

# Проектирование музейного веб-сайта как мультимедийного продукта

Определены основные элементы продукта дизайна мультимедийной среды — музейного веб-сайта: структура сценария мультимедийного продукта (многовариантная, нелинейная); функциональность (удобство навигации, эргономичность при просмотре); адекватная режиссерскому замыслу композиционная цельность дизайна мультимедийного продукта; мультисенсорная иммерсивная среда, создающая тотальную среду погружения; соответствие стилистическим признакам трех парадигм развития искусства.

**Ключевые слова:** проектирование, стилеобразование, критерии оценки, мультимедийный продукт, веб-сайт, музей, визуальная культура, поколение Z.

NAZAROVA L. R.  
DESIGN OF A MUSEUM WEBSITE AS A MULTIMEDIA PRODUCT

*Criteria for evaluating a multimedia environment design product — a museum website: the structure of the multimedia product scenario (multi-variant, non-linear); functionality (ease of navigation, ergonomics when viewing); the compositional integrity of the multimedia product design adequate to the director's idea; multi-sensory immersive environment that creates a total immersion environment; compliance with the stylistic features of the 3 paradigms of art development.*

*Keywords: design, style, evaluation criteria, multimedia product, website, museum, visual culture, generation Z.*



Назарова  
Лилия  
Рашидовна

кандидат педагогических наук, доцент, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Российская Федерация

e-mail:  
lilinazarova@yandex.ru

## Введение

Эмпирическую базу исследования составили более 150 научных исследований и публикаций в цифровых версиях СМИ (январь 2016 — декабрь 2020), публикации и материалы о современном состоянии виртуальных решений экспоземств и будущего музеев с точки зрения коммуникации с целевой аудиторией (поколение Z и др.).

Проанализированы результаты опросов и статистические данные (Global Digital Report, рейтинги в The Art Newspaper), необходимые для фактического понимания проблематики, мнения современных медиаэкспертов (А. Г. Качкаева, Н. Г. Лосева, А. А. Амзин и др.), интервью руководителей и представителей ведущих музеев мира (И. А. Антонова, М. Гован, М. Д. Лошак, М. Б. Пиотровский, З. И. Трегулова, Р. Саймон и др.), размещенные в открытом доступе в сети Интернет, а также содержание представительств российских и мировых музеев в сети Интернет и сайты виртуальных музеев. Выбор музеев обоснован рейтингом в социальных сетях и посещаемостью в 2015–2020 гг.

В качестве эмпирического материала изучены приложения для мобильных устройств при использовании в экспоземствах музея (izi.TRAVEL. ARTEFACT, Музей Эрмитаж, Smart Museum, Аудиогид и др.).

**Задача статьи:** описать стилистику примеров веб-дизайна как области проектной деятельности для реального эстетического

преобразования мира и воссоздания иммерсивной модели в виртуальном пространстве; на примерах оценить веб-сайт музея как мультимедийный продукт.

Веб-дизайн как явление современной культуры в различных аспектах представлен в трудах современных исследователей (в том числе зарубежья): системный анализ в трудах историков искусств и эстетики Р. Арнхейма, В. В. Бычкова, Б. Р. Виппера, Ю. М. Лотмана и др.; особенности дизайна в информационной среде (И. А. Розенсон); стилистические особенности веб-дизайна как объекта графического дизайна в условиях глобализации (Д. В. Бородаев); проектирование мультимедийного арт-пространства средствами современного дизайна (О. И. Шустрова); мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект (О. Г. Яцюк); выразительные возможности компьютерных технологий в творчестве художника экранных искусств (В. М. Монетов); режиссура мультимедиа: генезис, специфика, эстетические принципы (Н. И. Дворко).

Аксиологический подход к анализу проектирования мультимедийного продукта — музейного веб-сайта как сферы творческой деятельности рассматривается в соответствии с идеями функционализма в работах В. Р. Аронова, Е. А. Розенблюма, Т. В. Литвиной, В. А. Лукова, Н. В. Воронова, Е. В. Жердева и др. Основные тенденции развития современного веб-дизайна нашли отражение в авторских про-

ектах и публикациях отечественных и зарубежных веб-дизайнеров (М. В. Демидова, Дж. Зельдман, Д. М. Кирсанов, А. В. Лебедев, Я. Нильсен и др.).

В последние десятилетия выросло качество жизни, изменился культурный обиход и, как следствие, система ожиданий посетителя музейного пространства для удовлетворения потребности проведения свободного досуга [1]. Музеи, сталкиваясь с ожесточенной конкуренцией в сфере культурного досуга, вынуждены адаптировать свою деятельность к типичной бизнес-задаче учета целевой аудитории (ЦА) музея [2, 5, 14].

Дизайн рассматривается в данной работе через тренды потребительской культуры поколения Z (и альфа) как современного пользователя музейного веб-сайта. Это:

- индивидуализация пространства жизни;
- идея жизни без сложностей;
- эко/логичность;
- впечатления и опыт как главные ценности и др.

### Методы

На разных этапах проведенного исследования были применены методы анализа результатов наблюдения, публикаций по проблеме исследования, данных статистики и результатов социологических исследований; сравнение; аналогия, классификация полученных результатов; абстрагирование; формализация, систематизация; диалектический метод; контент-анализ и др. Объединяет исследование аксиологический подход к исследованию веб-сайта музея как мультимедийного продукта.

Представительство музеев как объектов культуры в сети Интернет в России началось позже западных музеев, примерно с 1995 г. Типологическое различие музейных веб-сайтов начинается с разделения на две разновидности: *официальный веб-сайт* как представительство в сети Интернет учреждения культуры или *виртуальный ресурс*, целиком и полностью воссозданный в виртуальной среде, не имеющий здания, экспозиционных фондов и физических единиц хранения. Рассмотрим с точки зрения контент-анализа музейный веб-сайт как мультимедийный продукт. В современном мире не столь важна принадлежность к тому или иному министерству, ведомству либо агентству. Как государственные, так и частные музеи имеют в наличии фонды как вещественное воплощение экспонатов и реализуют культурно-просветительские, образовательные, научные и другие программы.

Не углубляясь в типологию музеев, достаточно полно представленную в трудах, приведем актуальную типологию музеев РФ, представленную в полном объеме в [11]. Статистические данные представлены по состоянию на январь 2021 г. и описывают весь сегмент представительства музеев как объектов культуры (в скобках количество):

- архитектурно-ансамблевый музей (280);
- естественно-научный музей (582);
- исторический музей (1 809);
- художественный музей (1 281);
- музей науки, техники и отраслей народного хозяйства (298),

а также литературный музей (294); театральный музей (65); музыкальный музей (66); персональный, мемориальный музей (607); музей-заповедник (130); краеведческий музей (1 315).

Согласимся с мнением А. В. Лебедева, что нужно «...называть виртуальными музеями только сайты, сделанные по законам музейного проектирования. Оно предполагает наличие научной концепции, архитектурно-художественной концепции (применительно к Интернет последнюю точнее было назвать “концепцией дизайна”) и связующего

их экспозиционного сценария» [7]. Д. Н. Дзюба уточняет, что «... — контент-ориентированные музеи опираются на содержание (поиск и отображение контента); — связь-ориентированные — опирающиеся на тип музея (коммуникация на основе контекста); — коллаборационные — опирающиеся на сообщество (распространение идей и ресурсов)». Главной целью виртуального музея является «продвижение культурного наследия, его изучения, посредством обеспечения пользователя контекстом, а не только доступа к объектам коллекции».

Сконцентрировавшись на признаках общего сценарного проектирования, вычленим подходы к стилированию в мультимедийной сфере на основе исследований В. Ф. Сидоренко и С. И. Серова. Использование сети Интернет в художественном творчестве, взаимовлияние художественных идей и технологических достижений рассмотрено в работах Н. И. Дворко, А. Ю. Демшиной, О. Г. Яцок и др. При анализе проблемы взаимовлияния экранного творчества и обеспечивающих его технологий автор опирался на труды К. Э. Разлогова, Я. Б. Иоскевича, Н. И. Дворко. Содержащиеся в их исследованиях научные положения стали основой для анализа стилирования на примере музейного веб-сайта с точки зрения соответствия трем парадигмам (классика—модернизм—постмодернизм).

Автором для оценки дизайна мультимедийной среды (на примере музейного веб-сайта) предлагаются несколько критериев:

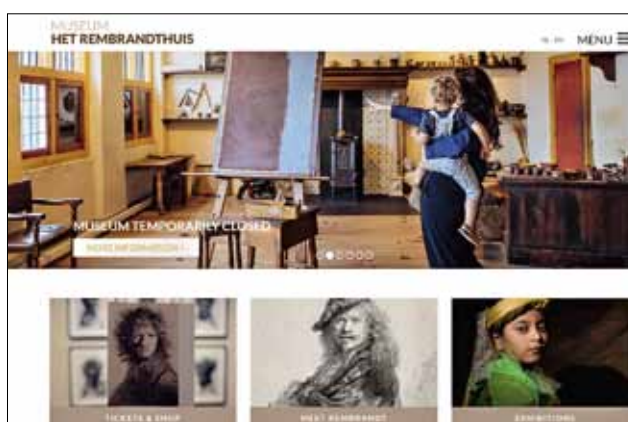
- 1 наличие структуры *сценария* мультимедийного продукта (нелинейная, сложноструктурная многовариантная, гипертекстовая);
- 2 *композиционная цельность*, адекватная режиссерскому сценарию;
- 3 *функциональность* (удобство навигации, эргономичность при использовании);
- 4 мультисенсорная *интерактивно-иммерсивная среда*, создающая иллюзию тотального погружения;
- 5 соответствие стилистическим признакам одной из трех *парадигм* развития искусства (классика, модернизм, постмодернизм) [9].

Представим образ музейного веб-сайта в виде основных констант (см. Таблицу 1).

Классика стилирования в веб-дизайне решается через такие признаки, как формообразность, первичность формы. Образная составляющая с опорой на лучшие образцы печатной книжно-журнальной продукции в области искусства (альбомы по искусству, каталоги, брошюры, буклеты и т. п.). Ключевой вопрос: Как выглядит? Структура и навигация: окно фиксированного размера 800 × 600 пикселей под самый маленький монитор, иногда окно веб-сайта масштабируется по размеру. Ссылки при наведении подтягиваются или подчеркиваются. Шрифтовое оформление: для набора используется комбинация двух типов шрифта: шрифт типа *антиква* с засечками (Times New Roman, Bodoni и т. п.) и шрифт типа *гротеск* (Arial, Verdana). Аккуратное выделение курсивом. Колористическое оформление: белый или светлый фон веб-страницы, реалистический стиль в изображениях, элементы книжного оформления (буквицы, обилие декоративных линеек). Часто используются фотографии с эффектом сепии «под старину», оцифрованная книжная (станковая) графика [9]. Примеры: Литературно-мемориальный музей Ф. М. Достоевского (Иллюстрация 1), Дом-музей Рембрандта (Иллюстрация 2), Лувр, Эрмитаж, Государственная Третьяковская галерея, Московский Кремль, Государственный Русский музей, Российский Этнографический музей, Музей Царицыно, ГМИИ им. А. С. Пушкина и др.

Таблица 1. Основные характеристики стилеобразования музейного веб-дизайна музейного веб-сайта как мультимедийного продукта

Критерий оценки	Характеристики, описание
Структура сценария мультимедийного продукта	Линейная, нелинейная, сложноструктурная многовариантная, гипертекстовая
Композиционная цельность	Решение образа на основе музейного проектирования (бриф, режиссерский сценарий, формирование модели взаимодействия на основе ЦА)
Цветовая (колористическая) схема (колорит)	Светлый, темный, многоцветный
Объем материала (графика, аудио, видео, алгоритмы искусственного интеллекта)	Минимум, максимум
Уровни интерактивности при взаимодействии пользователя с веб-сайтом	Неинтерактивная, интерактивная, интерактивно-иммерсивная
Принцип размещения материала	Одноколонная <i>landing-page</i> , многоколонный веб-сайт, сложноструктурная выставка, виртуальная экскурсия и т. п.
Тематическое образное оформление с опорой на парадигмы дизайна	Классика (книжно-журнальная графика, гравюра и т. п.); модернизм (плакатная графика), постмодернизм (гранж, футуризм, дадизм, арт-деко и т. п.)



Иллюстрации 1, 2. Примеры стилеобразования в веб-дизайне: классика

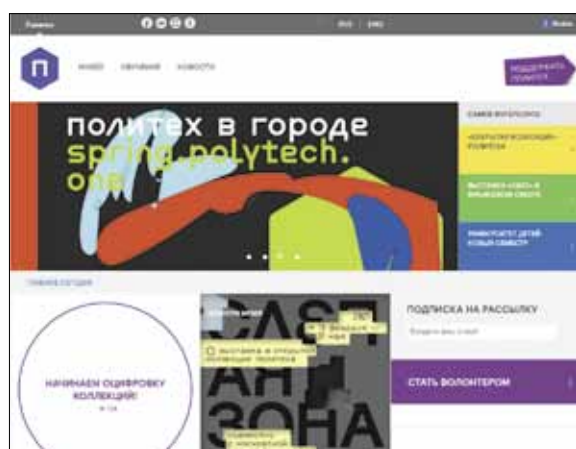


Иллюстрация 4. Пример стилеобразования в веб-дизайне: постмодернизм

Иллюстрация 3. Пример стилеобразования в веб-дизайне: модернизм

Модернизм как вторая парадигма стилеобразования в веб-дизайне основывается на визуально-коммуникативной эстетике тождества (целесообразности) (по В. Ф. Сидоренко) [12]. Признаки: главное — это цель, назначение продукта. Ключевой вопрос: Для кого? Модернистский «плакатный» стиль. Стиль чертежей и моделей, плакатной графики и «чистой» типографики. Структура: четкое зональное членение страниц веб-ресурса. Шрифтовое оформление: системные, иногда

несистемные подгружаемые пользователем шрифты. Колористическое оформление: заполнение плоскости локальным цветом или неконтрастным градиентом, много фона.

Примеры: Политехнический музей (Иллюстрация 3), Мультимедиа Арт Музей, чикагский музей Института искусства The Art Institute of Chicago, Музей мексиканской художницы Фриды Кало, японский Национальный музей природы и науки, киевский Центр современного искусства. Государственный Исторический Музей (до редизайна создан в *суперминиатюрном табличном стиле*). Американский The Metropolitan Museum of Art отлично реализован с помощью кроссплатформенного дизайна (есть версия для мобильных устройств), искусственный интеллект (аудиогиды, видеолекции, коллекция открытого доступа hi-res Met Open Access API).

Пример зарубежного ресурса — портал со стилизованным на основе парадигмы модернизма Google Arts&Culture привлекает интересными решениями с дополненной реальностью. Уточним, что интерактивность включает элементы *иммерсивности*, т. е. взаимодействия субъекта с виртуальной средой по собственному сценарию и реализована в форме виртуальных экскурсий в Google Arts&Culture в постоянной экспозиции Третьяковской галереи и всех вышеперечисленных музеев.

В качестве примера приведем иные веб-ресурсы, решенные на основе парадигмы модернизма. К ним относятся приложения для мобильных устройств, адаптирующие доступ к ресурсам крупнейших музеев мира (в рамках адаптивной верстки онлайн-версии) и приложения, разработанные для поиска, покупки, продажи произведений искусства, в том числе с использованием технологий искусственного интеллекта. Интерактивные технологии, проекционные инсталляции, сенсорные киоски, аудиоточки и т. п. используются в проектировании музейных веб-сайтов, но относятся к отдельной категории технологических ресурсов, и включение в обзор приведено только близких решений с точки зрения стилиобразования.

Крупные музеи мира, в том числе Эрмитаж, Русский музей, Российский Этнографический Музей, «Покровский собор», Петергоф, Музей Прадо, MoMA, Guggenheim, Rijksmuseum, Лувр создают для удобства посетителей приложения для мобильных устройств.

Они уменьшены с точки зрения объема информации, но наполнены наиболее значимыми с точки зрения сценария экспонатами, классическими шедеврами и панорамами помещений в HD-качестве 100 с пояснениями. Например, Youg Art (Национальная галерея искусства, г. Вашингтон, США), «The Design Museum Collection» Фрагмент коллекции (в приложении всего 59) выдающихся промышленных объектов из лондонского Музея дизайна (полная коллекция в музее включает 2 500 объектов). Приложение Сикстинская капелла/Sistine Chapel дает возможность в подробностях рассмотреть созданные мастерами Возрождения фрески. Приложение «Музей Эрмитаж» представляет собой виртуальный гид с поэтажным интерактивным планом музея, возможностью приобрести электронные билеты, проложить маршрут, выбрать экскурсию и т. п.

Концептуальное использование парадигмы постмодернизма в веб-дизайне приводит к интересным решениям фона, концептуальному построению сценария взаимодействия с различными эффектами стирания грани реальности и погружению в ирреальное пространство объекта культуры. К таким примерам относятся выставки с применением элементов дополненной/виртуальной реальности AR/VR, лазерных и светомузыкальных, голографических технологий, в веб-дизайне применения параллакс-дизайна.

Примером веб-сайта парадигмы *постмодернизма* является веб-сайт Олега Пашенко (URL: <http://www.conclaveobscurum.ru/>). Сложная, нелогичная на первый взгляд структура затягивает, погружает в пространство химер, этому способствует тягучая музыка и анимированная навигация, реагирующая на движения мышкой/джойстиком пользователя данного веб-сайта.

## Заключение

Для оценки дизайна мультимедийной среды (на примере музейного веб-сайта) предложены критерии оценки с опорой на стилиобразование в трех парадигмах (классика, модернизм, постмодернизм). Для дальнейшего развития теории дизайна необходимо всестороннее изучение закономерностей и основ мультимедийных технологий с позиции проектной культуры дизайн-проектирования.

## Список использованной литературы

- 1 Аронов В. Р. Дизайн и искусство (актуальные проблемы технической эстетики). — М.: Знание, 1984. — 64 с.
- 2 Богачева Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z» / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2019. — 64 с.
- 3 Бородаев Д. В. Веб-сайт как объект графического дизайна: автореф. дис. ... канд. иск. — Харьков: ХГАДИ, 2004. — 25 с.
- 4 Дворко Н. И., Иоскевич Я. Б., Каурых А. Е. и др. Мультимедиа: творчество, техника, технология. — СПб.: СПбГУП, 2005. — 176 с.
- 5 Иванова Е. И. Социально-демографические поколения современной России: воспроизводство и взаимодействие: автореф. дис. ... д-ра соц. наук. — М.: РГГУ, 2012. — 55 с.
- 6 Клонингер К. Свежие стили веб-дизайна. Как сделать из вашего сайта «конфетку». — М.: ДМК Пресс, 2007. — 224 с.
- 7 Лебедев А. В. Музей будущего: информационный менеджмент. — М.: Прогресс-Традиция, 2001. — 217 с.
- 8 Майстровская М. Т. Музейная экспозиция: Искусство. Архитектура. Дизайн. Тенденции формирования. Ч. 1. — М.: Рос. ин-т культурологии: Моск. гос. худ.-пром. ун-т им. С. Г. Строганова, 2002. — 275 с.
- 9 Назарова Л. Р. Современные тенденции стилиобразования в дизайне музейных веб-сайтов // Человек и культура. — 2014. — № 1. — С. 77–90.
- 10 Познин В. Ф. Аудиовизуальный продукт: технология плюс творчество. — СПб.: СПбГУКиТ, 2007. — 260 с.
- 11 Портал музеев РФ. — URL: <http://museum.ru/Mus/type.asp> (дата обращения: 15.03.2021).
- 12 Серов С. И. Стилиевые процессы в советском графическом дизайне 1960–80-х годов: автореф. дис. ... канд. иск. — М., 1990. — 16 с.
- 13 Хадсон К. Влиятельные музеи: пер. с англ. — Новосибирск: Сибир. хронограф, 2001. — 194 с.
- 14 Abankina T. V., Romanova V. V., Nikolayenko E. A. // Zhurnal Novoi Ekonomicheskoi Associacii. — 2000. — Vol. 46 (2). — P. 68–117.
- 15 Baldwin J., Roberts L. Visual Communication: From Theory to Practice. — La Vergne: AVA Publishing, 2006. — 192 p.
- 16 Davis M., Hunt J. Visual Communication Design: An Introduction to Design Concepts in Everyday Experience. — London: Bloomsbury Publishing, 2017. — 208 p.
- 17 European Museum of the Year Award. — URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/European\\_Museum\\_of\\_the\\_Year\\_Award](https://en.wikipedia.org/wiki/European_Museum_of_the_Year_Award) (дата обращения: 15.03.2021).
- 18 Hudson K. Museums of influence. — New York: Cambridge University Press. — 220 p.
- 19 Hudson K. A Social History of Museums: What the Visitors Thought. — Springer, London, 1975. — 210 p.
- 20 Ku B., Lupton E. Health Design Thinking: Creating Products and Services for Better Health, 2020. — 228 p.
- 21 Lupton E., Phillips J. C. Graphic Design: The New Basics: Second Edition, Revised and Expanded Chronicle Books, 2015. — 264 p.
- 22 McCarty C., McQuaid M. Making Design: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum Collections, 2015. — 780 p.
- 23 Museums & Exhibitions | Kenneth Hudson Award 2017. — URL: <https://www.adit.ru/sites/default/files/acciona1.pdf> (дата обращения: 15.03.2021).
- 24 Newson A., Suggett E., Sudjic D. Designer Maker User. — Phaidon Press, 2017. — 238 p.
- 25 Piehl J. Graphic Design in Museum Exhibitions: Display, Identity and Narrative. — London: Routledge, 2020. — 278 с.

## References

- 1 Aronov V.R. Dizajn i iskusstvo (aktual'nye problemy tekhnicheskoy estetiki). — M.: Znanie, 1984. — 64 s.
- 2 Bogacheva N.V., Sivak E.V. Mify o «pokolenii Z» / *Nac. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki», Institut obrazovaniya.* — M.: NIU VSHE, 2019. — 64 s.
- 3 Borodaev D.V. Veb-sajt kak ob'ekt graficheskogo dizajna: avtoref. dis. ... kand. isk. — Har'kov: HGADI, 2004. — 25 s.
- 4 Dvorko N.I., Ioskevich Ya.B., Kauryh A.E. i dr. *Mul'timedia: tvorchestvo, tekhnika, tekhnologiya.* — SPb.: SPbGUP, 2005. — 176 s.
- 5 Ivanova E.I. *Social'no-demograficheskie pokoleniya sovremennoj Rossii: vosproizvodstvo i vzaimodejstvie:* avtoref. dis. ... d-ra soc. nauk. — M.: RGGU, 2012. — 55 s.
- 6 Kloninger K. *Svezhie stili veb-dizajna. Kak sdelat' iz vashego sajta «konfetku».* — M.: DMK Press, 2007. — 224 s.
- 7 Lebedev A.V. *Muzej budushchego: informacionny menedzhment.* — M.: Progress-Tradiciya, 2001. — 217 s.
- 8 Majstrovskaya M. T. *Muzejnaya ekspoziciya: Iskusstvo. Arhitektura. Dizajn. Tendencii formirovaniya.* Ch. 1. — M.: Ros. in-t kul'turologii: Mosk. gos. hud.-prom. un-t im. S. G. Stroganova, 2002. — 275 s.
- 9 Nazarova L. R. *Sovremennye tendencii stileobrazovaniya v dizajne muzejnyh veb-sajtov // Chelovek i kul'tura.* — 2014. — № 1. — S. 77–90.
- 10 Poznin V. F. *Audiovizual'nyj produkt: tekhnologiya plyus tvorchestvo.* — SPb.: SPbGUKiT, 2007. — 260 s.
- 11 Portal muzeev RF. — URL: <http://museum.ru/Mus/type.asp> (data obrashcheniya: 15.03.2021).
- 12 Serov S. I. *Stil'evye processy v sovetskom graficheskom dizajne 1960–80-h godov: avtoref. dis. ... kand. isk.* — M., 1990. — 16 s.
- 13 Hadson K. *Vliyatel'nye muzei: per. s angl.* — Novosibirsk: Sibir. hronograf, 2001. — 194 s.
- 14 Abankina T. V., Romanova V. V., Nikolayenko E. A. // *Zhurnal Novoi Ekonomicheskoi Assotsiacii.* — 2000. — Vol. 46 (2). — P. 68–117.
- 15 Baldwin J., Roberts L. *Visual Communication: From Theory to Practice.* — La Vergne: AVA Publishing, 2006. — 192 p.
- 16 Davis M., Hunt J. *Visual Communication Design: An Introduction to Design Concepts in Everyday Experience.* — London: Bloomsbury Publishing, 2017. — 208 p.
- 17 European Museum of the Year Award. — URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/European\\_Museum\\_of\\_the\\_Year\\_Award](https://en.wikipedia.org/wiki/European_Museum_of_the_Year_Award) (data obrashcheniya: 15.03.2021).
- 18 Hudson K. *Museums of influence.* — New York: Cambridge University Press. — 220 p.
- 19 Hudson K. *A Social History of Museums: What the Visitors Thought.* — Springer, London, 1975. — 210 p.
- 20 Ku B., Lupton E. *Health Design Thinking: Creating Products and Services for Better Health,* 2020. — 228 p.
- 21 Lupton E., Phillips J. C. *Graphic Design: The New Basics: Second Edition, Revised and Expanded Chronicle Books,* 2015. — 264 p.
- 22 McCarty C., McQuaid M. *Making Design: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum Collections,* 2015. — 780 p.
- 23 *Museums & Exhibitions | Kenneth Hudson Award 2017.* — URL: <https://ww.adit.ru/sites/default/files/acciona1.pdf> (data obrashcheniya: 15.03.2021).
- 24 Newson A., Suggett E., Sudjic D. *Designer Maker User.* — Phaidon Press, 2017. — 238 p.
- 25 Piehl J. *Graphic Design in Museum Exhibitions: Display, Identity and Narrative.* — London: Routledge, 2020. — 278 c.

Статья поступила в редакцию в феврале 2021 г.  
Опубликована в июне 2021 г.

### Liliya Nazarova

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Department of Visual Communications, Moscow University of Industry and Finance «Synergy», Moscow, Russian Federation  
e-mail: [lilinazarova@yandex.ru](mailto:lilinazarova@yandex.ru)