

компьютерные технологии должны стать основой распределенного по регионам инновационно-инжинирингово механизма структурных преобразований экономики страны в целом и ее структурных единиц, в частности.

При текущем положении в отечественной экономике государством и общественностью должны быть изысканы ресурсы для формирования распределенной инновационно-инжиниринговой инфраструктуры на базе многофункциональных компьютеризированных проектно-производственных систем, определяющих уровень научно-технического и производственного интеллекта страны, ее развитие и процветание.

Необходимо больше внимания уделить законодательному обеспечению инновационного процесса. В этих целях потребуются проведение анализа существующего законодательства в этой области, обоснование нормативов, работающих на эту сферу деятельности, принятие мер к отмене правовых актов, препятствующих развитию инновационной деятельности. Следует провести сравнительный анализ зарубежных и отечественных инновационных законодательных актов и использовать его результаты

при проведении нормотворческой работы в этом направлении.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. Гамидов Г.С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Гамидов Г.С., Колосов В.Г., Османов Н.О. – СПб.: Политехника, 2000, с 68-218.
- [2]. Горбунов Ю.З. Управление качеством и новые информационные технологии. // www.cfin.ru
- [3]. Грюневальд М. Технологический трансферт. // www.ivr.ru
- [4]. Колосов В.Г. Гибкая автоматизация: Концепция авторазвития. – СПб.: Политехника, 1992. – 339 с.
- [5]. Колосов В.Г., Павлюк Н.Я., Аблязов В.И. и др. Стратегия современного инновационного развития государств-участников СНГ / Под ред. В.Г. Колосова и Н.Я. Павлюка. – СПб.: СПбГТУ, 1998. – 530 с.
- [6]. Концепция инновационной политики РФ за 1998-2000 годы. Утверждена постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998г. № 832. // www.ivr.ru
- [7]. Марчевский Л.Э. К разработке информационного обеспечения консалтинга: KLAB – база данных научно-технических разработок России. // www.finans.ru

ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙН-РЕШЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ В INTERNET/INTRANET

К.А. Стрикелева, Д.А. Стрикелев

Сегодня все больше осознается важность построения корпоративной информационной системы, как необходимого инструментария для успешного управления бизнесом. При этом основной тенденцией является повсеместный переход на использование Internet/Intranet и Web-технологий. Что даёт Интернет конкретной фирме? Прежде всего, более полную интеграцию в систему профильных организаций (за счёт интенсификации обмена профессиональной информацией), более полную презентацию своих возможностей, повышение эффективности работы (позволяет принять более быстрое и правильное решение о выгодности сделки, улучшить систему взаиморасчёта клиентов и поставщиков, получить доступ к отраслевым каталогам с коммерческими предложениями, провести испытание демонстрационных объектов и исследование своей целевой группы, оказывать консультации клиентам и др.).

Компьютерные системы, интегрируя в рамках корпоративной интрасети все информационные ресурсы, обеспечивают прозрачный доступ к любым данным. При этом часть интрасети, хранящая документы и выполняющая запросы пользователей о поиске и просмотре данных, обычно называют информационными серверами.

Среди многочисленных функций информационного сервера наиболее весома - передача информации о фирме и ее деятельности (с целью увеличения прибыли за счет лучшей организации сбыта и стимулирования роста продаж). При выполнении такой функции в рамках традиционного бизнеса активно используется понятие корпоративного (фирменного) стиля. Он является художественно-образной трактовкой «лица» фирмы, а через него – ее сущности. Особенно важным корпоративный стиль оказывается для продукции (услуг) предприятия, так как позволяет закодировать

внутреннюю систему его ценностей (в виде определенных стилизаторов). Такими стилизаторами традиционно выступают корпоративные символы: логотип (знак фирмы), упаковка продукции, рекламно-сопроводительная документация, одежда сотрудников, оформление интерьеров, транспорта и др.

При создании корпоративной информационной системы таким стилизатором становится сам информационный сервер, а точнее, его дизайн-решение. Оно позволяет бизнес-структуре создать свой имидж в сети. Вернее не только создать, но и поддержать, и упрочить, а, иногда и девальвировать (естественно, помимо осознанной воли его создателей, но при большем или меньшем их участии). Почему при большем или меньшем участии? Потому что виновными в разработке не очень эффективного дизайн-решения сервера могут быть и сами заказчики.

Эффективность дизайн-решения информационного сервера в значительной мере определяется тремя факторами: функциональностью сервера (его содержанием), структурой, визуальным образным решением, - способными в единстве своем представить своеобразие, характерность, индивидуализированность «почерка» деятельности фирмы или/и продуктов, производимых ею. Представление фирмы в сети, визуализация образа в структуре и композиции сервера есть, по сути, процесс создания эффективного рекламного обращения и имеет своей целью вызвать ощущение уникальности сервера, сформировать у посетителя запоминающийся, яркий образ, где-то развлекая его, где-то поражая и заставляя вернуться сюда ещё раз.

Информационный сервер – это системный проект. В нём аналитический, структурный, информационный и художественный аспекты выступают в единстве. Аналитический аспект включает в себя, фактически, маркетинговое исследование, направленное на определение факторов, влияющих на облик и функциональность сервера (причины его создания, продолжительность и способ существования, изучение потенциальных посетителей и т.д.). Интернет предоставляет большие возможности по исследованию владельцем ресурса своих потенциальных «потребителей» (вид деятельности, потребности, мотивы и т.д.). Так как чувства, убеждения, мнения пользователей изменчивы, то на сервере должны быть предусмотрены средства по «отслеживанию» этих изменений –

анкеты, опросы, форумы. Это позволит узнать, случаен ли выход посетителя на данный ресурс, осведомлён ли он о возможностях ресурса, имеет ли он о нём благоприятное мнение и т.д. В большинстве же информационных серверов слабо задействован их основной «коммуникативный потенциал» – возможность вести диалог с посетителем.

Жизнеспособность сервера определяется его информационной структурой и функциональностью. Разработчики сервера должны быть озадачены тем, поддерживает ли выбранная ими структура рост узла, не ухудшает ли навигацию добавление или удаление части содержимого, как посетитель будет осуществлять перемещение, как будет находить то, что ему нужно, как будет узнавать в каждый момент времени о своём местонахождении и т.д.

Разрабатывая информационное наполнение необходимо учитывать социальную значимость и актуальность сервера, его направленность на целевую аудиторию. Конечно, в первую очередь, это передача информации о себе, о своих возможностях, преимуществах, требованиях, хорошо бы, подтверждённая объективно (награды, отзывы, статьи и т.д.), с целью привлечения потенциальных потребителей. По возможности, это передача и рейтинговой информации о других, подобных предприятиях, тем самым косвенная передача информации о своём месте, своих достижениях. Но информационный сервер должен выполнять и другие, не менее значимые для общества задачи: популяризировать саму технологию, его «поддерживающую», выполнять обучающую и эстетическую функции (воспитывать вкус, транслировать ценности культуры) и др. Кроме того, сервер не может быть информационно замкнут, т.е. «не слушать и не слышать» своих посетителей. Возможность сбора разнообразной статистики позволяет совершенствоваться на её основе структуру и информационное наполнение, отслеживая менее посещаемые страницы, разделы и внося соответствующие коррективы.

Мощным средством эффективного дизайн-решения информационного сервера является его яркий запоминающийся художественный образ. Образное решение сервера – представление через его стиль образа фирмы. Функция образности интегрирует в себе информативность, узнаваемость, запоминаемость, качественный стереотип, репрезентативность, престижность, органичность.

Текст, как средство коммуникации, обладает большой конкретностью, он более надежен. Но визуальное решение более многозначно (передает больше значений, смыслов, оттенков в одно и то же время); оказывает более сильное эмоциональное воздействие, позволяет быстрее создать нужное настроение; вовлекает реципиента (адресата) в процесс активного восприятия, призывает его к бессознательному интерпретированию. Динамика взаимодействия вербальных и визуальных элементов в дизайне информационных серверов определяется их функциональной направленностью.

Разработкой корпоративного стиля занимаются дизайнеры. Разработкой корпоративного стиля информационного сервера, особенно в простейшем его варианте – сайте фирмы – занимается кто угодно, только не дизайнеры, так, по крайней мере, происходит в большинстве случаев в ВУнете. Мы хотели бы обратить внимание, что сегодня для обозначения деятельности дизайнера в области интернет-технологий используется термин «веб-дизайнер». Сложилась такая парадоксальная ситуация, когда на разработку сайтов «претендуют» два вида специалистов: профессиональные дизайнеры и «технари» (в самом нормальном смысле этого слова), называющие себя веб-дизайнерами. Они дистанцируются от принципов профессионального дизайна, обосновывая свой подход спецификой компьютерных технологий. Поэтому удовлетворяются текущие нужды (доступ к базе данных, «выброс» информации на сервер и т.д.), а эстетические ценности оказываются нереализованными. Более того, сегодня никого не удивляют многочисленные публикации таких свежиспеченных дизайнеров, специалистов от программирования и др. областей знания, готовых распространять свой опыт, как они выражаются, по web-декору, учить народ возможности сделать все красиво, рассказывая о том, какие оформительские эффекты возможны, где уместны и как воспринимаются зрителем. Нисколько не преуменьшая способности и стремления дизайнеров, «пришедших от техники», более того, отдавая им должное (кто знает, что было бы, например, с сайтостроением в ВУнете, если бы не они) необходимо отметить, что успех дела в данном случае зависит от массовости привлечения к работе, в первую очередь, профессиональных дизайнеров. Специфика, безусловно, есть, но принципы деятельности остаются прежними. Там, где непрофессионал

видит лишь картинку, «снимает» общее образное впечатление, профессионал способен «расчленил» объект и видеть его детали: идею сцепления функции и образа, общую логику композиционного решения объекта, категории композиции (цвет, масштаб, пропорции и т.д.).

Дизайнеру нечего делать в Интернет без знания компьютера и новейших программных пакетов, потому что компьютер предоставляет ему множество новых возможностей и эффектов. Но программисту ещё в большей степени нечего делать в веб-дизайне без освоения азов профессии дизайнера. Программист – не есть дизайнер, даже если у него хороший вкус. Дизайн не может получиться даже из диалогов системного аналитика и программиста. Это надо понять и принять. А хорошему серверу не быть без коллектива, работающего над ним и включающего и дизайнера, и программиста, и веб-мастера, и предметника, и маркетолога, и психолога, и корректора, и т.д. Таких специалистов, конечно, нельзя рассматривать как панацею от всех бед, но выход надо искать в совместном сотрудничестве с ними.

Основные проблемы, на наш взгляд, проистекают из-за того, что сегодня в ряде случаев не понимается тот факт, что дизайнер – это не оформитель, одномоментно пытающийся придать объекту те или иные формальные качества. Дизайн – это системная деятельность, включающая на равных факторы удобства, функциональности и красоты. Профессия дизайнера как раз и предполагает исследование некоторой предметной области, нахождение там проблем и предложение путей решения. Именно дизайнер является специалистом, призванным «стать» ближе всего к заказчику, «снять» его притязания и проблемы, предложить механизмы их решения, доведя эти процессы до глубины, позволяющей ему не только построить аналитическую модель (сценарий, программу), но и завершить ее формированием визуального решения. Дизайн объекта получается как результат работы дизайнера с учетом технологии (визуальной среды, формального языка и т.д.), которой он владеет или в рамках которой ему предложили найти решение.

Простейшее моделирование групп элементов (заголовки, новости, ссылки и т.д.) сервера – это примитивнейший, низший уровень модели. Систематизация оформления страниц – второй, более высокий уровень. Но предметом системного дизайна должна

являться целостная модель объекта - концепция сервера, - разработанная на основе корпоративного стиля (если он есть) или на основе предварительно собранной информации (о состоянии фирмы, рынка, дефиците информации у определенной аудитории, психофизиологических и социально-демографических характеристиках потенциального потребителя, технологической базе и т.д.). Проектирование информационного сервера – есть проектирование не только содержания и структуры, но и процесса его использования. И второе здесь не менее значимо, чем первое. Если сервер не будет иметь «поддержки», то это будет первым минусом в проекте, который вряд ли смогут компенсировать даже удачные его визуальное и структурное решения.

И здесь хотелось бы отметить, категорически неправильный подход ряда фирм, которые проводят выбор разработчика своего информационного сервера, в рамках так называемых «тендеров». Предлагают представить дизайн-решение, не предоставляя никакой информации о деятельности фирмы, ее специфике на рынке и т.д. В практике работы

мы с этим сталкивались неоднократно. В таких условиях для дизайнера абсурдно даже пытаться искать визуальное решение - оно будет «чистым украшательством». Наш опыт свидетельствует о том, что сегодня превалирует непонимание того факта, что нормальное дизайн-решение сервера может быть найдено только в совместном поиске заказчика и разработчика и при предоставлении полнейшей информации о фирме. Что же касается выбора фирмы-разработчика, то в Интернете всё видно: кто на что способен, для этого есть портфолио. Ходите, выбирайте, сравнивайте, ищите дизайн-студию и примите ваше решение о том, с кем будете сотрудничать. Но, выбрав разработчика, поверьте ему, его опыту и постарайтесь, по возможности, смягчить свой диктаторский тон – хуже от этого не будет. В противном случае, скорее всего, будем иметь быстрое, дешевое, но поверхностное решение, и необходимость скорого редизайна.

В рамках видения дизайна как системной деятельности, процедуру получения дизайн-решения информационного сервера можно представить в виде следующей схемы (Рис. 1):



Рисунок 1. Схема процедуры получения дизайн решения информационного сервера

Из схемы видно, что процесс получения добротного дизайн-решения, даже в случае его исполнения специалистом-дизайнером далеко не прост: слишком много «помех» встречает этот проект на своем пути. Характер визуального решения сервера и его образного восприятия формируется как индивидуальными особенностями личности дизайнера и реципиента, так и особенностями культуры, закрепленными в традициях, общепринятых взглядах, сложившихся образах, используемых технологиях. Это в значительной мере характеризует создаваемые образные решения информационных серверов в пределах нашей республики. Уж очень велико копирование внешней атрибутики западных и российских серверов (здесь-то, по-видимому, и сказывается

существующее и пропагандируемое на страницах сетевых ресурсов мнение, что мониторинг есть залог успешного поиска дизайн-решения сервера).

И здесь необходимо остановиться вот на чем. Основные трудности в оценке сервера, как продукта деятельности дизайнера, связаны с неразрывностью в нём художественного и внехудожественного, утилитарного и внеутилитарного. Визуальное решение сервера, его образ не есть произведение «свободного» искусства и не может оцениваться как картина в раме, в отрыве от реального мира. Но его нельзя оценивать только и по критерию утилитарной целесообразности. Оценочное отношение должно быть обращено не на «сервер в себе», а на сервер, занявший

определённое место в системе интернет-деятельности, т.к. именно через связь с другими серверами и системой жизнедеятельности в сети он получает ценностную предметность. Необходимое условие социального функционирования сервера – его эстетическая ценность. Чтобы определить ее, мы должны выйти за пределы сервера и обратиться к контекстам жизни, в которых он обретает смысл.

Суждения типа «сервер хороший», «сервер плохой», «сервер ужасный» возникают как в результате познания его свойств, места в контекстах, так и в результате сравнения его с идеальными представлениями, конкретным сервером или нормой, устанавливающей каким должен быть сервер, чтобы оптимально соответствовать своему назначению. Но именно это и вводит оценочную деятельность в «пространство культуры», вырабатывающее в опыте общественной практики постоянно обновляемую систему ценностных установок. В странах, обладающих высоким уровнем национального самосознания “пропитанность” национальными традициями настолько велика, что воспроизводится на уровне автоматизма каждым членом общества, не говоря уж о творческой элите. Поэтому сервера в большей части своей (за исключением коммерческих) несут отпечаток культурной самобытности. Иная ситуация наблюдается в Беларуси. Даже белорусский язык «попирается» в ВУнете самым беспардонным образом. Он, за редким исключением, даже не предлагается в качестве альтернативного. Тогда что же такое есть “ВУ” в Нете? Сегодня в нашей культуре реальна опасность полной ассимиляции в силу слабого национального самосознания и безразличного отношения значительной части общества к культурно-историческому наследию. Поэтому мы находимся перед необходимостью ненасильственной трансформации сложившихся в обществе стереотипов и ценностных ориентаций в сторону национального и должны заботиться о создании механизма сохранения и накопления специфического и в Интернет.

И еще одно. Интуитивная оценка «нравится - не нравится» может годиться для выбора и

принятия решения одним человеком. Но если мы хотим убедить других в правомерности своего оценочного суждения, необходимо работать над совершенствованием и развитием системы оснований оценочных суждений, осмыслить мотивы оценки, вывести их на уровень рефлексии. Причём это касается как разработчиков, так и реципиентов. В качестве такого «начального набора» можно предложить следующее:

- Стилевое единство дизайн-решения сервера (вписанность в корпоративный стиль).
- Репрезентативность дизайн-решения сервера (возможность легкого определения специфики деятельности фирмы и ее целевой аудитории).
- Органичность дизайн-решения (целостное выражение в образе сервера аналитического, структурного, информационного и художественного аспектов).
- Выразительность образного решения (узнаваемость сервера среди подобных, запоминаемость).
- Качество выполнения сервером своей основной функции (адекватность степени «побуждения» посетителя к действию после посещения сервера, степени «побуждения», запланированной разработчиками).
- Наличие у сервера социальных функций (общественная значимость, трансляция эстетических, морально-этических и др. ценностей культуры, реализация образовательной функции).
- Уровень коммуникативности сервера (разнообразие способов подачи материала, интерактивность, наглядность и простота навигационного интерфейса, по возможности, наличие вербальных и визуальных элементов навигации).
- Информационная «гибкость» сервера (своевременность обновления содержания, развитость информационной структуры, наличие возможности увеличения или уменьшения элементов структуры без принципиальных переделок дизайн-решения).