



Издательство и Образовательный Центр "Лучшее Решение"

лучшееерешение.рф конкурс.лучшееерешение.рф квест.лучшееерешение.рф
лучшийпедагог.рф publ-online.ru полезныекниги.рф
t-obr.ru 1-sept.ru v-slovo.ru o-ped.ru na-obr.ru

Веб дизайн -

ЭТО КОКТЕЙЛЬ ИЗ ТЕХНИКИ, ИСКУССТВА И ПСИХОЛОГИИ

Автор:

**Плотникова Мария Андреевна
ученица 10 класса**

**МКОУ "СОШ № 2
с углубленным изучением
отдельных предметов",**

**пгт Восточный Омутнинского
района Кировской области**

Руководитель:

Попыванова Ольга Александровна

Содержание:

Введение.

Глава 1. Веб-дизайн как искусство

Параграф 1. Что такое веб-дизайн.

Параграф 2. История появления веб- дизайна.

Параграф 3. Главные задачи и цели дизайнера.

Параграф 4. Процесс и результат создания сайта.

Параграф 5. Классификация сайтов.

Параграф 6. Веб-дизайн и психология.

Глава 2. Создание веб-сайта (практический этап)

Заключение.

ВВЕДЕНИЕ

В начале нулевых веб-дизайн и веб-разработка зачастую шли нераздельно. Но технически веб-дизайн — это подкатегория веб-разработки, которая в первую очередь относится к видимой части сайтов, онлайн-сервисов и приложений.

Веб-дизайн — проектирование и визуализация продуктов, их макетов и прототипов. Сегодня веб-дизайн не связан с кодом и включает в себя несколько аспектов:

- визуализация прототипа,
- проектирование сайта или приложения,
- графический дизайн,
- взаимодействие с пользователем.

А профессиональный веб-дизайнер вдобавок знает и понимает основные принципы сайтостроения, разбирается в вёрстке и маркетинге.

Веб-дизайнер всегда в курсе новейших технологий, знает, куда движется индустрия, обладает хорошим эстетическим вкусом и постоянно его развивает.

Во-первых, веб-дизайнер — это проектировщик, инженер. Он продумывает логику сайта, проектирует рабочий прототип, тестирует его, чтобы тот получился функциональным, и лишь после этого «оживляет» графику.

Во-вторых, дизайнер применяет на практике принципы юзабилити, читит стандарты, использует анимацию, подбирает шрифты. Он также продумывает, как пользователь будет взаимодействовать с сайтом, объясняет расположение элементов на странице и отстаивает визуальные решения перед клиентом.

В отличие от графического или UX/UI-дизайнера, веб-дизайнер совмещает функции менеджера и дизайнера. Почему бы не попробовать себя в качестве веб-дизайнера?

Цель

Создание макета веб-сайта с помощью программы Figma.

Задачи

1. Изучить информацию по теме «Веб-дизайн»
2. Познакомиться с классификацией сайтов
3. Узнать, как взаимосвязаны веб-дизайн и психология
4. Создать макет сайта с помощью конструктора Figma.

Глава 1. Веб дизайн — что это простыми словами.

Веб-дизайн — вид графического дизайна, направленный на разработку и оформление объектов информационной среды Интернета, призванный обеспечить им высокие потребительские свойства и эстетические качества. Подобная трактовка отделяет веб-дизайн от веб-программирования, подчеркивает специфику предметной деятельности веб-дизайнера, позиционирует веб-дизайн как вид графического дизайна. Приставка "веб" показывает, что данная область тесно связана с разработкой, а также графическим оформлением интернет-сайтов. Эта профессия заключается в создании уникального внешнего вида каждой страницы, который будет отличительной чертой конкретного производителя.

Профессия веб-дизайнер помогает создавать запоминающийся визуальный образ, ассоциирующийся с определенной компанией. Он четко должен быть связан с тематикой и повседневной деятельностью той или иной фирмы. Яркий и неповторимый дизайн обеспечит приток пользователей и повышение рейтингов.

1.1. История веб-дизайна.

История веб-дизайна начиналась в 1990 году, когда британский учёный Тим Бернерс-Ли разработал язык HTML — язык гипертекстовой разметки. С его помощью 6 августа 1991 года команда Бернерса-Ли сделала первый в мире сайт

Первые сайты представляли собой страницы с текстовыми ссылками, которые вели на другие сайты. Речи о дизайне и верстке тогда не шло — у первой версии HTML не было возможностей мультимедиа, которые доступны нам сегодня.

Быстрый прогресс веб-технологий привёл к тому, что в 1993 году сайты стали поддерживать до 16 цветов, появилась возможность добавлять картинки и располагать контент по сетке. Тогда создатели сайтов задумались над тем, как сделать веб-страницы более привлекательными и удобными для пользователей.

В 1994 году появился Консорциум Всемирной паутины. Эта организация и сегодня разрабатывает и утверждает технологические стандарты интернета.

Консорциум — временный союз хозяйственно независимых фирм, целью которого могут быть разные виды их скоординированной предпринимательской деятельности, чаще для совместной борьбы за получение заказов и их совместного исполнения.

Настоящий веб-дизайн, близкий к тому, который мы знаем сегодня, появился в период с 1994 по 1998 год. Тогда интернет-технологии совершили бешеный рывок вперёд. Именно технологический прорыв привёл к появлению веб-дизайна.

1994

Первая версия браузера Opera.

1995

Появились Internet Explorer 1, JavaScript.

1996

Запуск технологии Flash, которую стали использовать для векторной графики, игр и мультимедиа.

1997

Релиз Internet Explorer 3 и HTML 4.0 — в мире уже 100 млн пользователей.

1.2. Главные задачи и цели дизайнера.

В работе дизайнера сайтов выделяется тройка основных аспектов:

1. Уникальность.
2. Привлечение внимания.
3. Донесение нужной информации.

Теперь рассмотрим каждый пункт по отдельности

Во-первых, созданный дизайн должен обязательно сделать сайт уникальным и неповторимым. У него не должно быть похожих или повторяющихся элементов, которые бы пользователи могли перепутать с другими страницами Интернета.

Во-вторых, привлечение внимания людей является также не менее важной задачей. Каждый веб-дизайнер обязан уметь представить сайт так, чтобы на него обратили внимание как можно больше пользователей. Сам дизайн не должен быть кричащим или надоедливым. Нестандартные и яркие графические объекты помогут привлечь больше людей. Но следует помнить то, что слишком большое количество мелких графических деталей может оттолкнуть посетителей сайта, так как их наличие негативно повлияет на восприятие информации.

И, наконец, в-третьих, каждый новичок и профессионал должен знать, что веб-дизайн не является простым красивым изображением. Помимо этого, он доносит информацию до пользователей. Выложенный контент нужно правильно скомпоновать таким образом, чтобы читателю было приятно воспользоваться предоставленной информацией. Интерфейс должен быть простым и позволять пользоваться им интуитивно, без предварительного обучения.

1.3. Процесс и результат создания сайта.

В зависимости от профессионализма и/или политики компании веб-дизайнер либо разрабатывает идею и концепцию дизайна полностью самостоятельно, либо получает ряд требований (цвет, стиль и тому подобное), ожиданий и идей от заказчика или творческого директора (арт-директора) и старается держаться этого направления при разработке макета. Большинство заказчиков ошибочно отождествляют веб-дизайнера и веб-мастера, поручая ему и публикацию сайта.

Иногда дизайнер может предложить дизайн-решение на основе шаблонов (своих или даже чужих), это ускоряет работу

Конечным продуктом работы веб-дизайнера является дизайн-макет: картинка, представляющая предполагаемый будущий внешний вид страниц сайта. Картинка эта является многослойной, где, на усмотрение дизайнера, почти каждая деталь — отдельный слой, приложенный к другим слоям-картинкам, за счёт чего может легко выполняться доработка, замена, перекомпоновка и другие задачи. В зависимости от идеи и целей макет может включать фотографии, сложные коллажи, иллюстрации, текстовые слои, уникальные иконки. Для главной страницы и внутренних иногда рисуются отдельные макеты с дополнениями или изменениями в соответствии с тематикой страницы.

Изображение первоначально может быть векторным или растровым, выполненным в Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, GIMP или другом визуальном

редакторе (например, Scribus или Inkscape), но для верстальщика изображение, как правило, переводится в растровый формат.

К 2021 году устоялась несколько изменённая парадигма, в которой конечным продуктом веб-дизайнера является дизайн-макет не в виде изображения, а в виде интерактивного поля, с преимущественно векторной графикой, которая управляется дизайнером как в графическом редакторе. В тоже время все манипуляции элементов интерактивного поля описываются в виде каскадных таблиц со стилями CSS, которые используются верстальщиками. Таким образом, работают, например, Figma, Sketch и др.

Для демонстрации клиенту так же подходит единая ссылка из указанного выше приложения, где кроме статичного отображения, дизайн может быть представлен в виде интерактивного прототипа.

1.4. Классификация сайтов.

Обращаясь в студию веб-дизайна или к фрилансеру за услугами создания сайта, заказчик часто не знает, какой сайт ему нужен. Проблема в том, что в терминологии, когда обсуждаются *виды сайтов* (типы сайтов), происходит путаница. Заказчик говорит об одном, а подразумевает совершенно другое. Идет бурное обсуждение проекта, а потом, в один прекрасный момент выясняется, что нужен был совершенно другой вид сайта.

1. **Сайт-визитка** – обычно состоит из нескольких страниц и имеет уникальный, но простой и функциональный дизайн; идеально подходит для компаний, которые хотят разместить информацию о себе и своих услугах в Интернете; основные разделы сайта: «О компании», «Продукция или услуги», «Прайс-листы», «Контактная информация»; сайт-визитка используется предприятиями, организациями и частными лицами.
2. **Корпоративный информационный web сайт** – необходим для автоматизации внутреннего документооборота, учёта показателей компании, управления персоналом, может быть оснащён функциями обмена информацией между удалёнными филиалами; корпоративный сайт позитивно влияет на репутацию и имидж компании; дизайн должен соответствовать фирменному стилю компании; чаще всего, включает «администраторскую часть» для создания и изменения контента, позволяющую менеджеру или секретарю компании добавлять или менять новости, информационные статьи, справочную и прочую информацию на сайте; используется минимум графики, основной упор идет на текст.
3. **Корпоративный имиджевый web сайт** – идеально подходит для обеспечения имиджевого присутствия в Сети; сайт служит для предоставления подробной информации о компании, истории торговой марки, сведений об оказываемых услугах или поставляемых товарах; корпоративный сайт обычно содержит ленту новостей компании, средства публикации информации о рекламных и торговых акциях, информацию для прессы и другие сведения; нередко корпоративные сайты сочетают информацию о компании с каталогом продукции; используется эксклюзивный оригинальный дизайн, выгодно представляющий компанию; использование нестандартных идей и решений в оформлении, процентное соотношение текст/графика = 50/50
4. **Интернет-магазин**, он же Сетевой магазин, Электронный магазин– интерактивный веб-сайт рекламирующий товар или услугу, принимающий заказы на покупку, предлагающий пользователю выбор варианта расчета, выписывающий счет на оплату, служащий одновременно подтверждением заказа.
5. **Информационный сайт** – достаточно большой виртуальный массив информации, включающий в себя множество различных тематических разделов меньшего размера, либо некоторое количество самостоятельных проектов; является для клиента основным источником информации, напоминает энциклопедию или специализированный журнал.

6. **Игровой портал** – сложный развлекательный интерактивный проект, предусматривающий большую посещаемость и ресурсоемкость.
7. **Персональный проект** – личный проект, содержит все, что угодно и оформляется в любом стиле, который наиболее полно сможет раскрыть и отобразить тематику сайта.
8. **Контент-проект** – это сайт, как правило, некоммерческой направленности, который представляет собой собрание текстов, статей и прочих материалов, основная задача которого – привлечение посетителей по определенной тематике. В дальнейшем, этот трафик обычно перенаправляется на коммерческие сайты и, по сути, контент-проект используется, как рекламная площадка.

Может быть выполнен в виде интернет-библиотеки, энциклопедии или справочника. Каждая отдельная страничка сайта контент-проекта дает, как правило, незначительный трафик, однако общий трафик такого сайта может быть очень внушительным.

9. **Промо-сайт** – это сайт, созданный специально для продвижения какого-либо товара, либо услуги или основного сайта компании.

Промо-сайт – это почти всегда неосновной сайт компании, исключением здесь может быть только промо-сайт, созданный фирмой специально для продвижения одного конкретного продукта или товарной группы.

10. **Сайт-форум** может быть самостоятельным сайтом, а может быть разделом сайта. Чаще всего сайт-форум делается на поддомене основного сайта и предназначен для организации общения посетителей сайта между собой и с администратором сайта.

Таким образом, сайт-форум – хороший инструмент для проведения маркетинговых исследований рынка и раскрутки основного сайта.

11. **Блог** – это сайт, представляющий собой интернет-дневник, или журнал, который ведется наподобие новостной ленты, при этом на каждую тему блога посетители могут оставлять свои комментарии-сообщения, доступные с главной страницы соответствующей темы. Блог обычно очень часто обновляется, по этой причине он может намного чаще индексироваться поисковыми машинами, чем обычные сайты.

1.5. Веб-дизайн и психология.

Зачастую можно встретить рассуждения, что веб дизайн - это оформление информации. Говорят о нём как элементе, существующем отдельно от текста, имеющем свои правила и законы. А неужели текст, графика, заголовки, цвет и вся композиция не составляет информационное содержание страницы? Основной процент получаемой человеком информации приходится на зрение. По статистике 83% информации воспринимается зрительно. И 40% из неё запоминается человеком (против 20% от услышанного!). А изображение может нести в себе ничуть не меньше (а иногда и больше) информации, чем текст. Но как связать воедино изображение и текст? Как заставить веб дизайн нести тему страницы? Вот это уже вопрос психологии и дизайнер просто обязан быть неплохим психологом.

Восприятие информации

Решая использовать психологию при разработке дизайнерского оформления для портала, необходимо учесть тонкости восприятия информации. Общее мнение, представление о компании формируется в течение нескольких секунд после попадания на

стартовую страницу. У владельца веб-портала есть ограниченное количество времени для того, чтоб впечатлить и привлечь посетителя. Основные инструменты, влияющие на эмоциональный фон – рисунки, цвета и шрифты.

Изображение

Графика придает порталу гармоничность, завершенность, помогает лучше усваивать поданную в тексте информацию. Крупные изображения укажут на энергичность владельца ресурса, неброские и лаконичные картинки расскажут о консерватизме, спокойствии. Логотипы являются важными элементами графики, поэтому стоит учесть, на каком фоне размещена эмблема. Используя нейтральный фон можно сконцентрировать внимание клиента, хаотичность рассеет восприятие

Цветовое оформление

Выбор цветовой гаммы часто становится камнем преткновения для многих дизайнеров. Расцветка напрямую влияет на усвоение информации, на организм в целом, может ухудшить запоминание. Например, насыщенные оранжевые, красные оттенки негативно влияют на нервную систему, вызывают перевозбуждение и агрессию. Зеленые, голубые – успокаивают, помогают проще усвоить данные.

Шрифт

Любые надписи на странице должны быть легко читаемы, в противном случае слова, написанные разно размерными буквами, вызовут негатив, раздражение. Жирные выделения придают словам важность, наклоны и подчеркивания – вызывают интерес, желание сосредоточиться на прочитанном. Шрифт напрямую влияет на восприятие, поэтому стоит учесть, что наличие больше двух типов шрифтов отразится негативно на запоминании. Веб-дизайн является мощным инструментом, помогающим направлять эмоции, желания посетителей сайта в нужное русло. Одинаковый набор элементов, дополненной эмоциональной окраской, может создать ощущение уюта, комфорта или наоборот – настроить посетителя на деловой лад. Используя стандартные инструменты веб-дизайна, можно управлять психологией потребителя, завоевывать доверие.

Глава 2. Создание макета веб-сайта.

Web-дизайн — это творчество, причем творчество ярко выраженное. Именно в сфере web-дизайна вы можете полностью проявить все свои способности, ведь здесь цензором результатов вашего труда являетесь вы сами и посетители вашей странички. Никто не ограничивает вас ни в объеме, ни в содержании, ни в компоновке разрабатываемого вами ресурса, никто не загоняет вас в какие-либо жесткие рамки. Творите, и рано или поздно созданный вами проект найдет заслуженное признание многомиллионной аудитории пользователей Интернета.

Перед созданием макета мы должны проанализировать тематику нашего сайта. Подобрать необходимые цвета, шрифты, формы блоков, расположение контента, функционал сайта.

Тематикой нашего сайта является «Космос». Поэтому я считаю, что наиболее подходящими цветами будут являться такие цвета как

- Черный #010101
- Белый #FFFFFF
- Серый #6D6D6

Наиболее же подходящими шрифтами будут являться Roboto для заголовков и Montagu Slab для обычного текста, т.к. они соответствуют спокойной атмосфере сайта. Текст сайта будет белого цвета на чёрном фоне. Блоки сайта будут состоять из двух видов, прямоугольный вертикальный для описания основной части контента и прямоугольный горизонтальный для описания дополнительной части контента. Контент должен

располагаться вертикально по центру друг за другом. Никакого особого функционала на сайте не будет т.к. это просто информационный сайт с познавательным контентом.

После анализа тематика сайта можно приступать к реализации макета. Как инструмент для создания макета я использую программу для создания прототипов сайтов или приложений, иллюстраций и векторной графики – Figma которая на данный момент является наиболее удобной и популярной.

В начале работы выберем масштаб фрейма, на который будем располагать контент. Стандартный размер ПК экранов для верстки 1920x1080px.

После создания фрейма выберем основной background сайта, который будет располагаться по всей ширине и высоте сайта. Далее разобьём наш сайт на три основных части. Первая часть будет встречать всех гостей сайта. В этой части будет располагаться главный заголовок сайта и ссылки на другие страницы сайта. На второй – основной части - будет располагаться весь контент сайта. Третья часть – это футер, где дублируются ссылки на другие страницы сайта, а также размещаются контакты и различные соцсети.

На первом блоке создадим заголовок в правом верхнем углу и ссылки на другие страницы сайта в виде небольшого слайдера.

В дальнейшем просто располагаем контент в нужном нам формате. А именно создаём блоки контента. Для простоты восприятия будем чередовать несколько вертикальных блоков и один горизонтальный блок. Каждый блок — это законченная часть контента, которая содержит текст и одну подходящую по теме картинку.

И заканчиваем небольшим блоком со списком ссылок на другие страницы сайта и списком наших контактов.

Заключение.

Интернет все активнее входит в нашу жизнь. Возможности, представленные им, привлекают всё больше и больше пользователей. Многие люди начинают обращаться к глобальной сети для обмена информации. Современный веб-сайт может привлечь к себе внимание, лишь в том случае, если его содержание вызывает какой-то интерес и имеет привлекательное внешнее оформление. Оформление веб-страниц становится своеобразным видом прикладного искусства.