

УДК 658.512.23

## ВЕБ-ДИЗАЙН 2.0 — ПРОБЛЕМА ИДЕНТИФИКАЦИИ

© Е. И. Тулин, аспирант, ассистент, МГУП,  
Москва, Российская Федерация

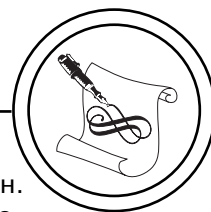
**Робота присвячена сучасному дизайну простору Інтернет. Освітлені питання історії поняття «Web 2.0», його ролі в сучасному графічному дизайні, розглянуто поняття «Комп'ютерний дизайн» і сучасне інтернет-мистецтво. У роботі роз'яснюється суть терміну «веб-дизайн 2.0», а також розглядається причина неправильного трактування даного поняття.**

**The article deals with the modern design of the Internet space. There are considered the history of the term «Web 2.0», its role in modern graphic design, the concept of «Computer Design» and modern Internet Art. The author explains the essence of the term «Web design 2.0» and the reason of misinterpretation of the terms.**

Компьютер-инструмент — это вторая колоссальная проблема графического дизайна после создания Гуттенбергом печатного станка. С более сложным, в профессиональном осмыслении, инструментом дизайнеры еще не сталкивались. Проблема освоения его остается значимой, обсуждаемой. Ключевую позицию в понимании данного аспекта сформулировал Умберто Эко [1]. Он писал, что согласно книге Маршалла Маклюэна «Галактика Гуттенберга» [2], после изобретения печати преобладал линейный способ мышления, но с конца 60-х ему на смену пришло более глобальное восприятие — гиперцепция — через образы телевидения и другие электронные средства. Средства массовой информации довольно скоро установили, что наша цивилизация становится ориентиру-

ванной на зрительный образ, что ведет к упадку грамотности. Это произошло как раз тогда, когда на мировую сцену вышли компьютеры. Первые поколения ЭВМ были исключительно письменными, по экрану ползли строки букв и кодов, в которых необходимо было быстро ориентироваться, однако с развитием техники все компьютерное пространство стало полностью визуальным — острая необходимость чтения отпала. Если изначально компьютер возвращал людей в гуттенбергову галактику, заставляя людей работать словами, то сегодня гипертекстуальность затменена образностью. Современный пользователь ориентируется в виртуальном пространстве только благодаря изображениям, а не тексту. Книга в пространстве Интернет сменила шрифт на голос — оказалось, что большой пласт лите-

## ДИЗАЙН



ратуры проще прослушать, чем трудиться читать. На момент визуализации Интернета не было учебных заведений и общего понимания особенностей компьютерного дизайна, поэтому веб-дизайнерами становились люди, учившиеся на программистов или графиков, но обладающие определенным рвением к постижению новых знаний. Именно благодаря всеобщему непониманию специфики и интерактивности мультимедийных систем и техническим ограничениям (пропускная способность канала, универсальность языка, мультиплатформенность и проч.) современные сайты похожи на театральные афиши.

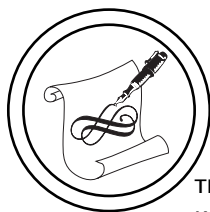
### *Краткий экскурс в историю Интернет. Web 2.0*

Если заглянуть в историю развития Интернет, то можно выделить три эпохи. Первую можно назвать web 0.1 (beta) — это нулевой этап, когда Интернетом пользовались исключительно НИИ, хай-тек-корпорации и прочие компании, для которых эта сеть и создавалась. Стандарты оформления были соответствующие — не способные описывать дизайн, а призванные только обозначать логическую разметку документа. То есть, Интернет представлял собой некий кладезь только текстовых документов, привязанных друг к другу гиперссылками.

Именно со следующей версией мы склонны ассоциировать такие слова как «веб» и «Интернет». Бурный рост наполнения Сети сопровождался облигораживанием внешнего ви-

да — появился веб-дизайн. Главным отличием нулевого поколения от первого была его слабая развитость в самовыражении пользователей. Как правило, пользователи могли общаться посредством Сети, но лишь немногие могли создавать собственные сайты. Для создания персональной странички в Интернете необходимы были специфические знания и экономические вложения (покупать услуги хостинг-провайдеров, цены которых были ориентированы на компании). Поэтому эпоха web 1.0 — время сайтов.

Создателем термина «web 2.0» является Тим О'Рейли (Tim O'Reily). 30 сентября 2005 он написал статью [3], в которой рассказывает о новой концепции Интернет. Эта статья и положила начало обсуждений web 2.0. Центром Интернет второго поколения, утверждает О'Рейли, являются люди и возможность их самовыражения. Web 2.0 — это не новый стандарт, это всего лишь обозначение новых течений, нового этапа технологической эволюции Сети. Характерной чертой нового поколения Интернет является то, что содержимое сайтов изменяется и создается самими пользователями: существует большое количество социальных сетей, блогов, сервисов и даже новостных компаний. Технология web 2.0 проста. Упрощенная система создания и редактирования страниц в Сети позволяет пользователям быстро размещать на них информацию, другие пользователи поступают также — происходит взаимобмен данными. Суще-



## ДИЗАЙН

твуют сайты-сервисы, которые классифицируют информацию и создают на ее базе популярные новости, социальные сети, сети по обмену. Существование web 2.0-сайтов возможно только благодаря пользовательской инициативе.

### *Стиль или стилизация «веб 2.0»*

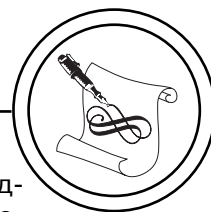
Современное понимание Web 2.0 гораздо шире определения данного О'Рейли и включает не только новые технологии, но еще и определенные тенденции в дизайне. Тенденции в дизайне следует рассмотреть подробнее. Сформируем краткий список сайтов, обладающих в пользовательском понимании характерными признаками дизайна web 2.0: [www.flock.com](http://www.flock.com), [www.skype.com](http://www.skype.com), [www.webdesignfromscratch.com](http://www.webdesignfromscratch.com), [www.techcrunch.com](http://www.techcrunch.com), [www.writeboard.com](http://www.writeboard.com), [www.37signals.com](http://www.37signals.com), [www.feedrinse.com](http://www.feedrinse.com). Не трудно заметить, что у них всех есть общие черты: элегантность и простота, наличие округлых форм, теней, плавных цветовых градиций и пастельных оттенков, используемые шрифты, как правило, без засечек и крупнее привычных размеров, наличие нижнего колонтитула, использование «лакированных» блестящих и трехмерных объектов. В большинстве своем эти сайты отказываются от насыщенной «лицевой» стороны (части сайта, которая первая становится видна при открытии) в пользу большой картинки и навигационного меню. Все элементы располагаются в одну-две колонки, выстраиваясь в довольно продолжитель-

ный столбец. Одной из технико-дизайнерских составляющих web 2.0 сайтов является наличие «облака меток» (tag cloud) — это представление меток в виде некоторого облака, в котором часто используемые метки написаны более крупным шрифтом и сконцентрированы в середине, а реже используемые находятся на периферии. Метки (tags) — это те самые ключевые слова, которые прикрепляются к содержимому сайта (текстам, фотографиям, статьям и т.д.), чтобы это содержимое легко идентифицировать и сортировать.

Большинство тенденций веб-дизайна нового поколения надиктованы особенностями поведения пользователя в Сети и работой поисковых машин. Простота оформления — необходимое условие для полноценной работы поисковых роботов. Наличие меток и облаков меток облегчают визуализацию сложноструктурной информации. Однако тенденции к применению тех или иных визуальных эффектов скорее искусственны, чем естественны. Несколько крупных сайтов, они перечислены выше, переменили стиль отношения к пользователю и сменили дизайн — так постепенно укрепилось мнение, что смена поколений Сети должна быть обозначена визуально «именно так и никак иначе». В обиходе современных веб-дизайнеров часто фигурирует понятие «дизайн в стиле web 2.0», относимое к оформлению сайта — это ошибочно.

Стиль (от греч. *stylos* — палочка для письма) — слог писа-

## ДИЗАЙН



теля, прием, метод, способ работы. В научной терминологии у него обширный диапазон применения — от обозначения индивидуальной манеры художника, характеристики признаков какой-либо группы памятников одного художественного направления до трактовки стиля как «суммы устойчивых признаков, характеризующих образную и формальную структуру, свойственную искусству той или иной исторической эпохи». По стилю можно различить течения в искусстве, охарактеризовать их ярчайших представителей, проследить эволюцию творческой мысли, сопоставить различные школы в литературе, живописи, архитектуре и пр. Стиль, как устойчивая совокупность образных принципов, наиболее отчетливо и последовательно проявляется в те эпохи и в тех течениях, где исторически сложилась система мировоззренческого синтеза, т. е. умение прийти к пониманию явления или предмета в его целостности, единстве и взаимной связи его частей [4]. В любом большом стилевом явлении есть фундаментальная теоретическая база. Классицизм использовал принципы эпохи Возрождения, добавив к ним упорядоченность, системность, рациональность Декарта и картезианства. Ничто в стиле не имеет спонтанного характера, каждый элемент обоснован. Теория основывается на философских рассуждениях, на эксперименте или даже на эпатаже. Кубизм рожден в эксперименте — Пабло Пикассо долго искал способ изображения многомерности и

многозначности одного предмета. Возможно, его многочисленные последователи не в полной мере осознавали весь теоретический путь, проделанный им, однако это не умаляет его стилиобразующего начала.

Web 2.0 это стиль взаимодействия сайта и пользователя, позволяющий максимально полно и не в ущерб содержимому сайта реализовывать желания посетителя. К внешнему оформлению этот термин не имеет отношения. Все плавные переходы цвета, объемные кнопки и прочие атрибуты это лишь стайлинг, обертка программного кода, которая может быть любой. В качестве примера можно сравнить два сайта, оказывающих услуги поиска [www.google.com](http://www.google.com) и [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru). Оба сервиса являются образчиками технологии web 2.0, однако подход к оформлению у них довольно сильно разнится. Google крайне минималистичен, на главной странице практически нет ничего кроме строки поиска и нескольких ссылок, тогда как главная страница «Яндекса» изобилует самой разной информацией, как графической так и текстовой, большое количество выделений, картинок и цветных плашек. Говорить об их едином стиле просто нет оснований.

Мода на дизайн «в стиле web 2.0» — явление носящее вторичный характер. Несмотря на множественные попытки привязать технологию web 2.0 к дизайну, облачив последний во всевозможные цветовые переходы, округлые углы, пастельные цвета и тени, определить



## ДИЗАЙН

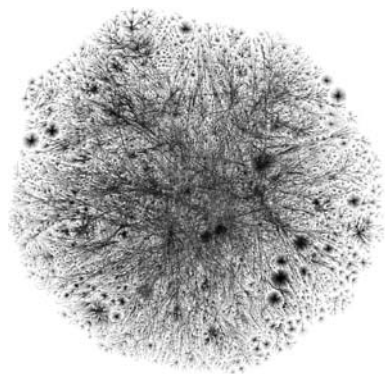
web 2.0 как стиль невозможно. Перемещаясь по сети Интернет обнаруживаем множество одинаково построенных сайтов «в стиле веб 2.0». Наличие похожих элементов еще не означает стилового единства — это стайлинг, присвоение продукту некой внешней визуальной формы. Тенденция, уходящая корнями к концу XIX, середине XX века, когда всем вещам, вне зависимости от их функции придавался модный внешний вид, будь то станок с классическими колоннами или паровоз похожий на самолет [5].

### *Настоящее проявление стиля веб 2.0*

Несмотря на изменение технологий веб-программирования, дизайн сайтов не претерпел кардинального изменения. Со времен начала Интернета понимание специфики виртуальности в дизайне не наступило. Современные сайты структурно, а зачастую и композиционно похожи: плоскостная композиция изображений и текста — обнаруживается семантическая связь с печатными книжны-

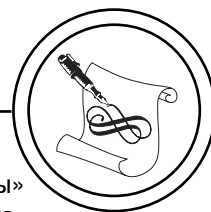
ми изданиями, словно мы находимся не в виртуальной, интерактивной среде без начала и конца, а листаем толстенный иллюстрированный фолиант. Это не правильно. В статье Александра Раппапорта, архитектора, доктора искусствоведения, «Третий дизайн» [6] предполагается становление третьего (персонального, самобытного и временного) поколения дизайна, следующего за эпохами фаллического (штучного) первого и вагинального (средового) второго. Рассматривая технологии web 2.0, можно сказать что они являются предпосылками к формированию третьего дизайна в действительности. Виртуальность можно представить в виде карты, где линии это гиперссылки на другие страницы и ресурсы (см. рисунок).

На основании этой карты можно с уверенностью сказать, что гипертекстовая информация, используемая на сайте должна быть ключом к пониманию дизайна сайта. Интернет — это интерактивная информационная среда, чутко реагирующая на поведение пользователя. В таком понимании сайт должен бы сам уметь подстраиваться под пользователя, стать частью этой огромной информационной среды. Нередко дизайнеры используют в оформлении сайтов музыку, это правильно, однако этого недостаточно. Возможности компьютера позволяют полностью погрузиться в интерактивный мир. Можно представить сайт, дизайн которого предполагает оформление, создаваемое са-



Виртуальность в виде карты

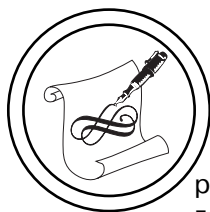
## ДИЗАЙН



мим пользователем. Пользователь, руководствуясь собственными интересами, может сам настроить внешний вид сайта на тот лад, как ему нравится. Представим картину: открывается сайт, в нем простая текстовая информация и небольшое меню с настройками, если ищем текст, то кроме него мы больше ничего и не увидим. Однако, если воспользоваться меню, то возможно поменять размер шрифта, цвет фона, выбрать музыку, даже заменить изображения на те, что больше нравятся — с технологической точки зрения это не сложно. Однако, пока никем не востребовано. Только в случае активного вмешательства пользователя в художественное оформление сайта, при запланированном дизайнером алгоритме, возможно будет говорить о действительно новом поколении дизайна сети Интернет. Рассуждения о вмешательстве пользователя в дизайн сайта носили бы исключительно технический характер, если бы не было художников, воспринимающих Интернет как искусство. Современный интернет-художник создает не просто сайт-информацию, но формирует визуальную среду с многогранным содержанием. Каждый художник, создает не просто внешнее отображение страницы но и планирует ее эмоционально смысловое восприятие. Возьмем примером сайт Ольги Лялиной (с 1999 г. профессора Академии коммуникативного дизайна Merz Akademie в Штутгарте, стоявшей у истоков клуба «Синефантом» и теории параллельного кино) —

«Мой парень вернулся с войны» ([www.teleportacia.org/war/wara.htm](http://www.teleportacia.org/war/wara.htm)) (1996 г.), в котором человек формирует сюжет истории и сам наполняет его смыслом. Зритель в галерее искусств превращается в пользователя. «Сетевое искусство — это не всего лишь трансляция выставок и частных коллекций, произведений, рожденных для существования в реальном пространстве и лишь репрезентирующих себя в дигитально-коммуникативном, это лишь мнение поисковых машин, тех, кто верит им и не верит в то, что Сеть — это такой же мир для художника, как и мир, созданный некогда за семь дней», — утверждает Лялина [7]. Экспериментируя с размещением в Сети видеороликов, техническими особенностями этого процесса, а также с информацией о режиссерах и самих фильмах, она пришла к определенному образу передачи чувственного состояния, ощущения фильма. Это новый вид подачи визуальной информации, основанный на монтаже визуальных рядов, рождающихся исключительно благодаря пользовательскому поведению. Программа предлагает выбор пути, выбор фрагмента фильма взаимодействующего с фрагментом уже просмотренным — так рождается новое видение. Это монтаж своеобразный, индивидуально вершащийся человеком. Все смотрят одно и тоже, а видят по-разному.

Поскольку зашла речь о монтаже — наиболее остром и актуальном аспекте современного искусства, обратимся к исто-



## ДИЗАЙН

рии. «Прибытие поезда» (1895 г.) братьев Люмьер был снят и транслирован единым куском киноплёнки. В фильмах Жоржа Мельеса, снятых еще до начала XX века, уже использовался трюковой монтаж [8], однако подход к нему был еще формален, продиктован техническими ограничениями. Подлинное открытие монтажа как средства искусства, как языка кинематографа происходит после того, как в 1917 г. Л. В. Кулешов (1899-1970), в будущем известный кинорежиссер и теоретик кино, осуществил эксперименты, легшие в основание феномена, который получил название «эффект Кулешова» [9]. Это сенсационное открытие привело к полному убеждению: монтаж всемогущ. Представители русской формальной школы Ю. Н. Тынянов, В. Б. Шкловский [10] и др. первыми предложили рассматривать монтаж как специфический язык кино. Центральная фигура в создании теории монтажа — С. М. Эйзенштейн (1898-1948). В 1923 г. в журнале «ЛЕФ» Эйзенштейн опубликовал манифест «Монтаж аттракционов». В противовес традиционной драматургии Эйзенштейн предлагал совмещать аттракционы — наиболее запоминающиеся отрывки фильмов. В том же 1923 г. он пишет книгу «Монтаж аттракционов» [11], в которой противопоставляет традиционной драматургии монтаж ударных воздействий.

Постепенно складывалась целая система монтажа, которую (в современных терминах) можно представить следующим образом:

1. Виды монтажа по линии семантического ряда:

а) параллельный развивающемуся ходу события (информационный);

б) параллельный ходу нескольких действий (параллельный);

в) параллельный ощущению (монтаж примитивных сравнений);

г) параллельный ощущению и значению (образный монтаж);

д) параллельный представлениям (конструирующий понятие).

2. Виды монтажа по линии кинетического ряда:

а) метрический;

б) ритмический;

в) тональный (мелодический);

г) обертоновый;

д) интеллектуальный, как новое качество по линии развития обертонового в сторону смыслового обертона.

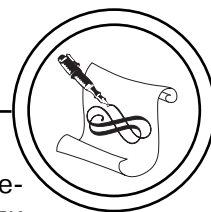
3. Виды монтажа по линии сопряжения разных средств:

а) горизонтальный (монтаж видеоряда);

б) вертикальный (аудиовизуальный, мультимедийный монтаж).

Все эти виды монтажа изначально придумывались, чтобы помочь режиссеру выстроить необходимую сюжетную линию, собственное понимание проблематики произведения. Прогресс заключается в том, что современное интернет-кино не предполагает режиссера, пользователь сам выбирает последовательность сюжетов — создает собственное кино, однако здесь нет явления смерти автора. Художник по-прежнему вы-

## ДИЗАЙН



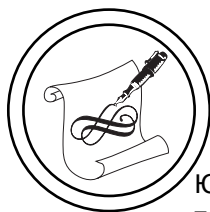
полняет роль творца произведения, только теперь он создает не готовый шедевр, диктующий пользователю (уже не зрителю, а активному участнику процесса) свою художественную позицию, а создает проблемный сюжет и способы возможного решения. Интернет-художник может оказаться в положении драматурга, пишущего сценарий... Зритель смотрит сюжет, рисуемый художником так, как ему интересно на данный момент, глотая действия и не терпя «лирических отступлений», по прошествии лет это же произведение можно будет посмотреть иначе, вникая в новые сюжетные линии, символы и ассоциации, заготовленные автором произведения.

Специфика компьютера-инструмента, его вариативность и интерактивность, позволяют реализовать рассуждения Александра Раппапорта о персональности, индивидуальности и временной протяженности дизайна в понимании интернет-искусства Ольги Лялиной.

Обратимся к работе М. Ю. Лотмана «Структура художественного текста» [12], где он объяснял сложность художественной структуры: «Сложность семиотической структуры находится в прямо пропорциональной зависимости от сложности передаваемой информации. Усложнение характера информации неизбежно приводит и к усложнению используемой для её передачи семиотической системы. При этом в правильно построенной (то есть достигающей цели, ради которой она построена) семиотической систе-

ме не может быть излишней, неоправданной сложности. Если существует две системы А и Б и обе они полностью передают некий единый объем информации при одинаковом расходе на преодоление шума в канале связи, но система А значительно проще Б, то не вызывает никаких сомнений, что система Б будет заброшена и забыта. Но в искусстве, в отличие от техники, дело обстоит иначе: усложненная художественная структура, создаваемая из материала языка, позволяет передавать такой объем информации, который совершенно не доступен для передачи средствами элементарной языковой структуры. Из этого вытекает, что данная информация (содержание) не может быть передана вне данной структуры». Суждение Ю. М. Лотмана подкрепляет наше утверждение, что развитие интернет-культуры возможно в ключе Ольги Лялиной. Безусловно, интернет-дизайнер-художник создает структуру чрезвычайно сложную и объемную, однако это именно та форма, в которой данное произведение может быть понято. Попробуем перефразировать одно из высказываний Ю. М. Лотмана, утверждая: упрощение формы передачи мультимедийного произведения и передача его другими средствами уничтожит саму суть произведения, словно стихотворение пересказанное в прозе. «Дуализм формы и содержания должен быть заменен понятием идеи, реализующей себя в адекватной структуре и не существующей вне этой структуры» [12, С. 19], — считал





## ДИЗАЙН

Ю. М. Лотман. Значит роль автора мультимедиа произведения — создать идею, воплощенную в его интерактивной структуре.

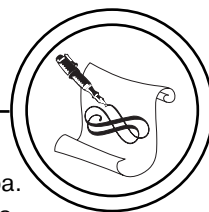
Проблема освоения нового инструмента, новой техники характерна не только для веб-дизайна, но и для графического дизайна в целом, так как проектирование осуществляется на компьютере, и схожа с ситуацией конца XIX начала XX века. Бурный прогресс вызвал необходимость художественного и эстетического осмысления техники. Готфрид Земпер, Джон Рёскин, Уильям Моррис и их последователи пытались отмежеваться от мира техники находя себя в мануфактурном производстве [13]. Прерафаэлиты и модернисты не вникали в технические особенности производства, создавая образцы, над которыми потом работали технологи, и расписывая и украшая уже готовые промышленные изделия [14]. Это своеобразная маска искусства на промышленном товаре. В то же самое время технология была движима не дизайнерами и не художниками, а инженерами и технологами. Промышленность развивалась, создавая свои собственные образцы для подражания, и однажды смогла противопоставить искусству свои произведе-

ния — башни Шухова и Эйфеля, «Хрустальный дворец» Джона Пэкстона, подвесные мосты, небоскребы и фермы, которые создали в искусстве мощнейший прецедент — конструктивистов и функционалистов. Возможно, развитие компьютерных технологий переживает на данном этапе подобный период накопления, чтобы заявить о новом виде искусства — сетевом искусстве — компьютерном дизайне, не дизайн-проекте сделанном с помощью компьютера, а дизайне интерактивного виртуального пространства.

В веб-дизайне основные составляющие проектирования — инструмент и технология — реализованы одним прибором, компьютером. Вычислительная техника и сетевые технологии совершенствуются и ускоряются с каждым днем, однако этого явно не достаточно для реализации новой ступени интернет-дизайна, необходимо его эстетическое осмысление, понимание его как особого вида искусства. Современный интернет-арт еще не набрал достаточную силу, благодаря чему веб-дизайн как практика мог бы качественно преобразиться, но создает мощный прецедент для поиска выхода из сложившегося кризиса понимания компьютера-инструмента.

1. Эко У. От Интернета к Гутенбергу : текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998 [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://www.philosophy.ru/library/eco/internet.html>. 2. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. Перевод А. Юдин. — Киев : Ника-Центр, 2004. — 432 с. 3. O'Reily T. What Is Web 2.0 интернет-публикация от 30 сентября 2005 года [Электронный ресурс] — Режим доступа : [www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html). 4. Терминологический сло-

## ДИЗАЙН



варь «Аполлон». Изобразительное и декоративное искусство. Архитектура. — М. : Эллис Лак, 1997. — 736 с. 5. Лавреньтьев А. Н. История дизайна / Лавреньтьев А. Н. — М., Гардарики, 2006. — 304 с. 6. Раппапорт А. Третий дизайн // Проблемы дизайна. Под ред. В. Л. Глазычева. — М. : Союз дизайнеров России, 2003. — 256 с. — С. 199—235. 7. Лялина О. Более странно, чем рай / Лялина О. // Интернет zhurnal.ru. — 1999. — № 2(5) [Электронный ресурс] — Режим доступа к журн. : <http://www.zhurnal.ru/5/olialia.htm>. 8. Bessy M., Lo Duca. Georges M?li?s, Mage. Paris, 1945. 9. Кулешов Л. В. Азбука кинорежиссуры / Кулешов Л. В. — М. : Искусство, 1969. — 132 с. Кулешов Л. В. Искусство кино / Кулешов Л. В. — М. : Искусство, 1969. — 279 с. Кулешов Л. В. Статьи. Материалы. Составитель А. С. Хохлов. — М. : Искусство, 1979. — 240 с. 10. Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино / Тынянов Ю. Н. — М. : Наука, 1977. — 574 с. 11. Эйзенштейн С. Монтаж / Эйзенштейн С. — М. : Эйзенштейн-центр; Музей кино, 2000. — 592 с. 12. Лотман М. Ю. Структура художественного текста / Лотман М. Ю. — М. : Искусство, 1970. — 384 с. — С. 16—19. 13. Михайлов С. М. История Дизайна. Краткий курс / Михайлов С. М., Михайлова А. С. — М. : Союз дизайнеров России, КГАСА, 2004. — 288 с. 14. Луков Вл. А. Дизайн : культурологическая интерпретация / Луков Вл. А., Останин А. А. — М. : НИБ, 2005. — 180 с.

Надійшла до редакції 29.06.10