



**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра Подготовки педагогов профессионального обучения и предметных методик

**Графическая визуализация web-интерфейса электронного
международного журнала «Numero»**
Выпускная квалификационная работа
по направлению: 54.03.01 Дизайн
Направленность (профиль): Графический дизайн
Форма обучения заочная

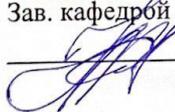
Проверка на объем заимствований:

91,33 % авторского текста

Работа рекомендована к защите

«16» ноября 2021 г.

Зав. кафедрой ЦИПО и ПМ

 Кorneева Н.Ю.

Выполнил(а):

Студент(ка) группы ЗФ-409-203-3-1Ор
Ковтун Екатерина Алексеевна

Научный руководитель:

Процев Екатерина Владимировна,
преподаватель

Челябинск
2021

АННОТАЦИЯ

Ковтун Екатерина Алексеевна
ЗФ-409-203-3-1Ор группа
Выпускная квалификационная работа
Тема: «Графическая визуализация веб-интерфейса электронного международного журнала Numero»
«ЮУрГГПУ» ППИ., 2021., 73 с.;
Библиограф. список – 40 наим.;
Приложений 2, Графич. листов (планшетов) 2

Целью данной работы является разработка веб-интерфейса, визуализации электронного международного журнала Numero. Предложение нового варианта стилистического оформления журнала.

Цель определила необходимость постановки и решения следующих задач:

1. Поиск и создание визуализации журнала, путём сравнения существующих аналогов.

2. Создание нового цветового решения оформления веб-интерфейса, решение путём нового выбора колорита.

3. Подбор интересующихся тем для публикации.

4. Создание и обработка фотографий, образов, в программах: Adobe Photoshop.

5. Выбор шрифтов, изготовление макета сайта журнала в программе Adobe Photoshop.

Объект исследования: международный электронный журнал Numero.

Предмет исследования: разработка и визуализация веб-интерфейса электронного международного журнала Numero.

Структура ВКР, ее состав: титульный лист, аннотация, содержание, введение, основная часть, состоящая из 3-х глав, заключение, список использованных источников, приложений.

Новизна данного исследования состоит в изучении нынешнего оформления электронного журнала Numero, других известных аналогов электронного журнала, выявление общих тенденций развития, изучения дизайнерских решений, создание нового оформления веб-интерфейса и его визуализация в виде макета веб-страницы для увеличения будущей аудитории журнала.

Получены результаты изучения аналогов работ мастеров различных стилей и направлений. Поиск шрифтовых сочетаний, цветового решения, разработки графического и стилистического решения. Работа обогащает актуальный раздел как веб дизайн, оформление веб-страниц, несёт полиграфическую направленность, а также учит выявлять новые и актуальные тенденции и следить за ними.

Практическая значимость: результаты данной работы могут быть в работе веб дизайнеров для создания нового актуального продукта.

Материалы и результаты исследования могут быть использованы для формирования нового дизайнерского веб-проекта, быть полезным для веб-дизайнерам.

Оглавление

| | |
|---|----|
| Введение | 5 |
| Глава I Теоретические аспекты. Раскрытие понятий журнала, его видов веб-интерфейса и его элементов | 9 |
| 1.1 Журнал и его виды..... | 9 |
| 1.2 Веб интерфейс и его элементы..... | 13 |
| 1.3 Стили веб-интерфейса | 17 |
| 1.4 Топ трендов в веб-дизайне | 23 |
| II Глава. Графическое оформление веб-интерфейса международного журнала Numero | 26 |
| 2.1 Визуальная особенность модных журналов..... | 26 |
| 2.2 Анализ мировых аналогов международных электронных журналов..... | 27 |
| 2.3 Описание и аудитория объекта журнала Numero | 31 |
| 2.4 Анализ стиля оформления журнала Numero | 34 |
| III Глава. Разработка веб-интерфейса и графическая визуализация электронного международного журнала Numero | 40 |
| 3.1. Дизайн концепция веб-интерфейса электронного международного журнала Numero | 40 |
| 3.2 Этапы разработки элементов веб-интерфейса, создание веб-дизайна электронного международного журнала | 44 |
| 3.3 Программные средства, используемые при разработке проекта. | 64 |
| Заключение | 67 |
| Список литературы | 69 |
| Приложения | 74 |

Введение

В данной дипломной работе рассматривается тема "Разработка веб-интерфейса электронного международного журнала Numero". Этот журнал рассказывает не только о новых веяниях моды, но и об искусстве. Журнал пользуется огромной популярностью, ведь он создан, благодаря объединению зарубежных и русскоязычных авторов, поэтому доступен, как на иностранном, так и на русском языке.

Объект исследования: международный электронный журнал Numero.

Предмет исследования: разработка и визуализация веб-интерфейса электронного международного журнала Numero.

Актуальность темы: В нашем мире современных технологий можно узнать о новых тенденциях моды и искусства не только купив журнал в магазине, но и сделав пару кликов, ведь можно приобрести, скачать или купить, журнал из интернета.

Издания о моде и искусстве транслируют обществу новые ценности эпохи, а также отражают культурные, социальные и политические ситуации в мире. Если у вас времени в обрез, а узнать самые интересные подробности из жизни звёзд, посетить крупную модную выставку хочется, тогда электронный журнал о моде и искусстве Numero для вас.

Журнал Numero призван быть помощником и вестником в мире моды и искусства, рассказывать и осведомлять о новых тенденциях, освещать новые проблемы мира и общества, высказывать мнение известных людей в связи с какими-либо ситуациями.

Электронный журнал - это сборник статей и публикаций на какие-либо определённые темы.[12, с 1]

Электронный вид журнала с каждым днём приобретает популярность в полиграфии, ведь произошли качественные изменения такие как:

- 1) технологические преимущества
- 2) удобство
- 3) экономичность (многие журналы можно скачать бесплатно)
- 4) меньше трудовых усилий
- 5) скорость доступа.

Новизна данного исследования состоит в изучении нынешнего оформления электронного журнала Numero, других известных аналогов электронного журнала, выявление общих тенденций развития, изучения дизайнерских решений, создание нового оформления веб-интерфейса и его визуализация в виде макета веб-страницы для увеличения будущей аудитории журнала.

Цели: разработка веб-интерфейса, визуализации электронного международного журнала Numero. Предложение нового варианта стилистического оформления журнала.

В данной дипломной работе будут предложены и рассмотрены разные варианты визуального оформления веб-интерфейса журнала с целью заинтересованности читателей новым стилистическим оформлением.

Задачи:

1. Поиск и создание визуализации журнала, путём сравнения существующих аналогов.
2. Создание нового цветового решения оформления веб-интерфейса, решение путём нового выбора колорита.
3. Подбор интересующихся тем для публики.
4. Создание и обработка фотографий, образов, в программах: Adobe Photoshop.

5.Выбор шрифтов, изготовление макета сайта журнала в программе Adobe Photoshop.

В теоретической части нашей дипломной работы необходимо выяснить:

1.Что такое журнал и электронный журнал, какие виды журнала существуют.

2.Что такое веб-интерфейс, какие существуют элементы.

3.Анализ мировых аналогов международных электронных журналов.

В художественно-проектной части будут рассмотрены следующие темы:

1.Описание и аудитория объекта

2.Этапы разработки элементов веб-интерфейса, визуализация элементов журнала

3.Программные средства, используемые при разработке проекта.

Материалом исследования для данной работы послужил электронный журнал "Numero Россия"

Методологической базой к дипломной работе послужили труды следующих ученых: Э.А.Лазаревич, Г. Гнидович, Г.А Кнабе, Г.Бридинг.

Методы исследования: анализ литературы, анализ существующих источников, классификация, сравнение, индукция, анализ журналов, разработка веб-интерфейса и визуализация.

Теоретическая значимость: работа обогащает актуальный раздел как издательское дело, несёт полиграфическую направленность, а также учит выявлять новые и актуальные тенденции, а также следить за ними.

Практическая значимость: результаты данной работы могут быть в работе издательств для создания нового актуального продукта.

Структура работы: В введении были обоснованы актуальность работы, новизна, поставлены цели и задачи, приведены методы исследования, теоретическая и практическая значимость работы, материалы исследования. В первой главе будет рассмотрено, что такое журнал, какие существуют виды журнала, что такое веб-интерфейс и его элементы. Во второй главе мы проведём анализ мировых аналогов международных электронных журналов, а также концепцию веб интерфейса международного электронного журнала Numero. В третьей главе мы проанализировали аудиторию объекта, описание, разработали поэтапно элементы веб-интерфейса и создали 3 варианта с дизайнерским решением макета электронного журнала. Рассказали, в каких программах был выполнен проект. В заключительной главе сделали выводы, исходя из проделанной работы и представленных задач. Список используемой литературы включает в себя около 40 трудов разных авторов.

Глава I Теоретические аспекты. Раскрытие понятий журнала, его видов веб-интерфейса и его элементов.

1.1 Журнал и его виды.

Журнал - это печатное периодическое издание, имеющее постоянную рубрикацию, содержащее статьи или рефераты по различным научным, политическим, научным, производственным и др. вопросам, литературно-художественные произведения [10 ,с 1]

Журнал, являясь полиграфическим изданием, обладает важной ролью носителя информации. Также главной задачей журнала является распространение этой информации, с целью влияния на мнение общества.

Благодаря расширению технологий, связанных с компьютерной версткой, появилась цветная печать, благодаря которой журналы превратились в главный объект распространения рекламы для обеспеченных персон.

Рождение журнала берёт своё начало во Франции, благодаря Теофрасту Ренодо, который делал публикации науки и литературы в своем «Bureaud'Adresse». В 1663 году Мезерэ одобряют издавать литературный журнал.[33,с 272] Идея не смогла воплотиться два года, потому что Мезерэ опережает советник парижского парламента Дени де Салло, который и выпускает первый номер «Journal des Savants». Впоследствии тиражирование возобновляется в январе 1666 года и беспрепятственно выпускается до 1701 года, потому что им завладело правительство, которое дало поручение редактировать издание комиссией ученых.

В 1679 году в г. Лион вышел первый журнал о моде, который назывался "Mercure Galant dedie a Monseigneur Le Dauphin". Он имел вид крохотной печатной брошюры с рассказом о королевской свадьбе и гравюрой , где наряд принцессы Марии-Луизы Орлеанской можно было рассмотреть в

мельчайших подробностях, что было крайне важно для персон, следящих за последними пискми моды. (См .приложение 1)

В XIX веке по всей Европе стали активно издаваться модные журналы, что увеличило их спрос. По своей сути они также состояли в основном из гравюр, которые идеально передавали образ модели.[31, с 2]

Главным историческим моментом стал 1892 год, когда свет увидел известный всем журнал Vogue. Журнал, который покорило множество стран по всему миру, не собираясь останавливаться на достигнутом. (См. приложение 2)

В России же интерес к моде преобладал практически всё время. В период 20го века в индустрию красоты стали всё больше приходить фотографы, художников, дизайнеров одежды, поэтому модные журналы стали приобретать звание выгодного коммерческого проекта. Fashion журналы также отличаются от других категорий тем, что визуализация преобладает над информацией.[27, с 34]

Журнал мод – это периодическое издание, содержащее статьи, фотографии, интервью и рекламу на темы, связанные с разработкой, демонстрацией и продажей модной одежды. Такие издания могут быть как специализированными, рассчитанными на узкую аудиторию экспертов в этой области (дизайнеров одежды), так и рассчитанные на широкую аудиторию.[20,с15] Главный способ донесения информации журналов мод читателю – показ иллюстрации. Она является наглядным примером стиля жизни, транслируя нужную информацию.[23, с 120-121] Но всё же иллюстрация без текстовой поддержки теряет свою силу, поэтому просто необходимо усилить повествование иллюстрации при помощи текстовой нагрузки. Таким образом, читатель в большей мере способен почувствовать себя частью модного общества.

Журналы имеют такие классификации как:

1) периодичность(еженедельные, ежемесячные)

2) формат(интернет журнал)

3) по тематике (научный журнал, литературный, женский или мужской, общественно-политический, реферативный).

4) по характеру подачи(стиль)

Это основные характеристики печатных издательств, которыми мы воспользуемся, разбирая их в других главах.

В Советское время девушки не могли толком себя побаловать модными изданиями, потому что информация зарубежных новых веяний редко доходила. Лишь после распада СССР пришли резкие изменения в индустрию моды.[42, с 54]

С появлением интернета и новых технологий журналы стали активно появляться в сети. Каждому интернет - пользователю рано или поздно приходилось сталкиваться с электронным изданием.

Раньше на просторах интернета выкладывались именно архивы печатных изданий, а уже позже стали появляться онлайн-издания, которые выходили исключительно в электронном виде, не имея печатных аналогов. В данный момент многие электронные виды журналов имеют аудиторию куда большую, чем их аналогичные печатные издания.

На фоне кризиса в полиграфии очень активно происходит процесс замещения печатного полиграфического издания на электронный вид.

Электронный журнал - периодическое рецензируемое издание, электронный аналог печатного журнала, доступный на просмотрах мобильного устройства или компьютере, распространяется через сеть интернета. Всему этому способствует формирование нового технологического уклада в производстве печатной продукции.[12, с 2]

Технологический уклад- это направление научно- технического процесса, вопросы цифрового контента изданий, продвижения этого контента, которые преобладают в данное время в интернете.[11,с 1]

Технологии в сфере IT очень быстро растут, что очень прогрессивно сказывается на отрасли печати .Это также способствует процессу замещения печатной продукции на её электронный вид, создавая новый продукт.

Электронные издания, в отличии от печатной продукции, имеют несколько плюсов:

- 1) Технологические преимущества
- 2) Экономичность
- 3) Скорость доступа
- 4) Неограниченный объем
- 5) Меньше трудовых усилий

Исходя из этих качеств, можно сделать вывод, что переход на электронный тип даёт новые возможности в сфере развития полиграфической отрасли, ведь теперь между полиграфической печатной продукцией и электронной появилась конкуренция.

Если не так давно можно было узнавать разные новости лишь из газет и журналов печатного вида, то на сегодня ситуация в мире изменилась в лучшую сторону. Для получения абсолютно любой информации, пользователи всё чаще заходят в интернет. Ведь сейчас намного удобнее и быстрее пользоваться информацией, к которой есть доступ 24/7.

Так как в данной дипломной работе речь идёт о рассмотрении электронного международного журнала, нам необходимо знать понятие веб интерфейса и визуализации, о чём повествуется в следующей главе.

1.2 Веб интерфейс и его элементы.

Контактируя с компьютером, многие привыкли просто запускать нужную программу. Этому способу существует новая альтернатива- запуск браузера или приложения в интернете, а не только спустя долгое время ожидания после установки программы на компьютер. Этой задачей будет заниматься «Web-интерфейс», который всё быстрее распространяется среди пользовательского режима.

Web-интерфейс — это веб страница или совокупность веб-страниц, предоставляющая пользовательский интерфейс для взаимодействия с сервисом или устройством посредством протокола HTTP или браузера.[12, с 1]

Веб страница представляется в виде графической оболочки, которая состоит из кнопок, окошек и других элементов.

Для взаимодействия с этой оболочкой необходимо подключение устройства пользователя к интернету, иначе веб-страница не будет работать. Далее можно представлять, что сайт — это и есть веб-сайт. А чтобы зайти на наш веб-сайт нужно:

- 1)открыть браузер,
- 2)в поисковой системе браузера открыть нужный нам сайт,
- 3) ввести свои данные, если того требует сайт. На этом всё.

Так как в данной дипломной работе рассматривается электронный международный журнал, он и будет являться веб-интерфейсом.

В сети интернета, существующие электронные издания можно разделить на 2 направления:

- 1) Модифицированные электронные версии существующих печатных изданий (газет и журналов)

2) Электронные версии.

Как правило, электронные версии журналов и газет не зависят от печатной версии издания, поэтому могут называться оригинальными сетевыми изданиями.

Как правило, электронные версии существуют и развиваются по законам веб-дизайна и развиваются вместе с особенностями юзабилити.

Юзабилити- качество, определяющее удобство и комфорт пользования интерфейса сайта, за которое, как правильно, отвечает UI дизайнер.[13, с 2]

UI дизайнеры — это графические дизайнеры, которые занимаются эстетикой сайта. Эти люди самостоятельно проверяют сайт. Они должны убедиться, что интерфейс индивидуален, выглядит привлекательно и визуально соответствует тематике сайта. Необходимо согласовать единство всех элементов, каждого дополнения, чтобы всё вылилось в единую композицию.

Userinterface (UI) элементы – элементы, которые дизайнеры используют для создания приложений или веб-сайтов. Они добавляют интерактивность в пользовательский интерфейс, предоставляя пользователю точки соприкосновения при навигации по ним. Кнопки, полосы прокрутки, пункты меню и чек боксы.[40, с 21]

Залог успеха и спроса электронных продуктов – это удобство пользования и интуитивно понятная навигация.

UI элементы:

- 1)Тексты и заголовки. (см. приложение 3.)
- 2)Ссылки(которые при нажатии могут менять цвет). (См. приложение 4.)
- 3)Кнопки(см приложение5)

4)Радиобаттон и чек-боксы

На рисунке (см. приложение 6) слева показан радиобаттон (или радиокнопка), а справа чек-бокс. Разница лишь в том, что слева(в радиобаттоне) можно выбрать один вариант, а справа(в чек-боксе) несколько.

5)Формы.

Формы необходимо делать в нескольких видах:

- неактивная форма
- активная форма
- форма с ошибкой
- форма успешного заполнения

Также можно сделать всплывающую выноску при ошибке в форме, где будет написано, в чем ошибся пользователь. Например, в форме для ввода телефона, пользователь ввел еще и буквы, тогда будет вылезать надпись «в этом поле нужно вводить только цифры»

Эти все пункты помогут правильно и быстро заполнить форму, увеличивая ее конверсию. (см. приложение 7)

6)Попап

Попап- всплывающее окно для авторизации, чтобы пользоваться всеми функциями сайта. Обычно, это окно необходимо детально прорисовывать, чтобы всё было понятно. И не забывать про крестик, если пользователь захочет отказаться от ввода своих данных. (см. приложение 8)

7)Пагинация

Пагинация – навигация сайта, которая позволяет быстро переключаться среди огромного количества товара или чего-либо. Сейчас более

распространена пагинация в форме как лента новостей в инстаграме, в контакте, когда прокрутка идет в стиле бесконечной ленты. (см.приложение9)

8)Навигационная цепочка позволяет переходить вверх при навигации(см приложение 10)

9)Прелоадер- значок, который показывает ожидание и загрузку чего-либо. Существует специальный прелоадер–генератор, где дизайнеру можно будет самому выбрать вид, цвет и форму значка ожидания. (см. приложение 11)

10)Таблицы.

Таблицы , обычно, имеют спрос у интернет-магазинов. На рисунке показана таблица с чек-боксами.(см приложение 12)

12)Меню.

Служит навигацией по всему сайту. Существуют всплывающее меню, которое выскакивает при наведении на него курсором.(см.приложение13)

Исходя из данной главы, можно сделать вывод, что при разработке веб-интерфейса веб-дизайнер должен учитывать такие качества, как: простота, приятный внешний вид, удачное цветовое решение и удобство. Эти простые вещи пользовательского интерфейса играют очень важную роль в посещаемости сайта ,которая помогает увеличить пользование продуктом.

Таким образом, можно сделать вывод, что самыми важными качествами при создании веб-интерфейса нашего электронного международного журнала Numero будут служить комфорт и эффективное пользование, что повысит посещаемость и читаемость журнала.

1.3 Стили веб-интерфейса

Стиль веб-интерфейса или стиль дизайна сайта- это то, на что в первую очередь обращает внимание целевая аудитория. Это то самое первое впечатление, благодаря которому, будет принято решение, остаться читателю или нет. [37, с 22]

Первым делом, когда разрабатывается дизайн, необходимо решить, в какой стили будет создан веб-сайт, ведь от качества дизайна будет преддешена судьба всего сайта.

Тренды в веб дизайне постоянно меняются, приходят всё новые программы и инструменты. Фишка новых тенденций в области веб-дизайна в том, что мимо проходящие читатели могут стать постоянными клиентами, поэтому так важно сделать грамотный дизайн, особенно электронного международного журнала про моду, который просто обязан выделяться среди других своей креативностью.

В наш век новых технологий и современности, людям всё чаще стало некогда, поэтому основным гаджетом и атрибутом постоянства на первом месте приходит мобильный телефон. Буквально в прошлом году частота просмотром сайта с мобильного телефона побила все рекорды и стала намного больше, чем с компьютера или планшета. За всем этим следует вывод, что люди заходят в интернет намного чаще с телефона, а потому и просто необходимо сделать адаптивную версию сайта под телефон, да и не только удобную, но и с точностью привлекательную.

Не так давно вид адаптивной версии сайта был настолько ограничен, отсутствовали красивые баннеры, яркие элементы, которые придавали красоту и запоминающийся внешний вид страницы и т.д. Ограничения в размере дисплея сильно влияли на структуру сайтов. В наши дни размеры дисплеев, производительность гаджетов, интеллектуальность смартфонов и планшетов позволяет наслаждаться возможностями новых тенденций,

которые включают современные дизайнеры при разработке адаптации сайтов на более меньшие гаджеты. Это также является толчком для изобретения новых трендов в 2021 году.[39,с 28]

Стили сайта

На данный момент времени ещё не сформировалась точная классификация стилей в веб-дизайне, потому что каждый сайт является уникальным и неповторимым объектом, где стилевое направление не имеет конкретных установок и границ. Выделим самые основные аспекты, которые помогают в классифицировании сайтов:

- 1) Основа сайта (минималистичная, сложная, 2-3 колонны)
- 2) Цветовое решение (черно-белые, разноцветные, светлые, темные, градиент)
- 3) Наличие графики(стандартные, пустые, художественные)
- 4) Тематика и художественное оформление (ретро, классика, футуризм, мультяшный стиль, журнальный стиль, готика и т.д)

Структура сайта

- 1) Сайт, состоящий из минимума элементов, либо элементы есть, но акцент на одном элементе, либо формируется из 1-колоночной страницы (лендинг- сайт визитка.)
- 2) Более всего распространены 2х ли 3х структурные сайты, потому что они распространены среди разных типов, таких как: блог, сайт какой-либо корпорации, информационный и т.д
- 3) сайты, имеющие сложную структуру, чаще для огромных интернет- порталов, которые чаще всего содержат в себе большое количество колонок и блоков.

Все веб-дизайнеры также знают, что структура сайта должна подстраиваться под устройство, с которого будут просматривать сайт,

поэтому сайт должен соответствовать разрешению монитора, обычное разрешение которого составляет 1280x1024.

Художественное оформление

В веб дизайне современности остались в прошлом старые стилевые тенденции, такие как: загруженность сайта разным хламом и спецэффектами, повторяющейся музыкой и мелькающими заставками. От всего этого современные дизайнеры призывают отказаться и дают совет перейти на более простые, но при этом элегантные решения. [34, с 2]

Раньше минимализм не ценили, забывали и пренебрегали им, считая пустым стилем, который не способен будет привлекать визуализацией клиентов. Но всё- таки со временем дизайнеры стали разглядывать в нём некую эстетику, пространство заполнено с умом, не имея ничего лишнего, ведь простота- есть ключ к удобству и красоте. Простые сайты даже имеют большую работоспособность, чем загруженные всяким хламом, потому что внимание клиента фокусируется именно на этой чистоте, что больше увеличивает сосредоточение именно на той информации, которая нужна пользователю.

Но, как и везде, от простоты до скуки – один шаг. Поэтому сайт должен быть наполнен с умом, иметь оригинальность и свежесть, избегая лишних ненужных деталей.[1, с 22]

Рассмотрим пару интересных и более устоявшихся примеров стилей, которые покоряют своей креативностью:

1) Минимализм

Секрет минимализма заключается в акцентировании на содержимом, а не на дизайне. Нейтральный фон делает изображение товара ярче, а шрифты на подобном фоне за счёт цвета смотрятся четче.

Контраст также является особенностью стиля. Он достигается путём цветовых акцентов, а также правильного и приятного сочетания шрифта и фона. Чаще всего используют черный и белый цвет. И шрифт используется без засечек. (см. приложение 14,)

2) Карточный стиль «Metro»

Вариант идеально подходит тем сайтам, которые сильно нагружены, где нужно предоставить большое количество информации. В таком стиле весь контент, обычно, распределен по карточкам единой модульной сетки.

Стиль Metro является минималистическим дизайном, который доступен под разные виды гаджетов, обеспечивая много возможностей для творчества. Характерными чертами этого стиля являются плоские элементы без теней и градиентов, структура плитки, необычные интересные шрифты и яркие цветовые акценты.(см приложение 15,16)

3) Классический стиль

Стиль, который никогда не выйдет из моды. Этот стиль можно спутать с минимализмом, но это не он. Такой стиль обычно больше подходит компаниям, которые занимаются финансами, юриспруденцией, бизнесом и аналитикой. Другими словами, такой стиль подходит больше тем, кто хочет продемонстрировать серьезность, надежное и стабильное положение. (см. приложение 17)

4) Стиль Хай Тек

Стиль образовался в 1970-х годах, но при этом сфере веб дизайна начал присутствовать только через 10 лет. Как правило, выделяется среди других стилей отсутствием декоративных элементов, потому что функциональность опережает красоту, отталкивая её на последний план.(см. приложение 18)

5) Информационный стиль

Этот стиль часто остаётся в стороне, потому что чаще всего его используют для создания новостных порталов. Но возможности данного стиля очень широки, его можно использовать не только как сайт новостей, но также и для крупных порталов, либо для персональных сайтов- визиток.(см. приложение 19)

5) Ретро

При упоминании стиля ретро, почему-то задумываешься о чем-то старом и забытом, но это совсем не так. Стиль ретро в современности имеет огромную популярность, поэтому ещё долгое время он будет оставаться в моде. Для изучения характерных черт стиля, необходимо знать некоторые точности, характеризующие данный стиль:

1)античные и классические элементы

2)предметы элемента, декора.

3)обыгрывается античный период, начало XX века или период 60-70х годов.(см. приложение 20)

б) Футуристический дизайн

Футуристическим дизайном, как правило, увлекаются молодые дизайнеры, которые активно пытаются попасть во все тренды уходящего или приходящего года. И это вполне объяснимо, ведь футуризм- это буквально даже переводится как «будущее» (Future) ,а ассоциируется будущее у многих с фантастикой, роботами, новейшими технологиями и т.д. В этом стиле не будет места привычной нам обыденности.(см. приложение 21)

7) Журнальный стиль

Дизайн этого стиля похож на дизайн журналов: крупные фотографии, большие заголовки и т. д. Как правильно, этот стиль подразумевает в себе:

1) Блоки с информацией, которые располагаются на одной странице, оформлены разными стилистическими решениями.

2) Верстка на странице делается в 2-3 или в большем количестве колонок.

3) Используются как фоновые иллюстрации, так и фотографии профессионального типа.

4) Для заголовков используются разные шрифты, стили и цвета.

5) На каждой странице присутствуют ссылки на другие рубрики.

Журнальный стиль в дизайне обычно применяется к сайтам, где располагается большой объем текстовой информации, а изображения не только дополняют, но и несут в себе информативность. (см. приложение 22)

8) Органический стиль

Особенность стиля – минимум вмешательства в фотографии, а также использование натурального визуального, либо природного объекта. Чаще всего в качестве «обоев» или главного экрана сайта используется фото природы, либо природного явления во весь экран. Также привлекательно смотрятся на сайте природные текстуры, слайдеры с природными компонентами.

Органичный дизайн создан на стремлении познать законы природы и окунуться в её красоту. (см. приложение 23)

9) Мультипликационный

Дизайн, который имеет стиль мультфильма или комикса. В качестве главного экрана применяется мультипликационный фон, а объекты имеют сходство по цветовой гамме с фоном. Цветовое решение, как правило, мягкое и игривое, потому что аудиторией сайтов с таким стилем являются мамы и детки. (см. приложение 24)

10) Векторный

Дизайн элементов, выполненный вручную, почти ничем не отличается от векторного дизайна. Векторная графика очень ценится, ведь дизайнеры много трудятся, создавая это целое искусство. (См. приложение 25)

1.4 Топ трендов в веб-дизайне

Тренды в дизайне имеют свойство постоянно меняться, поэтому огромное значение имеет шествие в ногу со временем. Очень важно уделить несколько минут, но при этом создать сочный и уникальный дизайн, который будет привлекать своим визуалом посетителей сайта.

В данной дипломной работе целью является создание правильной визуализации для электронного журнала, чтобы привлечь к себе больше читателей, поэтому просто необходимо окунуться в новейшие тенденции веб-дизайна в 2021 году.

1)Минимализм.

Этот тренд остаётся самым надёжным и более актуальным ещё с 2018 года. Его фишка в том, чтобы концентрировать внимание читателя на главных вещах. Обычно, используется белое пространство, которое даёт ощущение воздуха, то есть лёгкости, что позволяет пользователю не потерять концентрацию.

2)Сторителлинг

Story-с англ. перевода история. Tell-рассказ. Название этого тренда пришло к нам с запада и успело остаться, став трендом. Суть тренда в том, чтобы в первую очередь рассказать о себе, о происхождении продукта, чтобы у читателя было доверие к нему. Такой тренд плотно закрепился и является показателем успешных продаж.

Правильно оформленный дизайн с историей продукта позволяет читателю сделать выбор, нужен ли ему продукт, остаться ли посетителю на сайте. Сторителлинг может иметь разный вид. Как правило, это видео, gif-анимация, либо главная страница или посадочная страница.(См. приложение 26)

3)Красивые студийные фотографии в стиле минимализм

Яркие фотографии всегда являются теми элементами, которые придают шарм и эстетику. Минималистические фото пользуются популярностью, потому что, как правило, делают акцент на одном элементе, который отражает идею и тематику компании, что позволяет посетителю сайта сфокусироваться на объекте (см. приложение 27).

4)Притягательные цвета

Яркие цвета, которые моментально способны притягивать внимание пользователя. Если яркий цвет подчеркивает общую идею контента, то успех вам обеспечен. Главное, сделать цветовые сочетания правильными. Что такое цвет? Это эмоции, а также целая психология. А эмоции являются важной составляющей для пользователя.(см. приложение 28)

5)Нестандартное расположение блоков

Блоки, которые хаотично размещены по всей странице, в тот же момент привлекают к себе внимание своим непривычным для нас расположением. Этот необычный, но очень эффективный способ также помогает в привлечении внимания клиента. За счёт необычной подачи и дизайнерского решения возрастает шанс привлечения пользователей.(см. приложение 29)

6)Геометрические узоры и формы

В 2021м году этот тренд начал развиваться и стал очень востребованным, ведь правильно подобранные геометрические формы, либо узоры, вполне могут стать отличным композиционным решением, что будет давать чувство завершенности. Привлекательная композиция всегда будет оценена пользователями по заслугам. Подобный приём значительно освежает дизайн, делая его интересным, современным и востребованным.(см. приложение 30, 31)

7)Сочная графика и эстетичное изображение

В наши дни пользователи требуют нечто новое, яркое, запоминающее, поэтому на помощь приходит яркая графика, которая акцентирует внимание на себе. Яркая и пестрая графика мгновенно привлекает внимание и мотивирует читателя посмотреть сайт полностью, дабы убедиться в крутости контента. Если же фотография или изображение играет роль главного фона-это станет отличным дизайнерским решением. Такая тенденция очень популярна среди одностраничных сайтов-визиток (лендингов).(см. приложение 32)

8)3-D изображения

Дизайн с такими изображениями автоматически считается модным сайтом, потому что технологии, создающие трёхмерные пространства с успехом идут в востребованные тренды. Необходимо учитывать, что виртуальная реальность также является модным течением, что только увеличивает популярность тренда.(см. приложение 33)

9)Синемаграфы или гиф-изображения (анимация)

Синемаграф – это статичное изображение, в котором имеет движение лишь одна деталь. А гиф-изображение- это изображение, которое совершает повторяющее действие. Оба понятия широко распространены среди дизайнеров, но не стоит их путать.

II Глава. Графическое оформление веб-интерфейса международного журнала Numero

2.1 Визуальная особенность модных журналов

Особенность модных журналов состоит в том, что важной частью издания является по большей степени визуальной. Ранее текст имел куда большее значение, чем изображения, сейчас же творчество является наиболее востребованным. «Словесное оформление мысли в сочетании с красивым визуальным дизайном, даёт синтез в передачи информации.»[15, с 55]

Визуализация опережает информацию, потому что сама сфера моды является наглядной. Периодические издания на модные темы создают впечатление вечного праздника красоты.

По словам Г. Гнидовича, цель журнального дизайна в том, чтобы привлечь читателя, создав между ним особую связь, для большей восприимчивости к информации. Поэтому любое читательское издание должно иметь свою особенность, которая усилит узнаваемость. С помощью этой цели сформируются определенные дизайнерские и оформительские решения, благодаря которым читатель сможет в будущем ориентироваться в пространстве издания.

Историческая сфера рассказывала нам, что модные издания были доступны не всем, а только высшему свету. В связи с этим в XX веке сформулировалось понятие именно того журнала, за которым можно наблюдать в наши дни.

По мнению И. В. Поповой, fashion журналы ведут борьбу между формой и содержанием, отсюда исходит понятие как содержательная форма. Содержательная форма обладает такими показателями, как: высокое качество графического и дизайнерского исполнения, иллюстративный материал, художественное оформление, необычность визуальных эффектов, эстетичные фотографии. Причиной этому служит, что «специфика модных

изданий о стилях жизни и красоты создают у нас впечатления роскоши, что необходимо для демонстрирования и рекламы дорогих товаров.»[32, с 13]

Похожая презентация известных модных журналов и сформировали общие известные стандарты оформления модных журналов.

Чтобы продемонстрировать эти стандарты на примере электронных веб страниц модных журналов, в следующей главе будет сделан анализ известных международных электронных журналов о моде. Выбор был сделан в пользу популярности журналов.

2.2 Анализ мировых аналогов международных электронных журналов

Так как каналов получения информации в наше время множество, к тому же и в открытом доступе. Мы все привыкли получать новости из интернета, социальных сетей, новостных лент, смс и рассылок. Новейшие СМИ появляются чуть ли не каждый день, потому что практически каждый может превратить свой личный блог в публичное издание, обладающее огромным и интересным контентом. Ежедневную популярность набирают блоги с уклоном на область моды и стиля жизни. Очень давно, когда индустрия моды ворвалась в жизни людей, многие начали расхватывать контент на эту тематику. Пользователи всё чаще стали требовать от независимых журналов, эстетичного и притягивающего контента, то есть красиво оформленных кадров. Fashion-журналистика с каждым днём пополняет свои ряды новыми независимыми изданиями, поэтому крайне важно проанализировать конкурентов, сделать общие выводы и создать нечто новое.[30, с 21]

Анализируемые в данной главе журналы созданы с целью демонстрирования новых идей, которые оспаривают общественное мнение, при этом одобряя новые эксперименты, что является важной составляющей в

визуализации языка современной моды. Далее будет продемонстрировано оформление веб-интерфейса электронных международных журналов и краткая информация о них.

1. Glamour

Glamour- ежедневный путеводитель по современной жизни девушек. Модный ежемесячный женский журнал о моде, красоте, здоровье, шоу-бизнесе.(См. приложение 34)

Изначально имел название «Glamour of Hollywood» («Голливудский Гламур»).

дата основания-США 1939год. В России стал выпускаться с сентября 2004 года.

цель: транслирование новых прогрессивных веяний моды.

сайт: <https://www.glamour.ru/>

2. Vogue.

Vogue(стиль танца)- Самый популярный и известный журнал о моде. (См. приложение 35)

Дата основания- США 1892 год.

В России издаётся 1998 года. Выпускается ежемесячно.

цель: демонстрирование новых шедевров красоты, новейшие пикси моды.

сайт: <https://www.vogue.ru/>

3. Bazaar

Bazaar- журнал о моде, стиле и красоте. Включает в себя статьи, видео, звёздные советы . (См. приложение 36.)

Дата основания: США 1867г.

В России начал выходить с 1996года.

Цель: Распространение информации о моде, новостях, шопинге, коллекциях, дизайне, путешествиях, культуре, гороскопах.

сайт: <https://bazaar.ru/>

5) Elle

Elle- французский еженедельный женский журнал о моде. (См. приложение 37.)

Дата основания: Франция 1945 год. Русская версия тиражировалась с 1996 года.

Цель: транслирование новых и актуальных тенденций моды и трендов текущего года. Актуальные новости мира красоты, моды, шоу-бизнеса, шопинга и отношений.

сайт: <https://www.elle.ru/>

Просмотрев несколько веб-интерфейсов международных электронных модных журналов, можно сделать вывод, что :

1) Все журналы имеют четкий, бросающийся в глаза логотип, который состоит из названия журнала.

2) Меню находится либо сразу после логотипа, либо спрятано слева, но появляется лишь после наведения на него курсором.

3)Далее следует либо изображение на всю длину сайта, либо сразу статьи.

4) Шрифт логотипа оформлен в строгом и лаконичном стиле, как и вся последующая подача визуализации. Шрифт чаще всего используется без засечек.

5) Цветовая гамма оформления в основном имеет черно-белую тенденцию, нежели какую-то броскую. Журнал Glamoure имеет светлую гамму, в которой имеет немаловажное значение розовый цвет, ведь слово Гламур ассоциируется у нас с розовым и нежным.

6) Обычно в оформлении используется два шрифта.

7) Иконка меню может отсутствовать, если в меню прописаны все разделы.

8) Значки других соц.сетей (поделиться) могут быть в нулевом блоке (до логотипа), либо в самом конце главной страницы.

9) Стиль веб страницы имеет либо журнальный, либо минималистичный.

При разработке дизайна качественной продукции, необходимо знать, для какой аудитории будет предназначен продукт, чтобы подобрать дизайн, согласно целевой аудитории.

Целевая аудитория — это аудитория потенциальных потребителей какого-либо товара или услуги. Задача маркетинга — повлиять на неё с целью побудить к покупке. Иными словами, это тот круг потребителей, физических лиц или компаний, на который этот продукт рассчитан и которым он может быть интересен. Ведь именно представители целевой аудитории в первую очередь намерены его приобрести.[35, с 2]

Необходимо знать, какого возраста читатель, иметь представление об увлечениях, чтобы впоследствии создавать контент, который будет интересен читателю. Таким образом, за этим может последовать не только привлечение

новых читателей, но и присваивание статуса старым читателям- статус постоянного читателя.

Исходя из проделанного анализа, можно сделать вывод, что модные журналы имеют свою аудиторию. «Мода для избранных» [26, с 2]

Так, следующая глава будет посвящена анализу аудитории журнала Numero, описанию объекта.

2.3 Описание и аудитория объекта журнала Numero

Numero- это международный журнал, который сочетает в себе статьи на темы моды, искусства, дизайна и музыки. Впервые был выпущен в 1999 году домом издания Groupe Alain Ayache во Франции. (см. приложение 38)

Издательство основалось в 1999 году в Париже. Первым редактором была Элизабет Джиан. Поводом создания женского журнала редактора послужило множество причин, но она объясняет это так: «Раньше чтение всяких журналов для женщин, которые повествовали о соблазнении мужчин, вызывало лишь скуку, поэтому я решила создать журнал для женщин, обладающих мощным интеллектом. Издание делилось свежими новостями о моде, дизайне, музыку, искусстве, а не скучными рецептами про косметику от морщин».[21, с 3]

На обложке первого журнала красовалась сама Кейт Мосс и Жизель Бюндхен, фотографом которых стал Натаниэль Голдберг. В будущем даже множество известных российских моделей стали украшать обложки издания.

Numero-это уникальное печатное издание, которое ориентировано на умных, интеллигентных, образованных, независящих ни от кого женщин Элизабет Джиан объединяет интересные статьи, яркие и привлекающие цветовые решения, необычные и эстетичные ракурсы съемок.. На страницах известного международного журнала также можно найти статьи об изучениях различных сфер деятельности.[7, с 2]

Наиболее популярной рубрикой в журнале считается «Сундук идей», где известные дизайнеры рассказывают о современных модных тенденциях, но также значительное внимание уделяется и путешествиям, архитектуре и музыке. Элизабет Джиган часто приглашала молодых моделей и журналистов поработать для Numero. В разные времена в этой индустрии работали такие известные деятели, как Жан Батист Мондино, Грег Кадел, Карл Лагерфельд, Сельве Сундсбё.

Numero в России

Версия издания в России начала своё существование в 2013 году, с помощью издательского дома «Медиа Групп». Российским редактором стал Андре Леон Телли – человек, связанный с американским Vogue. Всё время статуса редактора Андре пребывал в Нью-Йорке, в Москву приезжал 2 раза в месяц. Обычно его успешно заменяла Алёна Исаева.

Обложку дебютного номера Numero Russia успешно заняла известная супермодель из Британии Наоми Кэмпбэлл.

Следующим креативным директором Numero Россия назначена Рената Литвинова- режиссер, сценарист, продюсер, российская актриса.

Александр Федотов, глава медиа группы, который занимается выпуском российского издания, прокомментировал: «Ренату Литвинову вполне можно называть иконой стиля, ведь она является обладательницей сильнейшей женственности, которая развила в ней чувство безупречного вкуса и стиля. Этому она сможет обучить нашу аудиторию, которая с радостью одобрит свежие идеи в мире моды.»

Компания «Медиа Групп» не только является создателем Numero, но также и преобладает крупными информациями в сфере СМИ. Среди Интернет-проектов обладает ARTCOM Media – новостным ресурсом о

моде SNCMAGAZINE.ru, и порталом о дизайне на русском языке RussianDesignHub.ru (rdh.ru).

Российское издание Numero имеет свои отличия от французского журнала:

1) «Французский Numéro имеет меньше захватывающего контента российской аудитории.

2) Российское издание более наполнено эстетичными фотографиями и картинками, в отличие от французского, где читатели устали от постоянной красоты, где изданию не хватает пустого пространства

3) Российское издание выпускается примерно 10 раз в год, а также в феврале и сентябре выпускается мужская версия журнала Numero Homme, французская же версия Numero выпускается ежемесячно.

Numéro Homme

Numéro Homme – это версия журнала, предназначенная для мужчин, которая стала выпускаться с марта 2007 года. Целевой аудиторией издания являются мужчины, заинтересованные в слежении за здоровым образом жизни, модными тенденциями и кино индустрией. Крайне малое количество стран выпускает мужскую версию журнала, но заинтересованная аудитория имеется во Франции и в Китае.

Главной целью издания является показать российским читателям, что мода может стать достойной частью мировой культуры и настоящим искусством", — рассказала президент французского издателя журнала Groupe Alain Ayauche Натали Аяш.

Кризисный период в России стал итоговым и завершающим для многих модных изданий, потому что многие стали похожи друг на друга, потеряв свою изюминку и востребованность. Издатели всё меньше прилагают усилий для приобретения новой аудитории, потому что ведут статьи лишь в одном направлении, рассказывая, какая покупка в моде сегодня, где эту покупку можно реализовать.[5,с 32] Президент «Медиа групп» Александр Федотов прокомментировал: «Numero не диктует новые указания и законы моды, а вдохновляет на создание своего уникального стиля.»

Исходя из данной главы, можно сделать вывод, что аудиторией нашего международного журнала Numero являются женщины и мужчины в возрасте от 20 до 45 лет.

2.4 Анализ стиля оформления журнала Numero

Каждый журнал должен отличаться от других, иметь свою индивидуальность, уникальный облик, который будет подчеркивать издание, ведь, как правило, хорошая продукция обладает своей стилевой уникальностью.

Самой главной задачей для редакторов журнала –это сохранить единство стиля из номера в номер. Формируется это единство из таких многочисленных исходных материалах, как : исследования, тематические статьи, полезная информации, интервью, новости, графические элементы(фотографии, иллюстрации, рисунки). Одни редакторы стремятся к единому оформительскому стилю, другие же используют различные дизайнерские подходы в рамках всего номера.

Стиль оформления журнала, обычно, основывается на направлении издания. Это даёт возможность сделать запоминаемость материала лучше. Хороший макет, который соответствует содержанию, предоставляет

целостность и лёгкость восприятия- можно назвать удачным.[4,с160]
Современная компьютерная графика позволяет разгуляться в огромном выборе спецэффектов, однако при разработке макета нельзя забывать о самой главной цели- как можно понятней и проще донести до читателя информацию, а не стремиться заполнить одну публикацию всеми эффектами.

Каждый новый номер является основополагающим при создании оформления журнала. Стиль журнала – это и есть имидж издания, который должен оправдывать высокие требования, подчеркивать ценность и уникальность содержания. Дизайн журнала должен подчеркивать важность рубрик и значимость отдельных статей.

Популярность издания сильно зависит от оформления журнала, ведь внешняя обложка очень важна, потому что, благодаря ей, читатель решает, читать этот журнал или нет.

Стиль оформления издания в современном мире способен сделать из журнала не только местом сбора информации, но и рекламной площадкой, которая будет приносить прибыль издателю и рекламодателю.

Функции оформления – это важные способы взаимодействия системы «форма» с системой «читатель». Выделяют следующие функции оформления:

1. Утилитарная(визуализация информации.)
2. Идеологическая (способность комментирования)
3. Эстетическая (распространения культуры)
4. Рекреативная. (релаксация от контента)

Функции оформления тесно связаны с потребностью и деятельностью читателя. Например, у абсолютно любого человека имеется потребность в информации (словесной или визуальной), которая воспринимается и в

читательской деятельности, преследующей такие цели , как: узнать, понять, принять то или иное решение.[8,с 224]

С понятиями функции и цели относится понятие задачи, которое направляет нас на то, что требует решения.

Основными задачами оформления являются:

1. Способствование более крупному охвату материала издания.
2. Сделать восприятие информации легче.
3. Помощь читателю в быстром усвоении и понимании издания.

Анализ стиля оформления журнала Numero будет проходить по приведённой ниже схеме:

1.Краткие сведения о журнале и тематическая направленность.

Название, которое является самой главной опознавательной частью и несёт в себе функцию запоминания издания.

2.Анализ стиля оформления. Будет производиться анализ стиля, его элементов декорирования, цветовой палитры, шрифтов и рубрик.

Про сам журнал и его аудиторию было рассказано во второй главе, поэтому приступаем к пункту

Название журнала Numero- переводится с французского как номер, что сразу стало особенностью журнала и его неким протестом.

Анализ стиля оформления.

Когда журнал впервые появился на рынке, в нём сразу заметили сочетание интеллектуальности и некоего протеста. Оформление издания делает уклон на ещё более современную моду, поэтому можно заметить

смесь стилей футуризм и минимализм, который проявляет себя в подборе шрифтов, иллюстраций и художественных композиций. Можно заметить, что некоторые элементы размещены в непривычных местах, но при этом нет никакого ощущения путаницы или неопрятности, а совсем наоборот, это придаёт изюминку и целостность.[17,с 272]

Рекламные материалы, которых практически нет, помещены на отдельные страницы, чтобы не нарушить общую концепцию. В качестве иллюстраций используются только эстетические фотографии, что лишь расслабляет и заставляет дальше и глубже окунаться в необычный мир Numero. Главным из принципов издания является точность и краткость, что создаёт впечатление, будто бы журнал был создан в будущем.

Отсутствуют привычные глазу декоративные элементы. Между элементами информации издания наблюдается большое белое пространство «воздух», что очень подчеркивает материал, внося «рамки без рамок». Главные фотографии занимают фотографии во всю полосу. Верстка соответствует всему стилю издания. Основными цветами является чёрный и белый, что является основой для стиля минимализм. Формат журнала составляет : полоса-225x298 мм, разворот- 450x298 мм. Что уже отличает издание от других чуть небольшим размером. Сайт же отличает «вырезанный» в фон логотип.

Главный экран, как и обложка журнала, (см. приложение 40) полностью соответствуют минималистическому стилю издания. Номера журнала имеют либо черно-белую, либо пастельную палитру, что сочетается в себе и логотип, который будто бы вырезан с главной фотографии. Черно-белая палитра- уже редкость среди журналов. Название на журнале расположено в шапке обложки, а на сайте идет также в шапке, но опять же вырезано снизу изображения, сочетаясь с белым фоном.

Под глава журнала находится в хаотичном порядке, но ,чаще всего, в правом нижнем углу. Номер журнала находится либо с правой стороны под названием журнала, либо слева внизу. Все выпуски разных версий печатного издания похожи друг на друга ,будь то русская ,французская или английская версия. Даже заходя на сайт, нельзя понять, какой стране он принадлежит. На сайте Numero Russia всё меню и последующие публикации выполнены на английском языке. Есть автоматический перевод на русский. Но на оригинальном французском сайте есть только два языка, английский и французский. Французское оформление выполнено немного ярче, исходя из публикаций, но всё также на белом фоне, поэтому сайты очень похожи, также имея почти одну и ту же структуру.

Главное название журнала имеет шрифт helvetica-w01-romanВсе буквы прописные и без засечек. К главам меню применён шрифт arial, din-next-w01-light , din-next-w01-light.Также «фишкой» является то, что порядковый номер журнала обозначается тремя цифрами. Начертание шрифтов полужирное, прямое и тонкое.

На сайте журнала в меню входят: Домашняя страница, поколение Z, Нумеро для мужчин, красота нумеро (фотографии, модели, истории), на стенде сейчас, о нас (мир нумеро, нумеро русские девушки, нумеро лучший отель). (смотри приложение41)

После главного экрана следует галерея, где можно выбрать журнал дл прочтения (смотри приложение 42). Далее следует новостная рубрика Нумеро Россия, где представлены статьи на разные темы. После идёт маленькая рекламная часть, где перечислено 20 брендов, которые заключили контракт с Нумеро.

Следующую полосу занимает Мир Нумеро. Это галерея с фотографиями, при нажатии на которые появляются отдельные статьи.(см. приложение 43) В правом верхнем углу мелким шрифтом на английском

языке написана дата и год выпуска статьи, а также время чтения, которое займёт эта статья. Внизу крупным шрифтом написано название статьи.

Завершающей частью сайта первой страницы является картинная галерея Нумеро. При наведении на фотографию, появляется заглушённый фон, где написан дизайнер, фотограф, модель, для какого номера сделано фото. Всё очень грамотно и гармонично смотрится. (см. приложение 44)

Можно сделать вывод, что в нашем современном мире простое и чёткое оформление-залог успеха, чем журнал Numero справляется. Но так как темой моей выпускной квалификационной работы является графическая визуализация веб-интерфейса международного электронного журнала Numero, моей задачей будет оформление веб-интерфейса, то есть сайта, на котором будет располагаться журнал NumeroРоссия. Поэтому в следующих главах будет рассказано, как формировались мои варианты дизайна.

III Глава. Разработка веб-интерфейса и графическая визуализация электронного международного журнала Numero

3.1. Дизайн концепция веб-интерфейса электронного международного журнала Numero

Проведя анализ, было выявлено, что на данный момент существует 24 международных известных электронных журналов, которые посвящены концепции моды и искусства.

Для дипломного проекта я взяла журнал Numero Российскую версию. (см. приложение 39)

В Данном журнале рассматриваются новые модные тенденции, а также самые свежие новости о сферах дизайна и искусства. Журнал зародился во Франции с 1999года, а в России с марта 2013 года.

Данный веб журнал выпускается ежемесячно.

сайт: <https://www.numerorussia.ru/>

Нам необходимо знать, как выглядит структура веб сайта, чтобы сделать свой дизайн. Владея этой информацией, можно приступить к разработке и созданию своего веб-дизайна нашей веб-страницы для электронного международного журнала Numero.

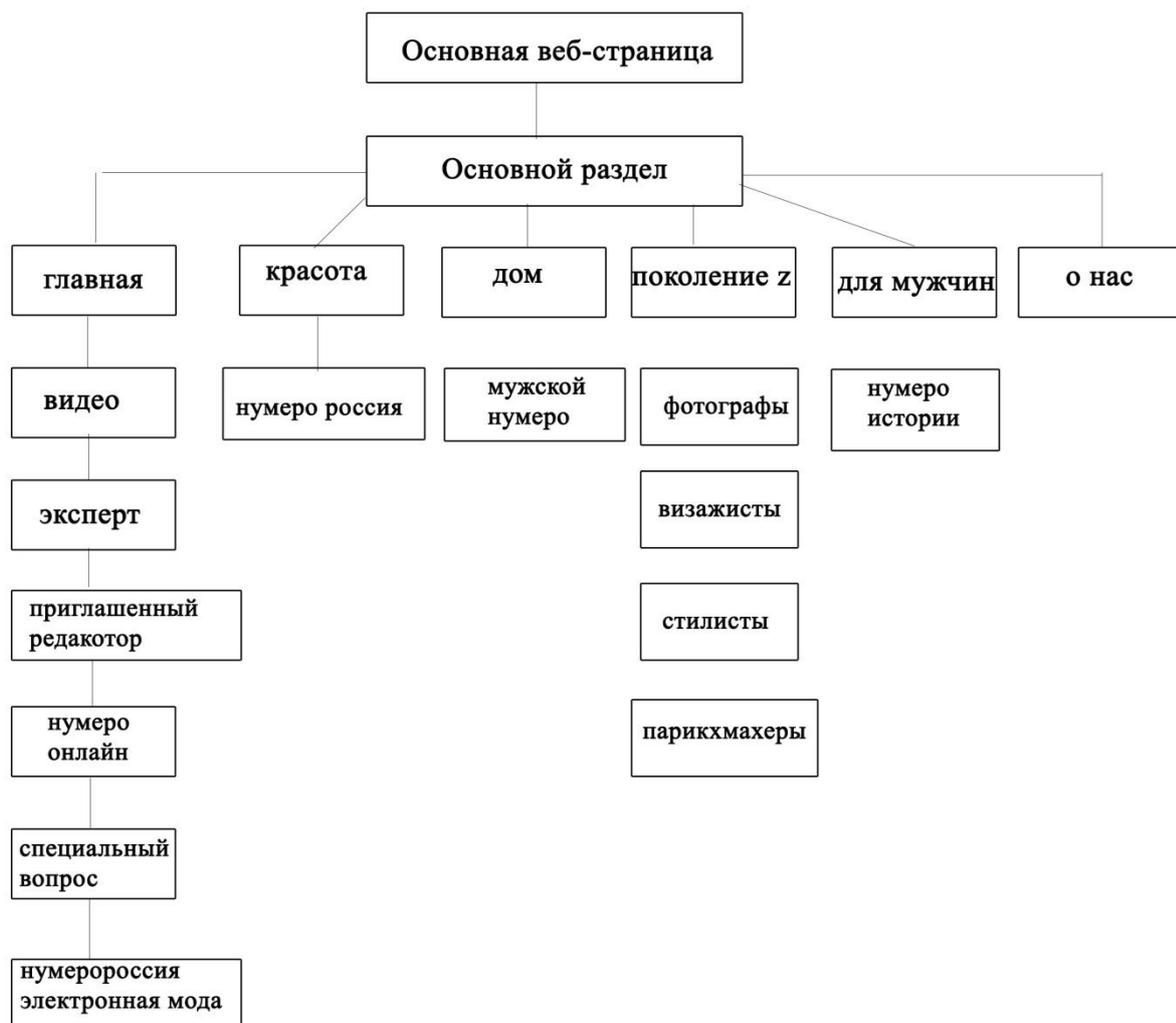


Рис. 1. Основная структура веб-страницы электронного журнала Numero

В основной этап разработки нашей визуализации входит разработка концепции дизайна. То есть нам необходимо определиться со стилем веб-страницы в целом, а также некоторых страниц, блоков, новостей, с логотипом и цветовым решением.

Вторым этапом разработки является составление списка модулей веб-страницы, то есть это элементы, которые будут использоваться на веб-странице. К ним относятся:

- 1) Логотип;

- 2) меню веб-страницы, где будут прописаны разделы и подразделы
- 3) текстовый блок, который знакомит посетителя с тематикой веб-страницы;
- 4) фотографии, благодаря которым видно тематику веб-страницы
- 5) блоки, формирующие наполнение веб-страницы, блок меню навигации, новостной блоки т. д.

На примере таблицы рассмотрим, как будут располагаться модули нашей будущей веб страницы.

Основными этапами разработки дизайна уже существующей веб-страницы можно считать:

- 1) Разработка нового дизайна визуализации веб-страницы.

На данном этапе нужно определить будущий стиль страницы, выбрать дизайн всех страниц и цветовые варианты оформления веб страницы.

- 2) Создание составляющих модулей веб-страницы.

Составление списка модулей веб-страницы

Итоговым результатом этапа должна стать таблица модулей и частей, использованных на веб-странице нашего международного электронного журнала Numeго.

В таблице ниже представлено местоположение модулей на веб-странице. (см. рис. 2)

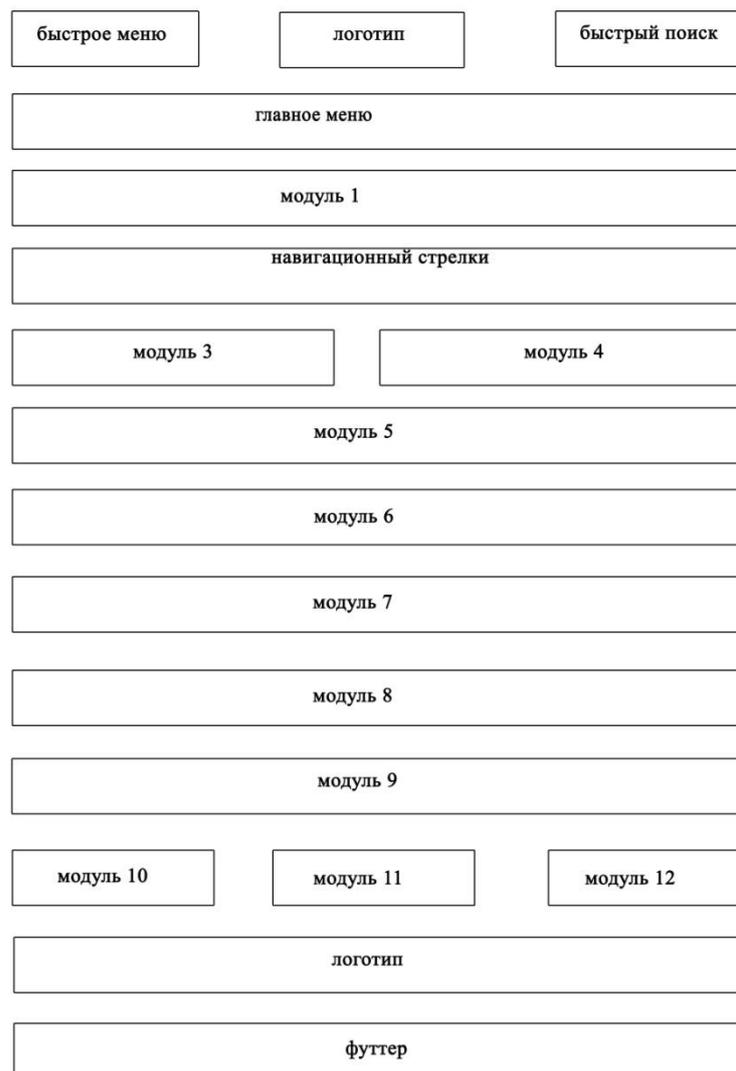


Рис. 2. Расположение модулей на веб-странице

Третьим этапом будет создание внешней структуры веб-страницы

Это эскизный этап, где схематично будет показано расположения всех блоков и структура веб-сайта.

4) создание макета веб-страницы

Завершающий этап, где в программе Adobe Photoshop выполняется создание макета, где показывается наш дизайн и визуализация веб-страницы интернет-журнала. Данный этап способствует завершению графическим файлам веб-страниц, которые и станут главным каркасом будущей веб-страницы.

3.2 Этапы разработки элементов веб-интерфейса, создание веб-дизайна электронного международного журнала

При разработке структуры веб-страницы электронного международного журнала про моду и искусстве Numero, важное значение придаётся тому, чтобы материал для пользователя был прост и понятен, а функционал не отнимал много времени, а дополнял главный дизайн. Следовательно, в таблице ниже был приведен пример пунктов, которые облегчили бы пользователю восприятие сайта

1) Определение стиля веб-страницы и

Тщательно продумываем стиль веб-страницы, каким будет дизайн, какими будут другие страницы, логотип и цветовое решение.

Наш скелет макета веб-страницы будет состоять из таких модулей, как:

- ЛОГОТИП,
- основное меню,
- панель пользователя
- статьи на модные темы,
- архив номеров или галерея
- футтер (подвал веб-страницы).

2. Этап.

Определившись с телом нашей веб-страницы, необходимо придумать стиль, который будет соответствовать нашей продукции. Стиль также должен соответствовать контенту и дизайну в целом. Все элементы должны выливаться в единую гармоничную композицию.

Целью данной дипломной работы является визуализация веб-интерфейса международного электронного журнала, поэтому мы будем создавать 3 варианта с дизайнерским решением электронного международного журнала Numero.

1. Вариант дизайнерского решения электронного международного журнала Numero.

Основательно подумав, было принято решение создать первый вариант дизайнерского решения в стиле минимализм. Так как главной задачей является создать максимально простой и понятный для пользователя интерфейс, для этой цели очень подходит стиль минимализм. Для цветового решения было принято взять три главных цвета, которые в дальнейшем будут сопровождать весь дизайн: черный, белый и красный. Эти три цвета не бросаются в глаза, при этом очень хорошо сочетаются между собой. На сайте подлинного журнала Numero используется исключительно черно-белая стандартная палитра, которая, по моему мнению, являлась сухой и не запоминающейся. Если, к примеру, у веб-страницы журнала Гламур есть фишка добавления розового цвета, подобно ссылке к самому названию, то у многих других сайтов не существует своей фирменной запоминающейся палитры, а лишь строгая черно-белая гамма. Сперва будут продемонстрированы адаптации веб-страницы для компьютера/планшета, а затем версии адаптации для телефона.

Логотип Нумеро является просто названием шрифтового типа. Мной было принято решение создавать новый логотип, также из шрифта, но путем наложения черного названия Numero на красный. Подобное сочетание

приняло вид трехмерного изображения, что уже становится более запоминающимся.



Рис 3. Логотип

Меню оригинальной веб-страницы отличается тем, что при посещении сайта может появиться перевод на русский язык, но перевод является некорректным, потому что переводит исключительно переводчик. Если такой функции нет, тогда вам придется самостоятельно прилагать усилия для перевода. Это является неудобным для пользователя, ведь не каждый обладает временем и желанием тратить своё время на перевод, особенно при отсутствии знания иностранного языка. Это может повлиять на то, захочет ли читатель остаться на сайте дальше или подобный дискомфорт оттолкнет его. Исходя из этого, было принято решение сделать меню в точности таким же, но с корректным и правильным переводом. Намного приятней заходить на русскоязычную версию сайта, не тратя своё время на перевод. Также, при наведении на какой-либо пункт меню, меняется цвет с чёрного на красный, а слово становится подчеркнутым.



Рис.4 Главное меню. Адаптация для компьютера.

Далее после меню будет находиться слайдер, в котором приводятся около 3-х интересных рубрик недели, на которых стоило бы обратить

внимание. Ниже будет показываться, какая по счёту идёт статья. Например, 2/3 означает, что читатель выбрал вторую статью из трёх. Слайдер может менять статьи, как и самостоятельно, так и с помощью нажатия на стрелку читателем. Слевой части отображается главное фото к статье, а с правой

- 1) Рубрика, которая отображается белым шрифтом на красном поле;
- 2) Название выбранной статьи наиболее крупным шрифтом;
- 3) Дата размещения этой статьи;
- 4) Кнопка, на которую нужно нажать для прочтения.

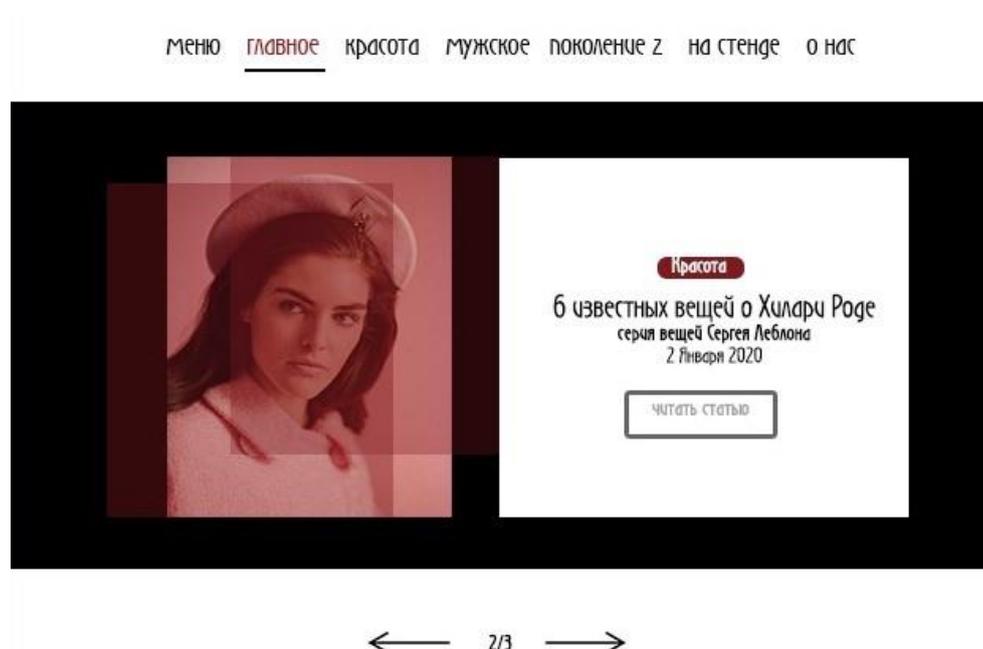


Рис.5. Слайдер с главными рубриками/статьями за неделю.

После слайдера с главными рубриками за неделю следует новостное меню, где читатель сможет выбрать интересную ему рубрику (искусство, красота, новости), а также выбрать интересную статью. Главные рубрики изображаются крупным шрифтом черного цвета, а название статей имеют меньший размер белого цвета. Для графического оформления я использовала эффект наложения: взяла главное изображение, на которое наложила такой же квадрат красного цвета с эффектом затухания, объединила слои, затем наложила еще один квадрат, чтобы получился необычный геометрический эффект.

Новости



Рис.6. Новостное меню.

Новостное меню сменяется лентой актуальных новостей, которые оформлены в виде картинок с маленьким текстом, но при нажатии на текст можно также прочитать полностью статью. Оформление ленты выполнено с добавлением геометрических форм. Слевой части сделан акцент на фото, а с правой находится информация. С помощью добавления таких геометрических элементов, как красная линия, рамка, серый квадрат, я дополнила композицию. В текстовой части серым шрифтом написана публикация статьи, чёрным шрифтом название статьи.

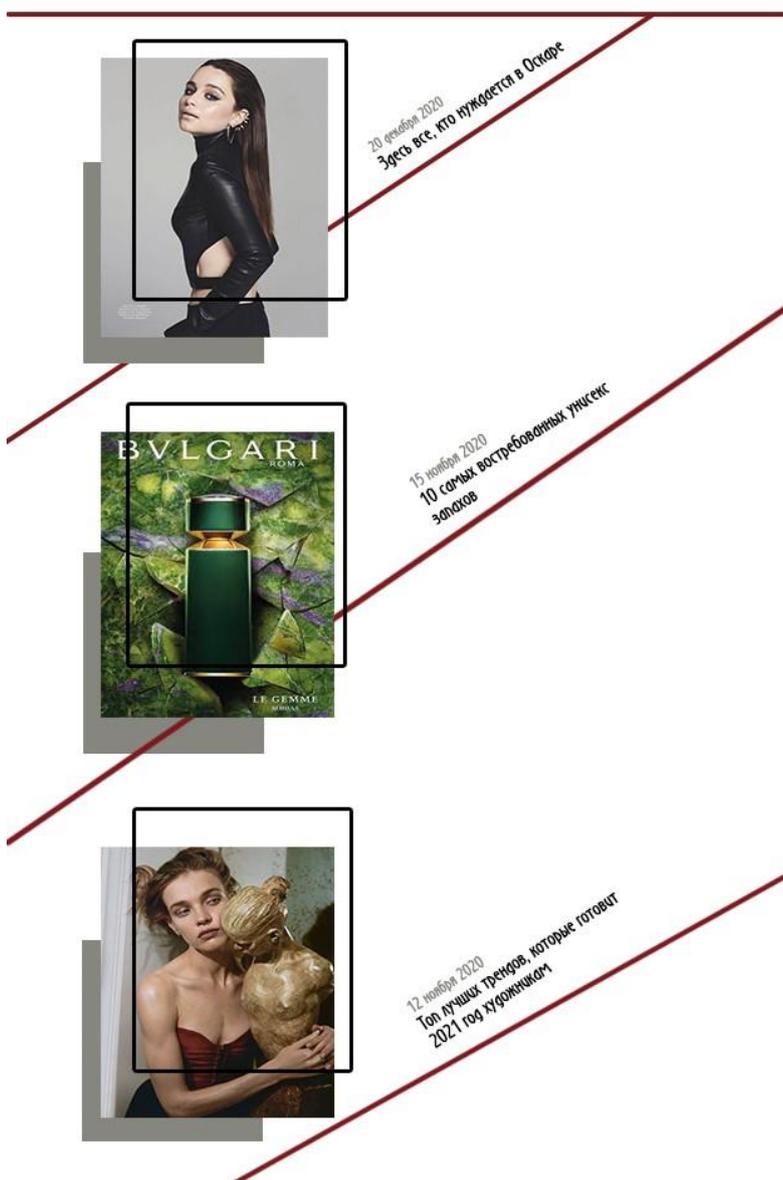


Рис.7. Лента актуальных новостей.

Сменяет ленту новостей галерея с архивами печатного издания Numero. Приведены в пример также и печатные издания, которые при клике можно выбрать и прочитать, если читатели привыкли к классике. Сделано оформление галереи также в тиле минимализм с добавлением геометрических элементов. Главный и последний номер журнала помещен на посередине и отличается от других своим размером, постоянно находится в статичном состоянии. Дополняется оформлением из красного, черного и белого квадрата, которое является отсылкой к цветовой палитре всего дизайнерского оформления веб-страницы. На белом квадрате написан выпуск, название журнала, стоимость, краткая информация о журнале.

Ниже расположен слайдер, который самостоятельно листает более поздние издания, либо сменяет их при наведении курсора мыши. Более поздние выпуски размещены на красной полосе, также имея названия и номер.



Рис.8. Архив печатных изданий Numéro.

Завершающей частью главного экрана веб-страницы является Логотип с Футтером(подвал нашей веб страницы, который имеет абсолютно все панели навигации, которые продемонстрированы в меню, где при нажатии также можно попасть в тот раздел меню, который интересует читателя.

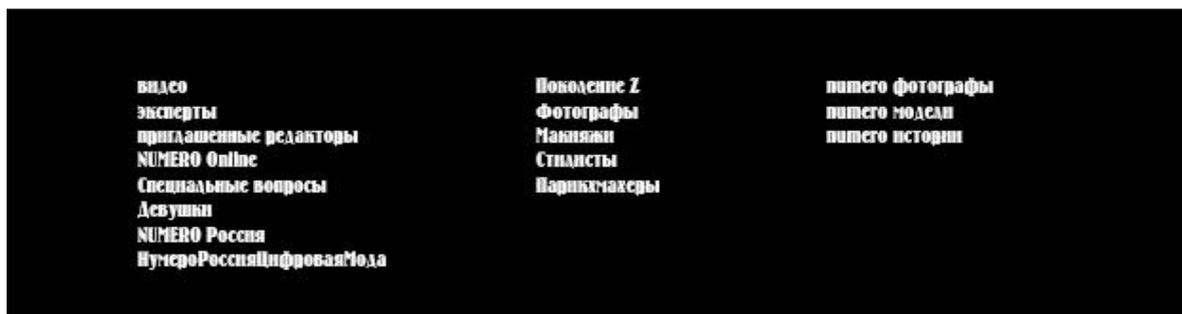


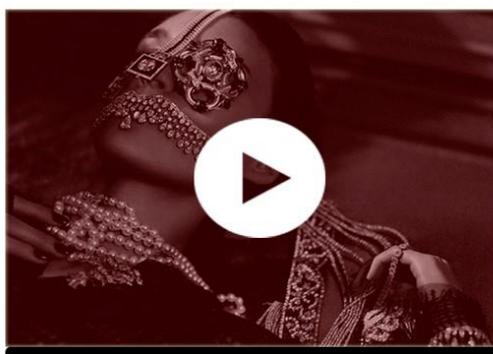
Рис.9 Футтер (подвал веб-страницы)

Я сделала оформление веб-страницы при нажатии и переходе на какую-либо статью, то есть новостную ленту. При клике на какую-либо статью, идёт переход на полное чтение этой статьи.



Рис.10. Продолжение статей.

После чтения статьи был создан медиа-проигрыватель, с помощью которого читателя будет возможность очутиться на каком-либо модном показе, связанным со статьей/новостями о новой модной коллекции. Также ссылку на эту статью можно скинуть с легкостью в один клик в любую из удобных вам соц. Сетей (твиттер, фейсбук, вконтакте).



видеосъемка с фотостудии Парижа

Идти на запад

В этой коллекции явно просвечиваются народные элементы и богемное вдохновение 70-х годов. Все образы Go West остаются очень удобными и урбанистическими. Они практичны, но элегантны, в них достаточно каждого из них. Стоит упомянуть очень тонкую детализацию, которую можно заметить в ярком сочетании элементов ковбоя и рока. Более того, противоположные элементы часто гармонично сочетаются в одном образе, например, лиловый сочетается с пурпуро-розовым, что создает уникальную пастельную комбинацию.

Некоторые кройки сохранены, подчеркивая фигуру, в то время как другие носят довольно свободно, что подчеркивает уют и комфорт. Нежные пастельные оттенки станут прекрасным дополнением к любому осенне-зимнему гардеробу. Излишне упоминать, что наряды этих оттенков всегда остаются пригодными для носки и никогда не будут слишком громкими. Совершенно потрясающе!



Рис.11. Медиа-проигрывать, статья, социальные сети.



Из-за пандемии коронавируса в 2020 году практически не было громких кинопремьер. Кинокомпании на фоне закрытия кинотеатров, опасаясь не «отбить» бюджеты на производство фильмов, массово перенесли премьеры на 2021 год, на который они возлагают большие надежды. «Реальное время» подготовило список из 10 самых ожидаемых фильмов, которые должны выйти на экраны в ближайшие месяцы, — как перенесенных, так и совсем новых.

«Душа»

Уже в январе соскучившиеся по анимации от Pixar, скорее всего, смогут насладиться новым мультфильмом от диснеевской студии. 21 января 2021 в прокат выходит «Душа». Режиссер фильма Пит Доктер известен по работе над такими популярными проектами Pixar, как «Корпорация монстров», «Вверх» и «Головоломка», а в качестве сценариста он участвовал еще и в создании «ВАМ-И».

Описание сюжета мультфильма замысловато, но вполне в стилистике новых «как бы детских» мультфильмов Pixar, в которых скорее взрослый найдет очарование, в то время как дети едва ли почувствуют глубину. Речь в «Душе» идет о школьном учителе, всю жизнь мечтающем играть свою музыку. В день, когда он получает приглашение играть в джаз-банде, он проваливается в мир, где живут человеческие души до рождения, формируя свои ключевые качества. В общем, мультфильм обещает противопоставить героя, полного жизни и энергии, и его антипода — душу, не желающую оказываться на Земле. Это, скорее всего, будет зашкаливающе сентиментально в условиях нелегкого 2020 года.

Премьера мультфильма должна была состояться еще в июне 2020 года, из-за коронавируса ее перенесли на 20 ноября, и вот теперь речь идет о начале января. Любопытно, что в странах, где присутствует стриминговый сервис Disney+, «Душу» планируют не запускать в кинотеатрах (даже если они открыты), ограничившись прокатом в этом сервисе. В Восточной Европе и в России в частности сервис пока не работает, так что тут мультфильм можно будет посмотреть в кино (если, конечно, не помешает пандемия).

[Продолжить чтение](#)

Рис. 12. Оформление статьи.

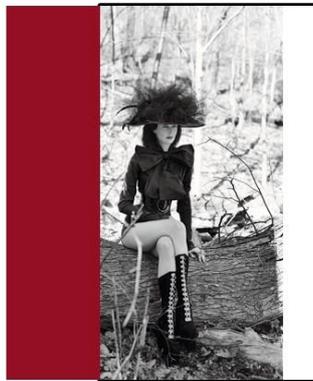


Мода

Ева Грин продемонстрировала яркие образы от Mert & Marcus

14 апреля 2020

Имя
Ева Грин
Исполнительный продюсер: Саймон Малвинчи
Цифровые Техники: Никколо Паццолли, Херонимо де Морашш
Фотографы: Синклер Джарлар Мэнди, Павел Возниски, Кевин Жюд
Модельеры: Дена Джаннини, Раян Фолк, Лорен Бенски
Парикмахеры: Тайчи Сайто
Помощник по макияжу: Джина Дагдона
Помощники по производству: Кевин Дэрты, Майлз Соболески, Маркос Фекчино, Кевин Уорнер.



Образы были подобраны для серии фотографий на отсылку к фильму «Дом странных детей мисс Перегрин 2». Будем ждать экранизацию.



За стиль отвечал Эдвард Эннинфул, за макияж - Дик Пејдж для Shiseido в Jed Root, маникюр от Наоми Асуга для Dior в Streeters и укладку волос Шей Ашуал из ArtPartner

Рис.13. Новостной переход рубрики Мода. Статьи с фотографиями.

Приступим к демонстрации адаптивной версии веб-страницы для телефона. Версия для телефона имеет малые различия в отличии от

компьютерной. Отличия лишь в том, что у экрана имеется другие разрешения, поэтому версия для телефона должна быть более простой.

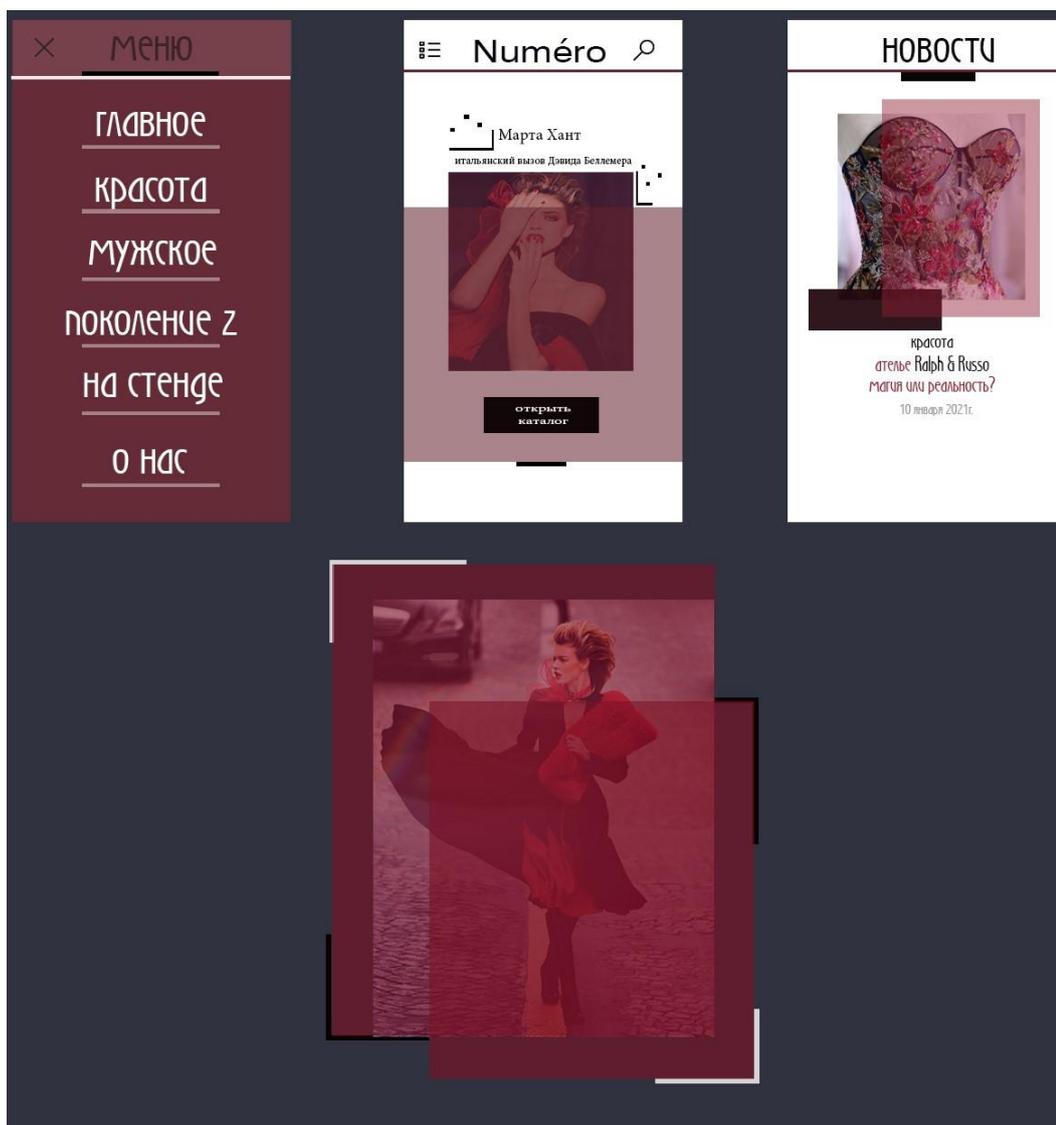


Рис. 14. Посадочная страница главного экрана для телефона.

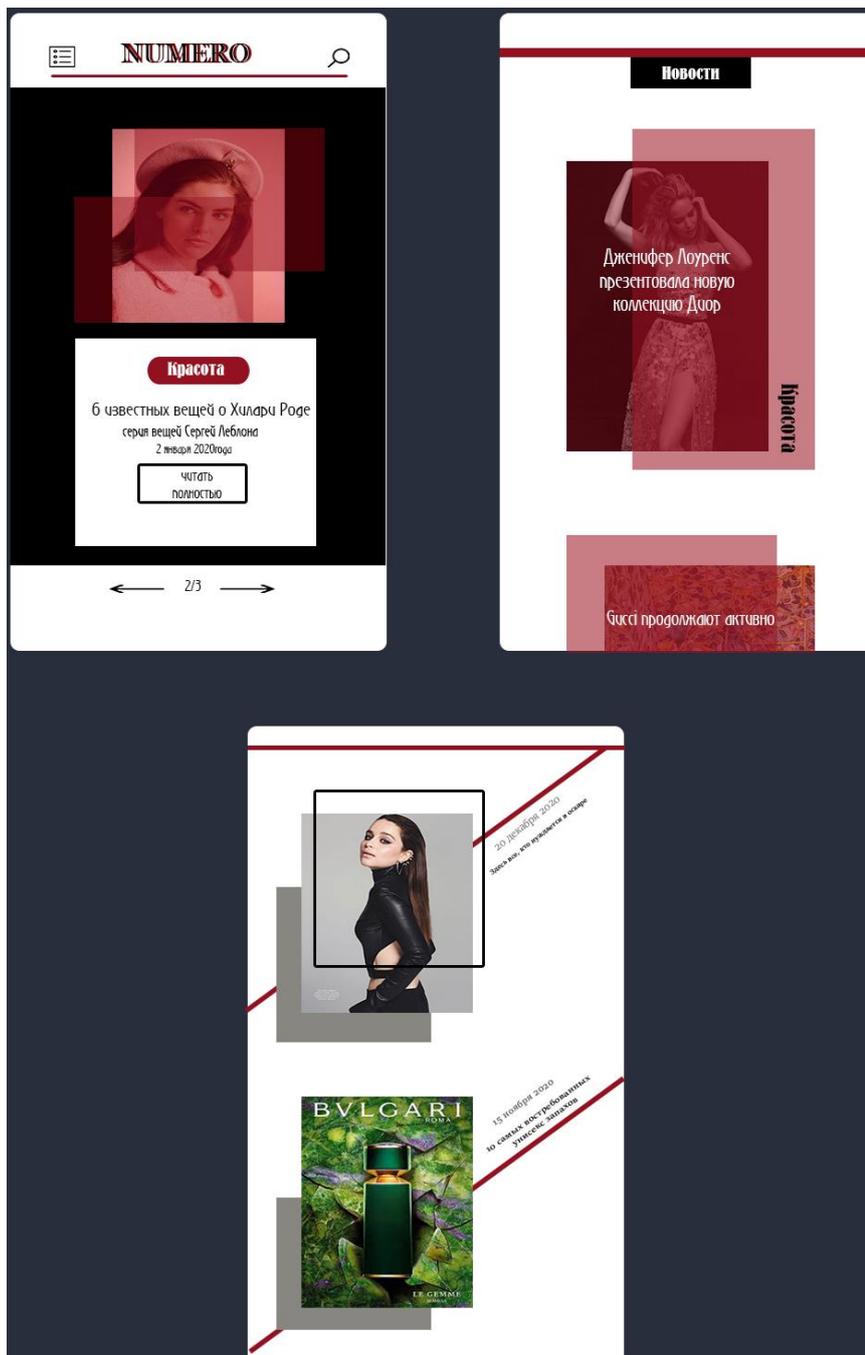


Рис.15. адаптация сайта под телефон



Рис.16 адаптация архива журналов под сайт

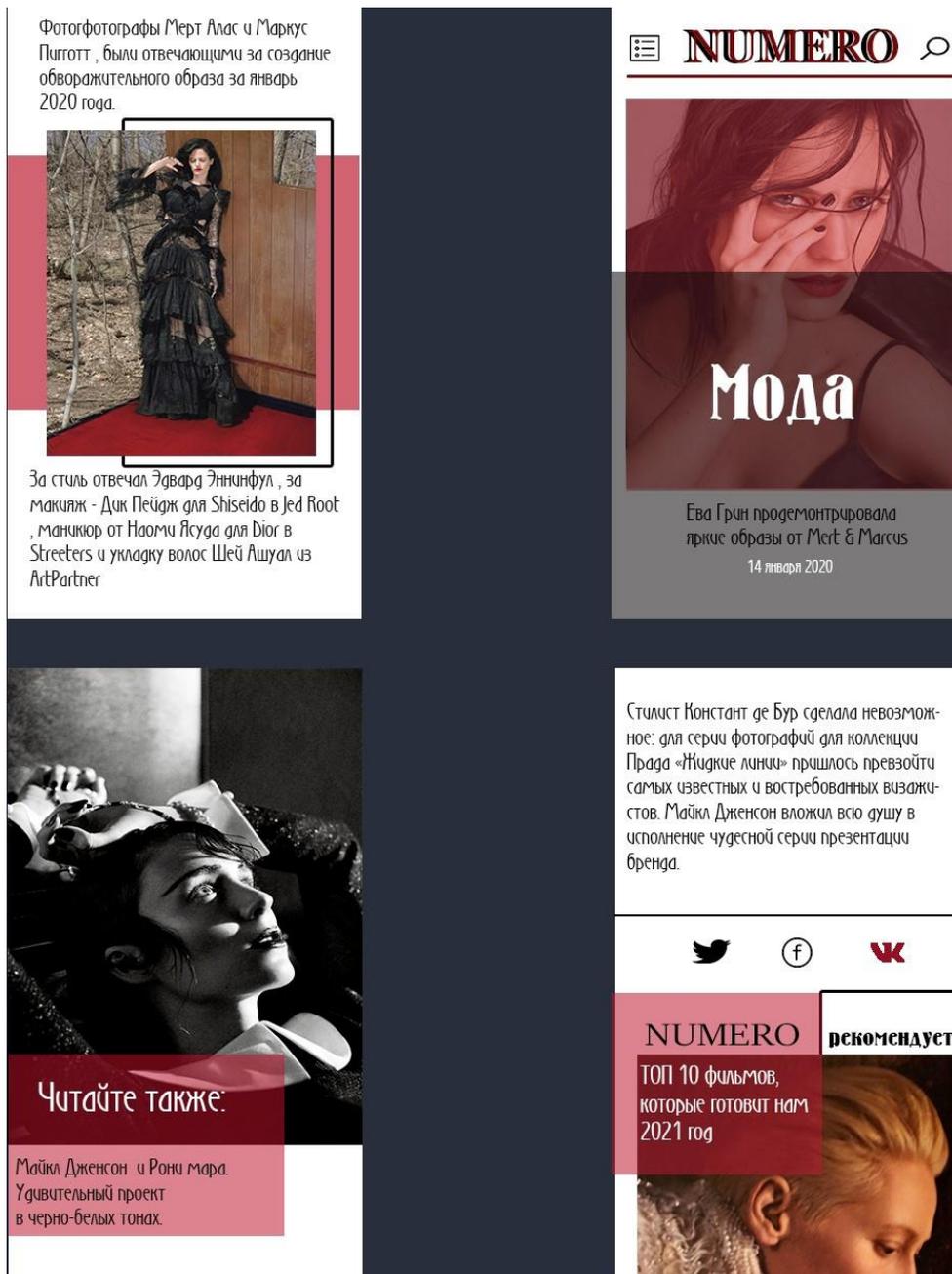


Рис. 15. Новостная лента Numero для телефона.

Итоговые варианты дизайнерского решения приведены в приложениях. (см приложение 45, 46, 47, 48, 49) В течение всего дизайнерского оформления были использованы только два шрифта: Secession и Bernhard.

Второй вариант дизайнерского решения электронного журнала Numero.

Второй и третий варианты с дизайнерским решением были представлены в виде лендинга, т. е посадочной ознакомительной страницы, без перехода на статьи и т.д

1. Логотип был выполнен, исходя из тренда необычного местоположения предметов. Логотип также полностью имеют шрифтовую основу.



Рис.16. Логотип

Меню выполнено в очень упрощенном формате: прописаны лишь самые главные модули- контент, новости. При поиске какой-либо интересующей информации, читатель может нажать на иконку поиска. Слевой части меню есть значок, при нажатии на который открывается целый список рубрик, которые имеются на оригинальной веб-странице журнала Numero.



Рис. 17.Меню



Рис.18 меню.

Также под главным значком меню располагаются все социальные сети, куда может быть отправлена ссылка на сайт, либо статей сайта(твиттер, фейсбук, вконтакте).

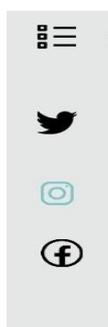


Рис. 19. Социальные сети

Галерея с архивом нумеро представлена в виде листающей галереи со стрелочками. При наведении на интересующийся журнал будет появляться темно-голубой квадрат, чтобы было понятно, что выбран именно этот журнал. Также перелистнуть и посмотреть весь выбор галереи можно будет, благодаря стрелочкам.

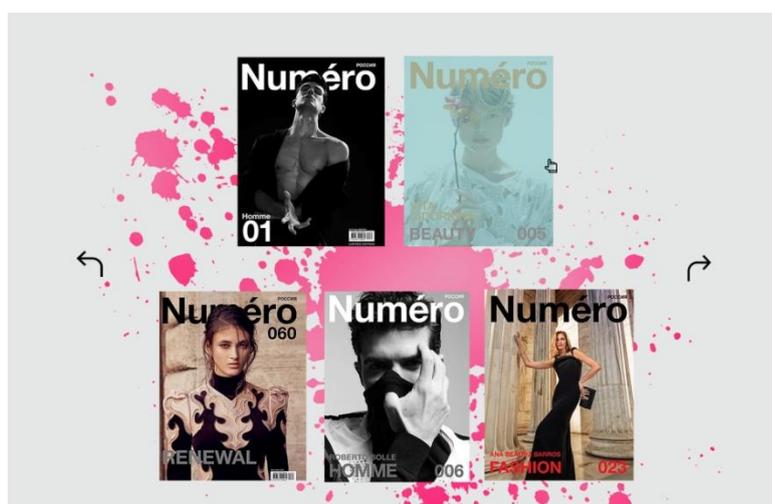


Рис.20. Галерея выбора журналов

Информационные статьи представлены в геометрической композиции, состоящей из картинки данной статьи, рамок, кнопки прочтения статьи, название статьи.

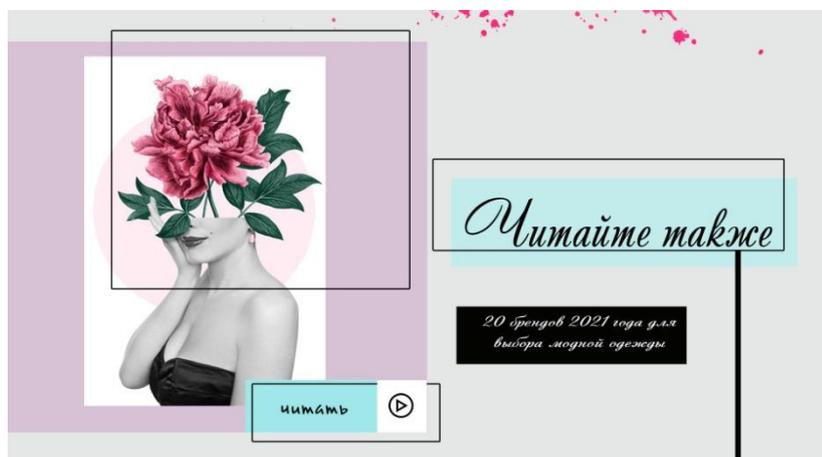


рис.21. Статьи

Галерея фотографий располагается строго по две фотографии с левой и правой стороны для полноты композиции. Сзади фотографий написано слово галерея. При наведении на фото будет появляться дата фотографии, имя фотографа, модели, коллекции одежды, дизайнера, визажиста ,парикмахера. Фотографии сменяются самостоятельно после просмотра.

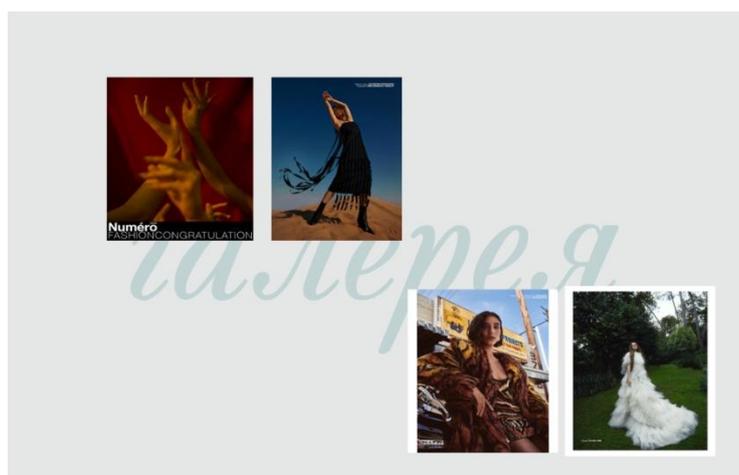


рис.22. Галерея фотографий.

Итоговый вариант (См. приложение 50)

1 вариант вариант дизайнерского решения электронного журнала Numéro.

Логотип имеет шрифтовое решение путём наложения название журнала самого на себя с эффектом затухания. В таком же стиле оформлены многие названия, представленные в данном дизайнерском решении.



рис.23 Логотип

Меню представлено только в виде иконки, без каких-либо сопутствующих надписей.



рис.24 Меню

Журнальная галерея Нумеро представлена в виде горизонтальной ленты из печатных изданий, которая сменяется либо самостоятельно, либо с помощью клика на стрелку.

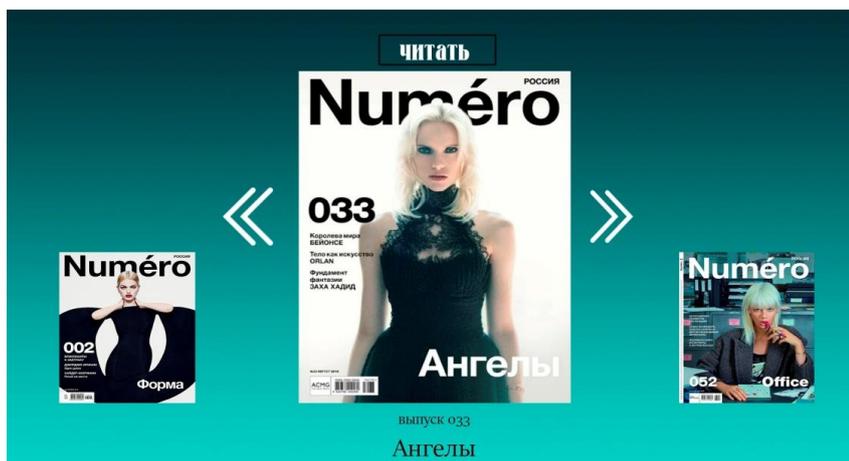


рис.25. Архив журналов

Галерея представлена в виде фотографий. Главные фотографии имеют больший размер и связаны с помощью геометрических линий с двумя фотографиями из той же серии. Под фотографиями представлена модель и имя фотографа. Над фотографиями следует кнопка, нажав на которую можно будет посмотреть изображение в полном размере.



рис.26. Галерея фотографий

Новостная лента нумено представлена в виде галереи фотографий, при наведении на которую будет представлено название статьи. Также снизу находится кнопка, при нажатии на которую появится более крупная галерея со статьями.



рис.26. Статьи Numero

Итоговый вариант (см. приложение 51)

3.3 Программные средства, используемые при разработке проекта.

Так как целью моей выпускной квалификационной работы стала визуализация графического веб-интерфейса международного электронного журнала Numero, то было необходимо создать варианты дизайнерского решения для журнала моды и красоты. Исходя из задачи, я выбрала наиболее удобный для меня графически редактор Adobe Photoshop, где и создала 3 варианта макетов сайта с дизайнерскими решениями.

Плюсы такой графической программы:

1)Свободный доступ

Данная программа имеет широкий спрос среди дизайнеров, художников и фотографов, потому что обладает неограниченными возможностями. Благодаря ей, можно либо редактировать готовые проекты, либо создавать новые.

2)Простая установка

Очень простой способ установки, как на иностранном языке, так и на русском. Простой способ создания любого форма листа, разрешения и т.д. На просторах интернета можно с лёгкостью скачать невероятное количество шаблонов, мокапов, кистей, шрифтов в качестве дополнения.

3) Широкий функционал

Система не содержит закрытых компонентов, что помогает в полной мере ощутить и дать себе «свободу творчества».

2) Русификация

Программа доступна на нескольких языках, любой удобный вам язык можно выбрать уже на этапе установки программы.

Благодаря этому редактору, можно воплотить очень смелые идеи, создать новые творения и произведения искусства. Главное, уметь пользоваться.

Из минусов:

1) Более новые платные версии.

Чем новее будет версия, тем она будет дороже, но зато останется с вами на века. Конечно, можно будет найти на просторах интернета взломанную версию, но тогда будет риск завести в ваш компьютер либо вирус, либо версия прослужит недолго.

2) Огромный функционал

Насладиться им вы сможете, лишь выучив все функции, горячие клавиши, методом проб и ошибок. Фотошоп огромен в своих функциях, поэтому за один день его, к сожалению, не выучишь.

Исходя из выше проделанного анализа ,мной была выбрана именно эта программа, потому что она кажется наиболее удобной и распространённой для меня при создании макета.

Конечно, существует еще множество программ, к которым можно прибегнуть для создания макета визуализации веб-интерфейса. Такими программами являются:

- 1) Adobe Illustrator
- 2) Corel Draw
- 3) Figma

Это такие же отличные программы, как и фотошоп, которые ни в чем ему не уступают, но так как фотошопом я пользуюсь дольше, то выбор пал именно на эту программу.

Также, существуют целые сайты -платформы по созданию не только макетов, но и самих сайтов, которые не требуют знания языков программирования, такие как:

- 1)Tilda
- 2)WordPress
- 3)Fix.com

У этих платформ маленький функционал, маленький выбор шрифтов, за дополнительные функции необходимо покупать платный пакет, поэтому, посоветовавшись с преподавателем, я отказалась в выборе приведенных выше платформ.

Заключение

Целью данной работы была графическая визуализация веб интерфейса электронного международного журнала о моде и искусстве Numero. Данная цель была достигнута путём создания 3-х вариантов макетов с дизайнерским решением для веб-страницы электронного международного журнала Numero.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- 1) Обзор и анализ существующих электронных веб - журналов про моду и искусство. Изучение целевой аудитории.
- 2) Обзор уже существующего варианта дизайнерского решения международного электронного журнала Numero.
- 3) Изучение новых трендов 2021 года в веб дизайне.
- 4) Создание дизайна макета веб-страницы электронного международного журнала Numero
- 5) Разработка макета электронного веб журнала

В работе было рассмотрено, что такое журнал, было раскрыто понятие электронной версии журнала, что такое веб- интерфейс, какими элементами и стилями он обладает .

Все задачи и цели были достигнуты и решены. Задачи были решены путём изучения сферы веб- дизайна, его особенностей, нововведений. Опираясь на модные тенденции веб- интерфейса, были созданы 3 варианта дизайнерского решения визуализации сайта журнала Numero.

В ЗаклЮчении хочется добавить, что электронные журналы всегда будут иметь спрос, потому что развитие технологий, как и темпа жизни человека, уверенно идет только вперед. Некоторым людям, имея быстрый темп жизни, зачастую некогда ходить в магазин, покупать журнал. Поэтому быстрее всегда то, что находится под рукой. Намного удобнее скачать журнал с сайта в один клик, чем идти и тратить своё время и силы. При этом рынок бумажной полиграфии вряд ли рухнет, ведь всё равно

останутся люди, для которых не жаль будет времени и сил, чтобы почувствовать в своих руках журнал и насладиться чтением, ведь тактильные ощущения для нас тоже важны.

Борьба электроники и печатных изданий будет длиться вечно, мы не в силах этого предугадать. Понятным остается только то, что развитие технологий приведёт к повышению качества и комфорта пользования, что приведёт к процессу получения новых знаний.

Список литературы

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм.- М.:Архитектура-С, 2007.
2. Аникина М. Е., В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; Под ред. М. В. Типология периодической печати: Учеб. Пособие для студентов вузов / Шкондина, Л.Л. Реснянская. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.
3. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт. - М.:Издательство им. Сабашниковых, 2003.
- 4.Бельчиков И.Ф. Художественно-техническое и полиграфическое оформление печатной продукции / И. Ф. Бельчиков. – М.: Высшая школа, 1965. – 160 с.
5. Беспалова А.Г, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько. М.: Аспект Пресс История мировой журналистики / :,2015. – 32 с.
- 6.Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж.Бодрийяр. - М.: Республика Культурная революция, 2006.
- 7.Вельмакина А. За кулисами. Редакция журнала Numero Россия. [Электронный ресурс]- URL:<https://www.buro247.ru/fashion/expert/za-kulisami-redaktsiya-zhurnala-num-ro-russia.html>
8. Волкова В. В., Газанджиев С. Г., Галкин С. И., Ситников В. П. Дизайн газеты и журнала. — М.: Аспект Пресс, 2003. — 224 с.
- 9.Веб студия дизайна Impuls designn. Основные тренды веб-дизайна 2021 года. [Электронный ресурс]: <https://impulse-design.com.ua/osnovnye-trendy-veb-dizajna-2018.html>
- 10.Википедия. Журнал. [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB>

11. Википедия. Технологический уклад. [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%83%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4

12. Википедия. Электронный журнал. [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB

13. Википедия. Юзабилити. [Электронный ресурс]- URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AE%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8>

12. Википедия. Web – интерфейс. [Электронный ресурс]- URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%84%D0%B5%D0%B9%D1%81>

14. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Учеб. Пособие. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 215 с

15. Гнидович Г., Бридинг Г. Дизайн журнала. — Пер с нем. Н. Боброва. — М.: Институт подготовки специалистов журнально-издательского дела, 2001.— 55 с.

16. Головкин С. Б. Дизайн деловых периодических изданий / С. Б. Головкин. - М.: Юнити-Дана, 2000.

17. Голомбински К. Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веба и мультимедиа / К. Голомбински, Р. Хаген. — СПб.: Питер, 2013. — 272 с.

18. Гофман А. Б. Мода и люди: Новая теория моды и мод.поведения / А.Б. Гофман. - М.: Изд. сервис Гном и Д, 2000.
19. Демшина А. Ю. Мода в контексте визуальной культуры, вторая половина XX - начало XXI вв. / А. Ю. Демшина.- СПб: Астерион,2009.
- 20.Журнал мод. Национальная энциклопедическая служба.[Электронный ресурс]: URL: <http://voluntary.ru/termin/zhurnal-mod.html>
21. История журнала Numero [Электронный ресурс]-URL. <https://brandshop.ru.livejournal.com/115768.html>
22. Карамышева Е. Создание индивидуального облика издания [Электронный ресурс] :URL:<http://www.sapr.ru/article.aspx?id=9260&iid=391>. –(Дата обращения: 19.01.2021).
- 23.Коньков В. И. Журнал мод как стилевая система // Вестн. С.-Петерб. унта. Сер. 2. История, языкознание, литературоведение. – СПб., 2002. – №4. – С. 120-121.
24. Крейг Д.Р. Шрифт и дизайн. Современная типографика. – М.: Питер, 2016. – 176 с.
25. Лазаревич Э.А. Дизайн периодических изданий: учеб.пособие. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004. – 120 с.
- 26.Лапик Н. А. К вопросу о модной журналистике. Научная электронная библиотека «Киберленинка». [Электронный ресурс]-URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-voprosu-o-modnoy-zhurnalistike>
27. Липовецкий Ж. Империя эфемерного: мода и ее судьба в современном обществе / Ж. Липовецкий. - М.: Новое литературное обозрение, 2012.
28. Луптон Э. Графический дизайн от идеи до воплощения / Э. Луптон. –

СПб.: Питер, 2013. – 184 с.

29. Мильчин А. Справочник издателя и автора. Редакционно-издательское оформление издания. – М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2018. – 1010 с.

30. Михалева К. Ю. Система моды / К. Ю. Михалева. - М.: Российская политическая энциклопедия, 2010.

31. Пахомова М. Краткая история гляцевых журналов [Электронный ресурс]- URL: <https://zen.yandex.ru/media/margoandstyle/pervyi-jurnal-mod-poiavilsia-ne-v-parije-kratkaia-istoriia-gliancevyh-izdanii-5bd0adf3580af300ac344d3b>

32. Попова И. В. Лексико-семантические и стилистические особенности языка индустрии моды (на материале журналов о моде): Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук (10.02.19)/ И.В. Попова. -М., 2007.

33. Рожнова О.И. История журнального дизайна. М.: Университетская книга.– М.: Эксмо, 2009. – 272 с.

34. Стили веб-дизайна. Стили дизайна сайта.[Электронный ресурс]URL: <https://avada-media.ua/stili-web-dizajna/>

35. Теряева Е. Что такое целевая аудитория и как правильно её определить. [Электронный ресурс]-URL: <https://blog.calltouch.ru/что-такое-целевая-аудитория-и-как-правильно-ее-определить/>

36. Тулупов В. В. Дизайн периодических изданий / В. В. Тулупов. - М.:Издательство Михайлова В. А., 2006.

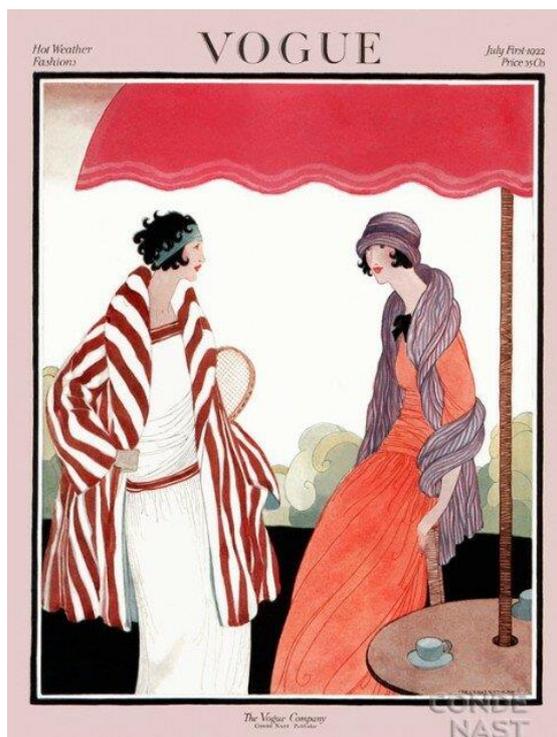
37. Чихольд Я. Новая типографика: руководство для современного дизайнера / Я. Чихольд.- М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2011.

38. Шевченко В. Э. Визуальный контент как как тенденция современной журналистики [Электронный ресурс]-URL: <http://www.mediascope.ru/1654>
39. Шубин А.В. Средства массовой информации: информирование и манипулирование // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – 284 с.
40. Элементы для UI дизайнеров. [Электронный ресурс] URL: <https://bool.dev/blog/detail/32-user-interface-elementov-dlya-ui-dizaynerov>
41. Элькина З.Б. Мода и ее социальная роль: Автореф. дис. на соиск.учен. степени канд. филос. наук (09.00.01) /З.Б. Элькина.-Ленинград, 1974.
42. Ятина Л. И. Мода глазами социолога / Ятина Л. И. - СПб: Элексис Принт, 2006.

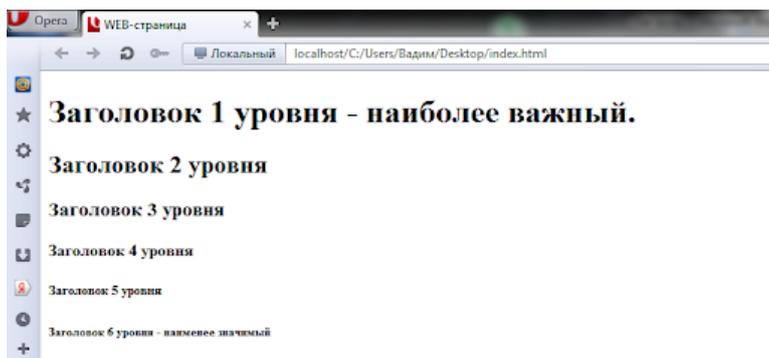
Приложения



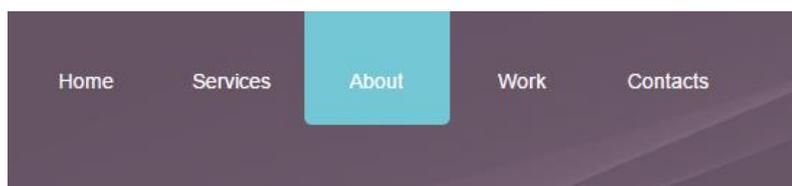
приложение 1. Пример гравюры журнала Galant, дошедший до наших дней.



Приложение 2. Пример первого выпуска Vogue 1922 года.



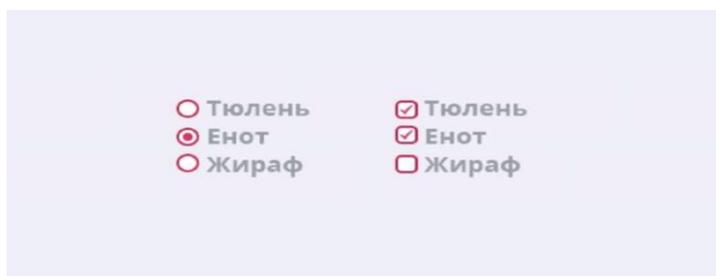
Приложение 3. Тексты и заголовки веб-страницы.



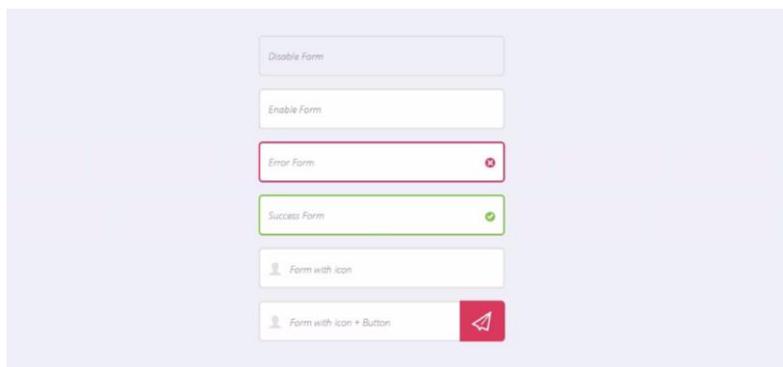
Приложение 4. Ссылки, которые при нажатии могут менять цвет.



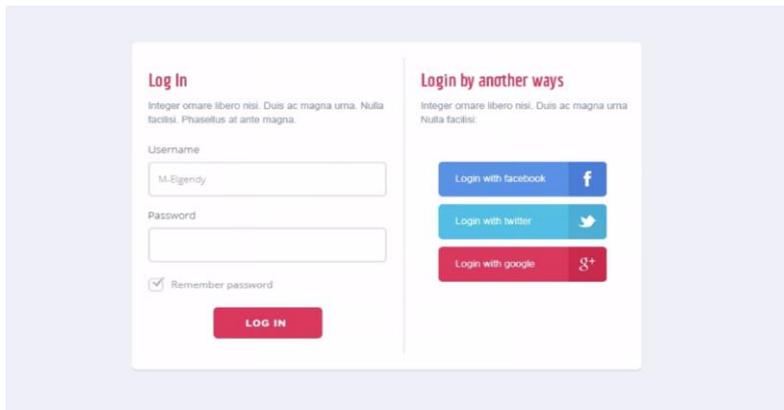
Приложение 5. Кнопки.



Приложение 6. Радиобаттон и чек-боксы



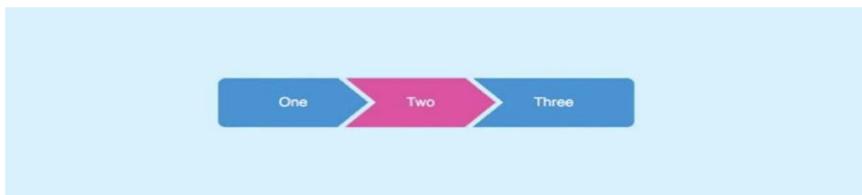
Приложение 7. Форма заполнения



Приложение 8.Поппап



Приложение 9. Пагинация



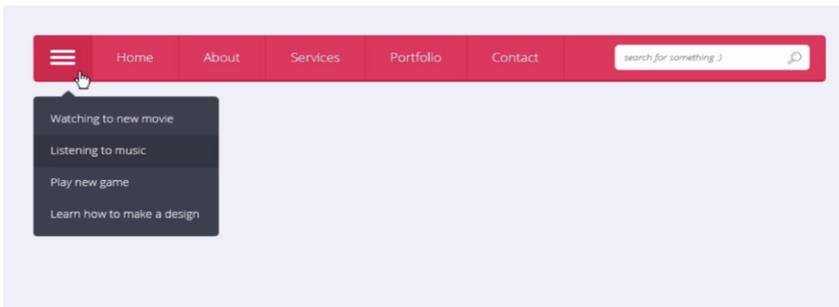
Приложение 10. Навигационная цепочка



Приложение 11. Прелоадер

| <input type="checkbox"/> | Name | Email Address | Created | Last Login | Status |
|-------------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------|--------------|------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Class aptent taciti sociosqu | Username@website.com | Sep 15, 2013 | Sep 18, 2013 | Locked |
| <input type="checkbox"/> | Class aptent taciti sociosqu | Username@website.com | Sep 15, 2013 | Sep 18, 2013 | Processing |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Class aptent taciti sociosqu | Username@website.com | Sep 15, 2013 | Sep 18, 2013 | Active |
| <input type="checkbox"/> | Class aptent taciti sociosqu | Username@website.com | Sep 15, 2013 | Sep 18, 2013 | Locked |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Class aptent taciti sociosqu | Username@website.com | Sep 15, 2013 | Sep 18, 2013 | Active |

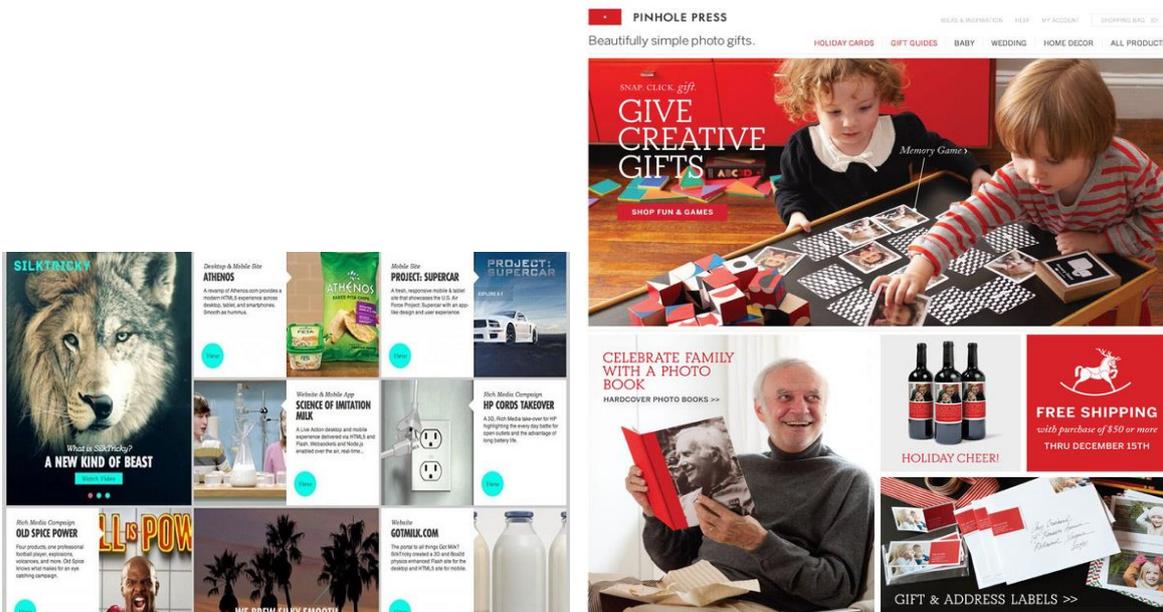
Приложение 12. Таблица с чек-боксами.



Приложение 13. Меню.



Приложение 14. Оформление сайта в стиле минимализм



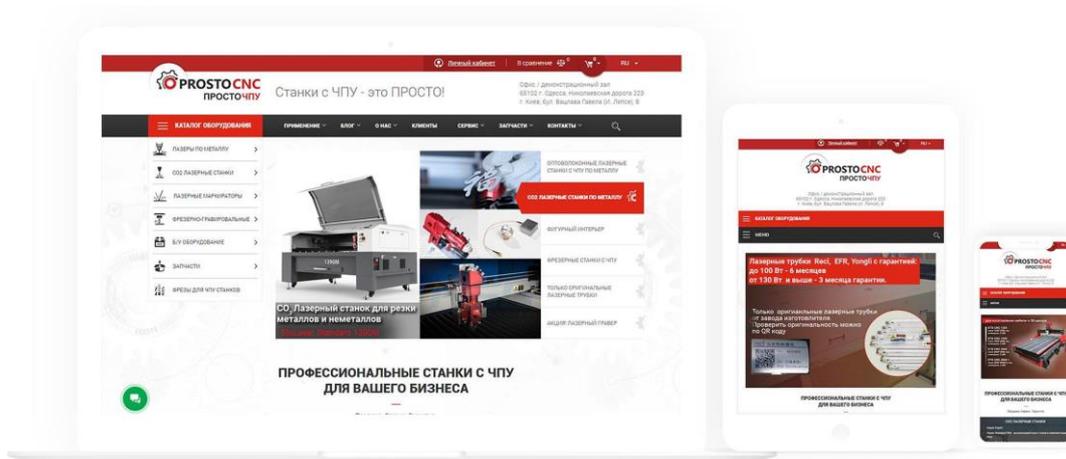
Приложение 15. Стиль Метро



Приложение 16. Классический стиль



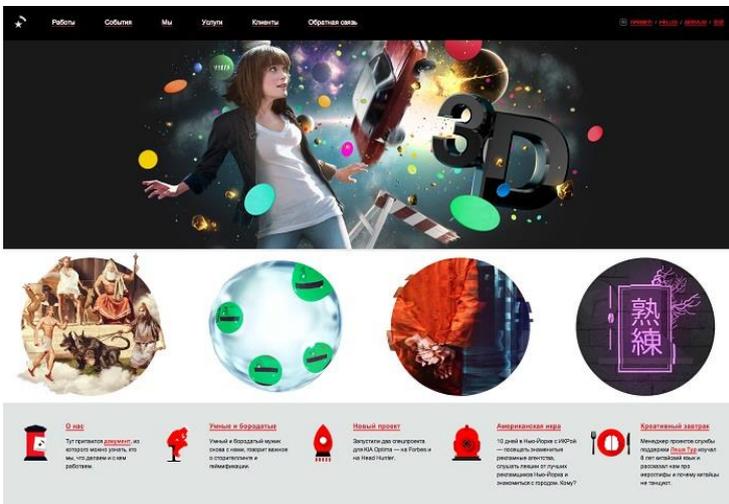
Приложение 17. Стиль хай-тек.



Приложение 19. Информационный стиль.



Приложение 20. Стилль ретро.



Приложение 21. Футуристический дизайн



Приложение 22. Журнальный стиль



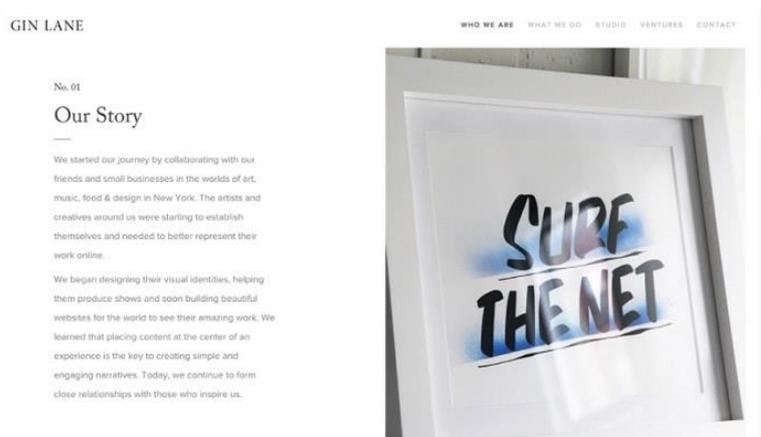
Приложение 23. Органический стиль



Приложение 24. Мультипликационный стиль



Приложение 25. Векторный стиль



Приложение 26. Стиль Сторителлинг



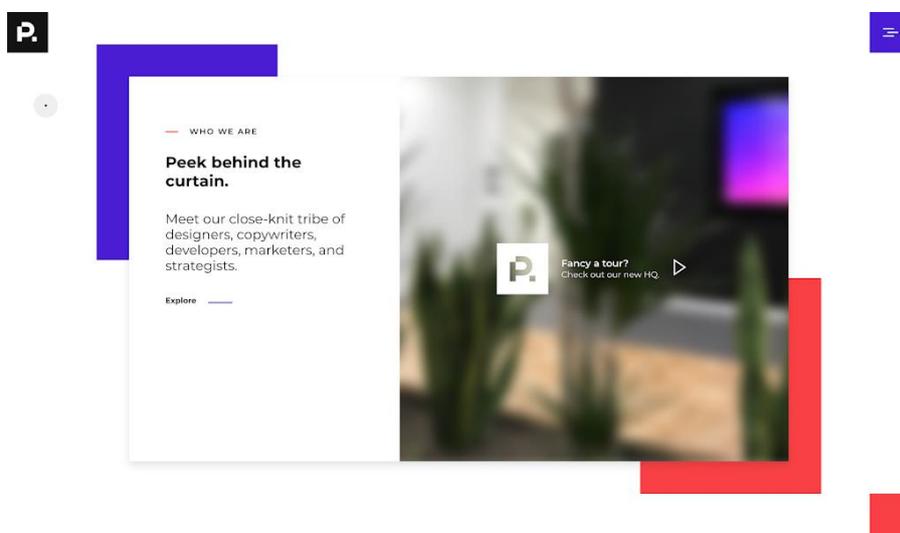
Приложение 27 Пример студийной фотографии в стиле минимализм



Приложение 28. Пример тренда с яркими цветовыми сочетаниями



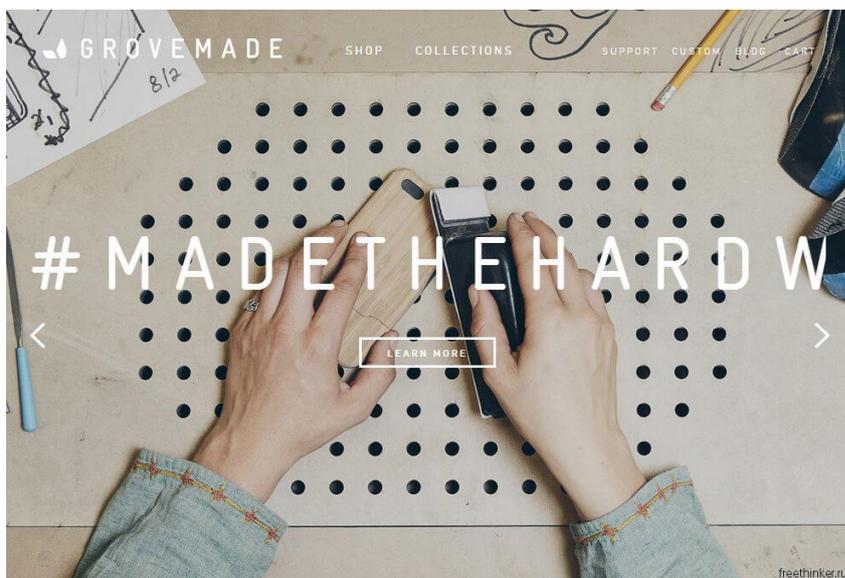
Приложение 29. Пример нестандартного расположения блоков



Приложение 30. Пример оформления сайта с геометрическими узорами и формами



Приложение 31. Пример оформления сайта с геометрическими узорами и формами



Приложение 32. Пример стиля с хорошо оформленной графикой и эстетичным изображением



Приложение 33. Пример стиля с элементами 3D изображения



«Отвечили в директ»: наш шопинг-гид в Telegram

Гороскоп на сегодня



Приложение 34. Веб-страница журнала о моде Гламур

Подписка на email-рассылку Vogue

Подпишитесь и станьте на шаг ближе к профессионалам мира моды

Ваш e-mail

ПОДПИСАТЬСЯ

Я подтверждаю свое согласие с [политикой конфиденциальности](#), [политикой обработки персональных данных](#) и [получением рекламы](#).

Мода



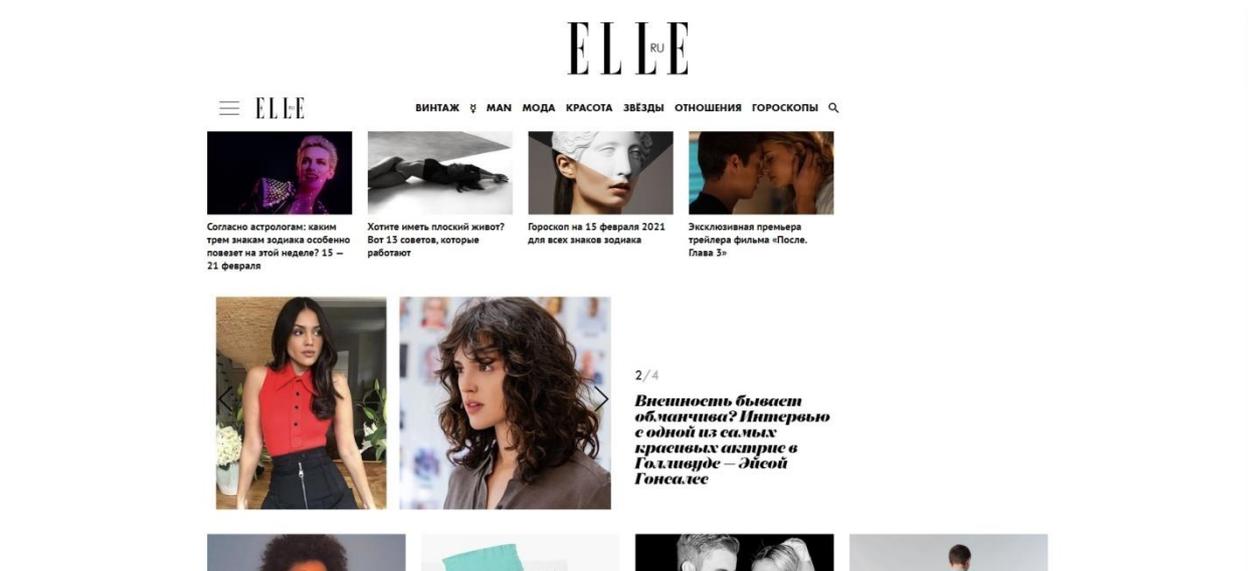
Приложение 35. Веб страница журнала о моде Вог.



КУЛЬТУРА / ИСКУССТВО

Что нужно знать о новом музее Франсуа Пино Pinault

Приложение 36. Веб страница журнала о моде Базаар.



Приложение 37. Веб страница журнала о моде Элли.



Приложение 38. Веб страница журнала о моде Numero. Французская версия.



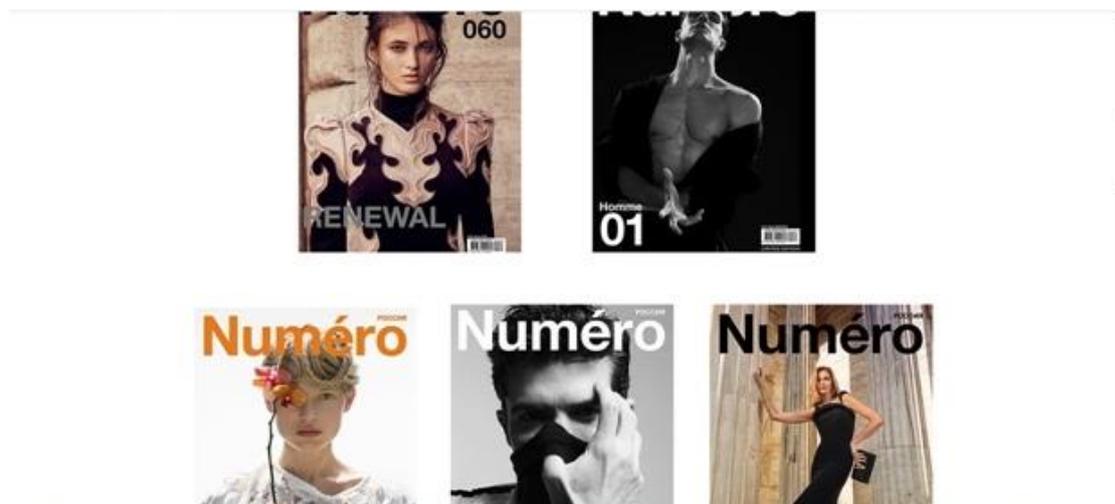
Приложение 39. Numero, русская версия. Numero Russia.



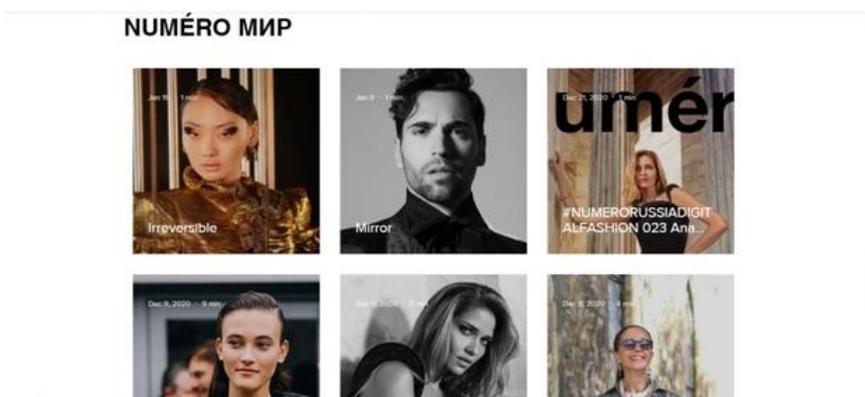
Приложение 40. Обложки журналов Numero

[ДОМА](#) [ГЛАВНЫЙ](#) [КРАСОТА](#) [ДОМ](#) [ПОКОЛЕНИЕ Z](#) [NUMÉRO BASE](#) [НА СТЕПЕ СЕЙЧАС](#) [О НАС](#)

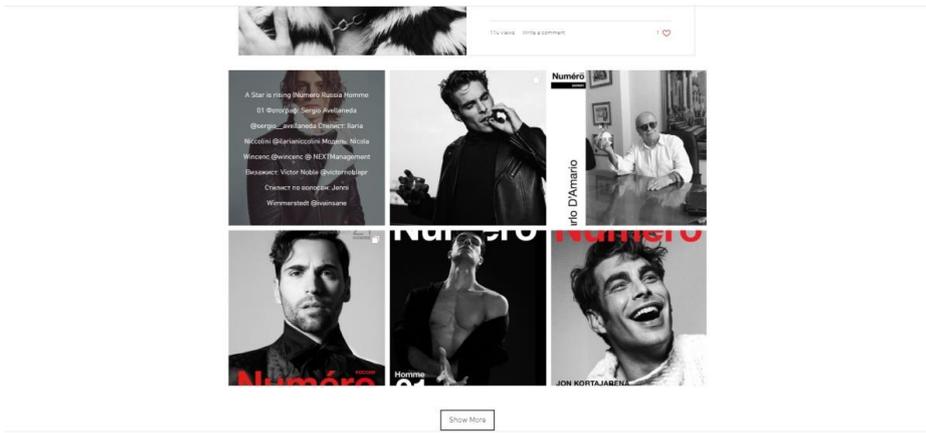
Приложение 41. Меню журнала Numero Russia



Приложение 42. Галерея журнала Numero



Приложение 43. Статьи главы Мир Numero



приложение 44. Картинная галерея Numero



Читайте также

Майкл Дженсон и Рони Мара. Удивительный проект в черно-белых тонах.

Стилист Констант де Бур сделал невозможное: для серии фотографий для коллекции Prada «Жирные миним» пришлось превратить самых известных и востребованных визажистов. Майкл Дженсон выложил всю душу в исполнение чудесной серии презентаций бренда. Супергерой Рони Мара позвучит для альбома Private Collection коллекции. За а весна-лето 2020 в объективе микроскопа фотографа Майкла Дженсона в Art Partner. Beauty — это работа перуанского Таманды Мануэло, визажиста Фаны Калчари и мастера маникюра Виталия Гондальтейн.



картинками: фотографии: Грин

Наши на завала
В этой коллекции явно прослеживаются нарративные элементы и богословие вразумление 70-х годов. Все образы Gu Liest остаются очень утонченными и утонченно-эстетичными. Они практичны, но эстетичны, в них достаточно комфорта из них. Стоит упомянуть очень тонкую детализацию, которую можно заметить в ярком сочетании элементов наряда и тона. Более того, традиционные элементы часто гармонично сочетаются в одном образе, например, майкавый сочетается с пуговице-розеткой, что создает уникальную целостную композицию. Некоторые пробы сочетания, подчеркивая фигуру, в то время как другие носят довольно свободную, что подчеркивает уют и комфорт. Новые настольные оттенки стали прорывными для дизайнера и любому осязанию прорыву. Благодаря тонкости, что наряды эти оттенки всегда остаются пригодными для носки и никогда не будут выглядеть прогнившими. Совершенно потрясающе!



NUMERO рекомендует

ТОП 10 фильмов, которые готовит нам 2021 год

Идеи наметили в начале 2020 года, практически не было времени на подготовку. Планирование на фоне закрытия кинотеатров, закрытия не «найти» бюджеты на производство фильмов, жесткая конкуренция за ресурсы на 2021 год, на который все компании бросили надежды. Фильмы были подготовлены списки из 10 самых интересных фильмов, которые должны выйти на экраны в ближайшем будущем, — как персонажи, так и сюжетные линии.

«Душа»
Уже в январе сосредоточившись на анимации от Pixar, скорее всего, смогут появиться новые мультфильмы от диснеевской студии. 21 января 2021 в прокат выведет «Душа». Режиссер фильма Пит Доктер известен по работе над такими популярными проектами Pixar, как «История игрушек», «Вверх-40» и «Головоломки», а в качестве сценариста он работал над еще и в создании «ВАЛЛ-И».

Описание сюжета мультфильма заключается, но в итоге в стилистике новых «как бы детскими» мультфильмов Pixar, в которых после нескольких лет ожидания, в то время как дети едва ли прочтут такую глубокую речь в «Душе» — это о школьном учителе, всю жизнь мечтающем играть свою музыку. В день, когда он получает приглашение играть в джаз-бэнде, он проваливается в мир, где живут человеческие души до рождения, формируя свои коллективные качества. В общем, мультфильм обещает продолжить традицию Pixar, покаяния жизни и смерти, и что аниматор — душой не только кино, но и музыка. Это, скорее всего, будет захватывающее сентиментально в условиях непростого 2020 года.

Премьера мультфильма должна была состояться еще в начале 2020 года, но из-за коронавируса ее перенесли на 20 ноября, и вот теперь речь идет о начале января. Любопытно, что в стране, где присутствует строгая цензура Disney+, «Душа» планируют не запускать в кинотеатры (даже если они открыты), ограничившись прокатом в этом сервисе. В Восточной Европе и в России в частности сервис пока не работает, так что тут мультфильм можно будет посмотреть в кино (если, конечно, не пожелаете посмотреть).

[Продолжить чтение](#)



Фотографии Мерт Луис и Маркус Платтотт, были отвечающими за создание образного образа за январь 2020 года

За стиль отвечал Эзра Эренфелд, за макияж — Дэн Пейдж для Shiseido в Jed Root, маникюр от Наоми Рысуа для Dior в Streets и укладку волос Шей Лианга из ArtPartner

Мода

Ева Грин продемонстрировала яркие образы от Prada & Marcus
14 января 2020

Стилист Констант де Бур сделал невозможное: для серии фотографий для коллекции Prada «Жирные миним» пришлось превратить самых известных и востребованных визажистов. Майкл Дженсон выложил всю душу в исполнении чудесной серии презентаций бренда.

Читайте также:
Майкл Дженсон и Рони Мара. Удивительный проект в черно-белых тонах.

NUMERO **РЕКОМЕНДУЕТ**
ТОП 10 фильмов, которые готовит нам 2021 год

Адаптация для телефона / [Вернуться](#)



Мода

Ева Грин продемонстрировала яркие образы от Prada & Marcus
14 января 2020

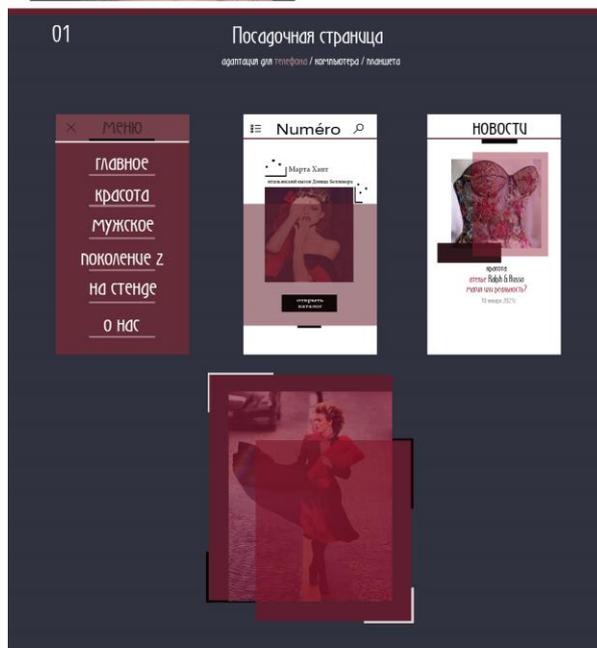
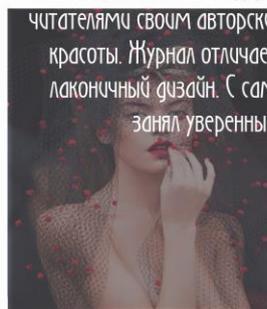
Идея
Ева Грин
Исполнительный продюсер: Софиан Радванчич
Сценарий: Тезина; Наполео Падцелли, Керолина де Марош
Фотографы: Селендж Дамилар Мэнди, Павел Возник, Невин Мунд Реддлеры, Дени Димитри, Ринн Фом, Лорен Селенци
Парикмахеры: Табчи Сабто
Помощник по макияжу: Димитри Димитри
Помощники по производству: Невин Друзич, Майли Соболески, Мариано Фелечино, Невин Уорнер.

Образы были подготовлены для серии фотографий на отпуску в фильме «Дом странных детей на Первом этаже» — будет ждаться экранизация.

За стиль отвечал Эзра Эренфелд, за макияж — Дэн Пейдж для Shiseido в Jed Root, маникюр от Наоми Рысуа для Dior в Streets и укладку волос Шей Лианга из ArtPartner



Фотографы мирового уровня, также как и молодые таланты, постоянно сотрудничают с Numéro и делятся с читателями своим авторским видением искусства, моды и красоты. Журнал отличается современным изысканным и лаконичным дизайном. С самого первого выпуска Numéro занял уверенные позиции на рынке.



Цветовая гамма

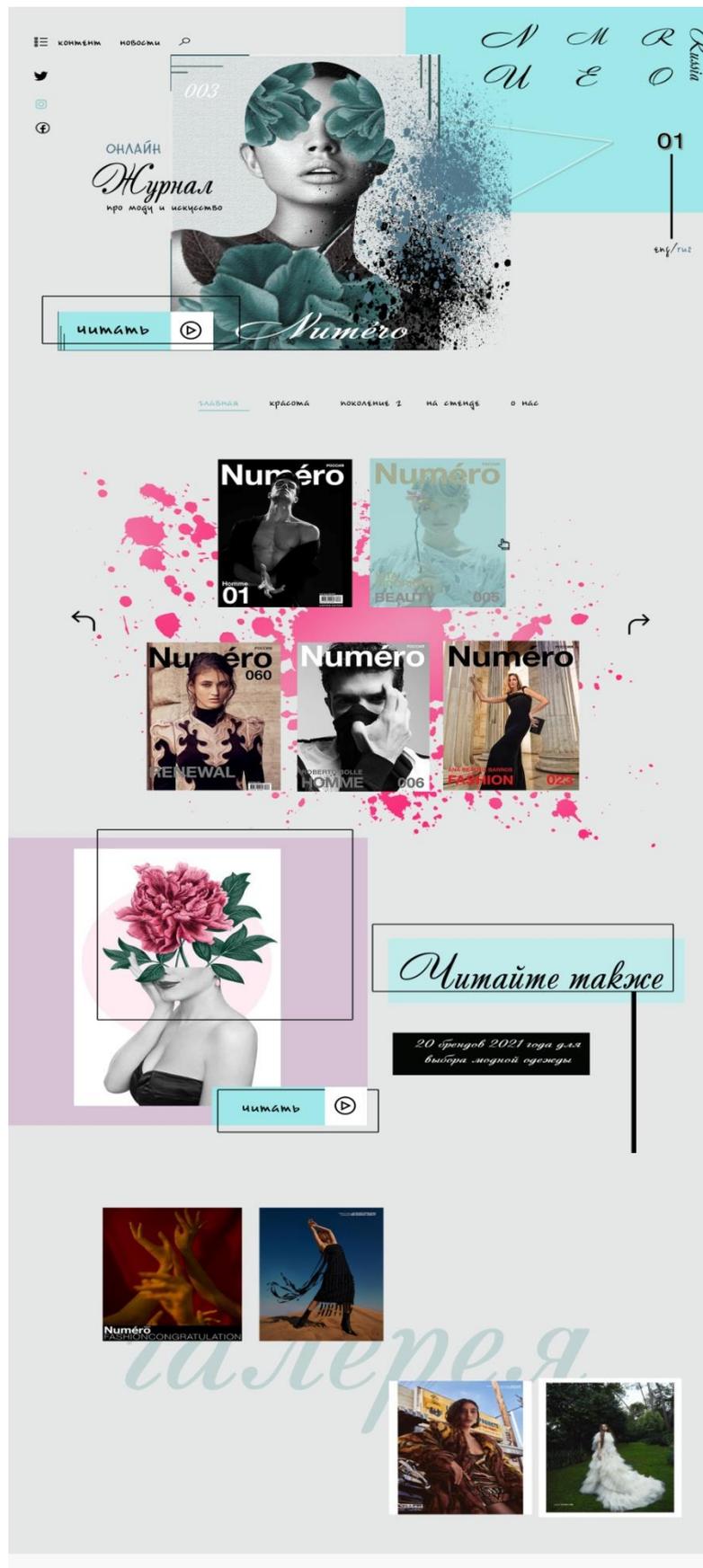


Шрифты

1. Seession

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ъь Ъь Ээ Юю Яя

Приложение 49. Журнал Нумэро. Посадочная страница адаптации для телефона.



Приложение 50. Второй Итоговый вариант дизайна Numéro



Приложение 51. Третий итоговый вариант дизайна Numero

