

МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В WEB-СРЕДЕ МУЗЕЕВ СПбГУ

И.А. Маховикова, Ю.В. Лапутенко, С.В. Витковская

Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербург

В настоящее время создание мультимедийных информационных ресурсов, способствует не только образовательной деятельности на базе музея, но и развитию музейных коммуникаций в целом. Возможность применения современных мультимедийных технологий в музейно-экспозиционной и образовательной деятельности способствует созданию новых мультимедийных продуктов, расположенных в среде интернет, на сайте музеев или музейных сообществ.

Эти продукты могут быть следующих форматов:

- мультимедийная афиша;
- промо-ролик;
- виртуальная экспозиция;
- виртуальные экскурсии;
- виртуальный путеводитель.

В 2017 учебном году, в рамках программы дизайн-проектирования седьмого семестра «Музейный дизайн», задания «Создание комплексной системы графической идентичности, учитывающей коммуникационное пространство музейной среды. Определение необходимых функциональных носителей, сформулированных исходя из технического задания» студенты-графики 4 курса СПбГУ выполнили проекты для двух геологических музеев СПбГУ (Палеонтолого-Стратиграфического и Петрографического). Со стороны музеев научное консультирование проводили преподаватели Института наук о Земле СПбГУ и специалисты Управления музейных ценностей университета.

Основной целью проектов было показать возможности использования современных дизайнерских решений в работе с традиционными музеями университета. В рамках задания у студентов есть возможность определять необходимые функциональные носители исходя из потребностей объекта проектирования. Данная музейно-образовательная среда обладает своей спецификой. Создаваемые как научные кабинеты, эти музеи имеют уникальные коллекции, которые используются не только для экспозиционных, но, прежде всего, для учебных целей. Располагаясь непосредственно в историческом здании Двенадцати коллегий СПбГУ, музеи не имеют возможности увеличения экспозиционного пространства. Доступ широкой аудитории в них ограничен, в связи с пропускным режимом Университета.

Студентам была поставлена задача при помощи дизайн-графики и применения современных мультимедийных и интернет-технологий расширить целевую аудиторию музеев. Использование интернет-среды для размещения информации о музеях явилось насущной необходимостью, для привлечения новой аудитории в реальное музейное пространство [1, 2].

В результате проделанной работы студенты представили свои достижения в области применения методов музейного, выставочного дизайна и мультимедийного проектирования в интернет-среде. В состав проектов вошла разработка дизайна виртуальных выставок и постоянных экспозиций, экскурсий для взрослой и детской аудиторий, графического и мультимедийного сопровождения разнообразных музейных мероприятий. Знакомство с экспонатами геологических коллекций привело к созданию серии анимационных роликов на различные темы («Энергия космоса», «Камень в цвете — взгляд изнутри», «Другой ракурс», «Вулканические метаморфозы», «Прогулки с динозавром Дусей» и др.).



Рис. 1. Промо-ролик «Энергия космоса», ключевые кадры. Евгений Колосов, 4 курс

Информация, представленная в роликах, выполнена в едином фирменном стиле, дополнена образным рядом анимированной графики, объединенной одним сюжетом, переложенным на музыкальную композицию. Применены принципы монтажа по крупности планов, фазе движения, темпо-ритму.

В работе Ардак Мукановой «Камень в цвете» демонстрируется красота камня, как внешняя, так и внутренняя. Шлифы камня под микроскопом обретают новые цвета и фактуры, которые не видны при обычном просмотре.

Возможность показать широкой интернет-аудитории структуру шлифов камня, которые, как правило, может увидеть только узкий круг научных сотрудников музея и студентов, существенно расширяет целевую аудиторию музея. Применение инфографики, как способа донесения научной информации языком графического дизайна, дает возможность расширения зрительской аудитории, знакомой с этим языком. Популярный мультимедийный формат привлекает интерес к естественно-научному музею классического университета [3-6].

Выразительность используемых графических средств тщательно продуманы и всегда подбираются в соответствии с основной идеей проекта. Инструментарий дизайнера-графика обширен и включает в себя выбор цвета, шрифта, образного прочтения и дополнительной графики проекта. В данном проекте темный фон, используемый в ролике, усиливает концепцию проекта — открыть скрытое, скрыть видимое, а использование насыщенного цветного изображения камня и его линейное дублирование доносит до зрителя идею многоуровневого изучения объекта.



Рис. 2. Промо-ролик «Камень в цвете», ключевые кадры. Ардак Муканова, 4 курс

Использование ролика возможно на любых тематических интернет-ресурсах, выставках, на сайте музея СПбГУ, а также в самом музее, в учебных или рекламных целях.

Работа Алены Стаськовой «Прогулки в музее с парейзавром Дусей» заключается в разработке виртуальной детской экскурсии для Палеонтолого-стратиграфического музея СПбГУ. Авторская графика, использовавшаяся для создания ролика, предназначена для привлечения внимания детей младшего школьного возраста. Разработан главный персонаж — парейзавр Дуся, сопутствующие герои, а также сюжеты, сопровождающие сцены из жизни парейзавра, которые способствуют закреплению информации, полученной во время экскурсии.

Как прием в анимации выполняется расстановка акцентов на внутрикадровом действии, повествовательности события, взаимодействии персонажа с объектами окружающей среды, способах трансформации объектов. Далее выстраивается последовательность кадров и таким образом разыгрывается сюжет. В работе применен принцип вертикального монтажа.



Рис. 3. Промо-ролик «Прогулки с парейзавром Дусей», ключевые кадры. Алена Стаськова, 4 курс

В приложении Unity разработана анимация персонажа парейзавра Дуси, которую можно увидеть на одном из разворотов детского экскурсионного буклета.

В работе Ольги Осадченко «Другой ракурс» применен принципиально иной подход к подаче материала. Исследовав мультипарадигмальный подход, использующийся в инженерной графике, описывающей экспонаты музея, она применила его в подходе к графической демонстрации артефактов музея, скрытых от глаз широкого круга посетителей. Анализ объекта с разных ракурсов прослеживается, как в подаче экспонатов музея, так и в навигационном ролике, показывающем размещение музея внутри здания Университета. подача материала, выполненная нестандартным способом, дает возможность взглянуть на привычные и незнакомые вещи с разных точек зрения, давая возможность новых ракурсов в области наглядных обучающих пособий и рекламного материала для привлечения внимания к ним.

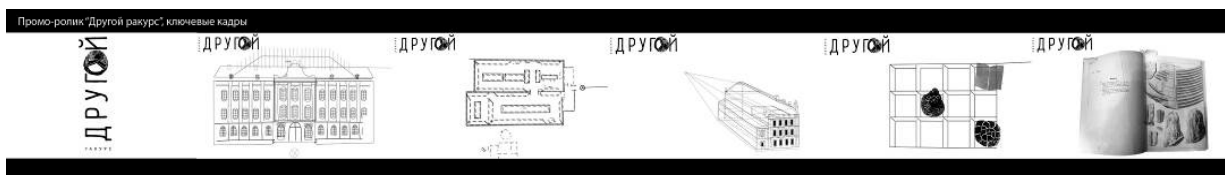


Рис. 4. Промо-ролик «Другой ракурс», ключевые кадры. Ольга Осадченко, 4 курс

В результате, благодаря применению современных методов проектирования в графическом дизайне и мультимедийных технологиях, авторы проектов представили привычные музейные экспонаты в новом ракурсе. Это сделало их более интересными для широкой аудитории — не только профессиональных геологов, но и пользователей интернет, не обладающих специальными знаниями. Возможность виртуально показать красоту природных объектов, их научную ценность и уникальность размещения коллекций в исторических интерьерах здания Университета, позволила расширить посетительскую аудиторию музейных коллекций СПбГУ.

Отдельно надо отметить, что работа с музейными коллекциями существенно расширяет кругозор дизайнеров-графиков, традиционно находящихся в другом информационном поле. Источники вдохновения нового содержания неожиданно открываются в работе с научными коллекциями, многие из которых имеют очевидно художественную ценность. Образовательный процесс становится многозадачным и плодотворным, что дает нам повод думать о перспективности такого сотрудничества.

В процессе работы с музеями Санкт-Петербургского университета, были определены направления, в которых, на наш взгляд, наиболее успешно могла бы осуществиться коммуникация "музей — зритель" с использованием мультимедиа ресурсов, осуществленная языком дизайн-графики. Виртуальные экскурсии по музею, путеводители по городу, основанные на работах сотрудников музеев, экспозиции труднодоступных объектов в интернет-среде, дают возможность предварительного знакомства с возможностями музеев Университета. Транслируемые в рамках культурных мероприятий мультимедийные афиши и промо-ролики существенно расширяют целевую аудиторию потенциальных посетителей музеев и несут информационно-рекламную функцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бугрова И.Ю. Виртуальные экспозиции Палеонтолого-стратиграфического музея геологического факультета СПбГУ / Объекты палеонтологического и геологического наследия и роль музеев в их изучении и охране. Сб. научных работ. Кунгур, 2013. С. 111–112.
2. Бугрова И. Ю. Опыт развития образовательной деятельности и музейной коммуникации в Палеонтолого-стратиграфическом музее Санкт-Петербургского государственного университета // Научная среда (научно-практический электронный журнал). 2017. №10 (24). С. 11-18.
3. Комлев Ю.Э. Формирование и развитие музейных коммуникаций в культурном пространстве регион: автореф. дис. докт. культурологии. СПб., 2012. 40 с.
4. Крапивенко А.В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: учебное пособие. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. 271с.
5. Тарумова, Н. Т. Виртуальный музей российской печати как репрезентация коллективного и культурного опыта // Технологии информационного общества в науке, образовании и культуре : сборник научных статей : материалы XVII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2014. СПб., 2014. С. 81-89. URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/issue/archive> (дата обращения: 22.03.2018).
6. Шустрова О. И. Пространство медиа искусства. СПб.: Алтейя, 2013.