

Тетяна ПУЗЕНКО

АРТ-ВЕБ-САЙТ **Специфіка функціонування**

Художнє життя нашої країни поступово розвивається, конкуренція серед художніх галерей, антикварних салонів та самих художників зростає. Сьогодні проблематика функціонування та розвитку художнього ринку України є дуже актуальною. Поступово підвищується інтерес різних верств населення до арт-ринку. Вкладаючи гроші в твори мистецтва ми маємо надію, що через декілька років натюрморт невідомого художника стане не тільки прикрасою для оселі а й вигідною інвестицією. Тут вже мало просто сподіватися, що художник стане відомим посмертно — художня дійсність створюється сьогодні. Саме тому сучасний художник є справжнім проектом, що «розкручується», взаємодіє з сучасними культурними інституціями.

Сучасний арт-ринок є багатограним утворенням, в якому співіснують і взаємодіють художники, галереї, покупці. Митці або «розкручуються» самотужки, за умов наявності навиків і задатків менеджера та промоутера, або звертаються до посередника (галереї, салону, менеджера).

Стрімкий зліт інформаційних технологій наприкінці ХХ ст. спричинив значні зрушення в технологічних оновленнях більшості сфер людської діяльності. Наприклад, створили нову форму розповсюдження тиражної інформації — так звані електронні видання (сайти). Художнє життя та сучасні технології зараз є неподільним цілим. Інтернет є реальністю художнього життя, ринку, атрибутом, що характеризує сучасний світ, і його значення важко переоцінити.

Молоде покоління вже не уявляє свого життя без розгалуженої мережі Інтернету. Сьогодні ми ведемо два життя — життя реальне та інтерактивне. Інтернет перестає бути звичайною забаганкою — це справжня віртуальна реальність, в якій є все. Мистецтво не стоїть на одному місці — воно трансформується, модернізується, розширює обрії звичної системи.

Технології електронних видань (сайтів), з широким використанням гіпертексту, засобів мультимедіа, відкривають нові перспективи в найрізноманітні-

ших сферах. Сфера мистецтва не є винятком. Інтернет-мережа — розгалужена система, доступна у кожному куточку земної кулі, а Інтернет-сайт, як маленька частина цієї великої системи, як її підрозділ, слугує репрезентацією конкретного матеріалу. Ні для кого з нас не секрет, що веб-сайт не обмежений в об'ємі (це вам не багатотомне друковане видання, що потребує багато вільного місця для збереження в квартирі) — в Інтернет-просторі в один «клік» можна отримати потрібну інформацію, а якщо ти і не знаєш, що конкретно шукаєш, мережа видасть багато різних варіантів, що можуть розкрити нам багато нових горизонтів. Кожен сайт має свою індивідуальну рису (закладену специфікою, кваліфікацією програмістів і дизайнерів), власну спрямованість (продаж творів мистецтва, репрезентація мистецьких колекцій, персональна сторінка конкретного художника, арт-портал).

Сучасна людина точно усвідомлює, що за новими технологіями майбутнє, — тому в більшості художників, музеїв, галерей, антикварних салонів є свої сайти (так звані «каталоги» з великою кількістю інформації, що детально систематизована). Кожного з них ваблять різні аспекти функціонування Інтернет-сайту — це і широке коло споживачів, можливо, потенційних покупців чи користувачів, доступність і відкритість інформації, невеликі грошові затрати при створенні та обслуговуванні, можливість постійного оновлення інформації. Всі ці важливі аспекти свідчать на користь Інтернет-ресурсів.

Електронні видання сприяють засвоєнню серйозної інформації ігровим методом. Даючи можливість працювати з ним в інтерактивному режимі, мультимедійні програми захоплюють користувача у цікаве дійство, чи то «блукання» віртуальним архітектурним простором, чи перехід від однієї картини до іншої.

Сьогодні в Інтернеті представлені різноманітні галереї, центри, персони, але все ж таки вони в дечому схожі — схожі хоча б тому, що всі вони розгортають своє «шоу» на одному й тому ж екрані монітора. Сутність галереї, тобто предмет її діяльності й гарантії виконання сервісів, глибинні зв'язки між службами, що забезпечують сервіси веб-сайта, можуть побачити лише аналітики. Веб — це цілком мистецьке явище, що потребує уваги зі сторони громадськості, мистецтвознавців, критиків, галеристів та художників. В даній роботі ми розглядаємо сучасну систему функціонування арт-веб-мережі, критерії оцінки та принципи аналізу.

З появою Інтернету мистецтво отримало нові «механізми» та нове середовище для творчості. Інтернет — розгалужена система, в якій представлено все. Веб-мережа може бути не просто репрезентаційним механізмом, здатним вдало представити вас, а й рекламним, комунікаційним засобом. Комерційні та некомерційні веб-сайти мають цілий ряд своїх особливих переваг перед іншими рекламними засобами.

В Інтернет-мережі ви можете розмістити великий об'єм інформації про ваші товари (твори мистецтва), донести до потенційного покупця чи просто зацікавленої людини більше ніж просто детальну і вичерпну інформацію та опис з доданням зорового ряду. Порівнюючи веб-сайти з друкованими засобами репрезентації (друковані каталоги) — ви отримаєте багато пунктів за використання Інтернет-ресурсу. На веб-сайті ви маєте можливість в будь-який момент замінити чи доповнити інформацію про ваш продукт (твори мистецтва). Ви можете розмістити анкети для оформлення з клієнтом замовлення. Веб-сайт першим відреагує на зміну адреси чи номера контактного телефону. На сайті можна розмістити форми голосування чи опитування точки зору ваших клієнтів та користувачів, за допомогою чого можна формувати подальшу політику та стратегію продажу та зацікавлення користувачів і клієнтів, в деякій мірі економити на маркетингових дослідженнях. Ваш веб-сайт буде працювати у мережі день та ніч, в будні та вихідні, і кожна людина зможе отримати потрібну їй інформацію в будь-який зручний для неї час.

Веб-сайт може бути реальним «помічником» та основою для будь-якої реклами. Наприклад, ви даєте інформацію на радіо, телебаченні, а контактний телефон та адресу встигають записати далеко не всі зацікавлені, а запам'ятати це все і тримати у пам'яті можуть лише одиниці. Набагато простіше запам'ятати просту Інтернет-адресу, типу abc.net.ua, imena.com.ua. До того ж веб-сайт буде вас рекламувати стільки часу, скільки користувач (а в майбутньому, можливо, і клієнт чи покупець) буде перебувати на вашому Інтернет-ресурсі, а при правильному підході до справи, це «перебування» у вас на сторінці може тривати цілими годинами. З рекламою в газетах та інших друкованих виданнях — та ж сама історія: рекламна площа вимірюється квадратними сантиметрами, або, що ще «краще», кількістю розміщених слів. Чи багато ви зможете розмістити потрібної та цікавої інформації про себе за таких умов? Якщо розмістите поруч з короткою інформацією про себе не тільки номер телефону та адресу, а й адресу веб-сайту — виграєте у багатьох аспектах.

На даний момент Інтернет є одним з наймолодших рекламних носіїв. Переважна особливість Інтернет-реклами полягає в легкому впливі на певні цільові групи аудиторії, що практично неможливо досягти за допомогою засобів масової інформації. Рекламна та інформативна кампанія в Інтернеті — це легкокерований процес, тобто корективи в інтенсивність показів, фокусування реклами та навіть самі інформаційні та рекламні блоки можна вносити безпосередньо в процесі проведення рекламних заходів. До найбільш значимої особливості Інтернет-реклами можна віднести можливість аналізувати ефект заходів в режимі реального часу.

Сам факт просування «бренду» певного художника, галереї чи антикварного салону в Інтернеті працює на імідж: користувачі та потенційні клієнти знають, що саме прогресивні, динамічні, сучасні люди та організації активно використовують ресурси та інструменти глобальної мережі.

Нові можливості в сфері мистецтва потребують своєрідного підходу й особливих рішень. Значному впливу на прийняття рішення щодо використання Інтернету сприяє невелика ціна на публікації порівняно з друкованими та телевізійними ЗМІ. Наприклад, якщо тиражування буклета може обійтись нам в сотні доларів, то розміщення в Інтернеті не потребує таких витрат, а іноді може здійснюватись і безкоштовно.

Інтернет виступає не тільки засобом ефективної реклами, а й атрибутом, що повністю характеризує сучасний світ. Сьогодні саме Інтернет висвітлює сучасну ситуацію, вирішує проблему «позапросторової» присутності будь-де та будь-коли. Тепер ми можемо не просто отримувати інформацію, а й повідомити всьому світу про своє існування.

Інтернет-сайт є не просто технічним засобом реклами чи репрезентативною візитівкою — він функціонує як повноцінна мистецька одиниця в контексті не тільки українського, а й світового художнього ринку. Саме тому веб-сайт повинен розроблятися не просто професійними програмістами, хоча це теж є важливим, а художниками та мистецтвознавцями, які знаються на специфіці сучасного художнього ринку.

Сьогодні галереї, антикварні салони, художники починають розуміти, що якщо робити сайт — то робити якісно, адже він за своєю структурою нагадує друковану книгу, а гарна книга — то якісна книга. Щоб у кінцевому результаті отримати високоякісний сайт, до роботи над ним потрібно залучати тільки професіоналів, кожний з яких буде займатися виключно своєю справою: тексти з історії мистецтва повинен писати мистецтвознавець, оформлення екрана розроблятиме художник-дизайнер, помилки скрупульозно перевірятиме коректор, а функції програміста повинні обмежуватись роботою по збиранню. До того ж, цей програміст має володіти специфікою Інтернету та мати навички по створенню мистецьких сайтів. Проте ці істини, на жаль, зрозуміли ще не всі.

Оцінюючи якість українських веб-сайтів, перше, на що ми звертаємо увагу, коли відкривається сторінка, це дизайн. Очевидно, що екран слугує конкретним цілям, таким як показ, демонстрація, сьогодні це не тільки інструмент для читання. Тепер все чіткіше вимальовується нове завдання: зрозуміти естетичну самоцінність роботи електронних художників-дизайнерів. Професійний дизайнер, що добре знає специфіку арт-веб-сайтів, повинен вдало поєднати графіку інтерфейсу з образотворчими та шрифтовими елементами, заповнюючи при цьому частину екрана, що відповідає за змістове наповнення, тобто досягти

візуально-композиційної органічності. Таке завдання дуже чітко проступає при створенні саме сайтів з мистецтва, адже саме вони мають вирізнитися цікавим дизайном (наприклад, балансування на межі епатажного та стриманого, класичного), тут завжди потрібно знати міру, адже де, як не на мистецькому сайті, повинен відчуватися гарний смак. При репродукуванні творів мистецтва — і на це потрібно зважати — на екрані не повинно бути ніякого «шуму», тому що в такій ситуації репродукція не просто ілюструє текст, а й ретранслює естетичну самоцінність оригіналу. Вихід з такого положення — по можливості мінімізувати кількість кнопок, ширше застосовувати сюжетні композиції з інтерактивними зонами. Відхід від традиційної типографіки особливо помітний в дизайнерському структуруванні публікацій. Перш за все, в Інтернеті функції так званої заставки й наступного за нею інформаційного блоку різняться набагато більше, ніж призначення титульного аркуша та тексту в друкованому каталозі.

Інтернет потребує «стислості» входу в публікацію. Саме тому «пустоти», емоційно значимі інтервали в демонстрації тексту, ефект поступової загрузки тла зі шрифтовими знаками, характерні для добре зробленої книги, Інтернету протипоказані. Веб потребує щільної типографічної композиції «входу», тож в багатьох випадках вже на першій сторінці сайта, наряду з елементами, що несуть репрезентативне навантаження, з'являється деякий аналог книжкового змісту — тобто головне меню, перелік інтерактивних зв'язків, що відсилають читача до конкретної сторінки публікації, де мова йде про цікаву для нього інформацію.

«Заставка» повинна концентрувати увагу користувача, що «блукає» по Інтернету, заінтригувати яскравим оформленням, цікавими деталями своєї композиції. Іншими словами, «заставка» грає роль основної реклами. Американський художник Х. Джексон під час оформлення особистої сторінки в Інтернеті сказав наступне: «Іноді ви повинні ризикувати читабельністю, аби викликати у людини імпульс». Дійсно, від оформлення першої, так званої «титульної сторінки» залежить дуже багато. Саме від неї залежить — залишиться людина переглядати наступну інформацію на ресурсі, чи покине його.

За тлумаченням Фелікса Старовойтова, відомого українського промоутера веб-проектів, «контент — це будь-яке корисне наповнення сайту». Тому помиляються деякі «аналітики», які вважають, що контент — це саме текстове наповнення сайту (точніше — все, окрім графіки), або те, що контент — це те, заради чого створюється сервер. Контентом може бути книга, журнал, стаття, музика, ілюстрації, каталоги, списки спонсорів, можливість купити, можливість продати, можливість зробити заявку та замовлення. Контент є важливим аспектом, що характеризує актуальність і доцільність представленого ресурсу на арт-ринку та у веб-мережі.

Зрозуміло, що кожен з видів контенту має свої мінімальні вимоги до якості та рівня дизайну сайту в цілому. Найнижчі вимоги — у довідників, а найвищі — у арт-контенту та дизайн-контенту (коли основною інформацією є зображення репрезентованого об'єкта), коли кепський дизайн (як погана рама) може дуже сильно вплинути на сприйняття. І нарешті переклавши термін «контент» (content — англ.) на українську мову, ми розуміємо, що він перекладається саме як зміст.

Що ж стосується репрезентації арт-інформації на сторінках сайту, то тут на перший план виходить розумне структурування даних, продумане влаштування гіперзв'язків, раціональна та гармонійна зорова компоновка тексту та ілюстрацій, що забезпечують оптимізацію. Важливу роль відіграє та обставина, що HTML (Hypertext Markup Language — гіпертекстова мова міток) допомагає отримати макет, аналогічний макету друкованого видання. В типографічному аспекті функціонування кодів HTML зводяться до вирішення чотирьох основних завдань, що відповідають основній ідеї публікації. Тегі забезпечують лише збереження інформації, змістової архітекτονіки документа. Що ж стосується власне типографічних параметрів, як рисунок шрифту, довжина рядка, абзацні відступи, форми маркерів (bullets), — все визначається не дизайнером, що форматує оригінал документа, а програмою конкретного читачького браузера.

Існують труднощі «транспортування» зображень по каналах WWW, необхідності компресії зображень при їх відправці в Інтернет і їх декомпресії браузером адресата, що скорочує час трансляції та неминучо веде до втрати якості картинки. В практиці Інтернет використовують графічні файли двох стандартних форматів: GIF (Graphics Interchange Format — формат обміну графічними даними) та JPEG (Joint Photographic Experts Group). GIF працює лише з обмеженою палітрою індексованих кольорів. JPEG, навпаки, забезпечує диференційовану передачу кольору. Тому для реалізації мистецьких веб-проектів, де необхідні великі за розміром, якісні репродукції художніх творів, слід використовувати лише формат JPEG.

Сайти з антикваріату. Простіше за все нам було знайти сайти з антикваріату, адже антикварний бізнес зараз процвітає, приносить великі кошти — всі ці фактори сприяють розширенню мережі антикварних салонів (майже кожен солідний і не дуже антикварний салон має свій офіційний сайт в мережі Інтернет; існує й інша ситуація, коли керівництво вважає не зовсім доцільним знімати за величезні гроші приміщення у центрі міста (репрезентація статусу) і просто організує Інтернет-сайт, робить добру рекламу, і все готово — клієнти з'являються дуже скоро, адже ні для кого не секрет, що всі люди, осо-

бливо ті, що цікавляться антикваріатом і в змозі витратити на нього великі гроші, люди дуже зайняті, а тому їм простіше зазирнути в Інтернет, а якщо зацікавляється — домовитись про особисту зустріч). Парадоксально, але навіть за таких нестабільних економічних умов, коли прибутки населення колосально різняться між собою, все більша кількість людей проявляють бажання вкладати гроші, іноді дуже великі, в антикваріат. Заклади, що займаються антикварним бізнесом, відрізняються за своєю спеціалізацією. Заглиблюючись у специфіку існування антикварного ринку в Україні ми можемо зазначити, що існує так званий «чорний ринок», що займається нелегальною, неофіційною торгівлею, про результати якої ми навряд чи дізнаємось з газет, телебачення та Інтернету. Також існує «білий ринок» — це головним чином аукціони, антикварні магазини та салони. Традиції та тенденції антикварного ринку формуються саме цією частиною антикварного світу, і саме вони представлені в Інтернеті.

Сайти художніх галерей. На сьогодні в Інтернеті представлено велику кількість сайтів художніх галерей — складається така ж сама ситуація, як і з антикварними салонами. Це можуть бути просто віртуальні галереї, чи «представництва» вже існуючих реально художніх галерей. Під час наших пошуків цікавих «зразків» ми зіткнулися з тим, що частіше зустрічаються сайти лише віртуальних художніх галерей, тоді як реально існуючі зустрічаються набагато рідше, не приділяють значної уваги «влаштуванню» корисного, цікавого та змістовного наповнення, «грішать» неякісним дизайном. Деякі галереї мають власні сайти лише для «галочки» — не поповнюють інформацію, або ж зовсім забувають про їх існування.

Персональні мистецькі сайти. Аналізуючи веб-ресурси, ми не можемо не розглянути персональні мистецькі сайти, сайти конкретних художників. Для нашого аналізу хотілось розглядати сайти вже відомих українських митців — проте тут виникла проблема. Не багато відомих українських художників мають власні Інтернет-сторінки — більшість з них, якщо і представлені в Інтернеті, то розміщують свою інформацію на сайтах художніх галерей. Виникає питання: невже українські митці не вважають за доцільне мати власний веб-ресурс, адже це буде не тільки репрезентувати їхній творчий доробок, підкреслювати соціальний статус, а й, напевно, приносити прибуток. Проте це можливо, за умови відомості конкретного художника. Цікаво, що більшість персональних сайтів належить молодим художникам, що тільки вступають на художній ринок. Можливо, це цілком закономірно, адже молоді художники прагнуть всіма можливими шляхами «просунути» власний творчий доробок, заявити про себе, вони більш обізнані в сучасних медійних технологіях, і вони спроможні якщо

й не створити персональний сайт, то самотужки його підтримувати; а от художники старшого покоління, що вже є визнаними митцями, вважають доцільнішим просто розмістити свої роботи на інших сайтах, сказати б, «перекласти всю роботу на плечі інших людей», зацікавлених у продажу робіт іменитого художника й не мати ніяких проблем з оновленням ресурсу. Тут варто зазначити, що аналізуючи контент персональних сайтів, можна зайти в «глухий кут», адже структура, навігаційна система, та й спосіб репрезентації інформації — дуже схожі, якщо не сказати, що майже ідентичні.

Можна побачити, що персональні сайти майже зовсім не вирізняються, вони схожі не тільки дизайнерськими прийомами, а й ідентичні за структурою. На цих сайтах є один спільний недолік — фотографії високої якості погано конвертовані й тому дуже довго відкриваються, проте це все не є основним; найголовніше — активна діяльність художників в мистецькому житті, прагнення долучатися до сучасних медійних технологій.

Художнє життя та Інтернет — не окремо існуючі реалії, вони не просто «контактують» між собою, а плідно співпрацюють. З появою Інтернету мистецтво отримало нові «механізми» та нове середовище для творчості. В даній роботі ми намагалися розглянути та висвітлити сьогоднішню ситуацію, у цій сфері. Виявляється, що бути представленим у веб-мережі вже не є просто засобом престижу — «присутність» в Інтернеті є ознакою «контактності» в сучасному світі. Звичайно, хотілося б, щоб кількість представлених арт-ресурсів, в Україні досить обмежених, неодмінно переходила на якісно новий рівень. Веб-сайт є невід'ємною частиною функціонуючого художнього ринку, і лише на наших місцевих теренах ще можлива дискусія з цього приводу. В цивілізованому світі з цим давно визначились, і актуальна важливість присутності мистецтва у мережі в різноманітних формах сумнівів не викликає. Саме тому в Інтернеті представлені художні галереї, антикварні салони, художники різних країн та традицій, і всі вони є рівноправними творцями сучасної арт-дійсності. В Україні, на мій погляд, досить повільно, але все ж таки приходять до розуміння загальносвітової ситуації, а найактивніші представники вітчизняного арт-ринку свідомо та наполегливо долучаються до реальної присутності й функціонування в Інтернет-мережі.