертекст, принципи проектування (дизайну), особливості спроектованого продукту (відповідно до носія інформації)). Інформацію необхідно структурувати і визначати, що має передавати кожен компонент (анімація, звук, текст, графічний образ і т.д.).

У процесі створення продукту медіадизайну необхідно враховувати психологічні аспекти подачі інформації: фактори, що впливають на процеси сприйняття і мислення; значущі в процесі взаємодії з продуктом психологічні характеристики користувача; домінуючий стиль сприйняття інформації користувачем.

Перспективи розвитку медіа дизайну дозволяють зробити висновок про тенденції зміщення акцентів з традиційного друкованого середовища в область Нового з його рухомою динамічною композицією. Білборди замінюються дисплеями, замість записників подалі частіше використовуються мобільні телефони та портативні комп'ютери тощо.

На противагу тенденціям оцифрування інформації зростає інтерес до різного роду «матеріальних» ефектів. Поява нових матеріалів і технологій дозволяє домагатися нових ефектів і способів застосування й експлуатації, розширюючи проєктне поле. Наприклад, голландська студія «Underware» для каталогу шрифту «Sauna» використовувала полімерний папір, який змінює свої властивості (приховує або проявляє зображення) в залежності від температури і вологості в приміщенні [3].

Зображення й звук передають емоцію, враження, але є більш поверхневими й сприймаються в контексті часу послідовно. Розвиток у часі як невід’ємна частина існування найбільш наочно проявляється в русі і підсвідомо пов’язується з природним середовищем (у реальному світі будь-який руханий об’єкт неусвідомлено сприймається як живий). Донесення інформації за допомогою зміни в часі – одна з найважливіших переваг відеозображення або анімації, що дозволяє розповісти більше меншими коштами, а тому є одним з основних інструментів сучасного медіадизайну. Тимчасовий складник – це те, чого позбавлений текст, в якому етапи розгортання інформації існують як би одночасно. Друкований текст читається швидше, ніж сприймається мовлення або ж розгортається візуальна історія, читання також дозволяє одночасно сприймати великі обсяги інформації, порівнюючи різні фрагменти і при необхідності повертаючись до них. Медіадизайн дозволяє об’єднати дві системи – статично-текстову та динамічно-аудіовізуальну засобами глобальних мереж або інших носіїв електронної інформації.

Нова медіагалузь характеризується високим рівнем інтерактивності. Так, одним з найважливіших змін у структурі інформаційного обміну з появою телерадіомовлення було виникнення принципу зворотного зв’язку, у Нових медіа, завдяки досконалішим каналам комунікації, з’явилась можливість миттєвого відгуку на повідомлення. Таким чином, сам реципієнт втягується у процес формування повідомлення, сприйманого величезною аудиторією. У контексті глобальної мережі кожен стає одночасно і джерелом, і реципієнтом повідомлення.

Висновки. Інтерактивне середовище як носій інформації має низку вагомих переваг у порівнянні з класичними друкованими технологіями. Водночас сприйняття електронних документів (періодичних видань, книг) не настільки психологічно комфортне й зручне на рівні базового маніпулювання, як сприйняття друкованих видань. Необхідні нові принципи подачі інформації (як текстової, так і графічної), адекватні носіям. Однак дотепер інноваційні можливості ініціюють інтерес дизайнерів в основному до технічних ефектів, відволікаючи їх увагу від осмислення естетичного потенціалу комп’ютерного проектування. В результаті збиткове використання цифрових технологій призводить до зниження якості дизайн-проектів [7].

Розгляд актуальних питань, що стоять перед фахівцями з медіадизайну, дозволяє зробити висновок, що головним завданням є розробка нових підходів до взаємодії з інформацією.

Література

1. Воронов., Н. Эстетика техники (очерки истории и теории) [Текст] / Н. Воронов, Я. Шестопал. – М., 1972. – 176 с.
2. Глазычев, В. Дизайн как он есть [Текст] / В. Глазычев. – М.: Издательство «Европа», 2006. – 320 с.
3. Золотарев, Д. А. Дизайн печатных изданий в интерактивной среде: автореферат дис. ... кандидата искусствоведения наук: 17.00.06 [Текст] / Д. А. Золотарев. – Екатеринбург, 2012.- 27 с.

4. Коськов, М. А. Предметный мир культуры [Текст] / М. А. Коськов. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004. – 344 с.
5. Коськов, М. А. Философия и дизайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philosophy.spbu.ru/userfiles/rusphil/Veche%20%E2%84%9614-10.pdf>
6. Развитие коммуникативного дизайна [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gonzo-design.ru/education/articles/development.html>
7. Яцюк, О. Г. Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект : диссертация ... доктора искусствоведения : 17.00.06 [Текст] / О. Г. Яцюк. – Москва, 2008. – 444 с.

References

1. Voronow, N. Aesthetics Technology (essays on the history and theory) (1972). – pp. 176 (ru).
2. Glazichev, V. Design as it is (2006). – pp. 320 .
3. Zolotarev, D. A. Design of publications in an interactive environment : Abstract of dis. (2012). – pp.27 (ru).
4. Koskow, M. The tangible world of culture (2004). – pp. 344 (ru).
5. Koskow, M. Philosophy and design [E-resource] // <http://philosophy.spbu.ru/> (ru).
6. Development of communication design [E-resource] // <http://www.gonzo-design.ru/> (ru).
7. Yatsyuk, O. Multimedia technologies in project design culture : the humanitarian aspect : The dissertation (2008). – pp. 444 (ru).

Сытник О. В.

МЕДИАДИЗАЙН КАК ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

В статье рассмотрен медиадизайн как инновационное развитие проектирования, уделено внимание медиадизайну в системе современных Интернет-технологий. Информационно-коммуникационные технологии как совокупность методов и программно-технических средств расширяют границы использования медиадизайна в информационном пространстве, способствует осмысленному усвоению информации. Благодаря качественному медиадизайну, его мобильности, современные информационные Интернет-технологии обеспечивают актуальность, избирательность, интерактивность, мультимедийность, быстрое продуцирование и распространение интерактивных технологий .

***Ключевые слова:** медиадизайн, Интернет-технологии, информация, проектирование, новая коммуникативная среда, информационная структура, технологии.*

MEDIA DESIGN AS INNOVATIVE DEVELOPMENT OF DESIGNING

The article considers the design media as an innovative development design focuses on the system design media modern Internet technologies. ICT as a set of methods and software and hardware are expanding the boundaries of design in use of media information space that promotes meaningful assimilation of information. With high-quality media design, its mobility, modern information technologies provide Web-relevance, selectivity, interactivity, multimedia, fast production and distribution of interactive technologies.

The article discusses the components of media design (information design, which aims at organizing and presenting data and converting them into values and meaningful information; corporate design).

For all kinds of digital design environment has become a means of designing any final product. The product of media design is a messages form through static or dynamic media.

The author notes that in the establishment media product design must consider the psychological aspects of information presentation: factors that influence the processes of information perception by user.

Consideration of current issues facing media professionals design, suggests that the main task is to develop new approaches to interaction with information.

Keywords: *media-design, internet technology, information, designing, New Media, information architecture, technology.*