МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ ТА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І СИСТЕМ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: "Розробка вебдизайну та створення вебсайту журналу мод"

Здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
IV курсу, групи ЦДБ-20-1, спеціальності 122 «Комп'ютерні науки»,
освітня програма «Технології цифрового дизайну»

(підпис)

Шерчана Данила Денисовича

Науковий керівник

(підпис)

Гладченко Оксана Вікторівна, к.пед.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної програми

(підпис)

Ратушняк Тетяна Володимирівна, к.ф.-м.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри комп'ютерних та інформаційних технологій і систем протокол від «22» травня 2024 № 15

Завідувач кафедри

(підпис)

Філоненко Михайло Миколайович, к.ф.-м.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2024

Реєстрація № 53 31.05.2024 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту 22.05.2024 _____
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 3 (задовільно) 11.06.2024 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ В.М. Франчук
(підпис)

Члени комісії: _____ М.М. Філоненко
(підпис)

_____ С.М. Грищенко
(підпис)

_____ В.О. Ніжегородцев
(підпис)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.Б.: керівника, голови комісії членів комісії,секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Зміст випускної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	18		11.06.2024 Франчук В.М. Філоненко М.М. Грищенко С.М. Ніжегородцев В.О. Суховецька Л.П.
2. Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	8		
3. Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	3		
4. Рецензент	від 0 до 5	3		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	32		

Оцінювання кваліфікаційної роботи науковим керівником - 33 балів.

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалоюЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.Б.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
65	D	3(задовільно)	11.06.2024	Франчук В.М. Філоненко М.М. Грищенко С.М. Ніжегородцев В.О. Суховецька Л.П.

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	FX	2 (незадовільно)

Факультет фінансів та цифрових технологій
Кафедра комп'ютерних та інформаційних технологій і систем
Галузь знань: 12 «Інформаційні технології»
Спеціальність: 122 «Комп'ютерні науки»
Освітня програма: «Технології цифрового дизайну»

Затверджую
Завідувач кафедри _____ Філоненко М.М.
«23» жовтня 2023

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувача вищої освіти
Шерчана Данила Денисовича
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: Розробка вебдизайну та створення журналу моди
   Затверджена наказом ректора від «20» жовтня 2023 № 1411
2. Строк здачі закінченої роботи «21» травня 2024
3. Мета роботи – визначення та обґрунтування сучасних методів розробки вебсайту модного журналу
Об'єкт дослідження: методи та засоби розробки вебсайту модного журналу
Предмет дослідження: вебсайт модного журналу
Орієнтовна база дослідження: Інструмент для створення прототипів та макетів вебсайті (Figma)
4. Вихідні дані до роботи Теоретичні та практичні напрацювання вітчизняних і зарубіжних дизайнеріву сфері розробки вебсайтів
5. Перелік графічного матеріалуІнфографіка та ілюстрації
6. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ВЕБДИЗАЙНУ
1.1. Визначення та значення вебдизайну
1.2. Вебдизайн у контексті журналу мод
1.3. Стійкість та інклюзивність у сучасних модних журналах
1.4. Вебдизайн та користувацький інтерфейс (UI/UX)
РОЗДІЛ 2. ІСТОРІЯ МОДИ: ВИТОКИ ТА РОЗВИТОК
2.1. Витоки та розвиток модних журналів. Вплив на культуру та індустрію моди
2.2. Розвиток графічного дизайну та фотографії
2.3. Революція модних журналів: відображення культурних та соціальних трансформацій
РОЗДІЛ 3. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ТА ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ
3.1. Основи вебдизайну: принципи хорошого вебдизайну
3.2. Значення UX та інноваційні підходи у вебдизайні
РОЗДІЛ.4 ТЕХНОЛОГІЯ ПРОЄКТУВАННЯ WEB-САЙТУ ЖУРНАЛУ МОДИ
4.1. Етапи створення журналу мод. Структура сайту: розробка ієрархії сайту, навігації, інформаційної архітектури
4.2. Візуальний дизайн: створення макетів сторінок, вибір кольорів, графічних елементів

7. Календарний план виконання роботи

п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми, підбір літературних джерел, формування структури кваліфікаційної роботи	10.10.2023	15.10.2023
2	**І розділ** (розкрити сутність і стан дослідження наукової проблематики роботи, після чого навести її загальну характеристику; огляд літератури за темою і вибір конкретних напрямів досліджень)	20.12.2023	29.12.2023
3	**ІІ розділ** (аналіз експериментальної частини про методики досліджень)	2.02.2024	10.02.2024
4	**ІІІ розділ** (проведені теоретичні і (або) експериментальні дослідження та проєктні рішення)	5.04.2024	12.04.2024
5	**Висновки**	20.04.2024	22.04.2024
6	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	10.05.2024	10.05.2024
7	Отримання відгуку керівника	30.05.2024	30.05.2024
8	Отримання зовнішньої рецензії	03.06.2024	03.06.2024

8. Дата видачі завдання “23” жовтня 2023

9. Керівник кваліфікаційної роботи _____ Гладченко О.В.
(підпис) (прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми _____ Ратушняк Т.В.
(підпис) (прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ Шерчан Д.Д.
(підпис) (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Розробка вебдизайну та створення вебсайту журналу мод

Метою кваліфікаційної роботи є визначення та обґрунтування сучасних методів розробки вебсайту модного журналу.

Завданнями роботи є:

- здійснити аналіз термінологічного апарату дослідження;
- визначити специфіку вебсайтів журналів мод;
- провести аналіз сучасних методів розробки вебсайтів журналів мод;
- визначити основні етапи створення журналу мод ;
- провести аналіз основних вимог до створення вебсайту журналів мод ;
- розробити концепцію, дизайн та реалізацію вебсайту журналу мод.

Об'єктом дослідження є методи та засоби розробки вебсайту журналу мод.

Предметом дослідження є вебсайт журналу мод.

Базою дослідження виступають інструменти для створення прототипів та макетів вебсайтів (Figma), а також теоретичні та практичні напрацювання вітчизняних і зарубіжних дизайнерів у сфері розробки вебсайтів.

За результатами дослідження сформульовані висновки, реалізоване емпіричне дослідження та створено просвітницьку інфографіку.

Кваліфікаційна робота містить 76 сторінок, 14 рисунків, список використаних джерел з 48 найменувань та 2 додатка.

Ключові слова: вебдизайн, розробка вебсайтів, модний журнал, цифровий дизайн, UI/UX.

Рік виконання кваліфікаційної роботи 2023–2024

Рік захисту роботи – 2024.

ABSTRACT

The aim of this qualification work is to determine and substantiate modern methods for developing a fashion magazine website.

The tasks of the work are:

- to analyze the terminological apparatus of the study;

- to determine the specifics of fashion magazine websites;

- to analyze modern methods of developing fashion magazine websites;

- to identify the main stages of creating a fashion magazine;

- to analyze the main requirements for creating a fashion magazine website;

- to develop the concept, design, and software implementation of a fashion magazine website.

The object of the study is the methods and tools for developing a fashion magazine website.

The subject of the study is the fashion magazine website.

The research base consists of tools for creating website prototypes and layouts (Figma), as well as theoretical and practical developments of domestic and foreign designers in the field of website development.

The results of the research include formulated conclusions, empirical research, and the creation of educational infographics.

The qualification work contains 76 pages, 14 images, the list of 48 references, and 2 appendices

Keywords: web design, website development, fashion magazine, digital design, UI/UX.

The year of completion of the qualification work is 2023–2024.

The year of defense is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП ... 3
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ВЕБДИЗАЙНУ ... 5
1.1. Визначення та значення вебдизайну ... 5
1.2. Вебдизайн у контексті журналу мод ... 9
1.3. Стійкість та інклюзивність у сучасних модних журналах ... 11
1.4. Вебдизайн та користувацький інтерфейс (UI/UX) ... 14
РОЗДІЛ 2. ІСТОРІЯ МОДИ: ВИТОКИ ТА РОЗВИТОК ... 24
2.1. Витоки та розвиток модних журналів. Вплив на культуру та індустрію моди ... 24
2.2. Розвиток графічного дизайну та фотографії ... 26
2.3. Революція модних журналів: відображення культурних та соціальних трансформацій ... 30
РОЗДІЛ 3. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ТА ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ ... 34
3.1. Основи вебдизайну: принципи хорошого вебдизайну ... 34
3.2. Значення UX та інноваційні підходи у вебдизайні ... 38
РОЗДІЛ.4 ТЕХНОЛОГІЯ ПРОЄКТУВАННЯ WEB-САЙТУ ЖУРНАЛУ МОДИ 43
4.1. Етапи створення журналу мод. Структура сайту: розробка ієрархії сайту, навігації, інформаційної архітектури ... 43
4.2. Візуальний дизайн: створення макетів сторінок, вибір кольорів, графічних елементів ... 51
ВИСНОВКИ ... 61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ... 63
ДОДАТКИ ... 67

ВСТУП

Актуальність дослідження обумовлена змінами, що відбуваються у сучасному світі. Технології не стоять на місці, кожна галузь знань постійно покращується, і це стосується також індустрії моди. Сучасні модні журнали зазнають значного розвитку завдяки технологічним інноваціям, що кардинально трансформують як виробництво, так і розповсюдження інформації. З появою масового виробництва, мода стає доступною широким масам, а модні журнали виступають не лише інформаторами про останні тренди, але й допомагають навігувати у світі стрімко змінюваних модних напрямків. Однак, серед великої кількості вебресурсів знайти дійсно зручну платформу стає все важче.

Стоїть необхідність розробити дизайн вебресурсу за допомогою такого методу, який би в подальшому дозволяв легко та швидко знаходити потрібну інформацію, та захоплювати читача. Створення модного журналу означає вирішити кілька завдань одночасно: вплинути на певну цільову аудиторію, залучити рекламодавців, популяризувати останні модні тенденції та підтримувати зв’язок зі споживачами. Структура, спрямованість, тематика сайту може бути найрізноманітнішою. Високий рівень виконання і хороший дизайн сайту – природні показники його ефективності.

Створити модний журнал з привабливим дизайном вкрай важливо. Але вкрай важливо не забувати про зручний інтерфейс і комфортність роботи користувача з сайтом. Можливість повідомляти про майбутні акції, знижки та інші заходи, проводити маркетингові дослідження, розробляти і виводити на електронний ринок продукції нові рішення, унікальні пропозиції і багато іншого – незаперечні якості модного журналу.

Крім цього, створити модний журнал – це ще й позначити джерело актуальної інформації про нові модні тренди, дизайнерів та події у світі моди. Перейти на сайт набагато простіше, ніж чекати чергового випуску друкованого видання. Діалоги читачів і представників журналу реалізуються за допомогою

системи електронного маркетингу. Швидкість і легкість доступу до інформації з використанням особистого кабінету читача, можливість створення цілих інформаційних порталів розширює можливості журналу як ніколи раніше.

Вебсайт модного журналу є сучасним каналом розповсюдження інформації. За допомогою інтернет-журналу, кожна людина має можливість отримувати інформацію про моду в реальному часі. Інтернет-журнал для читача – це економія часу, грошей і сил. Саме тому, за статистикою, все більше і більше людей не тільки в Україні, а й у всьому світі отримують свої новини саме через інтернет-журнали.

Об'єктом дипломного проєкту є методи та засоби розробки вебсайту модного журналу.

Предмет – вебсайт модного журналу.

Метою дипломного проєкту є визначення та обґрунтування сучасних методів розробки вебсайту модного журналу.

Задачами дослідження є:

- здійснити аналіз термінологічного апарату дослідження;
- визначити специфіку вебсайтів модних журналів;
- провести аналіз сучасних методів розробки вебсайтів модних журналів;
- визначити основні етапи створення модного журналу;
- провести аналіз основних вимог до створення вебсайту модного журналу;
- розробити концепцію, дизайн та програмну реалізацію вебсайту модного журналу.

Методи дослідження включають обробку літературних джерел, синтез та аналіз досліджуваного матеріалу. Практичне значення цього дипломного проєкту полягає у створенні вебсайту модного журналу, який впроваджено у діяльність відповідної компанії. Теоретичні результати дослідження можуть бути використані у навчальному процесі ЗВО під час вивчення різних аспектів вебпроєктування.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ВЕБДИЗАЙНУ

1.1. Визначення та значення вебдизайну

Вебдизайн – це процес створення та оформлення вебсторінок, що відображаються у веббраузері. Він охоплює в собі як естетичні аспекти, такі як макет, кольори та графіка, так і технічні, як-от структура сторінок, навігація та зручність у використанні. Вебдизайн об'єднує різні елементи, щоб створити зручний та привабливий користувацький досвід.

Вебдизайн має велике значення з кількох причин. По-перше, це перше, що бачить користувач, коли відвідує сайт, тому він формує перше враження про компанію або продукт. Гарний вебдизайн може викликати довіру та зацікавлення, тоді як поганий – відштовхнути відвідувачів.

По-друге, вебдизайн впливає на зручність використання сайту. Якщо структура зрозуміла, а навігація інтуїтивна, користувачам буде легше знаходити потрібну інформацію, що підвищує ймовірність їхнього повернення на сайт.

Основні цілі вебдизайну включають:

Створення привабливого візуального вигляду: використання кольорів, шрифтів і графіки для створення естетично приємного інтерфейсу.

Покращення зручності у використанні: розробка інтуїтивного та зручного інтерфейсу, щоб користувачі могли легко взаємодіяти з сайтом.

Забезпечення доступності : створення сайту, який буде доступним для всіх користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями.

Підвищення конверсії : оптимізація дизайну для досягнення конкретних бізнес-цілей, таких як збільшення кількості реєстрацій, продажів або підписок.

Історія та розвиток вебдизайну

Перші етапи розвитку вебдизайну почалися на початку 1990-х років, коли була створена Всесвітня павутина. У ті часи вебсторінки були дуже простими, з мінімальним форматуванням і вмістом. Перший вебсайт, розроблений Тімом Бернерсом-Лі у 1991 році, складався з тексту та гіперпосилань. Цей період

характеризується використанням базового HTML, який забезпечував лише основні можливості для створення структурованого контенту. З часом з'явилися нові технології, що дозволили створювати більш складні та привабливі вебсторінки. У середині 1990-х років Netscape випустив перший браузер, що підтримував JavaScript, дозволяючи додавати на сторінки динамічні елементи та взаємодію.

З розвитком Інтернету з'являлися нові технології та інструменти, які значно вплинули на вебдизайн. HTML став більш складним і функціональним, з'явилися нові версії цього стандарту, які додавали нові можливості для форматування та структурування контенту. Важливу роль зіграв CSS (Cascading Style Sheets), який з'явився наприкінці 1990-х років. CSS дозволив розділити зміст вебсторінки та її оформлення, що значно спростило процес розробки й підтримки сайтів. Завдяки CSS дизайнери отримали можливість створювати складні макети та застосовувати стильове оформлення до багатьох елементів одночасно. JavaScript, впроваджений у 1995 році, дозволив додавати динаміку та інтерактивність на вебсторінки. З розвитком JavaScript з'явилися бібліотеки та фреймворки, такі як jQuery, Angular, React, що спростили процес створення складних інтерфейсів та підвищили ефективність розробки.

З початку 2000-х років мобільні пристрої почали відігравати все більшу роль у доступі до Інтернету. Це призвело до необхідності створення сайтів, які були б зручними для перегляду на різних розмірах екранів. Адаптивний дизайн (responsive design) став відповіддю на цей виклик. Концепція адаптивного дизайну полягає у створенні вебсторінок, що автоматично підлаштовуються під різні розміри екранів і пристроїв. Це досягається за допомогою медіазапитів у CSS, які дозволяють змінювати макет сторінки залежно від розмірів вікна браузера.

Розвиток мобільних технологій також сприяв появі нових підходів у дизайні, таких як mobile-first, коли розробка сайту починається з найменшого екрана і поступово масштабується до більших. Це гарантує оптимальне відображення та функціональність на всіх пристроях. Таким чином, історія та

розвиток вебдизайну – це постійний процес вдосконалення та адаптації до нових технологій і потреб користувачів. Від простих текстових сторінок до сучасних, інтерактивних і адаптивних сайтів – вебдизайн пройшов довгий шлях, залишаючись однією з найважливіших складових успішного Інтернет-проєкту.

Основні принципи вебдизайну

Принципи зручності використання включають інтуїтивність та навігацію. Зручність використання означає, що сайт має бути легким у використанні для всіх категорій користувачів, включаючи тих, хто не має великого досвіду роботи з Інтернетом. Це досягається через простий та зрозумілий дизайн, який не потребує тривалого часу на навчання. Інтуїтивність передбачає, що користувачі повинні мати змогу легко зрозуміти, як користуватися сайтом, без необхідності шукати інструкції чи допомогу. Це може бути досягнуто шляхом використання стандартних елементів інтерфейсу, таких як кнопки, меню та посилання, що ведуть до очікуваних дій. Навігація має бути логічною та зрозумілою, забезпечуючи швидкий доступ до всіх розділів сайту. Хороша навігація допомагає користувачам швидко знайти необхідну інформацію та знижує рівень фрустрації.

Візуальна ієрархія означає важливість організації контенту таким чином, щоб користувачі могли легко зрозуміти структуру сторінки й визначити, що є головним, а що другорядним. Візуальна ієрархія досягається через використання різних розмірів, кольорів, контрасту та простору для різних елементів сторінки. Наприклад, заголовки можуть бути більшими й яскравішими, щоб привертати увагу, тоді як підзаголовки та основний текст можуть бути меншими та менш виразними. Використання простору між елементами також допомагає визначити їх важливість та створює відчуття порядку. Добре спланована візуальна ієрархія полегшує сприйняття інформації і покращує загальний користувацький досвід.

Типографіка включає вибір шрифтів, їх розмір та інтервал. Шрифти повинні бути читабельними на різних пристроях і розмірах екранів. Важливо

вибрати шрифти, які відповідають стилю і настрою сайту, але при цьому залишаються функціональними. Розмір шрифтів повинен бути достатньо великим для комфортного читання, але не надто великим, щоб не займати надто багато простору. Інтервали між рядками і буквами також мають велике значення для читабельності тексту. Занадто маленькі інтервали можуть зробити текст важким для сприйняття, тоді як занадто великі – порушити зоровий ритм читання. Гармонійне поєднання шрифтів, їх розміру та інтервалів сприяє комфортному читанню і покращує загальний вигляд сайту.

Кольорова палітра та графіка охоплюють вибір кольорів, зображення та їх роль у вебдизайні. Кольори мають бути гармонійними і підтримувати загальну естетику сайту. Вибір кольорів повинен відповідати бренду і передавати необхідні емоції. Наприклад, яскраві кольори можуть використовуватися для привертання уваги до важливих елементів, тоді як пастельні відтінки можуть створювати спокійну та приємну атмосферу. Зображення повинні бути високоякісними та відповідати контенту сайту. Вони можуть служити для ілюстрації тексту, підвищення естетичної привабливості або надання додаткової інформації. Кольорова палітра та графіка також можуть впливати на емоційне сприйняття користувача і підсилювати враження від сайту. Добре продумані кольори та графіка роблять сайт привабливим і сприяють ефективній комунікації з користувачем.

Основні автори та їх внесок у розвиток вебдизайну

У розвитку вебдизайну важливу роль відіграли кілька ключових фігур, які зробили значний внесок у цю галузь. Джеффрі Зельдман та Джейсон Санта Марія – серед них.

Джеффрі Зельдман є однією з найвизначніших фігур у вебдизайні. Він є автором книги "Designing with Web Standards", яка вперше була опублікована у 2003 році. Ця книга стала основою для багатьох вебдизайнерів, пропагуючи використання вебстандартів для створення сайтів, що є доступними, стійкими та зручними у використанні. Зельдман також є засновником студії Happy Cog,

яка спеціалізується на вебдизайні та розробці, та засновником спільноти A List Apart, яка об'єднує професіоналів у галузі вебдизайну та веброзробки.

Джейсон Санта Марія – ще один впливовий автор і дизайнер у сфері вебдизайну. Він відомий своєю роботою над проєктами, що фокусуються на типографіці та візуальній ієрархії. Санта Марія є автором книги "On Web Typography", де він досліджує, як типографіка може впливати на користувацький досвід у вебдизайні. Він також працював з такими відомими компаніями, як Typekit і Vox Media, де застосовував свої знання для покращення дизайну та зручності використання вебсайтів.

Джеффрі Зельдман відомий своїми новаторськими ідеями у сфері вебстандартів та доступності. Його підхід до вебдизайну базується на принципі використання семантичного HTML, CSS та JavaScript для створення сайтів, які є сумісними з різними браузерами та пристроями. Зельдман також активно пропагував концепцію "прогресивного покращення", що передбачає створення базового функціонала сайту, який працює у всіх браузерах, і поступове додавання більш складних функцій для сучасних браузерів. Цей підхід забезпечує доступність контенту для найширшої аудиторії, незалежно від технічних обмежень.

Джейсон Санта Марія впровадив багато інновацій у галузі типографіки у вебдизайні. Віннаголошував на важливості вибору шрифтів, їх розміру та інтервалів для покращення читабельності та загального користувацького досвіду. Санта Марія також розробив підходи до адаптивної типографіки, що дозволяють шрифтам динамічно змінюватися залежно від розміру екрана і контексту використання. Це допомагає забезпечити зручність читання на різних пристроях, від мобільних телефонів до великих моніторів.

1.2. Вебдизайн у контексті журналу мод

Перехід до цифрової ери приніс істотні зміни для журналів моди, вимагаючи від них адаптації до інтернет-технологій та соціальних медіа. Цей

процес не тільки змінив спосіб взаємодії з аудиторією, але й розширив можливості для впливу на модні тренди та споживчі поведінки.

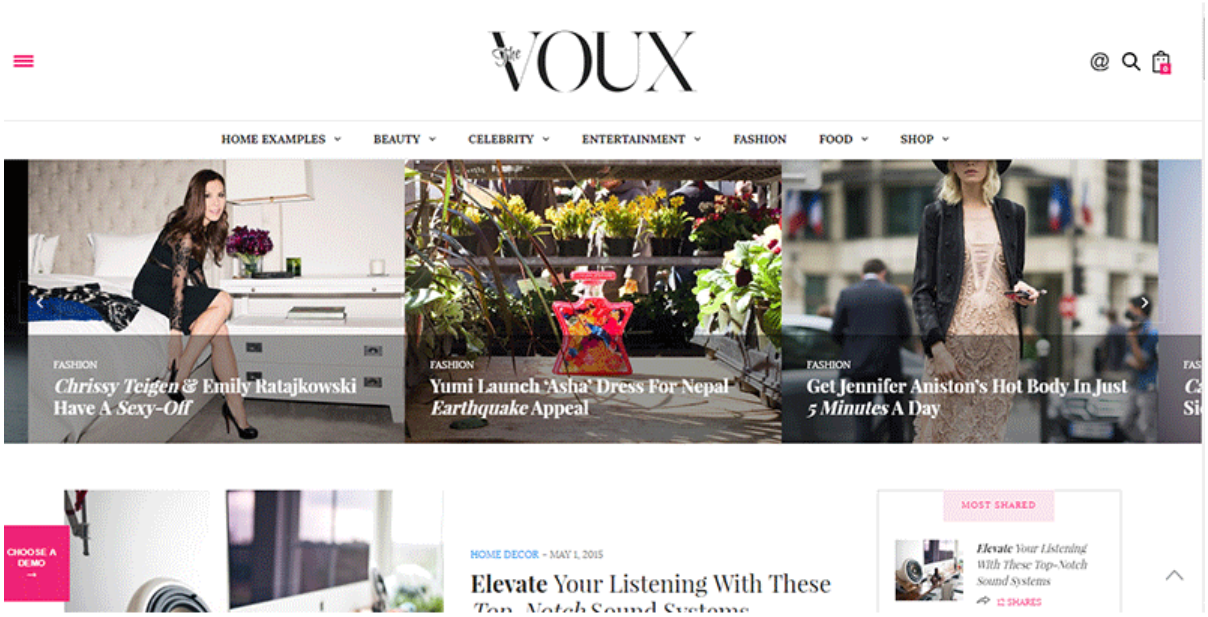


Рис.1.1. Приклад інтерфейсу журналу мод

Соціальні мережі, такі як Instagram, Facebook, та Pinterest, стали новими платформами для публікації контенту, реклами та взаємодії з читачами. Це зумовило зміну форматів представлення моди: від друкованих сторінок до цифрових постів, відео та інтерактивних статей, які можуть миттєво оновлюватися та адаптуватися до змінних інтересів споживачів. Журнали почали використовувати цифрові технології не тільки для привертання уваги, але й для створення більш особистісного і залучаючого досвіду, пропонуючи користувачам можливість взаємодії через коментарі, опитування, та онлайн-обговорення.

Одним з головних викликів для традиційних журналів стала конкуренція з блогерами та інфлюенсерами, які часто вважаються більш автентичними та доступними. Ці нові учасники ринку моди використовують свої платформи для швидкого реагування на модні тенденції та безпосередньої взаємодії зі своїми підписниками. У відповідь, журнали моди почали інтегрувати їх вміст у свої вебсайти та видання, створюючи спільні проєкти та спеціальні рубрики, де відомі інфлюенсери можуть ділитися своїми думками про моду та стиль.

Цифрова ера також спонукала журнали моди інвестувати в технології для аналізу даних та вивчення поведінки користувачів, що дозволяє їм краще розуміти та прогнозувати модні тенденції. Ці дані використовуються для персоналізації контенту, оптимізації рекламних стратегій та забезпечення високої відповідності між публікаціями та інтересами аудиторії.

У світлі цих змін, модні журнали продовжують еволюціонувати, використовуючи цифрові інструменти не тільки для підтримання своєї актуальності в новому медіаландшафті, але й для зміцнення своєї ролі як авторитетних джерел модних інсайтів та інновацій.

1.3. Стійкість та інклюзивність у сучасних модних журналах

Сучасні тенденції в модних журналах відображають зростаючу увагу до сталості та інклюзивності в індустрії моди. Ці теми відіграють ключову роль у формуванні контенту та презентації матеріалів, оскільки споживачі все більше прагнуть до відповідальності брендів та шукають продукти, які не тільки красиві, але й етично створені.

Екологічність у моді стає все більш важливою, особливо у контексті глобальних змін клімату та знищення природних ресурсів, які стають нагальнішими. Журнали моди відіграють важливу роль у освіті та інформуванні своєї аудиторії про сталі практики. Вони розповідають про бренди, які використовують перероблені матеріали, впроваджують енергоефективні виробничі процеси або зменшують водоспоживання, та активно освітлюють такі ініціативи, як співпраця між Adidas і Parley for the Oceans.

Ця співпраця спрямована на створення одягу, взуття та аксесуарів з переробленого пластику, який збирається в прибережних районах та на морському дні. Продукція Adidas Parley (рис. 1.4) не тільки допомагає знижувати забруднення океану, але й стимулює інновації у спортивній індустрії, підвищуючи стандарти сталості. Сторінки журналів часто містять статті про такі “зелені” ініціативи та новинки в області екологічних технологій

моди, надаючи поради, як споживачі можуть зробити свій гардероб більш сталим.

Рис.1.2. Adidas x Parley for the Oceans, переробка пластику у зручне взуття

Інклюзивність також стала значущим елементом сучасних модних журналів. Це включає широкий спектр підходів, від представлення моделей різних розмірів, вікових категорій та фізичних можливостей до обговорення різноманітності за гендерною приналежністю і сексуальною орієнтацією. Журнали моди прагнуть забезпечити, щоб кожен міг побачити себе на їхніх сторінках, роблячи моду доступною і привабливою для ширшого кола людей. Це не тільки підвищує лояльність читачів, але й сприяє соціальній справедливості.

Ці сучасні теми в журналах моди не лише відображають зміни в суспільних настроях, але й активно впливають на індустрію моди, спонукаючи бренди до інновацій та впровадження більш сталих та інклюзивних практик. Це показує, що мода – не просто про одяг та аксесуари, а про більш широкий культурний і соціальний контекст. Журнали моди, не тільки реагують на поточні тенденції, але й формують футуристичне бачення модної індустрії.

Вивчаючи та публікуючи історії успіху брендів, які інтегрують сталість у свої бізнес-моделі, журнали моди демонструють, що мода може бути не тільки стильною, але й соціально відповідальною. Вони підтримують ідею про те, що етичні підходи у виробництві можуть і мають бути нормою, а не винятком.

Майбутнє журналів моди обіцяє бути захоплюючим, оскільки воно буде тісно пов'язане з глобальними тенденціями та технологічними інноваціями. Однією з ключових тенденцій є подальше занурення у цифровий світ, де віртуальна та доповнена реальність можуть змінити спосіб, яким ми сприймаємо та взаємодіємо з модою. Журнали моди можуть використовувати ці технології для створення більш інтерактивних та залучаючих досвідів, надаючи читачам можливість "приміряти" одяг віртуально або досліджувати нові колекції в інтерактивних 3D-форматах.

Штучний інтелект також буде відігравати ключову роль у майбутньому модних журналів, допомагаючи аналізувати та прогнозувати споживчі тренди з небаченою точністю. Це дозволить журналам моди створювати більш персоналізований контент, що відповідає індивідуальним смакам та перевагам читачів, а також оптимізувати свої рекламні стратегії, виходячи з даних про поведінку користувачів.

Екологічна стійкість залишиться важливою темою, але з новими можливостями для інновацій у більш стійких виробничих практиках та логістиці.

Журнали моди можуть стати важливими платформами для поширення інформації про стійкість, підтримки ініціатив з утилізації та рециклінгу одягу, а також просування брендів, які активно працюють над зниженням впливу на довкілля.

Глобалізація продовжить зближувати світові культури, що відкриває для журналів моди можливості для більш міжнародного та крос-культурного контенту. Це може включати поглиблене освітлення модних сцен у різних країнах, обмін стилями та ідеями між різними культурами, а також взаємодію з міжнародними дизайнерами та брендами.

Кінцевим результатом цих тенденцій стане трансформація модних журналів у більш гнучкі, реактивні та інноваційні медіаплатформи, які здатні не просто відповідати на зміни у модному світі, але й активно формувати ці зміни.

Загалом, історія журналів моди відображає не тільки зміни в одязі та естетиці, але й ширші культурні та соціальні зміни, які формували і продовжують формувати суспільство. Від перших видань у XVII-XVIII століттях, які почали формувати модні дискурси, до промислових інновацій XIX століття, які зробили модні журнали доступнішими і різноманітнішими, історія журналів моди є віддзеркаленням еволюції суспільних взаємин та технологічного прогресу.

У XX столітті журнали моди стали не тільки відображенням, але й формувальниками смаку, підтримуючи ідеї глобалізації та інклюзивності. Роль журналів у формуванні модних ікон, таких як Коко Шанель, підкреслює їхній вплив на моду та культуру.

1.4. Вебдизайн та користувацький інтерфейс (UI/UX)

У сучасному світі журнали моди продовжують адаптуватися до цифрових технологій, реагуючи на зміни споживчих вподобань та екологічні виклики. Їх реакція на соціальні зміни, зокрема, на інклюзивність та сталість, демонструє готовність індустрії до еволюції відповідно до сучасних вимог.

Так, історія журналів моди є свідченням того, як глибоко мода та культурні практики переплетені, впливаючи одна на одну в процесі неперервного розвитку.

Електронна комерція змінила спосіб, яким ми купуємо модні товари, зробивши цей процес зручнішим і доступнішим для споживачів по всьому світу. Онлайн-продажі дають можливість кожному вибрати продукцію з широкого асортименту брендів на одному вебсайті, не виходячи з дому.

Один з ключових аспектів успішності онлайн-продажів модних товарів – це вплив вебсайтів на зростання продажів. Якісно створені та легкі у навігації вебсайти приваблюють більше відвідувачів, що автоматично може збільшити

продажі. Вебсайти з чіткою, зручною структурою і високою швидкістю завантаження спонукають споживачів проводити більше часу на покупки, переглядаючи різноманітні категорії продуктів. Важливу роль відіграє і мобільна оптимізація, адже значна частина користувачів тепер здійснює покупки через смартфони.

Вплив вебсайтів не обмежується лише збільшенням продажів, але й сприяє глобалізації брендів. Завдяки інтернету, маленькі та середні бренди можуть виходити на міжнародний ринок, не маючи фізичних магазинів у кожній країні. Це демократизує модну індустрію, даючи можливість кожному бренду бути представленим на світовій арені.

Технологічний прогрес відіграє важливу роль у поліпшенні досвіду покупця. Наприклад, віртуальні приміряльні дозволяють користувачам "приміряти" одяг віртуально, використовуючи технологію доповненої реальності. Це не тільки цікаво, але й знижує ймовірність повернення товарів, оскільки покупці можуть краще уявити, як одяг виглядатиме на них.

Інша важлива технологія – персоналізовані рекомендації. Засновані на попередніх покупках і переглядах, алгоритми пропонують користувачам товари, які могли б їх зацікавити. Це не тільки підвищує задоволення покупців, але й значно збільшує шанси на покупку.

Ці технології разом формують сучасний пейзаж електронної комерції у сфері моди, роблячи покупки більш особистими та зручними, незалежно від місця перебування покупця.

Маркетинг та брендування відіграють ключову роль у визначенні успіху модних брендів у світі електронної комерції. Використання вебсайтів є однією з основних стратегій для підвищення брендової ідентичності та взаємодії з клієнтами. Сильна вебприсутність дозволяє брендам встановлювати емоційний зв'язок із споживачами, демонструючи не тільки продукти, але й цінності та історію бренду. Ефективне використання візуального контенту, інтерактивних елементів та інтуїтивно зрозумілої навігації може значно підвищити лояльність клієнтів та їх взаємодію з брендом.

Стратегії контент-маркетингу, соціальні медіа та цифрова реклама є життєво важливими компонентами маркетингової стратегії модних брендів. Контент-маркетинг часто включає створення цікавих статей, блогів, відео та інших видів контенту, які допомагають розповісти історію бренду та його унікальні особливості. Це не тільки інформує покупців, але й спонукає їх поділитися цим контентом, збільшуючи органічне охоплення.

Соціальні медіа дозволяють брендам підтримувати прямий зв’язок зі споживачами, швидко реагувати на їхні потреби та підтримувати діалог. Ефективне використання платформ, таких як Instagram, Facebook та TikTok, може значно підсилити видимість бренду та залученість споживачів. Використання цифрової реклами, включаючи ретаргетинг та рекламу на основі поведінкових даних, дозволяє модним брендам точно цілитися на потенційних покупців, збільшуючи ефективність кампаній.

Аналіз успішних маркетингових кампаній показує, як інноваційні підходи можуть перетворити сприйняття бренду. Наприклад, кампанії, які використовують відомих акторів або впливових особистостей в соціальних мережах, часто досягають значного резонансу та залучення аудиторії. Ці кампанії можуть швидко підвищити впізнаваність бренду та його продажі, завдяки автентичному зв’язку з шанувальниками та підписниками цих особистостей. Значення таких стратегій особливо важливе в контексті сучасної електронної комерції, де вебсайти відіграють ключову роль не тільки як торгові платформи, але й як джерела цінних даних про споживачів.

У цьому сучасному світі електронної комерції вебсайти служать не тільки для продажу товарів, але й як цінне джерело даних про споживацькі вподобання та поведінку. Ці дані є надзвичайно важливими для брендів, оскільки вони дозволяють аналізувати і зрозуміти, як споживачі взаємодіють із продуктами, які категорії переглядають найчастіше, і які товари мають найвищий рівень конверсії.

Завдяки передовим аналітичним інструментам, модні бренди мають змогу визначати та відстежувати останні тренди у моді. Ці інструменти допомагають

зібрати та проаналізувати великі обсяги даних, які включають інформацію про покупки, пошукові запити, відгуки клієнтів та поведінкові фактори. Це дозволяє брендам не тільки реагувати на поточні модні тренди, але й прогнозувати майбутні зміни у споживацьких вподобаннях.

Аналіз даних, зібраних через вебсайти, безпосередньо впливає на рішення брендів стосовно дизайну та маркетингових стратегій. Наприклад, якщо аналітика показує підвищений інтерес до певного стилю або матеріалу, бренди можуть адаптувати свої майбутні колекції, наголошуватиувагу на цих аспектах. Такий підхід дозволяє брендам бути на крок попереду конкурентів, орієнтуючись на реальні, актуальні потреби ринку.

Ці дані також використовуються для оптимізації маркетингових кампаній. Визначення, які продукти або стилі найбільш популярні серед цільової аудиторії, дозволяє брендам створювати більш точні та ефективні рекламні повідомлення. Такий підхід забезпечує вищу віддачу від маркетингових інвестицій і зміцнює зв’язок між споживачами та брендом.

Соціальна відповідальність та сталий розвиток стають все більш важливими аспектами в індустрії моди, а вебсайти відіграють ключову роль у просуванні цих практик. Багато модних брендів використовують свої онлайн-платформи не тільки для продажу продукції, але й для залучення уваги до сталих і етичних ініціатив.

Один із способів, яким вебсайти можуть сприяти сталому розвитку, – це просування прозорості у виробництві. Бренди викладають детальну інформацію про джерела своїх матеріалів, умови праці на фабриках, де виготовляються їхні товари, і заходи, які вони вживають для зменшення екологічного впливу. Це не тільки підвищує довіру споживачів, але й стимулює інші компанії дотримуватись вищих стандартів.

Багато брендів реалізують ініціативи, які зменшують екологічний вплив, наприклад, перехід на використання органічних або перероблених матеріалів, зменшення використання води та енергії у виробничих процесах, і програми повторного використання або рециклінгу продукції після її службового строку.

Вебсайти стають платформою для інформування споживачів про ці зусилля, що не тільки збільшує обізнаність споживачів, але й мотивує їх приймати більш обдумані рішення під час покупок.

Деякі бренди використовують свої платформи для освіти споживачів про сталий розвиток через інтерактивні кампанії, освітні модулі та детальні блоги, які розповідають про важливість сталості у моді. Наприклад, бренд Patagonia активно використовує свій сайт для підвищення обізнаності про екологічні проблеми, включаючи необхідність захисту природних ресурсів і підтримку глобальних екологічних ініціатив.

Ці дії не тільки сприяють підвищенню екологічної обізнаності і залученості споживачів, але й впливають на їхні покупові рішення, стимулюючи вибір сталіших і етичних продуктів. В результаті, вебсайти стають не просто торговельними майданчиками, але й важливими інструментами в освіті та зміні споживацької культури на краще.

Спільноти та взаємодія є важливими елементами стратегії будь-якого модного бренду, який прагне побудувати міцні та тривалі відносини зі своїми клієнтами. Модні бренди активно використовують різноманітні методи для створення та підтримки спільнот навколо своїх вебсайтів, розуміючи, що сильна спільнота може сприяти лояльності клієнтів та збільшенню продажів.

Один із основних способів створення спільноти – це використання інтерактивних платформ, таких як форуми та блоги. Форуми дозволяють користувачам обговорювати продукти, ділитися порадами та висловлювати власні думки, що сприяє створенню почуття приналежності до бренду. Блоги, які часто оновлюються зі статтями на різноманітні теми – від модних трендів до порад про стиль – також грають важливу роль у залученні аудиторії. Вони не тільки інформують, але й надихають відвідувачів, збільшуючи їхню взаємодію з брендом.

Інші інтерактивні платформи, такі як соціальні мережі та інтерактивні онлайн-заходи, також важливі для підтримання спільнот. Завдяки активній участі у соціальних мережах бренди можуть просувати не тільки свої продукти,

але й будувати особистісні взаємовідносини з клієнтами, відповідаючи на їхні коментарі, проводячи конкурси та розіграші.

Зворотний зв’язок від споживачів має надзвичайно важливе значення для розвитку продуктів і послуг. Споживацькі відгуки, зібрані через ці інтерактивні платформи, допомагають брендам розуміти, що важливо для їхніх клієнтів, які аспекти продукції потребують поліпшення, а що вже добре сприймається. Ця інформація може бути використана для коригування дизайну продуктів, розробки нових товарів або вдосконалення клієнтського сервісу.

Врахування цього зворотного зв’язку не тільки підвищує задоволеність споживачів, але й сприяє створенню продуктів, які точніше відповідають потребам та бажанням ринку. Це створює взаємовигідні відносини, де клієнти відчувають, що їхній голос важливий, а бренди отримують важливі дані для своєї інноваційної діяльності.

Інновації та технології відіграють ключову роль у трансформації модної індустрії, а нововведення у вебдизайні та використання передових технологій стають вирішальними для успіху брендів. Ці нововведення не тільки змінюють спосіб, яким бренди взаємодіють зі своїми клієнтами, але й впливають на весь досвід покупок.

Однією з провідних технологій, яка набуває популярності в модній індустрії, є штучний інтелект (ШІ). ШІ використовується для персоналізації покупців, аналізу споживацьких даних і оптимізації логістики. Наприклад, ШІ може аналізувати попередні покупки та перегляди користувачів, щоб рекомендувати продукти, які вірогідно їх зацікавлять, забезпечуючи більш цільовий маркетинг та підвищуючи задоволення клієнтів.

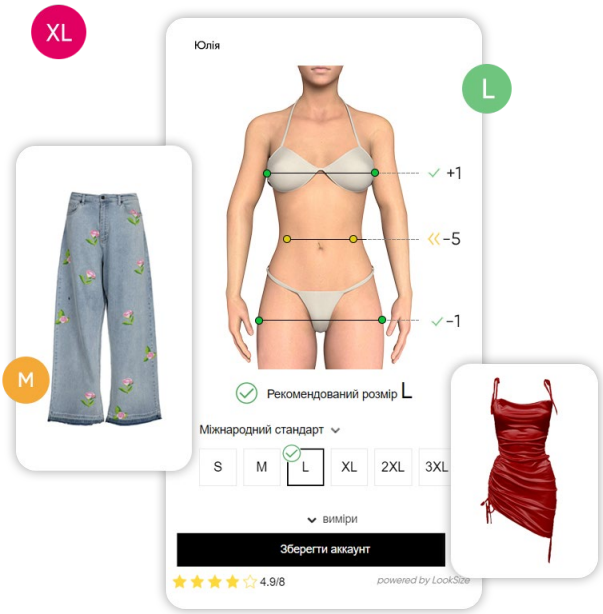


Рис.1.3. Приклад онлайн примірочної

Розширена реальність (РР) також перетворює роздрібну торгівлю, дозволяючи клієнтам переглядати товари в контексті свого життєвого простору або навіть приміряти одяг віртуально перед покупкою. Ця технологія не тільки збільшує впевненість покупців у своєму виборі, але й значно знижує кількість повернень товарів.

Технологія блокчейн відкриває нові можливості для забезпечення прозорості виробництва і боротьби з підробками. Використання блокчейну дозволяє створювати незмінну історію для кожного продукту, від моменту виробництва до моменту продажу, забезпечуючи споживачам докази автентичності та етичного походження продуктів.

Ці технології також впливають на розробку нових продуктів. Наприклад, з використанням ШІ бренди можуть розробляти товари на основі точних аналізів модних тенденцій та споживацьких вподобань, оптимізуючи свої колекції таким чином, щоб вони краще відповідали очікуванням ринку. Такі інновації не тільки покращують досвід покупців, але й сприяють сталому розвитку, оскільки забезпечують більш ефективне використання ресурсів.

Завдяки цим технологіям модні бренди можуть не тільки підвищувати ефективність своїх операцій, але й пропонувати споживачам більш глибокий, особистісний та задовільний досвід покупок.

Освіта та навчання в модній індустрії переживають значні зміни завдяки інтеграції цифрових технологій, зокрема через вебсайти, які стають ключовими інструментами в професійному розвитку і навчанні. Вебсайти брендів, освітніх платформ і спеціалізованих ресурсів пропонують широкий спектр можливостей для навчання та розвитку навичок, які необхідні для успіху в модній галузі.

Онлайн-курси, вебінари, інтерактивні семінари та майстер-класи доступні через численні платформи та дозволяють як новачкам, так і досвідченим професіоналам модної індустрії опановувати новими техніками, дізнаватися про останні тренди та покращувати свої навички. Ці ресурси надають учасникам можливість вчитися у провідних експертів галузі та взаємодіяти з колегами з усього світу, що розширює горизонти та сприяє професійному росту.

Аналіз доступних онлайн-ресурсів показує, що вони включають не лише традиційні навчальні матеріали, але й інноваційні формати, такі як віртуальні лабораторії, моделювання дизайну одягу та інтерактивне портфоліо. Такі інструменти дозволяють користувачам не просто засвоювати теоретичні знання, а й застосовувати їх на практиці, що є критично важливим для зрозуміння реальних вимог і викликів модної індустрії.

Вплив цих цифрових навчальних ресурсів на розвиток кар’єри в модній галузі є значним. Завдяки онлайн-освіті, професіонали можуть швидко адаптуватися до змін у трендах та технологіях, підвищувати свою кваліфікацію та продовжувати розвиватися у своїй спеціалізації без необхідності призупиняти свою кар’єру для стаціонарного навчання. Це також робить освіту більш доступною для людей з усього світу, вирівнюючи можливості для талановитих осіб, які можуть не мати доступу до традиційних освітніх інститутів.

Отже, з усієї поданої інформації, ми можемо робити висновок, що вебсайти відіграють вирішальну роль у модній індустрії, оскільки вони служать ключовими платформами для маркетингу, продажу та комунікації брендів зі своїми споживачами. По-перше, вебсайти дозволяють брендам демонструвати свої колекції та останні тренди широкій аудиторії без географічних обмежень, розширюючи їхній ринкове охоплення. По-друге, інтерактивні та користувацькі функції вебсайтів, такі як віртуальні примірки та персоналізовані рекомендації, покращують споживчий досвід, збільшуючи вірогідність покупки. По-третє, вебсайти виступають як платформи для діалогу та взаємодії зі споживачами, надаючи можливість збирати відгуки та пристосовуватися до потреб і переваг клієнтів, що є ключовим для підтримки лояльності та задоволення клієнтів. Таким чином, вебсайти є інструментом для розширення впливу, підвищення продажів і створення міцних відносин з клієнтами у модній індустрії.

Отже, другий розділ дипломної роботи досліджує роль вебсайтів у модній індустрії, зосереджуючись на переході до цифрових технологій, стійкості та інклюзивності в сучасних модних журналах, а також на вебдизайні та користувацькому інтерфейсі (UI/UX). Основні висновки можна підсумувати наступним чином:

Перехід до цифрових технологій став ключовим етапом у розвитку модної індустрії. Вебсайти та онлайн-платформи відкрили нові можливості для брендів та дизайнерів у плані презентації своїх колекцій, взаємодії з клієнтами та збільшення продажів. Цифрові технології дозволили зробити моду доступнішою для широкої аудиторії, сприяючи швидшому поширенню нових тенденцій та стилів.

Стійкість та інклюзивність стали важливими аспектами сучасних модних журналів і вебсайтів. Сучасні онлайн-видання активно просувають ідеї етичного споживання, екологічної відповідальності та соціальної справедливості. Інклюзивність, зокрема, виявляється у розмаїтті моделей, представлених на вебсайтах, та у відображенні різних культурних і соціальних груп, що сприяє формуванню більш толерантного та відкритого суспільства.

Вебдизайн та користувацький інтерфейс (UI/UX) відіграють вирішальну роль у привабливості та функціональності модних вебсайтів. Ефективний дизайн та зручний інтерфейс покращують користувацький досвід, збільшуючи час перебування на сайті та підвищуючи рівень задоволення користувачів. Важливими аспектами є адаптивність дизайну для різних пристроїв, швидкість завантаження сторінок та інтерактивні елементи, що забезпечують зручну навігацію та взаємодію.

У підсумку, вебсайти відіграють ключову роль у сучасній модній індустрії, впливаючи на всі її аспекти від маркетингу до споживання. Перехід до цифрових технологій, акцент на стійкості та інклюзивності, а також розвиток вебдизайну та користувацького інтерфейсу визначають сучасні тенденції та перспективи розвитку модної індустрії в умовах глобалізації та цифрової революції.

РОЗДІЛ 2. ІСТОРІЯ МОДИ: ВИТОКИ ТА РОЗВИТОК

2.1. Витоки та розвиток модних журналів. Вплив на культуру та індустрію моди

На зорі модних журналів у XVII-XVIII століттях виникає цікавий феномен у культурі споживання моди, який вплине на майбутні покоління і стане частиною глобальної індустрії моди. Ці початкові публікації, особливо “Mercure Galant”, започаткували нову еру у висвітленні та розповсюдженні модних трендів, роблячи стиль та моду доступними не тільки для малої кількості людей, а й для ширшого кола читачів.

Журнал “Mercure Galant” засновано у Франції у 1672 році Доном Жаном доном Жулем де Лакуром де Сен-Жоржем. Початково це видання не було виключно модним журналом; воно охоплювало широкий спектр тем від політики до літератури. Проте з часом “Mercure Galant” почав публікувати ілюстрації з останніх паризьких модних новинок, що стало великою новинкою. Ці ілюстрації не тільки показували вбрання, але й детально описували матеріали, кольори та візерунки, що дозволяло читачам уявити актуальні тренди та навіть спробувати відтворити їх у своїх образах.

LE
MERCVRE
GALANT.
CONTENANT PLUSIEURS
HISTOIRES VERITABLES,
Et tout ce qui s'eſt paſſé depuis
le premier Janvier 1672. juſques
au Depart du Roy.
PARIS,
ODORE GIRARD, dans
la Grand'Salle du Palais, du coſté de
la Cour des Aydes, à l'Envie.
M. DC. LXXII.
AVEC PRIVILEGE DV ROY.

Рис. 2.1. Журнал “Mercure Galant”

Це поєднання візуального та текстового контенту у “Mercure Galant” мало значний вплив на модні тенденції того часу. Журнал дозволяв людям з різних куточків Франції, а згодом і Європи, отримати уявлення про те, що вважалося модним у столиці. Це було особливо важливо у період, коли засоби масової інформації ще не були так розвинені, і більшість людей рідко мала можливість відвідувати Париж або інші великі міста, де формувалися модні тенденції.

Окрім “Mercure Galant”, існували й інші ранні видання, які сприяли розповсюдженню ідей моди. Наприклад, у Великобританії журнали та альманахи також почали включати модні поради та ілюстрації, що свідчить про зростаючий інтерес до моди серед широкої публіки. Ці публікації не просто інформували про моду, а й формували громадську думку про те, що є прийнятним або бажаним у сфері одягу.

У XIX столітті, в контексті промислової революції, журнали моди зазнають значного розвитку, оскільки технологічні інновації кардинально трансформують як виробництво одягу, так і розповсюдження інформації. Завдяки прогресу в друкарській справі та комунікаціях, модні журнали стають доступнішими та впливовішими, швидко здобуваючи популярність серед зростаючого міського середнього класу.

З появою масового виробництва, що дозволяло виробляти модний одяг швидше і дешевше, мода стає доступною широким масам. Журнали моди виступають не лише інформаторами про останні тренди, але й допомагають навігувати у світі стрімко змінюваних модних напрямків. Деталізовані ілюстрації та шаблони для шиття дозволяють читачам самостійно відтворювати актуальні наряди.

Технічні досягнення того часу, зокрема вдосконалення літографії, покращують якість ілюстрацій у журналах, що робить їх більш привабливими для покупців. Видання такі як “La Belle Assemblée” та “Godey’s Lady’s Book” у Великобританії та США, відповідно, перетворюються на культурні феномени, формуючи модні смаки своїх читачів.

Крім того, ці журнали починають включати матеріали про етикет, красу та домашнє господарство, розширюючи свою аудиторію серед жінок. Це відображає збільшення ролі жінок як активних споживачів і впливових учасників модного ринку, що вказує на їхній внесок у формування моди та культурних тенденцій того часу.

2.2. Розвиток графічного дизайну та фотографії

На початку XX століття модні журнали вступають у нову епоху з появою графічного дизайну та фотографії, які радикально трансформують їхній візуальний стиль та зміст. Цей період характеризується значними інноваціями в друкарській технології та фотографії, що дозволяє журналам моди презентувати моду в більш реалістичному та привабливому світлі.

Розвиток графічного дизайну спонукає до експериментів з макетом сторінок, типографікою та інтеграцією зображень. Журнали починають використовувати більш складні та артистичні візуальні компоненти, що робить їхні випуски не тільки інформаційними, але й естетично привабливими. Передові видання, такі як “Vogue” і “Harper’s Bazaar”, наймають художників і дизайнерів, які вносять інноваційний підхід до презентації моди, змінюючи загальне сприйняття журналів.

Значний вплив на модні журнали має введення фотографії як основного методу демонстрації моделей та одягу. Фотографія дозволяє відображати одяг і аксесуари в динаміці та на живих моделях, що надає зображенням більшої глибини і реалістичності. Це, в свою чергу, допомагає читачам легше уявити, як одяг буде виглядати на них самих. Відомі фотографи, такі як Едвард Стайхен та Сесіл Бітон, стають ключовими фігурами в індустрії, своїми роботами вони не тільки відображають модні тенденції, але й формують їх.

Рис.2.2. Робота фотографа Сесіл Бітон

Ці нововведення в дизайні та фотографії роблять модні журнали більш доступними та привабливими, а також посилюють їх вплив як на культурному, так і на комерційному рівнях. Журнали перетворюються з простих публікацій на повноцінні артоб’єкти, що визначають напрямки розвитку моди та впливають на вибір та споживання одягу в суспільстві.

У цей час модні журнали відіграють важливу роль у формуванні модних ікон, таких як Коко Шанель. Ці видання не лише відображають тенденції моди, але й активно впливають на громадське сприйняття видатних дизайнерів, трансформуючи їх у символи стилю та культурні феномени.

Коко Шанель, завдяки своїм інноваціям у моді та особливому стилю, стає частим персонажем на сторінках модних журналів. Журнали активно популяризують її візію одягу, яка характеризується простотою, елегантністю та функціональністю.

На сторінках цих журналів Шанель представлена не тільки як дизайнер, але й як приклад “нової жінки” – незалежної, сміливої, та самодостатньої. Її

часті виступи у власних створеннях, а також статті, які розкривають її філософію моди та життя, зміцнюють її імідж у громадській свідомості.

Модні журнали також сприяють комерційному успіху Шанель, регулярно включаючи огляди її колекцій. Ці публікації не тільки забезпечують видимість її бренду, але й стимулюють зростання її популярності, перетворюючи її дизайни в символи модної епохи. Таким чином, модні журнали істотно впливають на формування модних ікон, активно підтримуючи інноваційні підходи та ідеї у моді, що продовжує визначати стилістичні орієнтири для суспільства.

Під час і після Другої світової війни модні журнали відчули значні зміни, що відображали глобальні перетворення в суспільстві та економіці. Воєнний час вплинув на ресурси, доступні для виробництва одягу, і це, у свою чергу, мало відображення на сторінках модних видань. Раціоналізація матеріалів та обмеження на деякі товари змусили дизайнерів бути більш інноваційними з меншими ресурсами.

PORTFOLIO OF
WARTIME
ECONOMIES
SIX PAGES
All-Season Hats
CHOICE OF THE MONTH

Рис.2.3. Сторінки видання Vogue у 1943 році

Модні журнали під час війни часто фокусувалися на практичності одягу, пропагуючи стилі, які були адаптовані до воєнних обставин. Наприклад, в

Британії під час війни були популярні “утіліті” вбрання, які були простими, але функціональними і відповідали воєнним нормам виробництва одягу. Журнали активно підтримували національні зусилля, публікуючи статті про воєнну моду та рекомендуючи читачам способи “робити більше з меншим”.

Після війни, з настанням мирного часу, модні журнали почали відображати новий оптимізм, який виразився в зміні модних тенденцій. Символом цього стало створення “New Look” Крістіана Діора в 1947 році, яке стало поворотним моментом у моді післявоєнного періоду. Діорова нова силуета з акцентованими плечима, вузькою талією та пишною спідницею була відображена на сторінках багатьох модних журналів і стала символом відновлення та жіночності.

Журнали не тільки показували нові тренди, але й ставали майданчиком для дискусій про соціальні зміни, що супроводжували повоєнне відродження. Вони досліджували, як мода може впливати на самопочуття жінок та їх роль у швидко змінюваному суспільстві.

Це був час, коли модні журнали почали відходити від строгої функціональності військових років та знову звертати увагу на стиль, красу та індивідуальність.

Епоха повоєнного процвітання в 50-60-х роках мала значний вплив на журнали моди, відображаючи широкомасштабні економічні зміни та соціальні трансформації. Зростання добробуту в цей період сприяло збільшенню споживання та експансії модної індустрії, а журнали моди стали не лише дзеркалом нових стилів, а й каталізатором модних тенденцій.

З економічним зростанням і підвищенням життєвого рівня, люди мали більше коштів на витрати для одягу, що відобразилось на сторінках модних журналів. Видання, такі як “Vogue” та “Harper’s Bazaar”, почали регулярно представляти розкішні та дорогі образи, підкреслюючи доступність та бажаність модних товарів. Це був час, коли мода ставала все більш масовою і доступною, а модні журнали грали ключову роль у формуванні споживацьких бажань.

Журнали моди не лише відслідковували та висвітлювали тенденції, але й активно брали участь у їх створенні, співпрацюючи з дизайнерами та рекламодавцями. Це була епоха, коли вплив модних редакторів і стилістів на індустрію моди значно зріс. Фігури, як Діана Вріланд, революціонізували роль модних журналів, роблячи їх не просто вітриною моди, але й платформою для соціальних і культурних дискусій, що стосуються моди та краси.

Крім того, у 50-60-х роках з'явилися нові технології у виробництві та друку, що дозволили журналам моди ставати більш кольоровими та візуально привабливими. Фотографія стала невід'ємною частиною модних видань, збільшуючи їхню здатність захоплювати та інспірувати аудиторію. Фотосесії ставали все більш елаборатними, а місцями зйомок часто обирали екзотичні локації, що надавало сторінкам журналів відчуття гламуру та мрійливості.

Вплив економічного зростання на журнали моди у 50-60-х роках був значним, перетворивши їх із засобу інформування про моду у важливий елемент культурного та соціального ландшафту, що впливає на масові настрої та відображає змінні ідеали краси та стилю.

2.3. Революція модних журналів: відображення культурних та соціальних трансформацій

Революція у модних журналах 1970-х років відображала глибокі культурні та соціальні зміни, які охопили світ цього десятиліття. Це був період культурного бурхливого розвитку, в якому молодіжні рухи, фемінізм, антивоєнні протести та розквіт контркультури значно вплинули на модну індустрію та її видання.

У 1970-х роках модні журнали почали активно відображати різноманітність та інклюзивність, включаючи моделей різних етнічних груп, що було відповіддю на зростаючу потребу в соціальній справедливості та рівності. Це також був час, коли стиль "унісекс" набирав популярності, що відображало зміщення гендерних норм у суспільстві.

Модні журнали також стали платформою для обговорення соціальних та політичних питань, включаючи феміністичний рух і його вплив на моду. З’явилися статті, які висвітлювали ідеї рівності та самовираження через одяг, і журнали почали відігравати більш активну роль у формуванні суспільної свідомості.

На сторінках модних журналів 1970-х стали популярними стилі, які відображали вплив музики та мистецтва цієї епохи. Рок, панк та диско відіграли значну роль у формуванні модних напрямків, що видно було у візуальних елементах та стилістиці одягу, представленому в журналах. Знамените зображення Девіда Боуї у ролі Зіггі Стардаста та іконічні образи з відтінками глам-року часто з’являлись на їхніх сторінках, відображаючи глибокі культурні зміни та нову хвилю індивідуалізму.

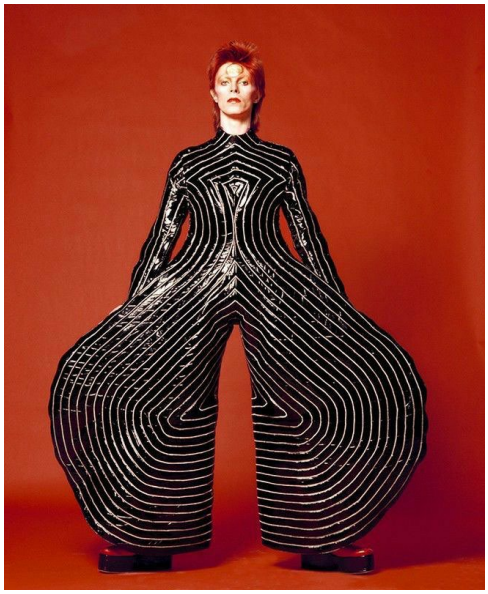


Рис.2.4. Образ Девіда Боуі (Зігі Стардаст)

Також 1970-ті стали періодом, коли екологічна свідомість почала впливати на модну індустрію. Журнали почали включати теми сталості та відповідального споживання, що відбувалось у контексті зростаючої турботи про навколишнє середовище.

Це десятиліття було часом значних змін для модних журналів, які стали не просто інструментами реклами та розповсюдження моди, але й активними

учасниками в обговоренні культурних та соціальних змін, що формували суспільство.

Отже, розглянутл важливі аспекти становлення та еволюції модних журналів, графічного дизайну та фотографії, а також їхню роль у відображенні культурних та соціальних трансформацій. Основні висновки можна підсумувати наступним чином:

Модні журнали виникли як відповідь на потребу суспільства в інформації про нові тенденції та стилі. Перші видання, що з'явилися в XVIII столітті, швидко набули популярності, сприяючи поширенню модних ідей. Журнали стали не лише інструментом інформування, але й важливим засобом впливу на суспільну думку, формуючи уявлення про красу та стиль. Їх роль у розвитку модної індустрії важко переоцінити, оскільки вони створили платформу для презентації нових колекцій та дизайнерів.

З розвитком технологій та мистецтв графічний дизайн і фотографія стали невід'ємною частиною модних журналів. Вони не лише покращували візуальну привабливість видань, але й відкрили нові можливості для творчого самовираження. Зміни в техніках фотографії та графічного дизайну сприяли більш точному та естетичному відображенню модних образів, що підвищувало їхній вплив на читачів і посилювало зв'язок між мистецтвом і модою.

Модні журнали стали дзеркалом суспільних змін, відображаючи зміни в культурі, політиці та соціальних відносинах. Вони реагували на виклики часу, включаючи рухи за права жінок, етнічну різноманітність та інші важливі соціальні питання. Революційні зміни в форматі та контенті журналів сприяли формуванню нових ідеалів краси та стилю, підкреслюючи важливість індивідуальності та різноманітності. Це дозволило модним виданням залишатися актуальними та впливовими впродовж десятиліть.

У підсумку, історія модних журналів, їхній розвиток через графічний дизайн та фотографію, а також їхня роль у відображенні культурних та соціальних змін підкреслюють важливість цих видань у формуванні сучасного уявлення про моду та стиль. Модні журнали не лише відображають, але й

формують суспільні тренди, залишаючись важливим інструментом культурної комунікації та самовираження.

РОЗДІЛ 3. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ТА ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ

3.1. Основи вебдизайну: принципи хорошого вебдизайну

У сучасному світі, де цифрове середовище відіграє ключову роль у повсякденному житті, вебдизайн стає одним із найважливіших елементів успішної присутності в інтернеті. Вебдизайн не просто стосується зовнішнього вигляду сайту, але і його функціональності, а також способу, в який користувачі взаємодіють із контентом. Це дисципліна, яка поєднує в собі технічні навички та креативність, вимагаючи від дизайнера розуміння цільової аудиторії, бізнес-цілей та технологічних можливостей.

Важливість вебдизайну може бути визначена його здатністю впливати на сприйняття бренду, взаємодію з користувачами та, зрештою, успіхи комерційної діяльності в інтернеті. Добре спроєктований вебсайт може значно підвищити видимість бренду і поліпшити користувацький досвід, що в свою чергу спонукає користувачів до дій – від покупок до реєстрацій. На відміну від простої графічної дизайнерської роботи, вебдизайн включає увагу до навігації, швидкості завантаження, і взаємосумісності з різними пристроями та браузерами, що вимагає глибоких знань у галузі технологій.

Основні концепції та термінологія у вебдизайні

Однією з ключових концепцій у вебдизайні є “відгуковий дизайн” (responsive design), який забезпечує оптимальний перегляд і взаємодію з сайтом на будь-якому пристрої, від мобільних телефонів до десктопів. Це включає адаптацію макету, зображень та навігації відповідно до розміру екрану. Інша важлива термінологія – “UX/UI дизайн”, де UX (User Experience) відноситься до враження користувача від взаємодії з вебсайтом, а UI (User Interface) – до специфічного вигляду і функцій інтерфейсу.

Знання основних технологій, таких як HTML, CSS, і JavaScript, також є важливими для вебдизайнера. HTML (HyperText Markup Language) використовується для структурування контенту на вебсторінці, CSS (Cascading

Style Sheets) визначає стиль елементів, а JavaScript дозволяє додати інтерактивність.

Ці елементи разом формують основу вебдизайну, дозволяючи створювати ефективні, естетично привабливі та функціональні вебсайти, здатні задовольнити потреби і очікування сучасних користувачів.

Принципи хорошого вебдизайну

Якість вебдизайну визначається його ефективністю в досягненні цілей сайту та забезпеченні задоволення потреб користувачів. Ефективний вебдизайн повинен бути не тільки візуально привабливим, але й функціональним, забезпечуючи легкість навігації, швидке завантаження та простоту взаємодії. Для цього дизайнери слідують декільком ключовим принципам.

Відзивчивий дизайн забезпечує, що вебсайт правильно відображається і функціонує на всіх типах пристроїв, від мобільних телефонів до великих моніторів. Цей принцип допомагає забезпечити зручність перегляду та інтерактивності, незалежно від розміру екрану чи орієнтації.

Доступність забезпечує, що вебсайти можуть використовувати люди з різноманітними фізичними обмеженнями. Це включає адаптацію контенту для технологій допомоги, таких як читачі екрану, і впровадження функцій, які дозволяють змінювати розмір шрифту або контрастність кольорів для кращого сприйняття. Правильна реалізація принципів доступності не тільки розширює аудиторію сайту, але й підвищує його універсальність.

Естетика вебдизайну відіграє вирішальну роль у створенні першого враження. Вона включає вибір кольорів, шрифтів, зображень та інших візуальних елементів, які не тільки приваблюють увагу користувачів, але й сприяють легкості сприйняття інформації. Гармонія в естетиці допомагає створити емоційний зв’язок з користувачем і підкреслити професіоналізм бренду.

Ці принципи формують основу для створення вебсайтів, які ефективно служать своїм цілям, забезпечуючи високий рівень задоволення та залучення користувачів.

Розробка користувацького інтерфейсу (UI): Основні компонент та їх роль

Користувацький інтерфейс (UI) є критично важливим аспектом будь-якої програмної продукції, який забезпечує ефективну та інтуїтивно зрозумілу взаємодію між користувачем та системою. Розробка інтерфейсу зосереджена на візуальній компоненті програмного забезпечення, де кожен елемент відіграє ключову роль у формуванні загального досвіду користувача. Нижче розглянемо основні компоненти UI і їх вплив на забезпечення зручності і доступності.

Основні компоненти UI

Кнопки (Buttons): Кнопки є фундаментальними елементами UI, що дозволяють користувачам взаємодіяти з системою через прості команди (наприклад, “Надіслати”, “Видалити”). Вони повинні бути яскраво виділені та зрозумілі для користувача.

Іконки (Icons): Іконки служать швидкому розпізнаванню функцій та особливостей продукту. Вони повинні бути інтуїтивно зрозумілими і консистентними по всьому інтерфейсу.

Меню (Menus): Меню організують навігацію та доступні опції в структурованому та ефективному форматі. Вертикальні або горизонтальні меню повинні використовуватися для полегшення доступу до різних розділів системи.

Форми введення (Input Forms): Форми є важливими для збору інформації від користувачів. Їхнє правильне структурування може значно підвищити ефективність і точність збору даних.

Відгуки (Feedback): Важливо, щоб система надавала зворотній зв’язок на дії користувача, такі як підтвердження успішної операції або повідомлення про помилку.

Приклади та кращі практики у розробці інтерфейсів

Простота та чистота: Ефективний UI повинен уникати зайвої складності. Прості, чисті дизайни з легко читаними шрифтами і достатнім вільним

простором (whitespace) допомагають користувачам швидше знаходити потрібну інформацію та функції.

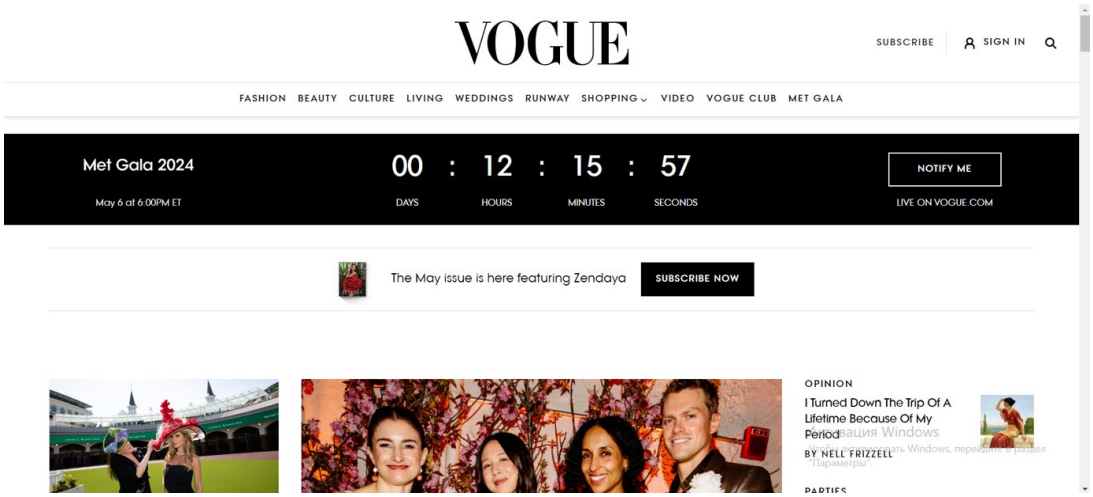


Рис. 3.1. Приклад якісного вебдизайну

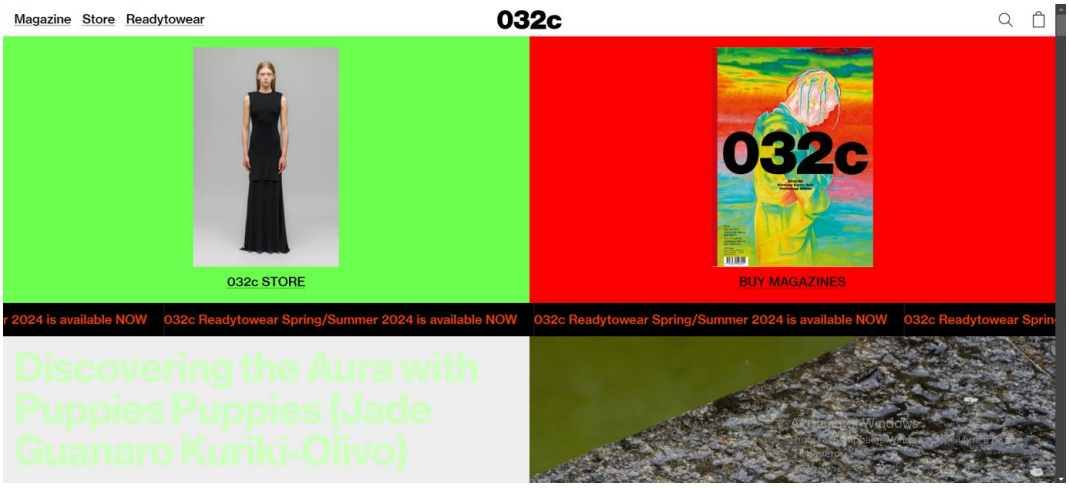


Рис. 3.2. Приклад неякісного вебдизайну

Консистентність: Всі візуальні елементи повинні бути консистентними по всьому інтерфейсу. Це стосується кольорів, шрифтів, стилів кнопок та іконок, що сприяє інтуїтивно зрозумілому і зручному досвіду користувача.

Адаптивність: Інтерфейси мають бути адаптивними, тобто ефективно працювати на різних пристроях і розмірах екранів, забезпечуючи однаково високий рівень доступності та зручності.

Тестування користувацького досвіду (User Testing): Регулярне тестування з реальними користувачами може виявити непередбачені проблеми в інтерфейсі та допомогти їх вирішити до релізу продукту.

Ці компоненти та практики в сукупності формують основу для розробки інтуїтивно зрозумілого та ефективного користувацького інтерфейсу, здатного задовольнити потреби користувачів і підвищити загальну ефективність взаємодії з продуктом.

Користувацький досвід (UX): Значення та методи покращення

Користувацький досвід (UX) охоплює всі аспекти взаємодії користувача з компанією, її послугами та продуктами. Якість UX безпосередньо впливає на сприйняття вебсайту користувачами, їхню задоволеність та лояльність, а також на загальний успіх вебсайту на ринку.

3.2. Значення UX та інноваційні підходи у вебдизайні

Залученість користувачів. Відмінний UX забезпечує зручність та інтуїтивне розуміння, що значно збільшує залученість користувачів. Вебсайти з хорошим UX спонукають користувачів проводити більше часу на сторінках, що підвищує шанси на конверсію.

Зниження відсотка відмов. Користувачі часто покидають вебсайти з плутаним дизайном або складною навігацією. Чіткий та зрозумілий UX допомагає знизити показник відмов, збільшуючи кількість повторних відвідувань.

Конверсія. Ефективний UX покращує конверсійні показники, оптимізуючи вебсайт для досягнення бізнес-цілей, таких як продажі, реєстрації, підписки та інші.

Методи покращення користувацького досвіду

Дослідження користувачів: Збір інформації про користувачів допомагає розуміти їхні потреби, поведінку та вподобання. Методи дослідження включають спостереження, інтерв’ю, анкетування та аналіз даних використання продукту.

Створення персонажів користувачів: Персонажі – це деталізовані описи архітипічних користувачів, які представляють різні сегменти цільової аудиторії. Вони допомагають розробникам і дизайнерам краще розуміти, кого вони проєктують, забезпечуючи більшу персоналізацію та релевантність досвіду користувача.

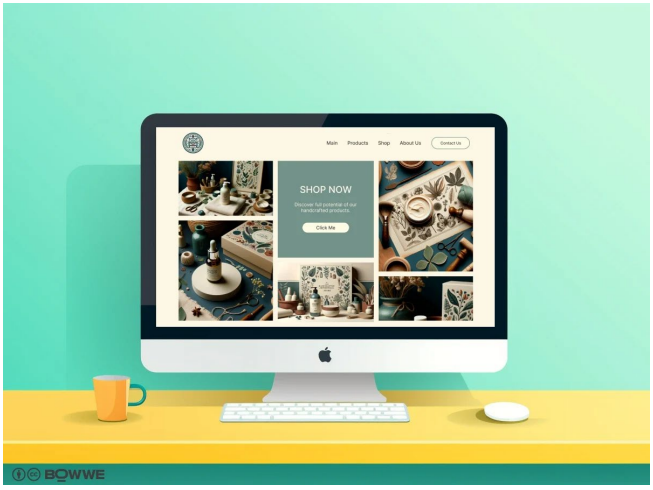
Тестування з користувачами: Регулярне тестування з реальними користувачами виявляє потенційні проблеми та дозволяє зробити необхідні корективи до фінального запуску продукту. Методи тестування можуть включати юзабіліті-тестування, A/B тестування та інші.

Використання цих методів у розробці UX забезпечує створення вебсайтів, які не тільки виглядають добре, але й працюють ефективно, задовольняючи потреби та очікування користувачів. Це дозволяє компаніям будувати міцніше зв’язок зі своїми користувачами, збільшувати лояльність та, відповідно, забезпечувати бізнес-успіх.

Вебдизайн розвивається з величезною швидкістю, адаптуючись до новітніх технологій та користувацьких вимог. Сьогодні ми обговоримо кілька ключових трендів, які вже впливають на цю галузь, і спрогнозуємо, як нові технології можуть трансформувати вебдизайн у найближчі роки.

Сучасні тренди в вебдизайні

Штучний інтелект (AI). Штучний інтелект все більше інтегрується в інструменти для вебдизайну, зокрема в автоматизацію процесів створення дизайну, таких як вибір кольорів, шрифтів та інших елементів. AI може аналізувати поведінку користувачів і автоматично адаптувати дизайн сайту для покращення користувацького досвіду.



3.3. Приклад сайту створеного за допомогою AI

Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR): VR і AR технології дають можливість створити більш іммерсивні вебсайти. Наприклад, онлайн-магазини можуть використовувати AR для того, щоб дозволити користувачам “приміряти” товари перед покупкою, що збільшує взаємодію та задоволеність користувачів.

Голосове керування. З ростом популярності голосових асистентів, таких як Amazon Alexa та Google Assistant, вебсайти все частіше включають голосове керування для зручності користувачів. Це може бути особливо корисним для людей з обмеженими можливостями.

Прогнози на майбутнє

Більш глибока інтеграція з Інтернетом речей (IoT): Вебдизайн може стати більш інтерактивним та функціональним завдяки інтеграції з пристроями IoT. Це означає, що вебсайти будуть взаємодіяти не тільки з комп’ютерами та смартфонами, а й з іншими пов’язаними пристроями в домогосподарстві або на робочому місці.

Адаптивний і прогностичний дизайн: Використання машинного навчання для аналізу даних про поведінку користувачів може дозволити вебдизайнерам створювати більш адаптивні та особистісні інтерфейси, які прогнозують і задовольняють потреби користувачів до того, як вони навіть їх усвідомлять.

Етика та приватність: З підвищенням уваги до приватності даних та етичних питань, дизайнери будуть потребувати інкорпорувати ці аспекти у свої проєкти, забезпечуючи прозорість використання даних та захист особистої інформації користувачів.

Отже, третій розділ дипломної роботи присвячений процесу розробки та дизайну вебсайту, зокрема основам вебдизайну, принципам хорошого вебдизайну, значенню UX (користувацького досвіду) та інноваційним підходам у вебдизайні. Основні висновки можна підсумувати наступним чином:

Основи вебдизайну включають ключові принципи, що забезпечують ефективність та привабливість вебсайтів. Добре спланований вебдизайн враховує такі аспекти, як візуальна ієрархія, читабельність, контраст, колірна палітра, та розташування елементів. Ці принципи допомагають створити зручний та естетично приємний інтерфейс, який сприяє залученню користувачів та підвищує їх задоволеність.

Значення UX (користувацького досвіду) у вебдизайні важко переоцінити. Високоякісний UX забезпечує інтуїтивність навігації, легкість доступу до інформації та загальну зручність використання вебсайту. Ключовими елементами є адаптивний дизайн, швидкість завантаження сторінок, чіткість структури та функціональність. Інноваційні підходи у вебдизайні, такі як використання штучного інтелекту, інтерактивні елементи та персоналізація контенту, сприяють покращенню користувацького досвіду та підвищенню ефективності вебсайтів.

Процес розробки та дизайну вебсайту є комплексним і вимагає врахування багатьох факторів для досягнення оптимального результату. Важливо проводити аналіз цільової аудиторії, визначати ключові цілі сайту, створювати прототипи та проводити тестування, щоб забезпечити високу якість кінцевого продукту. Сучасні технології та методи розробки дозволяють створювати вебсайти, що відповідають найвищим стандартам якості та задовольняють потреби користувачів.

У підсумку, процес розробки та дизайну вебсайту є важливим етапом створення успішного онлайн-ресурсу. Основи вебдизайну, значення UX та інноваційні підходи є ключовими елементами, що визначають успіх вебсайту та його здатність задовольняти потреби користувачів. Використання сучасних технологій та дотримання принципів хорошого дизайну дозволяє створювати ефективні, функціональні та привабливі вебсайти.

РОЗДІЛ.4 ТЕХНОЛОГІЯ ПРОЄКТУВАННЯ WEB-САЙТУ ЖУРНАЛУ МОДИ

4.1. Етапи створення журналу мод. Структура сайту: розробка ієрархії сайту, навігації, інформаційної архітектури

Створення вебсайту модного журналу – це складний процес, який вимагає уваги на кожному етапі розробки. Давайте розглянемо детально кожен із ключових етапів, щоб ви могли краще зрозуміти, як все відбувається.

Рис. 4.1. Основні етапи створення журналу мод

1. Підготовчий етап

На початку проєкту найважливіше – правильно визначити, що саме ви хочете отримати від вашого вебсайту. Сюди входить:

Аналіз ринку та аудиторії: Хто ваші читачі? Що їм подобається? Це допоможе зробити контент більш цікавим і корисним.

Визначення функціональності сайту: Які функції мають бути на сайті? Які рубрики?

Складання технічного завдання: Оформлення всіх ваших вимог і очікувань у документ, який буде використовуватись розробниками.

2. Проєктування

- На цьому етапі створюється дизайн та структура майбутнього сайту:
- Вайрфреймінг: Це схематичне зображення сторінок сайту, яке показує розміщення основних елементів.
- Дизайн: Підбір кольорової палітри, шрифтів, визначення стилю графічних елементів.
- Прототипування: Створення інтерактивних моделей, які можна тестувати, щоб побачити, як все працює.

3. Розробка

- Це етап, на якому сайт починає набувати реальних обрисів:
- Front-end розробка: Ваш сайт отримує “обличчя”, сторінки стають функціональними за допомогою коду.
- Back-end розробка: Забезпечення роботи сервера, баз даних, інтеграція систем та сервісів.
- Настройка CMS: Дозволяє редакторам легко управляти контентом сайту.

4. Наповнення контентом

- Коли основа сайту готова, час наповнити його живим контентом:
- Тексти: Новини, статті, огляди – все, що зацікавить вашу аудиторію.
- Мультимедіа: Додавання якісних фото, відео, що роблять контент візуально привабливим.
- SEO оптимізація: Покращення видимості сайту в пошукових системах.

Цільова аудиторія журналу мод – це ключовий фактор, який впливає на всі аспекти від контенту до маркетингових стратегій. Розуміння хто є вашими читачами, допоможе створити зміст, який резонуватиме з ними та сприятиме залученню та утриманню аудиторії. Ось основні аспекти, які варто врахувати при визначенні цільової аудиторії журналу мод:

Цільова аудиторія часто включає молодих людей від 18 до 35 років, які цікавляться модою, красою та лайфстайлом. Важливо розглядати такі параметри, як стать, вік, доходи та освіта, оскільки вони впливають на споживчі переваги та поведінку.

Модний журнал може мати глобальну аудиторію, але специфічні ринки або регіони можуть мати свої унікальні тренди та вимоги. Наприклад, тренди моди в Європі можуть відрізнятися від трендів у Північній Америці чи Азії.

Це включає інтереси, стиль життя та цінності. Любителі моди, які слідкують за останніми трендами, можуть виявляти більший інтерес до журналів, які акцентують на новітніх дизайнерських колекціях, тоді як інші можуть більше цікавитися стійкою модою та екологічними питаннями.

Сучасна цільова аудиторія часто є технологічно освіченою та активно використовує соціальні медіа для отримання інформації про моду та лайфстайл. Ці читачі вважають за краще швидкий доступ до інформації через мобільні пристрої та оцінюють інтерактивний контент, такий як відео та анімації.

Деякі члени аудиторії можуть бути професіоналами в індустрії моди, такими як дизайнери, стилісти або ритейлери, які шукають інформацію для професійного зростання та вдосконалення.

Розуміння та адаптація до потреб цієї аудиторії дозволить журналу моди не лише досягти великої популярності серед своїх читачів, а й забезпечити стале залучення та взаємодію. Успішний журнал постійно досліджує та вивчає свою аудиторію, адаптуючи зміст та підходи для відповідності їхнім змінюваним інтересам та потребам.

Визначення цілей сайту

Першим кроком у створенні вебсайту є визначення його основних цілей. Це як встановлення “силуету” для колекції: визначається, для чого вона призначена і які задачі повинна вирішувати.

Інформування – сайт може служити джерелом новин та оновлень у світі моди. Це може включати тренди, інтерв’ю з дизайнерами, репортажі з модних показів та статті про стилістику.

Залучення – сайт може спрямовувати на створення спільноти шанувальників бренду. Тут важливими є інтерактивні елементи, такі як коментарі, форуми, опитування, а також інтеграція з соціальними мережами.

Продаж – якщо сайт також є платформою для продажу модного одягу, аксесуарів або інших товарів, важливо забезпечити зручність і безпеку покупок. Це може включати інтеграцію з платіжними системами, наявність детальних описів товарів, фотографій високої якості та систему відгуків.

Структура сайту та навігація

Структура сайту – це його “кістяк”. Вона повинна бути логічною і інтуїтивно зрозумілою, щоб користувачі могли легко знайти потрібну інформацію.

Рис. 4.2. Види контенту журналу мод

Вебсайт модного журналу може включати різноманітний контент, кожен тип якого спрямований на задоволення інтересів і потреб аудиторії. Ось деякі основні види контенту, які зазвичай можна знайти на таких платформах: новини, тренди, інтерв’ю, блоги, відео, фото, поради.

Ось більш детальний опис кожного з видів контенту

Новини охоплюють актуальні події у світі моди, включаючи анонси нових колекцій, відкриття магазинів, модні покази та інші значимі події, допомагаючи читачам залишатися в курсі останніх трендів.

Тренди включають статті, які аналізують актуальні стилі, кольори, матеріали та дизайни, надаючи читачам інформацію про те, як оновити особистий гардероб і що буде модним у майбутніх сезонах.

Інтерв'ю з дизайнерами, стилістами, моделями та іншими ключовими фігурами модної індустрії дають змогу глибше зрозуміти творчі процеси та кар'єрні шляхи цих особистостей, а також їхній вплив на моду.

Блоги на сайті можуть бути як персональними, так і тематичними, де автори діляться своїми думками, стилем життя та експериментами, обговорюючи моду в контексті ширших культурних тенденцій.

Відео на модному сайті може варіюватись від закулісних зйомок і відео з модних показів до інструкцій зі стилю та DIY-проєктів, забезпечуючи динамічний та візуально привабливий спосіб подачі контенту.

Фото є невід'ємною частиною модного сайту, включаючи високоякісні знімки з модних показів, редакційні фотосесії та вуличну моду, які демонструють останні тренди і стилі в живому форматі.

Ці різні види контенту разом створюють повноцінний та багатогранний вебсайт, який залучає широку аудиторію і задовольняє різноманітні інтереси любителів моди.

5. Тестування

- Перш ніж запустити сайт, його потрібно ретельно перевірити:
- Функціональне тестування: Все працює як належить?
- Юзабіліті тестування: Чи зручний сайт для користувача?
- Крос-браузерне тестування: Чи добре відображається сайт у різних браузерах і на різних пристроях?
- Безпека: Перевірка сайту на потенційні вразливості.

Після успішного тестування сайт можна запускати, і він стане доступний для ваших читачів. Це велика робота, але в результаті ви отримаєте повноцінний ресурс, який представлятиме ваш бренд у світі моди.

Концепція вебсайту журналу мод, який розглядає моду як мистецтво, а не як масовий продукт, повинна відображати унікальний підхід до кожного

аспекту своєї реалізації. Вебсайт створюється для вибагливої аудиторії, яка цінує розкіш та індивідуальність у моді, розглядаючи кожен предмет одягу як витвір мистецтва. З цією метою, дизайн сайту має бути чистим та елегантним, використовуючи високоякісні зображення та спокійну кольорову палітру для підкреслення витонченості продуктів. Описи товарів повинні містити інформацію про дизайнерські ідеї, використані матеріали та процес створення, щоб надати виробам більшої цінності та глибини.

Інтерактивні елементи, такі як віртуальні виставки та відеорозповіді про створення колекцій, забезпечать більшу залученість аудиторії, дозволяючи відвідувачам глибше зануритися в культуру моди. Також важливо надавати освітній контент, що охоплює історію моди, вплив культур та еволюцію стилів, щоб підкріпити розуміння моди як мистецтва.

Сайт має бути адаптивним, забезпечуючи комфортний перегляд з будь-яких пристроїв, а візуальна ієрархія сайту має спрощувати навігацію та доступ до різних розділів. Хоча сайт і орієнтований на конкретну аудиторію, його глобальний охоплення повинно забезпечити привабливість для міжнародних відвідувачів, включаючи можливість вибору мови інтерфейсу. Це дозволяє ефективно комунікувати ідею, що мода – це мистецтво, доступне для оцінки і здатне надихати аудиторію на нові горизонти сприйняття.

Види структур журналу мод

Вебсайти можуть мати різні структурні рішення залежно від їх цілей, аудиторії та контенту. Ось декілька основних видів структури сайтів, які зазвичай використовуються:

Лінійна структура – це простий тип структури, де користувачі переміщуються послідовно від однієї сторінки до наступної. Це може бути корисним для вебсайтів з наративним контентом, де потрібно контролювати послідовність інформації.

Ієрархічна структура – це найпоширеніший тип структури для більших сайтів. Центральна домашня сторінка веде до декількох категорій, які, в свою чергу, розгалужуються на підкатегорії або індивідуальні сторінки.

Сітчаста (матрична) структура – користувачі можуть вибирати, як переміщатися між сторінками, часто з великою кількістю посилань, що з'єднують різні сторінки в неструктурований спосіб.

Базована на базі даних структура – динамічні вебсайти, що генерують сторінки відповідно до запитів користувачів через базу даних. Це поширено у великих інтернет-магазинах та сервісах з великою кількістю контенту.

Види структури сайтів для журналів мод:

Портальна структура: Це один з найпоширеніших підходів для вебсайтів журналів мод. Сайт виглядає як портал, що включає різноманіття секцій, таких як новини, тренди, інтерв'ю з дизайнерами, аналітичні статті, фоторепортажі та блоги. Центральна домашня сторінка часто містить слайдер з головними новинами, а меню навігації дозволяє легко переходити до різних розділів.

Журнальна структура: Схожа на традиційний друкований журнал, структура сайту організована за розділами чи випусками. Користувачі можуть переглядати статті в межах певного випуску, що дозволяє створити відчуття читання реального журналу.

Блогова структура: Центрована на статтях, що часто оновлюються і організовані за датою. Блоги можуть бути персоналізованими з акцентом на певні теми чи тренди в моді. Часто такий тип структури містить також секції для коментарів та взаємодії з читачами.

Тематична структура: Основана на специфічних темах чи категоріях, наприклад, весільна мода, вулична мода, модні аксесуари тощо. Користувачі можуть обирати теми, що їх цікавлять, що робить навігацію більш цілеспрямованою і особистісною.

Кожен з цих типів структури має свої переваги і недоліки та може бути адаптований залежно від специфічних потреб та цілей вебсайту журналу мод. Вибір структури залежить від того, як редакція бажає представляти контент і взаємодіяти зі своєю аудиторією.

Для свого сайту я використав **портальну структуру.** Давайте розглянемо плюси і мінуси цієї структури:

Переваги портальної структури

Централізований доступ: Одна центральна домашня сторінка дозволяє користувачам легко отримати доступ до різноманітних розділів сайту, забезпечуючи швидкий доступ до новин, аналітичних матеріалів, блогів тощо.

Залучення користувачів: Портальна структура допомагає утримувати користувачів на сайті, пропонуючи їм легкий доступ до різних типів контенту з головної сторінки, що може сприяти збільшенню часу, проведеного на сайті.

Легкість навігації: Чітко структуроване меню та категорії допомагають користувачам легко знаходити інформацію, що покращує загальний досвід користувача.

Ефективне відображення контенту: Можливість показувати ключовий контент на головній сторінці дозволяє користувачам швидко ознайомитися з головними новинами та трендами.

Мінуси портальної структури:

Перевантаження інформацією: Велика кількість інформації на головній сторінці може викликати відчуття перевантаження і збентеження у користувачів, особливо якщо дизайн не є достатньо чітким та організованим.

Проблеми зі швидкістю завантаження: Через велику кількість зображень, відео та інших медіа-елементів, головна сторінка може завантажуватися повільно, що може вплинути на загальну продуктивність сайту.

Складність утримання: Потреба постійно оновлювати та управляти великою кількістю контенту може бути ресурсомісткою та вимагати значних зусиль та координації.

SEO оптимізація: Велика кількість контенту на одній сторінці може ускладнити SEO оптимізацію

Недивлячись на купу вагомих мінусів, вважаємо використання цієї структури є неймовірно раціональним рішенням.

Саме так виглядає структура сайту:

Головна сторінка

Верхнє меню: Головна, Новини, Блог, Інтерв’ю, Подіум.

Логотип у верхньому лівому кутку.

Фічеринг розділів: Блоки або картки, що виокремлюють основні категорії сайту з останніми і найпопулярнішими статтями.

Соціальні медіа іконки для легкого доступу до соціальних мереж журналу.

Розділ “Новини”

- Перелік новин: Структурований за датами з кратким описом та зображеннями.
- Розділ “Інтерв’ю”
- Відео та текстові інтерв’ю з відомими дизайнерами та впливовими особистостями в індустрії моди.
- Архів інтерв’ю: Легкий доступ до попередніх матеріалів.
- Розділ “Блоги”
- Персональні блоги: Сторінки для різних l на моду.
- Тематичні статті: Глибокі розбори специфічних аспектів моди.

Додаткові елементи

Футер (нижній колонтитул): Загальна інформація, контакти

Також можна використати окремо такі підрозділи як

“Тренди”

- Аналітичні статті про актуальні тренди в моді.
- Галереї зображень з останніх показів мод.
- Коментарі експертів та дизайнерів.
- Розділ “Відео”
- Колекції відеоматеріалів: Покази мод, заходи, майстер-класи.
- Відеоогляди нових колекцій та заходів.

4.2. Візуальний дизайн: створення макетів сторінок, вибір кольорів, графічних елементів

На основі обраної теми та структури вебсайту було створено дизайн інтернет-магазину.

Спершу було відкрито програму та створено документ, який відповідає розширенню екрану монітора . За допомогою інструментів “Текст”, “Прямокутник” та “Лінія” було створено основні елементи головної сторінки, додано графічні елементи, такі як іконки соціальних мереж, логотип, знак пошуку та кошику.

Головна сторінка складається з одного “екрану”. У хедері розміщено логотип та додаткові іконки. Основний контент сторінки візуально розділено на дві частини: текстову та графічну.

Header (хедер) – це верхня частина вебсторінки, яка зазвичай містить важливу інформацію та навігаційні елементи, що допомагають користувачам орієнтуватися на сайті. До основних елементів хедера часто входять:

- Логотип – графічний символ або назва компанії/сайту.
- Головне меню – набір посилань на основні розділи сайту.
- Іконки соціальних мереж – посилання на профілі сайту в соціальних мережах.
- Пошуковий рядок – поле для введення запитів для пошуку інформації на сайті.
- Кошик покупок – для інтернет-магазинів, показує кількість і список товарів, які користувач додав у кошик.
- Контактна інформація – телефон, адреса електронної пошти або інші контактні дані.

Хедер зазвичай залишається на вершині сторінки навіть при прокручуванні контенту вниз, що дозволяє користувачам завжди мати доступ до основних навігаційних елементів.

Рис.4.3. Дизайн “header”

Код навігаційного блоку

```
<header>
<div class="logo">
<h1>R</h1>
<span>ROUGE MAGAZINE</span>
</div>
<nav>
<ul>
<li><a href=" https://www.sherarouge.fun/golovna">ГОЛОВНА</a></li>
<li><a href=" https://www.sherarouge.fun/novini">НОВИНИ</a></li>
<li><a href=" https://www.sherarouge.fun/blog">БЛОГ</a></li>
<li><a href=" https://www.sherarouge.fun/intervju">ІНТЕРВ'Ю</a></li>
<li><a href=" https://www.sherarouge.fun/podium">ПОДІУМ</a></li>
<li><a href=" https://www.sherarouge.fun/arhiv" class="archive-button">АРХІВ</a></li>
</ul>
</nav>
</header>
```

CSS

```
body {
 font-family: 'Arial', sans-serif;
 line-height: 1.6;
}

header {
 display: flex;
 justify-content: space-between;
 align-items: center;
```

```
 padding: 10px 20px;
 background-color: #000;
 color: #fff;
}

.logo h1 {
 display: inline;
}
```

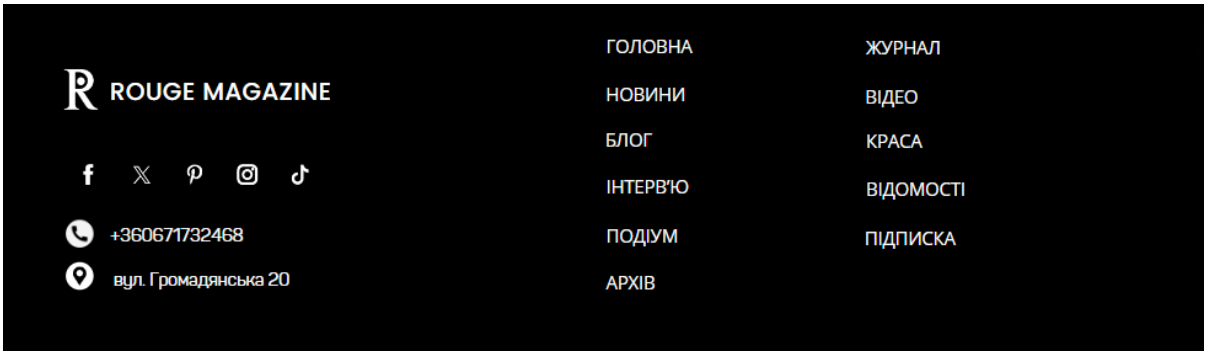


Рис.4.4. Дизайн “footer”

Footer (футер) – це нижня частина вебсторінки, яка зазвичай містить додаткову інформацію та навігаційні елементи, що допомагають користувачам орієнтуватися на сайті. Основні елементи футера можуть включати:

Контактна інформація:

- Адреса компанії або офісу.
- Номер телефону.
- Адреса електронної пошти.
- Посилання на важливі розділи сайту:
- Політика конфіденційності.
- Умови користування.
- Часті запитання (FAQ).
- Про нас.
- Карта сайту.

Соціальні мережі:

- Іконки та посилання на офіційні сторінки у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter тощо).
- Підписка на новини (Newsletter):
- Форма для введення електронної пошти для підписки на новини та оновлення.
- Логотипи та партнери:
- Логотипи компанії та партнерів.
- Посилання на сайти партнерів.
- Захисні знаки та сертифікати:
- Логотипи сертифікатів безпеки та захисту даних.
- Авторські права:
- Повідомлення про авторські права (“© 2024 Rouge. Всі права захищені”).

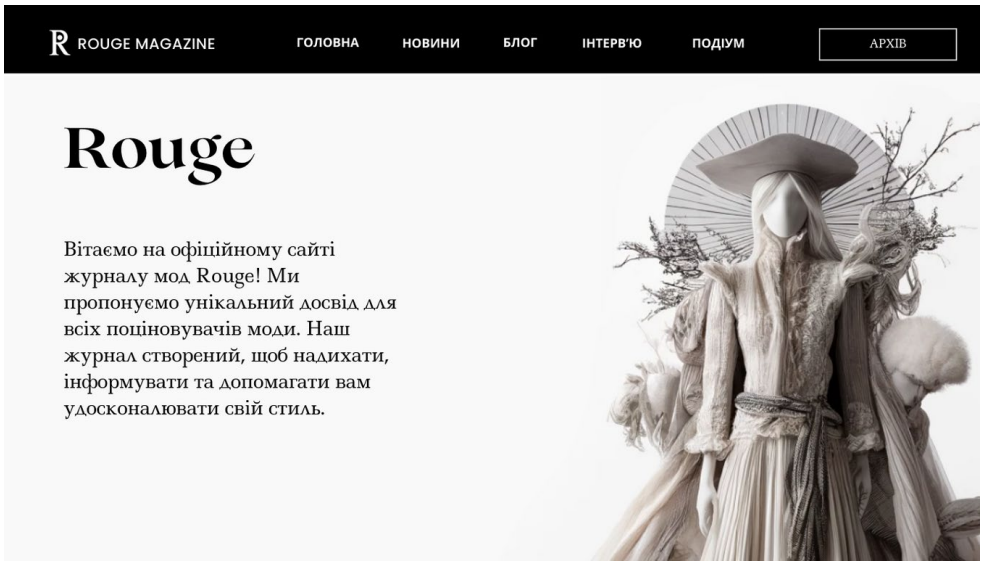


Рис.4.6. Дизайн головної сторінки

На сторінці представленій на зображенні видно головну сторінку сайту журналу мод “Rouge Magazine”. Сторінка має сучасний та елегантний дизайн з використанням чорного, білого та сірого кольорів.

Опис структури сторінки:

Кнопка “АРХІВ”. У правому верхньому кутку знаходиться кнопка для доступу до архіву видань.

Головний контент:

Назва. Великими літерами в центрі написано “Rouge”.

Текст привітання. Під назвою розміщено привітальний текст, що вітає відвідувачів на офіційному сайті журналу мод “Rouge”. У тексті зазначено, що журнал пропонує унікальний досвід для поціновувачів моди, надихає, інформує та допомагає вдосконалювати стиль.

Зображення. Праворуч від тексту розміщено велике стильне зображення манекена в оригінальному модному вбранні світлих тонів з цікавими деталями та аксесуарами, такими як капелюх та декоративні елементи.

Опис дизайну сторінки новин

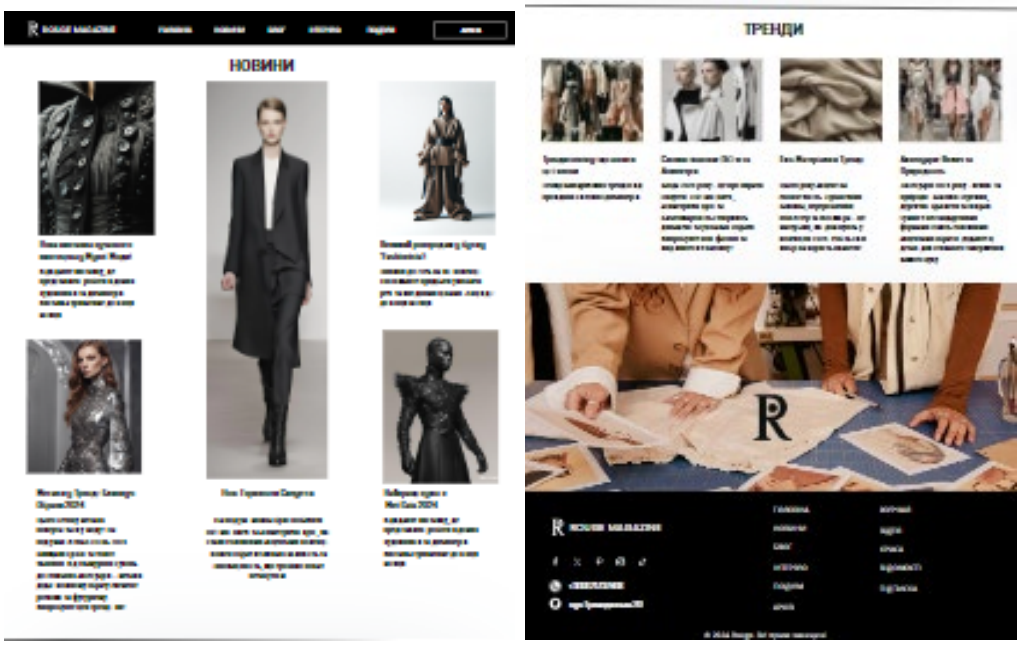


Рис.1.6. Дизайн сторінки новин

Сторінка новин вебсайту журналу мод "Rouge Magazine" має сучасний і чистий дизайн, який фокусує увагу користувача на візуально привабливому контенті та легкій навігації.

Структура сторінки

1. Header (хедер)

- Логотип "Rouge Magazine" у верхньому лівому куті.

- Головне меню навігації включає посилання на інші розділи сайту: Головна, Новини, Блог, Інтерв’ю, Подіум.
- Іконки для входу в обліковий запис користувача та кошика покупок.
- 2. Основний контент
- Заголовок розділу:
- Великий та виділений заголовок "НОВИНИ", який одразу привертає увагу користувача та чітко позначає розділ.
- Картки новин:
- Кожна новина представлена у вигляді окремої картки.
- Зображення: Велике і якісне зображення, що ілюструє новину, розташоване у верхній частині картки.
- Заголовок: Під зображенням розміщено заголовок новини, написаний великим шрифтом для привернення уваги.
- Короткий опис: Під заголовком короткий опис новини, що дає користувачам уявлення про зміст статті.
- Посилання на повну статтю: Кнопка або текстове посилання "Читати далі" для переходу до повного тексту новини.

3. Розташування новин

- Новини розташовані в сітчастому форматі, що забезпечує чіткий і організований вигляд.
- Картки новин вирівняні по горизонталі, що створює візуально привабливий та зручний для сприйняття інтерфейс.

4. Навігаційні елементи

- Фільтри та категорії: У верхній частині сторінки є фільтри або категорії для сортування новин за датою, популярністю, темою тощо.
- Пагінація: Внизу сторінки передбачено елементи пагінації для переходу між сторінками новин.

5. Футер (нижній колонтитул)

- Включає контактну інформацію, посилання на соціальні мережі, інформацію про журнал, політику конфіденційності та інші важливі посилання.
- Логотип "Rouge Magazine" у нижньому лівому куті футера.
- Візуальний стиль
- Кольорова палітра: В основному використовується чорно-біла кольорова гама, що відповідає загальній стилістиці журналу.
- Шрифти: Використовуються сучасні та чіткі шрифти, які забезпечують легкість читання.
- Інтерактивні елементи: При наведенні на картки новин, можливе застосування анімаційних ефектів для підвищення взаємодії з користувачем.
- UX/UI елементи
- Юзабіліті: Дизайн сторінки спрямований на забезпечення максимальної зручності для користувачів, з інтуїтивно зрозумілою навігацією та швидким доступом до новин.
- Адаптивність: Сторінка оптимізована для різних пристроїв, забезпечуючи комфортний перегляд як на комп’ютерах, так і на мобільних пристроях.

Цей дизайн сторінки новин забезпечує зручний та привабливий користувацький досвід, що сприяє довготривалому залученню аудиторії та підвищенню її зацікавленості у контенті журналу мод "Rouge Magazine".

Індивідуальне завдання детально розглядає технологію проєктування вебсайту журналу моди, включаючи етапи створення, структуру сайту, візуальний дизайн, а також вибір кольорів і графічних елементів. Основні висновки можна підсумувати наступним чином:

Процес створення вебсайту журналу моди складається з кількох ключових етапів. Підготовчий етап включає аналіз ринку та аудиторії, визначення функціональності сайту та складання технічного завдання. Це дозволяє чітко визначити цілі та очікування від вебсайту, що є критично важливим для його подальшого успішного розвитку.

Проєктування сайту передбачає створення його дизайну та структури. На цьому етапі розробляються вайрфрейми та прототипи, які дозволяють візуалізувати розміщення основних елементів сторінок, вибір кольорової палітри, шрифтів та графічних елементів. Це забезпечує узгодженість та естетичну привабливість майбутнього вебсайту.

Розробка вебсайту включає front-end та back-end розробку.

Наповнення контентом є важливим етапом, що включає створення текстів, додавання мультимедійних елементів та SEO оптимізацію для покращення видимості сайту в пошукових системах. Це забезпечує залучення аудиторії та підвищення її задоволеності.

У підсумку, технологія проєктування вебсайту журналу моди включає кілька важливих етапів, кожен з яких відіграє ключову роль у створенні успішного онлайн-ресурсу. Дотримання принципів хорошого дизайну, увага до UX та інноваційні підходи дозволяють створювати ефективні, функціональні та привабливі вебсайти, що задовольняють потреби аудиторії та сприяють розвитку бренду.

Четвертий розділ дипломної роботи детально розглядає технологію проєктування вебсайту журналу моди, включаючи етапи створення, структуру сайту, візуальний дизайн, а також вибір кольорів і графічних елементів. Основні висновки можна підсумувати наступним чином:

Процес створення вебсайту журналу моди складається з кількох ключових етапів. Підготовчий етап включає аналіз ринку та аудиторії, визначення функціональності сайту та складання технічного завдання. Проєктування сайту передбачає створення його дизайну та структури. На цьому етапі розробляються вайрфрейми та прототипи, які дозволяють візуалізувати розміщення основних елементів сторінок, вибір кольорової палітри, шрифтів та графічних елементів. Це забезпечує узгодженість та естетичну привабливість майбутнього вебсайту.

Розробка вебсайту включає front-end та back-end розробку.

Наповнення контентом є важливим етапом, що включає створення текстів, додавання мультимедійних елементів та SEO оптимізацію для покращення видимості сайту в пошукових системах. Це забезпечує залучення аудиторії та підвищення її задоволеності.

У підсумку, технологія проєктування вебсайту журналу моди включає кілька важливих етапів, кожен з яких відіграє ключову роль у створенні успішного онлайн-ресурсу. Дотримання принципів хорошого дизайну, увага до UX та інноваційні підходи дозволяють створювати ефективні, функціональні та привабливі вебсайти, що задовольняють потреби аудиторії та сприяють розвитку бренду.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було поставлено та виконано ряд завдань:

Проведено аналіз термінологічного апарату дослідження. Дослідивши ряд інформаційних джерел, встановлено, що вебсайт модного журналу є сучасним засобом масової інформації, що поєднує традиційні принципи журналістики з новітніми цифровими технологіями. Модні журнали в онлайн-форматі слугують платформами для презентації останніх трендів, дизайнів та культурних феноменів у світі моди, забезпечуючи інтерактивний та динамічний спосіб взаємодії з аудиторією.

Визначено специфіку вебсайту модного журналу. Основні вимоги, які на сьогодні допомагають створити якісний та ефективний вебсайт модного журналу, включають:

- Вибір системи управління контентом (CMS). Система управління контентом забезпечує зручність обслуговування клієнтів, функціональність проєкту, особливості його дизайну та багато іншого.
- Архітектура сайту – систематизація інформації та навігації для полегшення користувачам пошуку потрібних даних. Це включає логічне розташування розділів, статей, фотогалерей та інших елементів.
- Адаптивний дизайн. З огляду на зростання використання мобільних пристроїв, вебсайт має бути адаптивним, забезпечуючи зручний перегляд на будь-якому екрані.
- Якісний дизайн. Візуальна привабливість сайту є критично важливою, оскільки перше враження користувача від сторінки може значно вплинути на його рішення залишитися на сайті чи покинути його.

Визначено основні етапи створення вебсайту модного журналу. Розробка вебресурсів включає кілька основних етапів: підготовчий, етап проєктування, розробка, тестування та запуск.

- Підготовчий етап: аналіз ринку та аудиторії, визначення функціональності сайту та складання технічного завдання.
- Проєктування: створення дизайну та структури майбутнього сайту, включаючи вайрфрейми та прототипи.
- Розробка: front-end та back-end розробка, настройка CMS.
- Наповнення контентом: створення текстів, додавання мультимедійних елементів та SEO оптимізація.
- Тестування: функціональне, юзабіліті та крос-браузерне тестування, а також перевірка безпеки.

Розроблено концепцію та дизайн вебсайту модного журналу. Було визначено основні розділи вебсайту. Основна мета вебсайту – не лише інформувати читачів про останні тенденції у світі моди, але й створювати контент, що надихає та залучає аудиторію. Дизайн вебсайту було виконано з урахуванням сучасних тенденцій у вебдизайні, використовуючи високоякісні зображення та інтерактивні елементи для підвищення залученості користувачів.

У підсумку, дипломна робота досягла своєї мети, охоплюючи всі аспекти створення вебсайту модного журналу – від аналізу ринку та розробки технічного завдання до розробки дизайну. Створений вебсайт відповідає сучасним стандартам якості та функціональності, забезпечуючи зручний доступ до інформації про моду для широкої аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Левченко І. Візуальна комунікація у вебдизайні. ВМВ, 2019. 184 с.
2. Krug S. Don’t Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. New Riders, 2014. 216 с.
3. Norman D. The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. Basic Books, 2013. 368 с.
4. Lidwell W., Holden K., & Butler J. Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design.Rockport Publishers, 2010. 272 с.
5. Ambrose G., & Harris P. Design Thinking: Process and Methods Manual. Bloomsbury Visual Arts, 2015. 192 с.
6. Johnson K. Sustainable Fashion: The Rise of Ethical Brands. Green Fashion Journal, 2017. 156 с.
7. Berger J. Ways of Seeing. Penguin Books, 2014. 176 с.
8. Fiell C., & Fiell P. Graphic Design for the 21st Century: 100 of the World’s Best Graphic Designers. Taschen, 2013. 640 с.
9. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. Princeton Architectural Press, 2014. 224 с.
10. Bestley R., & Noble, I. Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design. Fairchild Books, 2016. 224 с.
11. Miller R. The Impact of Digital Transformation on Fashion Magazines. Fashion Digital, 2019. 134 с.
12. Smith J. The History of Fashion. Fashion Press, 2020. 288 с.
13. Andrews D. Fashion Journalism: History, Theory, and Practice. Bloomsbury Academic, 2016. 224 с.
14. McLuhan M., & Fiore, Q. The Medium is the Massage. Penguin Books, 1967. 160 с.

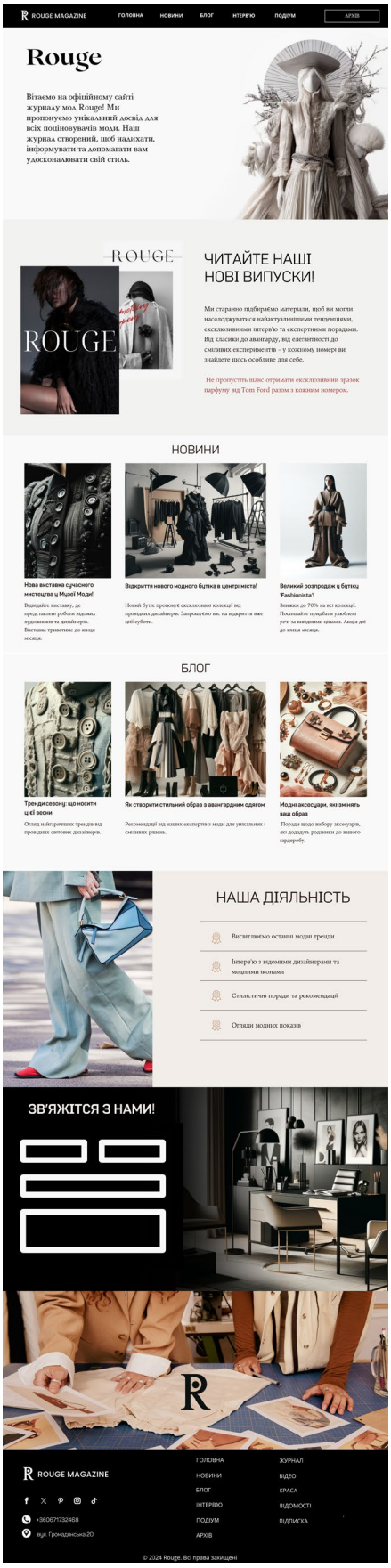
15. Lavrans L., & Jones, R. Service Design: From Insight to Implementation. Rosenfeld Media, 2013. 288 с.
16. Gaimster J. Visual Research Methods in Fashion. Berg Publishers, 2011. 240 с.
17. Munari B. Design as Art. Penguin Books, 1966. 224 с.
18. Brown L. User Experience in Web Design: Best Practices. UX Magazine, 2015. 152 с.
19. Roscam Abbing, E. Brand-Driven Innovation: Strategies for Development and Design. AVA Publishing, 2010. 160 с.
20. Barnard M. Fashion as Communication. Routledge, 2002. 224 с.
21. Петров В. Основи вебдизайну: Принципи та методи. Київ: Абрис, 2010. 256с.
22. Ковальчук І. Український графічний дизайн: Історія та сучасність. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. 320 с.
23. Савченко О. Стійка мода: Від теорії до практики. Київ: Наукова думка, 2018. 280 с.
24. Довженко А. Вебдизайн та UX: Український досвід. Харків: Фоліо, 2017. 288 с.
25. Мартиненко С. Інновації у вебдизайні: Тенденції та перспективи. Одеса: Астропринт, 2019. 240 с.
26. Кучеренко Л. Вплив цифрової трансформації на журнали мод. Київ: Знання, 2020. 192 с.
27. Іванова Т. Історія моди: Український контекст. Київ: Либідь, 2016. 304 с.
28. Гончарова Н. Дизайн як мистецтво: Українська школа. Львів: Піраміда, 2014. 248 с.
29. Зеленко О. Дослідження користувацького досвіду у вебдизайні. Київ: Генеза, 2021. 208 с.
30. Петренко Ю. Вебдизайн: від теорії до практики. Дніпро: Ліра, 2018. 276 с.
31. Шевченко В. Графічний дизайн: Історія та методологія. Харків: Ранок, 2017. 240 с.

32. Бойко А. Інтерактивний дизайн: Українські реалії. Київ: Самміт-Книга, 2020. 224 с.
33. Коваленко М. Мода і медіа: український вимір. Львів: Видавництво Старого Лева, 2015. 192 с.
34. Антонюк О. Історія моди: Від давнини до сучасності. Харків: Фоліо, 2013. 272 с.
35. Поліщук С. Графічний дизайн в Україні: Розвиток і перспективи. Київ: Мистецтво, 2016. 256 с.
36. Papanek V. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. Thames & Hudson, 1985. 384 с.
37. Ткаченко В. Дизайн стійкої моди. Київ: Вид-во Київського університету, 2018. 192 с.
38. Горбач Т. Історія українського графічного дизайну. Львів: Апріорі, 2014. 224 с.
39. Романчук Л. Вебдизайн для початківців. Київ: Смолоскип, 2017. 208 с.
40. Сухомлин В. Вебдизайн в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Харків: Основа, 2021. 240 с.
41. Fiell C., & Fiell, P. Graphic Design: A New History. Taschen, 2017. 512 с.
42. Heller S. Graphic Design Rants and Raves: Bon Mots on Persuasion, Entertainment, Education, Culture, and Practice. Allworth Press, 2017. 224 с.
43. Norman D. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. Basic Books, 2005. 272 с.
44. Chapman C., & Chapman, J. The Smashing Book #3: Redesign the Web. Smashing Media, 2012. 335 с.
45. Garrett J. J. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. New Riders, 2010. 272 с.
46. Weinschenk S. 100 Things Every Designer Needs to Know About People. New Riders, 2011. 256 с.
47. Moggridge B. Designing Interactions. The MIT Press, 2007. 808 с.

48. Lynch P. J., & Horton S. Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites. Yale University Press, 2016. 384 c.

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток В

Увесь код

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="uk">
<head>
 <meta charset="UTF-8">
 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
 <title>Rouge Magazine</title>
 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
</head>
<body>
 <header>
 <div class="logo">
 <h1>R</h1>
 <span>ROUGE MAGAZINE</span>
 </div>
 <nav>
 <ul>
 <li><a href=" https://www.sherarouge.fun/golovna">ГОЛОВНА</a></li>
 <li><a href=" https://www.sherarouge.fun/novini">НОВИНИ</a></li>
 <li><a href=" https://www.sherarouge.fun/blog">БЛОГ</a></li>
 <li><a href=" https://www.sherarouge.fun/intervju">ІНТЕРВ'Ю</a></li>
 <li><a href=" https://www.sherarouge.fun/podium">ПОДІУМ</a></li>
 <li><a href=" https://www.sherarouge.fun/arhiv" class="archive-
button">АРХІВ</a></li>
 </ul>
 </nav>
 </header>
 <main>
 <section class="intro">
```

<h2>Rouge</h2>

Вітаємо на офіційному сайті журналу мод Rouge! Ми пропонуємо унікальний досвід для всіх поціновувачів моди. Наш журнал створений, щоб надихати, інформувати та допомагати вам удосконалювати свій стиль.

<img src="your-image-path/Новый проєкт (1).png" alt="Fashion Image">

</section>

<section class="new-issues">

<h3>ЧИТАЙТЕ НАШІ НОВІ ВИПУСКИ!</h3>

Ми старанно підбираємо матеріали, щоб ви могли насолоджуватись найактуальнішими тенденціями, ексклюзивними інтерв'ю та експертними порадами. Від класики до авангарду, у нас є все для кожного поціновувача моди.

<img src=" C:\Users\Legom\Downloads\site\rouge1.png">

<img src="C:\Users\Legom\Downloads\site\rouge2.png">

</section>

<section class="news">

<h3>НОВИНИ</h3>

<img src=" C:\Users\Legom\Downloads\site\news1.png" alt="News 1">

Нова виставка сучасного мистецтва у Музеї Моди! Відвідайте виставку, де представлені роботи відомих художників та дизайнерів.

<img src="y C:\Users\Legom\Downloads\site\news2.png" alt="News 2">

Відкриття нового модного бутіка в центрі міста! Запрошуємо вас відвідати вже цієї суботи.

```
</div>
<div class="news-item">
<img src="y C:\Users\Legom\Downloads\site\news3.png" alt="News 3">
<p>Великий розпродаж у бутіку 'Fashionista'! Знижки до 70% на всі колекції.</p>
</div>
</div>
</section>

<section class="blog">
<h3>БЛОГ</h3>
<div class="blog-items">
<div class="blog-item">
<img src="y C:\Users\Legom\Downloads\site\blog1.png" alt="Blog 1">
<p>Тренди сезону: що носити цієї осені</p>
</div>
<div class="blog-item">
<img src=" C:\Users\Legom\Downloads\site\blog2.png" alt="Blog 2">
<p>Як створити стильний образ в авангардному одязі</p>
</div>
<div class="blog-item">
<img src="y C:\Users\Legom\Downloads\site\blog3.png" alt="Blog 3">
<p>Модні аксесуари, які змінять ваш образ</p>
</div>
</div>
</section>

<section class="activities">
<h3>НАША ДІЯЛЬНІСТЬ</h3>
<ul>
```

```
<li>Висвітлюємо останні модні тренди</li>
<li>Інтерв’ю із відомими дизайнерами та модними іконами</li>
<li>Стилістичні поради та рекомендації</li>
<li>Огляди модних показів</li>
</ul>
</section>

<section class=“contact”>
<h3>ЗВ’ЯЖІТЬСЯ З НАМИ!</h3>
<form>
<input type=“text” placeholder=“Ваше ім’я”>
<input type=“email” placeholder=“Ваш Email”>
<textarea placeholder=“Ваше повідомлення”></textarea>
<button type=“submit”>Надіслати</button>
</form>
</section>
</main>

<!-- Footer -->
<footer>
<div class=“footer-logo”>
<h1>R</h1>
</div>
<nav>
<ul>
<ul>
<li><a href=“ https://www.sherarouge.fun/golovna”>ГОЛОВНА</a></li>
<li><a href=“ https://www.sherarouge.fun/novini”>НОВИНИ</a></li>
<li><a href=“ https://www.sherarouge.fun/blog”>БЛОГ</a></li>
<li><a href=“ https://www.sherarouge.fun/intervju”>ІНТЕРВ’Ю</a></li>
```

```
<li><a href=“ https://www.sherarouge.fun/podium”>ПОДІУМ</a></li>
<li><a href=“ https://www.sherarouge.fun/arhiv“ class=“archive-button”>АРХІВ</a></li>
</ul>
</nav>
<div class=“footer-info”>
<p>© 2024 Rouge. Всі права захищені</p>
<address>вул. Громадська 20, Київ</address>
<p><a href=“tel:+380677123469”>+38(067)7123469</a></p>
<div class=“social-media”>
<a href=“#”><img src=“ C:\Users\Legom\Downloads\site \facebook.png” alt=“Facebook”></a>
<a href=“#”><img src=“ C:\Users\Legom\Downloads\site \instagram.png” alt=“Instagram”></a>
<a href=“#”><img src=“ C:\Users\Legom\Downloads\site \pinterest.png” alt=“Pinterest”></a>
<a href=“#”><img src=C:\Users\Legom\Downloads\site\tiktok.png” alt=“TikTok”></a>
</div>
</div>
</footer>

</body>
</html>
```

CSS

```
* {
 margin: 0;
 padding: 0;
 box-sizing: border-box;
}
```

```
body {
 font-family: ‘Arial’, sans-serif;
 line-height: 1.6;
}

header {
 display: flex;
 justify-content: space-between;
 align-items: center;
 padding: 10px 20px;
 background-color: #000;
 color: #fff;
}

.logo h1 {
 display: inline;
}

nav ul {
 list-style: none;
 display: flex;
}

nav ul li {
 margin-right: 20px;
}

nav ul li a {
 color: #fff;
```

```
 text-decoration: none;
 font-weight: bold;
}

.archive-button {
 border: 1px solid #fff;
 padding: 5px 10px;
}

main {
 padding: 20px;
}

.intro, .new-issues, .news, .blog, .activities, .contact {
 margin-bottom: 40px;
}

.intro img, .new-issues img, .news-item img, .blog-item img {
 width: 100%;
 height: auto;
}

.intro, .new-issues {
 display: flex;
 justify-content: space-between;
 align-items: center;
}

.intro img, .new-issues img {
 max-width: 50%;
```

```
 margin-left: 20px;
}

.news-items, .blog-items {
 display: flex;
 justify-content: space-between;
}

.news-item, .blog-item {
 flex: 1;
 margin-right: 20px;
}

.activities ul {
 list-style: none;
 padding-left: 20px;
}

.activities ul li {
 margin-bottom: 10px;
 position: relative;
 padding-left: 20px;
}

.activities ul li::before {
 content: '•';
 position: absolute;
 left: 0;
 color: #000;
}
```

```
.contact form {
 display: flex;
 flex-direction: column;
}

.contact form input, .contact form textarea, .contact form button {
 margin-bottom: 10px;
 padding: 10px;
 border: 1px solid #ddd;
 border-radius: 5px;
}

.contact form button {
 background-color: #000;
 color: #fff;
 cursor: pointer;
}

footer {
 background-color: #000;
 color: #fff;
 padding: 20px;
 text-align: center;
}

.footer-logo h1 {
 font-size: 2rem;
}
```

```
footer nav ul {
 flex-direction: column;
 align-items: center;
}

footer nav ul li {
 margin-bottom: 10px;
}

.footer-info address, .footer-info p {
 margin-bottom: 10px;
}

.social-media {
 display: flex;
 justify-content: center;
}

.social-media a {
 margin: 0 5px;
}
```