

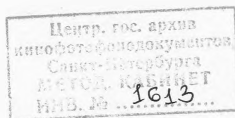
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ КАЗЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АРХИВ КИНОФОТОФОНОДОКУМЕНТОВ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»
(ЦГАКФФД СПб)

ПАМЯТКА

Подготовка виртуального выставочного проекта

Составитель:
Зам.директора
И.Л.Кузина

| | | |
|--|------------|-----------|
| ОДОБРЕНО | | |
| Протокол Центральной экспертно- проверочной методической комиссии Архивного комитета Санкт-Петербурга | | |
| от | 30.11.2018 | № 11 п. 9 |



Оглавление

| | |
|---|----|
| Введение..... | 3 |
| 1 Общие положения..... | 3 |
| 2 Особенности визуального восприятия виртуального выставочного проекта и разработка его дизайна..... | 5 |
| 3 Разработка навигации Интернет-выставки..... | 7 |
| 4 Этапы создания виртуального выставочного проекта..... | 8 |
| Список источников и литературы..... | 13 |

ВВЕДЕНИЕ

Памятка «Подготовка виртуального выставочного проекта» (далее – Памятка) определяет особенности, этапы и порядок работы по подготовке Интернет-выставки архивных документов.

Внедрение сетевых технологий в повседневную жизнь и профессиональную практику в настоящее время привело к тому, что появились новые формы организации использования архивных документов. Одной из таких новых форм является Интернет - выставка или виртуальный выставочный проект.

Интернет-выставка предоставляет новые возможности в использовании архивных документов, в том числе в их экспонировании. Очевидно, что виртуальный выставочный проект, размещенный в Интернете, обладает рядом особенностей, которые одновременно являются и его преимуществами. Прежде всего, возможность его просмотра в любое время из любой точки мира, где есть интернет.

Формат Интернет-выставки обеспечивает и расширенные возможности публикации документов, в т.ч. многостраничных, позволяя более объемно и подробно представить архивные материалы. Посетитель такой выставки может полностью прочитать документ, при необходимости перечитать его снова, рассмотреть все детали, чего нельзя сделать в рамках традиционной выставки.

Информационные технологии продолжают стремительно развиваться, и это помогает архивным проектам преодолевать не только границы отдельных учреждений и городов, но и государств. Количество и масштабы архивных Интернет-проектов, в том числе Интернет-выставок, будут только расти.

Памятка включает в себя описание тех видов работ, которые необходимо провести сотрудникам отдела использования, информационно-поисковых систем и автоматизированных архивных технологий при подготовке виртуального выставочного проекта. После проведения этих работ, готовый материал передается сотрудникам Санкт-Петербургского государственного унитарного предприятия «СПб информационно-аналитический центр» (далее СПб ГУП «СПб ИАЦ» или ИАЦ), которые размещают его на портале «Архивы Санкт-Петербурга» в разделе «Виртуальные проекты».

1 Общие положения

Электронный проект – упорядоченная коллекция разнородных электронных документов, снабженная средствами навигации и поиска: интернет-выставка, база данных, электронный каталог и т.д.

Интернет-выставка архивных документов, виртуальная выставка архивных документов – публичный показ архивных документов, коллекций документов и других архивных материалов в сети Интернет.

Таким образом, как более широкое понятие, электронный проект включает в себя синонимичные понятия Интернет-выставка и виртуальная выставка архивных документов.

Для того чтобы быть привлекательным и понятным для посетителя, виртуальный выставочный проект должен соответствовать неким наиболее распространенным принципам внешнего оформления и внутреннего устройства. Стратегической задачей любой Интернет-выставки является привлечение внимания посетителя, и удержание его в течение максимально возможного времени.

Составляющие успешного электронного выставочного проекта:

- 1 Информационное содержание, контент.
- 2 Привлекательный дизайн.
- 3 Удобная навигация.

Очевидно, что первичным элементом любого виртуального выставочного проекта является его контент, т.е. информационно значимое наполнение сайта – тексты, графика, мультимедиа; существенными параметрами контента являются его объем, актуальность и релевантность.

Большое значение имеет актуальность темы — степень ее важности, значимости в настоящий момент и в данной ситуации для решения конкретной проблемы (задачи, вопроса). Актуальность темы - это та причина, по которой именно сейчас, в настоящее время, возникла потребность исследовать ее, это ее злободневность. Актуальность темы исследования обусловлена следующими факторами:

- восполнение каких-либо пробелов в изучении темы;
- дальнейшее развитие проблемы в современных условиях;
- обобщение накопленного опыта;
- суммирование и продвижение информации по основному вопросу;
- постановка новых проблем с целью привлечения внимания общественности;
- востребованность у общественности данной темы.

Если информация окажется неинтересной или бесполезной для потенциального потребителя, не поможет ни удобство ее подачи, ни красочное оформление. Однако если информация окажется востребованной, на первое место сразу же выйдут аспекты ее комфортного восприятия и удобного использования. Поэтому при его подготовке необходимо учитывать все три главные составляющие компонента успешной выставки: контент навигацию и дизайн.

2 Особенности визуального восприятия виртуального выставочного проекта и разработка его дизайна

2.1 Визуальную привлекательность любой страницы формируют компоненты, которые первыми бросаются в глаза посетителю. Это цвета, макет, формы, изображения, шрифты, фон, и общий визуальный баланс. От этих элементов зависит, как посетитель воспримет проект, как будет им пользоваться и каким запомнит его.

Не стоит увлекаться различными спецэффектами (тени, мощная графика, и т.д.). Все эти вещи украшают проект и делают его интереснее, но не следует этим злоупотреблять. В ярко раскрашенном кадре может потеряться главная мысль, ради которой, собственно, кадр и создавался.

2.2 В то же время не избегайте тех возможностей компьютера, которые позволяют привлечь внимание к какому-нибудь фрагменту проекта. Выделить слово или фрагмент можно:

- Цветом. Конечно, для этого подходит любой яркий цвет. Постарайтесь только, во всем проекте использовался именно этот цвет. Кстати, международный стандарт - это использование красного цвета для сообщений об ошибках.

- Яркостью. Можно использовать тот же цвет, что и в основном тексте, но более яркий (большинство дисплеев это позволяют). Однако пользуйтесь этим осторожнее: на некоторых дисплеях яркость либо не регулируется, либо получается весьма некачественный цвет (или вовсе такой цвет, которого Вы никак не ожидали).

- Размером (кеглем) букв, который измеряется пунктами (сокр. «пт»). Можно использовать разные кегли или воспользоваться графическим режимом и делать буквы различного размера.

- Шрифтом. Шрифт - это набор изображений символов алфавита, цифр, исполненных в одном формате, стиле, дизайне. Многие гарнитуры известны пользователям компьютера: Courier New, Calibri, Arial, Times New Roman. Воспользовавшись графическим режимом, можно создавать свои шрифты.

2.3 Необязательно в проекте использовать все 16 (или, тем более, 256) цветов, имеющихся в инструментах компьютера. В проекте должно быть 3-4 цвета, которые должны сочетаться между собой. В проекте цвет помогает достичь большей выразительности. Уравновешенная цветовая гамма не отвлекает внимание, позволяет усвоить материал легче.

Выберите сразу основной фон для проекта. Если Вы используете в кадре больше 6 цветов, тогда следует выбрать для фона нейтральный серый цвет.

2.4 Учитывайте психологию цвета. Используйте теплые цвета (красный, оранжевый, желтый), если хотите привлечь внимание. Используйте холодные цвета (синий, голубой, сине-зеленый), чтобы сосредоточить внимание посетителя выставки. Зеленый цвет снижает усталость и способствует бодрому настроению, вызывает доверие, красный

— чувство опасности. Старайтесь по возможности избегать черного цвета: от него веет страхом и безысходностью.

2.5 Избегайте использование «вывернутого» текста: светлые буквы на темном фоне, он неудобен для зрительного восприятия и может быть использован в редких случаях. Учитывайте, что далеко не все комбинации цветов хороши для глаза. Хорошо смотрятся синие или черные буквы на голубом или белом фоне, черные - на оранжевом и оранжевые (красные) на светло-зеленом фоне.

2.6 Придерживайтесь правила 60–30–10 — вместо того, чтобы смешивать цвета в одинаковой пропорции, разделите их на части: 10%, 30%, 60%.

2.7 При работе над текстом избегайте длинных предложений: они плохо читаются и на бумаге, а тем более на экране. Делите информацию на блоки. Делите длинные предложения на короткие. Идеальный размер — 70–100 символов. Так зрителям проще удерживать внимание и уловить суть.

2.8 Европейец привык читать текст сверху вниз слева направо. Поэтому, логично будет размещать текст, начиная с левого верхнего угла. Именно туда в первую очередь бросит свой взгляд посетитель вашего выставочного проекта. Если вы хотите обратить внимание на что-то, текст, документ или иллюстрацию, располагайте это в левом верхнем углу.

2.9 Используйте не больше 3 шрифтов в проекте: для заголовка, подзаголовка и основного текста. Важный момент: для электронного текста лучше использовать шрифты Arial, Verdana, Tahoma, Trebuchet. Они удобнее для чтения с экрана компьютера или телефона. Классический шрифт с засечками, который ухудшает читабельность – Times New Roman.

2.10 Другой важный момент - шрифты должны быть читабельными. При оформлении выставки велик соблазн использовать витиеватый шрифт. Кажется, что он придает изюминку визуальному образу. На деле это просто мешает считывать информацию.

2.11 В подавляющем большинстве случаев удобнее всего читаются кегли 10–12. Кегли более крупного или более мелкого размера замедляют чтение и потому повышают утомляемость пользователей.

2.12 Выделять слова одновременно жирным, курсивом и подчеркиванием не стоит — будет визуальный перегруз. Подчеркивание лучше вообще исключить, так как его можно принять за гиперссылку.

2.13 Ключевая задача текста в электронном проекте — передать информацию. При этом важны не только цвет, шрифт и контрастность текста, но и его положение на слайде. Выравнивайте текст по левому краю. При чтении мы автоматически переводим взгляд к левому краю страницы и на строчку вниз. Если текст выровнен по центру, то глаза останавливаются в непривычном месте — падает скорость чтения и сбивается восприятие.

2.14 Чтобы текст не казался громоздким и тяжелым, разбейте его на компактные абзацы, используйте списки и деление на параграфы.

2.15 Контраст - это один из индикаторов хорошего дизайна. Контраст поможет разделить разнородные части контента, сделать более заметной навигацию, выделить главную мысль на слайде. Без контраста непонятно, куда смотреть — посетитель теряется, блуждая глазами по кадру и не схватывая сути.

2.16 Важно: шрифты, фоны, изображения, анимации — все это должно помогать достичь цели проекта, а не создавать информационный шум и визуальную нагрузку. Каждый элемент, который находится в кадре, должен быть оправдан. С какой целью он здесь размещен, и отвечает ли это задачам проекта? Ответ на этот вопрос помогает избежать большинства ошибок в сборке и оформлении электронного контента.

2.17 Знание принципов композиции графических изображений, звукового и музыкального сопровождения, психологических аспектов эстетического и эмоционального восприятия и т.п. позволит создать качественный электронный выставочный проект, который будет привлекать внимание и рекомендоваться к ознакомлению.

3 Разработка навигации интернет-выставки

3.1 Большое значение для привлечения и удержания внимания посетителей интернет - выставки имеют навигация - набор кнопок и/или других управляющих элементов, обеспечивающих взаимодействие пользователя с контентом сайта.

3.2 Навигационную систему определяет структура проекта. Система должна быть удобной и понятной. Названия ссылок должны начинаться со слов, несущих смысловую нагрузку, поскольку просматривая меню в поисках нужного раздела, пользователи зачастую обращают внимание лишь на первые пару слов в каждом из его пунктов. По этой же причине названия разделов должны быть по возможности краткими и конкретными, рекомендуется избегать повторения очевидной или избыточной информации.

3.3 Для перемещения между разделами и подразделами проекта создается навигационная панель – меню, где размещаются ссылки с названиями разделов и подразделов проекта. Меню может быть несколько. Удобной может считаться навигация, при которой переход с одной страницы проекта на другую осуществляется не более чем двумя щелчками мыши, но лучше одним.

3.4 Главную навигационную панель следует расположить в заметном и привычном для пользователя месте страницы, как правило, вверху страницы или в ее левой части. Помимо навигационных панелей в верхней или левой части страницы, допустимо использовать и другие схемы навигации, например, вкладки или перечень разделов в средней части страницы, а также комбинировать их в различных сочетаниях.

3.5 На каждой странице сайта, независимо от ее «глубины» в логической структуре проекта, должна быть размещена ссылка на главную, а в ряде случаев, и на предыдущую страницу, это дает пользователю

возможность быстрее передвигаться по навигационной цепочке. Кроме того, посетитель, попавший на сайт через поисковую систему, сможет перейти на главную страницу сайта и посетить остальные его разделы.

3.6 После подготовки электронного проекта, его эргономической обработки, разработки структуры и содержания текста, редактирования и корректуры приступают к формированию системы ссылок, т.е. к получению, в конечном итоге, гипертекста (или гипермедиа).

3.7 Гипертекст – это текст, содержащий ключевые слова-ссылки (гиперссылки) на другие источники информации (другой текст, список литературы, архивные документы и др.). Представление материала в гипертекстовой форме существенно изменяет структуру и расширяет возможности электронного текста.

3.8 В компьютерной реализации гиперссылки являются активными элементами, т.е. читающий может с помощью манипулятора - "мышь", перейти к другим источникам информации, ознакомиться с ними, а затем либо вернуться к исходному тексту, либо, если вызванный дополнительный источник информации содержит также гиперссылку, пойти дальше, но в конце концов все-таки вернуться к исходному тексту. Ссылки, как правило, выделяются синим цветом или подчеркиваются.

3.9 В качестве гиперссылок в тексте могут выступать:

- ссылки на структурные элементы текста (оглавление, раздел, подраздел и др.);
- ссылки на архивные документы;
- ссылки на персоналии (портреты и краткие биографические сведения);
- ссылки на элементы мультимедийной информации (анимационные фрагменты, аудиозаписи и видеофрагменты);
- ссылки на список литературы;
- ссылки на список организаций – участников виртуального выставочного проекта;
- ссылки на сайты в сети Интернет.

4 Этапы создания электронного выставочного проекта

Работа сотрудников архива над электронным выставочным проектом, перед передачей его сотрудникам ИАЦ предполагает несколько этапов:

4.1 Планирование проекта. На этом этапе обсуждается идея проекта, определяется целевая аудитория, рассматривается возможность участия в проекте других архивов, организаций, частных лиц. На этом же этапе создается рабочая группа, определяются ответственные исполнители. Формулируется тема.

4.2 Разработка концепции. Концепция выставки должна содержать обоснование актуальности темы, цель, задачи, указание целевой аудитории и предполагаемые разделы проекта.

4.3 Выявление и отбор документов. На этом этапе необходимо определиться с количеством документов и отобрать необходимые документы. Среди критериев отбора можно выделить соответствие тематике проекта, секретность, физическую сохранность, объем, интерес для массового пользователя и пр. Несмотря на впечатляющие возможности размещения «экспонатов» на Интернет-выставке, необходимо помнить о соблюдении баланса между объемом представленной информации и возможностью ее комфортного восприятия. Так как первоначальное знакомство с материалами на экране происходит при беглом, «диагональном» просмотре, необходимо размещать эти материалы так и в таком количестве, чтобы у пользователя «хватило терпения» дочитать их до конца. Поэтому следует понимать, что информация должна быть полной, но не избыточной.

4.4 Составление тематического перечня архивных документов.

4.5 Изготовление цифровых копий документов. Для интернет-проекта изготавливаются копии фото- и текстовых документов с разрешением 300 dpi jpeg.

4.6 Разработка структуры выставки. Под структурой понимается организация представления документов внутри проекта. Структура может быть простой, т.е. состоящей из разделов (рисунок 1), либо сложной – включающей подразделы (рисунок 2). Рекомендуемое количество разделов не более 10, количество подразделов не более 6-8. Следует определить логические взаимосвязи между страницами проекта, разработать навигационную систему. Далее продумать их внешний вид и графическое оформление, схему расположения элементов страниц.

Определяем вспомогательные разделы («Участники проекта», «Книга отзывов\обратная связь», «Материалы проекта» и т.п.), разрабатываем основу оформления.

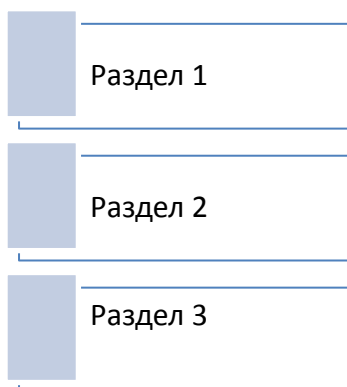


Рисунок 1. Простая структура



Рисунок 2. Сложная структура

4.7 Подготовка справочной информации о проекте.

Проект можно дополнить авторскими текстами к разделам, темам и/или отдельным документам, а также примечаниями, пояснениями, терминологическими словарями, биографическими справками, перечнями персоналий и пр. Учитывая, что основу интернет-проекта составляет уникальная архивная информация, виртуальная выставка много выиграет в глазах конечных пользователей, если все представленные на ней материалы будут сопровождаться пояснительной информацией. Такая информация может охватывать происхождение материала, связанные с ним исторические события или персоналии, ссылки на родственный материал, на литературные источники и т.д. Пояснительная информация повышает ценность содержания и эффективность проекта.

4.8 Распределение документов по папкам. Согласно задуманной структуре проекта делим оцифрованные образы документов на группы, создавая соответствующие папки. Внутри папок присваиваем имена файлам – электронным копиям документов – в виде номеров в той последовательности, в которой они будут располагаться на странице соответствующего раздела Интернет-выставки.

4.9 Создание баннера и макета страниц (главной, разделов, подразделов). Баннер – графическое изображение рекламного характера. Баннер рекламирует проект, является его «лицом» (Рисунок 3).

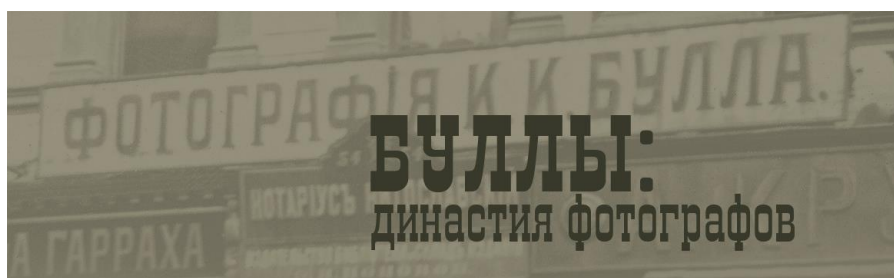


Рисунок 3. Баннер к виртуальной выставке «Буллы: династия фотографов»

Главное требование к его созданию – хорошая читаемость названия проекта, информативность и лаконичность. Баннер представляет из себя изображение с заголовком проекта размером 1170x354 пкс. Баннер проекта либо изготавливается самостоятельно (например при помощи программ Photoshop). Либо необходимо составить его описание – цвет, шрифт, элементы, какие документы из имеющихся должны присутствовать, для передачи его сотрудникам ИАЦ, которые его смогут воплотить.

4.10 Макет страниц должен отображать расположение видимых элементов выставки на странице (экране): как будет выглядеть заголовок; как будет выглядеть подложка страницы (рисунок, текстура, их прозрачность и пр.); где и в какой форме будет находиться меню; где будут располагаться цифровые образы документов и пр. Он может быть составлен и прорисован либо на бумажных листах, либо составлен в любой программе, например, в Power Point, Photoshop. Большую помощь в подготовке макета проекта может оказать модульная сетка. Модульная сетка определяет дизайн и задает места размещения текста, документов, заголовков и т.д. Сетки иногда называют шаблонами или трафаретами. Она служит каркасом, определяющим, где на странице будут размещены элементы. Сетка представляет собой систему непечатаемых вертикальных и горизонтальных линий, разделяющих страницу.

4.11 Продумываем расположение документов на страницах проекта. На этом этапе следует помнить о рекомендуемом количестве документов в каждом разделе: 10-15, но не более 20. Расположение документов может быть в хронологическом или тематическом порядке, либо определяться особенностями визуального восприятия и композиционного построения.

4.12 Составление пояснительной записки к проекту («технического задания»). В пояснительной записке для сотрудников ИАЦ указываем: что используем в качестве нижнего слоя (подложки), это может быть изображение или цвет; цвет фона (слоя) для размещения текста; цвета, размеры и кегли для шрифтов заголовков, подзаголовков и основного текста. Для подбора цветов необходимо пользоваться цветовой схемой и палитрой «RGB» для правильного названия выбранных цветов с помощью их кодовых обозначений «RGB COLOUR CODES». Сотрудникам ИАЦ необходимо указывать именно кодовые обозначения цветов, не «красный», а «#FF0000». Для того чтобы узнать кодовые обозначения слов, можно воспользоваться сайтом colorscheme.ru или аналогичным. Важно в пояснительной записке описать всю систему навигации, которые вы продумали для своего проекта, поскольку именно сотрудник ИАЦ будет воплощать ваши идеи в проекте.

4.13 Передача набора идей и материалов сотруднику ИАЦ. Набор компонентов, передаваемых сотруднику ИАЦ для реализации электронного проекта на сайте:

- 1 Упорядоченный массив документов
- 2 Файлы с текстами

- 3 Макеты страниц проекта
- 4 Элементы оформления (баннер, фоны, шрифты и т.п.)
- 5 Пояснительная записка к проекту («Техническое задание»)

4.14 Контроль наполнения выставочного проекта. На данном этапе необходимо зарегистрироваться на портале «Архивы Санкт-Петербурга» как пользователь. Попросить у сотрудника ИАЦ пароль доступ к страницам разрабатываемого проекта (в стадии разработки виден только создателям), далее контролировать правильность размещенных элементов и обсуждать все нюансы с сотрудником ИАЦ.

Список источников и литературы

- 1 Гибсон Джеймс Дж., Экологический подход к зрительному восприятию. - М.: Прогресс, 1988.
- 2 Демидов В. Как мы видим то, что видим. - М.: Знание, 1987.
- 3 Зверева Е.И. Доклад на семинаре о создании электронных выставочных проектов. 9 июня 2016 г.
- 4 Ирвин Р. Введение в зрительное восприятие.- М., 1980.
- 5 Рекомендации по созданию Интернет-выставок архивных документов / Н.В. Глищинская, И.В. Караваев. – М.: Росархив, 2012. – 36 с.
- 6 Уильямс Р. Дизайн для недизайнеров. - М., 2008.