Е.Р. ФАШАЯН
Аспирант, РГХПУ им. С.Г. Строганова. Доцент, НИУ МИЭТ, Зеленоград, Москва, Россия
e-mail: fert.of.fer@gmail.com

E.R. FASHAIAN
PhD Student (in Art History), the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts; docent, MIET
e-mail: fert.of.fer@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_2_2_481_468

СТОРИТЕЛЛИНГ В КОНТЕКСТЕ МУЗЕЙНОГО ВЕБ-ДИЗАЙНА

STORYTELLING IN THE CONTEXT OF MUSEUM WEB DESIGN

В статье рассматривается использование визуального нарратива в веб-дизайне музейных проектов. Особое внимание уделяется роли анимации и пользовательского взаимодействия с сайтом в формировании сценария восприятия и интерпретации художественного материала. В рамках междисциплинарного подхода, объединяющего методы искусствоведческого, нарративного и визуально-семиотического анализа, исследуются принципы организации цифрового повествования. Эмпирической базой исследования служат сайты Русского музея «Велкий Карл» и сайт Третьяковской галереи «Уроки Ларионова», представляющие различные модели музейного сторителлинга. В результате анализа выявляется, что веб-дизайн функционирует как самостоятельный медиум, в котором анимация и поведенческие шаблоны пользователей на сайте выступают инструментами визуальной драматургии и расширяют традиционные формы музейной коммуникации.

The article examines the use of visual narrative in the web design of museum projects. Special attention is paid to the role of animation and user interaction with the site in shaping the scenario of perception and interpretation of artistic material. Within the framework of an interdisciplinary approach combining the methods of art criti-

cism, narrative and visual-semiotic analysis, the principles of digital storytelling organization are investigated. The empirical basis of the research is the websites of the «Veliky Karl» Russian Museum and the website of the "Larionov Lessons" Tretyakov Gallery, which represent various models of museum storytelling. The analysis reveals that web design functions as an independent medium in which animation and user behavioral patterns on the site act as tools of visual drama and expand traditional forms of museum communication.

Ключевые слова: веб-дизайн, сторителлинг, экспозиционный лонгрид, визуальный нарратив, анимация, цифровая экспозиция.
Keywords: web design, storytelling, exposure hybrid, visual narrative, animation, digital exposure.

Введение

В условиях цифровизации культурных институций веб-сайт музея перестает быть исключительно информационным ресурсом и все чаще рассматривается как самостоятельное пространство репрезентации и интерпретации искусства. Современный веб-дизайн музеев формирует особую форму визуального повествования, в которой художественный нарратив конструируется средствами композиции, анимации и продумывания сценария взаимодействия посетителя с веб-сайтом.

Целью настоящей статьи является анализ нарративного повествования в веб-дизайне музейных и образовательных проектов как форма визуального восприятия, реализуемого через анимацию и взаимодействие посетителя с веб-сайтом. В качестве эмпирической базы рассматривается сайт проекта «Уроки Ларионова» Третьяковской галереи и онлайн выставку «Великий Карл» Государственного Русского музея. Исследование направлено на выявление принципов, с помощью которых дизайн формирует сценарий восприятия и влияет на интерпретацию художественного материала в цифровой среде.

Актуальность данного исследования обусловлена активным внедрением интерактивных и анимационных решений в музейные и образовательные веб-проекты, что требует их осмысления с позиций искусствоведения и теории дизайна. Несмотря на растущий интерес к цифровым гуманитарным практикам, вопросы нарративной структуры веб-дизайна музеев, а также роли повторяющихся визуально-интерактивных приемов

и анимации в формировании смыслов остаются недостаточно систематизированными в научных исследованиях.

Основная часть

Современный музейный веб-сайт все чаще выступает не просто средством навигации по коллекциям, а формой визуального и нарративного рассказа, продолжающего или дополняющего экспозицию. Сторителлинг (англ. story — «история», telling — «рассказывание») в веб-дизайне музеев основан на последовательной подаче визуальных и текстовых элементов, формирующих целостный пользовательский опыт и выстраивающих определенный сценарий восприятия.

Практика сторителлинга зародилась в сфере маркетинга в 90-х годах XX века и изначально существовала в устной и письменной формах. Цель сторителлинга в маркетинге — вызвать у людей эмоции, заинтересовать и удержать их внимание. В продвижении бренда сторителлинг помогает привлечь потенциальных клиентов и поддерживать их интерес на протяжении долгого времени: истории создают эмоциональные и смысловые ассоциации с компанией или продуктом. Н.В. Коваленко отмечает, что истории, которые вызывают положительные эмоции, могут влиять на поведение аудитории и помогают дольше удерживать ее внимание. Это подтверждается эмпирическими наблюдениями в сфере маркетинговых коммуникаций [2].

С развитием компьютерных технологий практика сторителлинга распространилась в интернете — в виде текстов, графики и видео, получив название цифрового сторителлинга; при этом в научной литературе термины «цифровой» и «мультимедийный» сторителлинг зачастую используются как синонимы [4]. Цифровой сторителлинг стал результатом создания рассказа или истории в медиа формате, характеризующийся высокой степенью визуальной и содержательной привлекательности для целевой аудитории.

В своей статье посвященной сторителлингу О.С. Назаров отмечает, что реализацией цифрового сторителлинга в интернет пространстве является мультимедийный лонгрид [3]. А.И. Азевич так же описывает лонгрид (от англ. longread — «долгое чтение») как «формат веб-материала, который характеризуется длинным текстовым контентом с включением мультимедиа материалов: фото, аудио, видео, инфографики, интерактивных карт, таймлайнов (линий времени)» [1]. Первые лонгриды появились в интернет- журналистике, где фото и видео стали ключевыми элементами повествования. Такой формат повествования обеспечивает

повышенную визуальную экспрессивность контента, усиливает вовлеченность аудитории и способствует эффективному удержанию внимания пользователей, что подтверждается ростом ее применения в медиапроектах. Мультимедийный контент в лонгриде является не просто декоративным элементом, а выполняет информационную функцию, создающую «эффект присутствия». Нелинейный формат подачи дает читателю свободу выбора — взаимодействовать с интерактивным изображением, просматривать видео, переходить по гиперссылкам или прослушивать аудиоматериалы, формируя целостный пользовательский опыт.

Сторителлинг в веб-дизайне музеев представляет собой синтез искусствоведческого нарратива, дизайнерского сценария и цифровых технологий. Он расширяет традиционные формы музейной коммуникации и превращает сайт в самостоятельное культурное пространство, где пользователь следует заранее заданному маршруту, аналогичному движению посетителя в физическом выставочном зале, и в итоге сайт превращается в динамическое повествовательное пространство, где дизайн выполняет функцию медиатора между произведением искусства и зрителем.

В современном веб-дизайне музеев сторителлинг все чаще реализуется не только через структуру контента, но и через анимацию и поведенческие шаблоны (англ. UX-pattern) — стандартизированное решение типовой задачи взаимодействия пользователя с интерфейсом [5]; повторяющиеся визуально-интерактивные приемы, которые формируют динамический сценарий взаимодействия пользователя с цифровым пространством. Анимация в данном контексте выступает нарративным инструментом, направляющим восприятие и задающим ритм повествования. Плавные анимационные переходы, параллакс-эффекты (анг. parallax) и постепенное появление изображений создают эффект «разворачивания истории» во времени. Пользователь не просто просматривает информацию, а последовательно проживает визуальный рассказ, что особенно заметно в тематических онлайн-выставках и мультимедийных лонгридах музеев. Интерактивные поведенческие шаблоны, такие как визуальная реакция элемента сайта на наведение курсора мыши, кликабельные зоны и временные линии, способствуют формированию нелинейного сторителлинга. Особое значение имеет микроанимация, обеспечивающая когерентность цифрового повествования. Незаметные движения интерфейса — плавное появление текста, изменение состояния элементов, анимация навигации — поддерживают ощущение целостности и логиче-



Рис. 1 Дизайн сайта-сателлита Русского музея «Великий Карл. К 225-летию со дня рождения К.П. Брюллова». URL: https://brullov.rusmuseum.ru/ (дата обращения: 13.02.2026)

ской связности рассказа. Такие приемы снижают когнитивную нагрузку и усиливают эмоциональное вовлечение, что особенно важно для сложного искусствоведческого контента.

Посетитель получает возможность самостоятельно выбирать траекторию исследования, что трансформирует традиционный авторский нарратив в открытую структуру. В этом случае дизайн не диктует единственный смысл, а предлагает пространство для индивидуального прочтения.

Сайт-сателлит Русского музея «Великий Карл. К 225-летию со дня рождения К.П. Брюллова» (рис. 1) представляет собой тематический экспозиционный лонгрид, объединяющий визуальное наполнение, текстовую информацию и навигационную структуру вокруг ключевых разделов, отражающих тематический план выставки, ее шедевры и биогра-

фию художника. Главная страница сайта построена как последовательное повествование, где крупные заголовки и подписи формируют композиционный «маршрут» от общего контекста выставки к детализации содержания и интерпретации конкретных произведений. Такой подход сопряжен с принципами цифрового сторителлинга: содержание организовано скроллингом (англ. scroll — «прокрутка») вниз, а отдельные информационные блоки (описание, план экспозиции, сенсации выставки, биография автора) выступают как этапы виртуального музейного маршрута.

Визуальный и информационный язык сайта выдержан в традиционном музейном стиле: текстовая часть подробно описывает исторические факты, содержание экспозиции и художественное значение работ Брюллова, а визуальные образы (репродукции произведений и изображения экспонатов) усиливают фактуальную составляющую без избыточной декоративности. Преобладание крупного текста, развернутые описания, наличие фотографий работ, а также структурное деление на тематические секции поддерживают исследовательскую и образовательную функции ресурса.



Рис. 2 Дизайн сайта «Уроки Ларионова» Третьяковской галереи, дизайн и разработка студии А. Лебедева. URL: https://mikhail-larionov.tretyakov.ru/ (дата обращения: 14.11.2024)

Анимация на сайте «Великий Карл» играет подчиненную роль по отношению к содержанию. Основной акцент смещен на факты и историческую структуру. Плавные визуальные эффекты не отвлекают, они помогают организовать восприятие длинного текста и большого объема иллюстраций. Это соответствует дизайну, ориентированному на вдумчивое, исследовательское погружение, и усиливает ощущение музейной экспозиции как научного повествования.

Совершенно другое впечатление производит сайт проекта Третьяковской галереи «Уроки Ларионова» (рис. 2), дизайн и разработка студии Артемия Лебедева. Активная анимация делает сайт «живым» и эмоционально насыщенным. Анимационные приемы используются для акцентирования ключевых смысловых узлов, задают ритм чтения, что создает ощущение последовательного погружения в художественный контекст, что сближает цифровой нарратив с принципами кинематографического монтажа.

Проект «Уроки Ларионова» представляет собой адаптированную цифровую форму культурного рассказа, в которой текст, изображения произведений и визуальные решения объединены в единую повествовательную ленту, ориентированных на погружение пользователя в материал и постепенное раскрытие темы через структурированные блоки. Интерактивный образовательный сайт — это не просто цифровая витрина о художнике Михаиле Ларионове, а интерактивный образовательный лонгрид, который выстраивает последовательное визуальное повествование о жизни, творчестве и художественной миссии одного из ключевых представителей русского авангарда.

Основой повествования на сайте становится хронологическое и тематическое чередование информационных блоков. Он начинается с биографических сведений о Ларионове, включая сведения о его ранних годах, художественном становлении и влиянии родных мест на его визуальное мышление. Далее материал выводит пользователя на более глубокое понимание творческих этапов художника — таких как работа с русским авангардом, эксперименты с лучизмом и сцена театрального дизайна, показывая их как части единой художественной эволюции.

Визуальная эстетика сайта отличается сдержанностью и минимализмом, что способствует концентрации внимания на художественном материале и тексте. Сочетания крупных иллюстраций произведений, текстовых описаний и контекстных комментариев создает эффект последовательного «перелистывания страниц» истории. Пространство страницы

организовано таким образом, чтобы изображения произведений Михаила Ларионова функционировали как самостоятельные смысловые элементы, а не второстепенные иллюстрации.

Композиционно сайт избегает перегруженности: он сосредоточен на ключевых эпизодах жизни и творчества Ларионова, что позволяет акцентировать внимание на смысловых узлах повествования. Такое построение текста и визуальных материалов типично для культурных проектов, цель которых — не просто информировать, но и вызывать серию интерпретаций у пользователя, стимулируя интерес к дальнейшему изучению — в том числе и к реальным музейным экспозициям.

Заключение

Проведенный анализ демонстрирует, что сторителлинг в веб-дизайне музейных проектов формируется через синтез визуальной драматургии, анимации и поведенческих шаблонов. Анимация обеспечивает временную организацию нарратива, пользовательский опыт (англ. UX design) — сценарное управление пользовательского взаимодействия с сайтом, а визуальные образы выступают ключевыми носителями смыслов. Такой сторителлинг ориентирован не только на сухую передачу информации, но и на эмоциональный отклик пользователя, стимулируя ощущение присутствия и вовлеченности.

Список литературы:

1. *Азевич А.И.* Мультимедийные лонгриды как средство формирования коммуникативных умений школьников // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования. — 2018. — Том 15. — № 2. — С. 190–196.

2. *Коваленко Н.В.* Методика сторителлинг в маркетинге // Торговля и рынок. — 2023. — Том 1. — № 4 (68). — С. 27–31.

3. *Назарова О.С.* Цифровой сторителлинг как современная образовательная практика // Гуманитарная информатика. — 2018. — № 15. — С. 15–28.

4. *Османова Д.Н.* Лонгрид — субформат мультимедийного сторителлинга // Иностранные языки в Узбекистане. — 2020. — № 1 (30). — С. 126–135.

5. *Тульцева К.* Разработчикам на заметку: UX-паттерны на сайтах [Электронный ресурс]. — URL: https://thecode.media/razrabotchikam-na-zametku-ux-patterny-na-saytah/ (дата обращения: 14.02.2026).