

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Архитектурно-строительный институт

(наименование института полностью)

Центр «Дизайн»

(наименование кафедры)

54.03.01 Дизайн

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Графический дизайн

(направленность (профиль)/специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Разработка визуальной концепции дизайн-макета сайта для МАУК Парковый
комплекс истории техники им. К. Г. Сахарова г.о. Тольятти»

Обучающийся

Д.А. Конакова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат культурологии, М.С. Кузьмина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2025

Аннотация

Данная выпускная квалификационная работа на тему «Разработка визуальной концепции дизайн–макета сайта для МАУК «Парковый комплекс истории техники им. К.Г. Сахарова», г.о. Тольятти» рассматривает актуальную проблему обновления визуального стиля и повышения привлекательности сайта Паркового комплекса. Актуальность темы обусловлена необходимостью создания современного и функционального пользовательского интерфейса, способствующего улучшению восприятия информации и привлечению целевой аудитории.

Основной целью выпускной квалификационной работы является разработка визуальной концепции дизайн–макета сайта, которая позволит подчеркнуть уникальность Паркового комплекса и улучшить взаимодействие пользователей с ресурсом.

Данная работа состоит из введения, основной части, включающей несколько разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первом разделе рассматриваются теоретические основы UI/UX–дизайна и методы исследования целевой аудитории и конкурентной среды.

Второй раздел содержит анализ исходных данных, включая сегментацию целевой аудитории, SWOT–анализ и изучение пользовательских сценариев.

В третьем разделе представлены разработанные дизайн–концепции, проведено тестирование и выбор оптимального варианта.

В конце каждого раздела приведены выводы, основанные на результатах проделанной работы. В заключении подведены общие итоги и рекомендации по внедрению разработанной визуальной концепции.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 103 страницы.

Содержание

Введение.....	5
1 Анализ состояния вопроса	7
1.1 Роль музеев военной техники в популяризации культуры	7
1.1.1 Историческое значение и развитие музеев военной техники в России.....	8
1.1.2 Влияние музеев техники на современное общество	11
1.2 Способы повышения интереса к музеям техники	13
1.2.1 Методы продвижения музеев.....	15
2 UX–исследование и предпроектный анализ.....	18
2.1 Сбор и анализ исходных данных о Парковом комплексе.....	18
2.1.1 Определение основных целей и задач веб–сайта Паркового комплекса.....	21
2.1.2 Определение целевой аудитории Паркового комплекса	23
2.1.3 Анализ текущего веб–сайта Паркового комплекса.....	25
2.1.4 Анализ конкурентной среды.....	27
2.1.5 Трехуровневый анализ продукта.....	30
2.1.6 Анализ упоминаний в СМИ.....	30
2.1.7 Анализ заинтересованных сторон	33
2.2 Формулировка пользовательских сценариев (User Stories).....	34
2.2.1 Формулировка гипотез	37
2.2.2 Карта экранов. User flow	39
3 UI разработка. Описание и обоснование проектного предложения	44
3.1 Первичные концептуальные предложения.....	44
3.1.1 Разработка варфреймов сайта.....	47
3.1.2 Разработка и презентация дизайн–концепций заказчику	49
3.1.3 Финальная доработка и утверждение главной страницы	50
3.2 Дизайн внутренних страниц сайта	53
3.3 Разработка графических и визуальных элементов	55
3.4 UI KIT. Дизайн система.....	58

3.4.1 Выбор и обоснование типографики	59
3.4.2 Формирование цветовой палитры	60
3.4.3 Система сеток и отступов.....	61
3.4.4 Компоненты интерфейса	63
3.4.5 Иконография и пиктограммы	64
3.5 Анимация и микровзаимодействия как элементы пользовательского интерфейса	66
3.5.1 Анализ аналогичных решений и современных подходов к интерфейсной анимации.....	67
3.5.2 Принципы и характеристики используемой анимации	69
3.5.3 Визуализация анимации в макетах.....	71
Заключение	74
Список используемой литературы и используемых источников.....	76
Приложение А	80
Приложение Б	91
Приложение В.....	94

Введение

Сегодня визуальный и пользовательский интерфейс играет важную роль в деятельности крупных организаций. Он способствует продвижению бренда, формированию имиджа, налаживанию связей с партнёрами и выполнению других стратегических задач. Ключевым элементом в этом процессе является UI–дизайн и создание сайта, где отражаются стратегия развития, целевая аудитория, конкурентный анализ и визуальные решения – от графики до навигации и рекламных модулей.

Парковый комплекс истории техники имени К. Г. Сахарова – значимый культурный объект как для города, так и на федеральном уровне. Несмотря на уникальные экспонаты и масштаб территории, его ценность часто недооценивается. Основная причина – отсутствие современного цифрового образа. В условиях, когда первое впечатление формируется через интернет, сайт становится важным инструментом позиционирования.

Разработка качественного UI–дизайна и современного визуального стиля поможет Парковому комплексу актуализировать свой имидж. Благодаря продуманному цифровому представлению у потенциальных посетителей будет формироваться представление о Парке как о динамично развивающемся культурном пространстве, заслуживающем внимания.

Целью дипломной работы является создание UI–дизайна и сайта для Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова.

- найти информацию по объекту и предмету исследования;
- проанализировать исходную ситуацию Парка Сахарова и провести исследование;
- выявить целевую аудиторию Паркового комплекса и проанализировать ее потребности;
- обозначить запросы потребителей, применив определенные методы исследования;
- найти и проанализировать аналогичные проекты музеев;

- сделать выводы на основе полученной информации;
- сформировать концепции и эскизы к ним;
- протестировать все дизайн–концепции и определить итоговую;
- составить план реализации дизайн–проекта;
- создать дизайн сайта и его элементов;

Чтобы решить вышеуказанные задачи, необходимо привлечь следующие методы:

- исторический анализ,
- изучение специализированных источников,
- сбор исходных данных о Парковом комплексе,
- определение основных целей и задач бренда,
- сегментация целевой аудитории,
- методы продвижения музеев,
- анализ конкурентной среды,
- трехуровневый анализ продукта,
- анализ заинтересованных лиц проекта,
- SWOT–анализ,
- UX–исследования пользовательских сценариев (User Stories)
- создание карты экранов (User Flow),
- формулировка гипотез
- разработка концепций для сайта Паркового комплекса.

Объектом исследования является роль музеев техники в популяризации культуры, предметом – способы повышения интереса к музеям техники.

1 Анализ состояния вопроса

1.1 Роль музеев военной техники в популяризации культуры

Музеи военной техники играют ключевую роль в популяризации культуры, формируя мост между историческим прошлым и современным обществом. Они способствуют сохранению и распространению исторического наследия, делая его доступным для широкой аудитории, и в то же время обогащают культурную жизнь общества, привлекая внимание к значимости достижений инженерной мысли, военных подвигов и технологического прогресса. Благодаря разнообразию экспозиций и форматов взаимодействия с посетителями, эти музеи выходят за рамки своей традиционной образовательной функции, становясь центрами культурной коммуникации.

Одним из важных аспектов популяризации культуры через музеи военной техники является их способность рассказывать истории, которые формируют идентичность общества. Экспозиции, включающие элементы материальной культуры, такие как образцы техники, личные вещи военных, фотографии и документы, создают живую и эмоциональную связь с прошлым. Эти артефакты служат не только историческими свидетельствами, но и символами, которые укрепляют национальное самосознание и подчеркивают значимость исторических событий для современного культурного контекста.

В наше время музеи, посвященные военной технике, активно внедряют инновационные технологии, чтобы привлечь внимание зрителей и предоставить им уникальный интерактивный опыт. Опыт виртуальной реальности и дополненная реальность, мультимедийные выставки, интерактивные элементы и экскурсии, оснащенные цифровыми инструментами, превращают посещение музея в захватывающее приключение и образовательный процесс. Такой инновационный подход помогает поддерживать интерес к историческим событиям и привлекать внимание молодежи к культурному наследию, используя для этого актуальные и увлекательные форматы.

Кроме того, музеи техники имеют важное значение для формирования культурной идентичности. Они сохраняют наследие достижений предыдущих поколений и вдохновляют молодежь на создание собственных инновационных идей. Музеи становятся не просто хранилищами знаний, но и местами для культурного обмена, где люди могут делиться своими мыслями и опытом.

Таким образом, музеи военной техники играют ключевую роль в распространении культурных знаний, благодаря своему умению сохранять и передавать историческую память, применять новейшие технологии для привлечения посетителей и способствовать укреплению культурных и международных взаимоотношений. Они превращаются не просто в центры изучения истории, но и в значимые культурные организации, которые помогают формировать представления о будущем.

1.1.1 Историческое значение и развитие музеев военной техники в России

Музеи военной техники в России играют важнейшую роль в сохранении исторической памяти и популяризации достижений отечественного оборонного комплекса. Они не только представляют собой хранилища уникальных экспонатов, отражающих развитие вооружения и технологий, но и служат образовательными центрами, способствующими формированию патриотического сознания и глубокого понимания исторических процессов. Создание таких музеев стало неотъемлемой частью культурной политики государства, направленной на изучение военного наследия, демонстрацию инноваций и увековечение подвига защитников Отечества.

Военно-исторический музей артиллерии, инженерных войск и войск связи находится в Санкт-Петербурге и играет важную роль в сохранении военной истории России. Музей был основан в 1879 году, что делает его одним из старейших в стране. Он представляет собой уникальную коллекцию, в которую входят различные образцы артиллерии, инженерной техники и оборудования связи, отражающие развитие этих областей на протяжении нескольких веков.

С момента своего основания музей претерпел неоднократные изменения, включая смену местоположения и расширение экспозиции. Важным этапом в его истории стало открытие новых залов, которые предоставляют более полное представление о достижениях российской армии в области вооружения и инженерии. Музей активно использует образовательные программы, проводя лекции, экскурсии и специальные мероприятия для молодежи, чтобы передать знания о военной истории новым поколениям.

Находясь в Александровском парке, музей стал не только научным и культурным центром, но и популярным туристическим объектом, который привлекает внимание как местных жителей, так и иностранных туристов. Его значимость бесспорна, так как он не только хранит память о прошлом, но и активно участвует в современном культурном и образовательном процессе, что способствует патриотическому воспитанию граждан и повышает интерес к военной истории России.

Центральный музей Вооруженных Сил – один из крупнейших военно–исторических музеев мира, основанный в декабре 1919 года. Его экспозиция размещена в 24 залах и на открытой площадке, отражая историю Вооруженных Сил России от их зарождения до наших дней. Музей является членом Союза музеев России и Международного совета музеев (ИКОМ).

Коллекция насчитывает более 800 тысяч предметов, включая реликвии, знамена, награды и вооружение. На открытой площадке представлено свыше 150 образцов боевой техники, от артиллерии Гражданской войны до современных ракет. Музей регулярно проводит выставки как на своей территории, так и в других регионах России. Также функционирует филиал – мемориальный кабинет–музей Маршала Г.К. Жукова в здании Генерального Штаба.

Центральный военно–морской музей имени императора Петра Великого – это один из старейших и наиболее значимых музеев России, а также один из крупнейших морских музеев в мире. Его история начинается от Модель–

камеры – первого хранилища моделей кораблей и чертежей, о которой впервые упоминал Петр I в своем письме в 1709 году.

В 1805 году был основан Морской музей, при создании которого основное внимание уделялось экспонатам, собранным в Модель–камере – специализированном подразделении по изготовлению и хранению моделей кораблей. В 1908 году музею было присвоено имя основателя – Императора Петра Великого, что подчёркивало его важную роль в истории российского флота. В 1924 году музей получил своё нынешнее название – Центральный военно–морской музей.

Первоначально музей располагался в здании Главного Адмиралтейства, но в 1939 году переехал в здание бывшей Фондовой биржи. Важным этапом стало завершение перевода коллекции в отреставрированный комплекс Крюковских (Морских) казарм в Санкт–Петербурге, который был открыт для посетителей ко Дню Военно–Морского Флота 27 июля 2014 года. Сегодня экспозиция музея включает 19 залов основной экспозиции и 6 залов выставочного комплекса.

Центральный военно–морской музей имени императора Петра Великого предлагает посетителям погружение в историю Российского флота. В музейных экспозициях представлены модели кораблей, коллекции мореходных приборов и инструментов, водолазного снаряжения, стрелкового, холодного, артиллерийского и торпедного оружия. Также здесь можно увидеть флаги, знамена и военную форму, а также предметы корабельного быта, живопись, гравюры и фотографии на морскую тематику. Музей играет важную роль в сохранении и популяризации морской истории России, представляя богатое наследие и достижения российского флота.

Военно–медицинский музей в Санкт–Петербурге – уникальное учреждение, посвященное истории военно–медицинской службы России, деятельность которого охватывает широкий спектр тем, связанных с медицинским обеспечением армии и развитием военной медицины. Музей занимает значимое место среди мировых медицинских музеев, а его

экспозиции отражают более чем трёхвековую историю, начиная с эпохи Петра I, когда были собраны первые медицинские коллекции. Официально учреждение было основано 12 ноября 1942 года в Москве во время Великой Отечественной войны с целью сохранения и популяризации достижений военной медицины, а в 1945 году перенесено в Ленинград и размещено в исторических зданиях бывших казарм лейб-гвардии Семёновского полка.

Основу музейного фонда составляют медицинские инструменты и препараты различных эпох, униформа военных медиков, фотографии и архивные документы, произведения искусства, такие как работы Ильи Репина и Алексея Вепхвадзе, а также редкие медицинские трактаты, включая труды Амбруаза Паре, выдающегося хирурга XVI века. Коллекции также включают материалы из Хирургического музея Императорской Медико-хирургической академии, Музея Н. И. Пирогова, Музея Красного Креста и других.

Музей активно проводит исследования и образовательные мероприятия, организует выставки, которые распространяют идеи гуманизма и международного гуманитарного права, участвует в подготовке специалистов в области медицины и науки, а также организует мероприятия и лекции по важным вопросам истории медицины. Военно-медицинский музей является значимым научным и просветительским центром, который сохраняет и изучает наследие военной медицины, способствуя распространению знаний о достижениях медицинской науки и подчеркивая важность гуманитарных принципов в обществе.

1.1.2 Влияние музеев техники на современное общество

Музеи военной техники играют значительную роль в современном обществе, выполняя одновременно образовательные, культурные и патриотические функции. Они служат пространством, где сочетаются сохранение исторического наследия и привлечение внимания к технологическим достижениям, что делает их важным элементом социальной и культурной среды. Посредством своих экспозиций такие музеи формируют

у посетителей понимание исторической значимости военной техники, ее роли в защите государства и обеспечении национальной безопасности.

Одной из ключевых функций музеев военной техники является воспитание патриотизма, особенно среди молодежи. Экспозиции, демонстрирующие образцы вооружения и техники, позволяют не только познакомиться с техническими особенностями прошлых эпох, но и осознать масштаб усилий, приложенных к их созданию, и ценность подвигов людей, служивших на этих машинах. В этом контексте музеи становятся инструментом для передачи моральных и этических ценностей, связанных с понятием долга и служения Отечеству.

Кроме того, музеи военной техники стимулируют интерес к науке и технике, способствуя популяризации инженерных знаний. Современные интерактивные экспозиции, использование технологий дополненной реальности, мультимедийные презентации и мастер–классы по моделированию вооружения позволяют посетителям, особенно молодёжи, глубже понять процессы разработки и применения военных технологий. Это в свою очередь способствует развитию интереса к инженерным профессиям и стимулирует рост научно–технического потенциала общества.

Еще одним важным аспектом влияния музеев военной техники является их способность объединять людей. Такие учреждения часто становятся местом проведения массовых мероприятий: от выставок и реконструкций исторических событий до образовательных программ и тематических фестивалей. Эти активности не только укрепляют связи между различными группами населения, но и способствуют сохранению культурной идентичности общества.

Исходя из этого, музеи военной техники играют важную роль в современном обществе, объединяя в себе сохранение истории, воспитание патриотизма, образовательные задачи и распространение научных знаний. Их влияние простирается далеко за пределы чисто исторического интереса,

оказывая существенное воздействие на социокультурные процессы и становясь ключевым элементом современной общественной жизни.

1.2 Способы повышения интереса к музеям техники

Музеи играют важную роль в сохранении и популяризации культурного и исторического наследия. Однако в условиях информационной перегрузки и высокой конкуренции за внимание посетителей одной из ключевых задач становится привлечение аудитории в физическое пространство музеев. Для этого недостаточно лишь создавать уникальные экспозиции – важно активно продвигать музей, используя разнообразные физические каналы и мероприятия, которые могут заинтересовать и вовлечь посетителей.

Для успешной работы музеев, включая музеи военной техники, необходимы эффективные маркетинговые стратегии, инновационные подходы к организации выставок и активное взаимодействие с аудиторией. На основе современных тенденций можно выделить несколько ключевых методов, которые помогают повысить интерес к таким учреждениям.

Традиционные (стандартные) методы представляют собой взаимодействие с посетителем музея в офлайн среде. Такой подход включает разнообразные формы общения с гостями и зрителями, способствует формированию новых партнерских связей и может принести новые источники финансирования.

1. Организация тематических экскурсий и событий.

Каждый музей обладает своей уникальной тематикой, поэтому организация тематических экскурсий является важным инструментом взаимодействия с посетителями. Кроме того, в помещениях музея могут проводиться тематические лекции, мастер–классы, воркшопы, которые предполагают активное участие каждого гостя. Таким образом, все участники будут вовлечены в процесс и получают положительные впечатления от

посещения. Ведь кто не заинтересуется, например, уроками по изготовлению различных этнических изделий или практикой написания старинных писем.

2. Создание совместных проектов с другими учреждениями.

Музеи имеют возможность воспользоваться стратегией сотрудничества с другими учреждениями в сфере культуры, образования и даже бизнеса для продвижения своих программ. Например, партнерство с театрами, кинотеатрами, концертными залами, учебными заведениями и галереями может стать эффективным стимулом для привлечения новой аудитории.

Совместные мероприятия, такие как лекции, мастер–классы, выставки или культурные туры, позволяют музеям расширить круг своих посетителей и привлечь людей, заинтересованных в различных формах искусства или ищущих новые способы проведения досуга.

3. Интеграция мультимедийных и культурных мероприятий в экскурсионные маршруты.

Во время экскурсионного маршрута можно демонстрировать фильмы по тематике в пространстве музеев – для посетителя это отличный вариант провести досуг с пользой. Метод позволяет избежать пересечение потоков посетителей по маршруту экскурсии. Станет отличным решением проведение в тематических залах концертов, чтений или других мероприятий.

4. Организация специальных туров и образовательных программ для групп.

Для привлечения больших групп посетителей, например, школьников, студентов, корпоративных клиентов или туристических групп, необходимо разработать специальные туры и образовательные программы. Таких посетителей можно заинтересовать не только обычными экскурсиями, но и мастер–классами, играми, лекциями, а также специфическими программами, которые учитывают возрастные и интересные особенности каждой группы.

5. Промо–акции и специальные предложения.

Проведение специальных акций или продажа билетов с открытой датой сможет стать визитной карточкой музея. Темы и ограниченный период

времени позволят посетителю сформировать определенный запрос – так посещаемость точно возрастет.

6. Улучшение доступности и навигации.

Для того чтобы повысить физическую посещаемость музея, важно улучшить его доступность. Это включает в себя как физическую доступность для людей с ограниченными возможностями (пандусы, лифты и специальные маршруты), так и визуальную навигацию, указывающую на музей с центральных улиц и общественного транспорта.

Кроме того, музею стоит уделить внимание качественной наружной рекламе и информационным стендам, которые расположены вблизи музея, чтобы потенциальные посетители могли легко ориентироваться и не теряли времени на поиски.

7. Развитие сувенирной и товарной продукции.

Для увеличения заинтересованности к посещению музея также важно создавать разнообразную продукцию, связанную с тематикой экспозиции. Сувениры, книги, копии картин, постеры, миниатюрные модели, а также эксклюзивные товары, относящиеся к истории или тематике музея, могут стать не только источником дополнительного дохода, но и способом продвижения музея.

Эти изделия могут быть представлены как в самом музее, так и в крупных торговых центрах, а также в рамках совместных мероприятий с другими культурными учреждениями. Продукция музея выступает как своеобразный "посол" его бренда, напоминая о нем даже за пределами музейных стен.

1.2.1 Методы продвижения музеев

Цифровые методы продвижения представляют собой взаимодействие с посетителями в онлайн-среде или с использованием современных технологий. Эти инструменты позволяют музеям расширить аудиторию, улучшить доступность своих экспозиций и создать уникальный пользовательский опыт.

1. Создание виртуальных туров и онлайн-экспозиций.

Одними из главных таких подходов являются виртуальные музейные экскурсии: виртуальные музеи – это прекрасная возможность показать посетителям экспозицию без ущерба для реального музея. Популярность подобного интерактивного решения позволит увеличить посещаемость и реального музейного пространства: всемирный опыт показывает, что чем чаще люди посещают музеи онлайн, тем чаще они будут посещать их в реальной жизни.

2. Использование социальных сетей.

Важным является и продвижение музея и его деятельности в социальных сетях. Через разные каналы сотрудники могут рассказывать обо всех сторонах жизни организации, а также делиться интересными фактами об экспонатах, организовывать прямые трансляции экскурсий или проводить конкурсы. Контент должен быть интересным, визуально привлекательным и адаптированным для разных возрастных групп.

3. Развитие и оптимизация сайта музея.

Сайт учреждения культуры – это не просто источник информации, но и полноценная цифровая платформа, отражающая идентичность музея. Он должен быть современным, удобным и визуально привлекательным.

Современные посетители ожидают, что на сайте будет доступна вся необходимая информация: расписание работы, информация о выставках, возможностях покупки билетов, онлайн-мероприятиях и пр. Также важны интерактивные элементы – например, карта экспозиции, раздел с архивом мероприятий, обучающие материалы и мультимедиа.

Удобная навигация, быстрая загрузка страниц, адаптивность под мобильные устройства, доступность для людей с инвалидностью – всё это необходимо для создания позитивного пользовательского опыта. Техническое и визуальное совершенство сайта напрямую влияет на первое впечатление о музее и способствует привлечению новой аудитории.

4. Онлайн-мероприятия и образовательные проекты.

Важным направлением цифрового продвижения являются образовательные инициативы в онлайн-формате. Музеи могут организовывать лекции, тематические встречи, вебинары, мастер-классы, виртуальные конференции и научные круглые столы.

Такой подход позволяет включить музей в образовательную экосистему, сделать его не только местом хранения артефактов, но и источником новых знаний. Особенно популярны подобные мероприятия у студентов, преподавателей, школьников и всех, кто стремится к самообразованию.

Онлайн-формат позволяет участвовать в мероприятиях вне зависимости от местонахождения, а также предоставляет возможность посмотреть записи в удобное время. Это делает деятельность музея гибкой и доступной, способствует формированию устойчивого интереса у широкой аудитории.

5. Электронные рассылки и таргетированная реклама.

Одним из эффективных инструментов цифрового взаимодействия остаются электронные рассылки. Они позволяют поддерживать постоянную связь с аудиторией, информировать о будущих мероприятиях, изменениях в расписании, новых выставках и акциях.

При грамотном подходе рассылки могут быть персонализированы – содержание подбирается с учётом интересов и предыдущих посещений пользователя. Это усиливает вовлечённость и формирует чувство принадлежности к сообществу музея.

Дополнительно можно использовать возможности таргетированной рекламы – в поисковых системах или на культурных онлайн – платформах. Такие объявления демонстрируются строго определённой аудитории по заданным параметрам: интересы, возраст, место проживания и пр. Это позволяет эффективно и экономично продвигать культурные инициативы, привлекая тех, кто действительно заинтересован в подобной тематике.

2 UX–исследование и предпроектный анализ

2.1 Сбор и анализ исходных данных о Парковом комплексе

Парковый комплекс истории техники имени К. Г. Сахарова – значимая достопримечательность города Тольятти, ежегодно привлекающая тысячи гостей со всей России. Комплекс был основан в 1998 году по инициативе Константина Григорьевича Сахарова и торжественно открыт 7 сентября 2001 года. Сахаров исходил из идеи, что в России отсутствовала устойчивая традиция сохранения технических артефактов, несмотря на их историческую и культурную значимость. Его цель заключалась не только в создании музея, но и в формировании полноценного паркового пространства, объединяющего просвещение, отдых и культурную среду.

Идея Парка заключалась в сохранении и экспонировании уникальных образцов военной, гражданской и бытовой техники, а также в создании условий, при которых посетители могли бы полноценно погружаться в исторический контекст. Помимо техники, Сахаров начал собирать предметы быта, визуально передающие атмосферу прошлого, тем самым формируя у посетителей целостное восприятие ушедших эпох. Философия комплекса строится на убеждении, что сохранение исторической памяти необходимо для устойчивого развития общества.

На сегодняшний день Парковый комплекс занимает площадь 38 гектаров, на территории представлено более 1500 экспонатов, среди которых имеются уникальные объекты, не представленные в других музеях. На базе комплекса действуют два входных пункта – «Центральный» и «Паровозное депо». Работают выставочные павильоны, открытые площадки, проводятся экскурсии, тематические мероприятия, фестивали. Парк находится в постоянном развитии: расширяются зоны, вводятся новые активности, обновляется коллекция.

Основными задачами Паркового комплекса являются:

- формирование общественного сознания на основе культурно–исторических ценностей России;
- популяризация достижений отечественной инженерной и военной мысли;
- сохранение исторического и технического наследия;
- патриотическое воспитание молодежи;
- организация досуга для жителей и гостей города;
- развитие культурной среды и образовательного потенциала региона.

Несмотря на масштаб и значимость Парка, в его развитии сохраняются определённые сложности. Для более точного понимания текущего положения дел был проведён SWOT–анализ, отражающий сильные и слабые стороны комплекса, а также возможности и угрозы, с которыми он сталкивается.

SWOT–анализ – это метод стратегического планирования, позволяющий всесторонне оценить текущее состояние объекта, выявить его внутренние ресурсы и внешние факторы, влияющие на развитие. Анализ проводится по четырём направлениям:

- S (Strengths) – сильные стороны,
- W (Weaknesses) – слабые стороны,
- O (Opportunities) – возможности,
- T (Threats) – угрозы.

На основе анализа деятельности Паркового комплекса можно выделить следующие позиции:

Сильные стороны:

- Уникальная коллекция экспонатов технического, военного и бытового назначения;
- Большая благоустроенная территория (38 га), подходящая для массовых мероприятий;
- Географическая близость к крупным городам Поволжья;
- Поддержка со стороны местных администраций;

- Высокая заинтересованность персонала в развитии парка.
- Слабые стороны:
- Удалённость от центра города и трудности с транспортной доступностью;
- Сезонность посещений (открытые экспозиции страдают от погодных условий);
- Отсутствие чёткой стратегии позиционирования и визуального имиджа;
- Недостаточная цифровизация и слабое присутствие в социальных сетях;
- Ограниченный уровень сервиса и инфраструктуры.
- Возможности:
- Рост туристического интереса к техническим и военно–историческим музеям;
- Проведение культурно–просветительских мероприятий, фестивалей, форумов;
- Возможности сотрудничества с образовательными, военными и техническими учреждениями;
- Развитие цифровых инструментов (мобильное приложение, онлайн–экскурсии и др.);
- Укрепление имиджа через визуальное оформление и маркетинг.

Угрозы:

- Конкуренция со стороны более известных музеев и парков;
- Недостаточное финансирование со стороны города и государства;
- Риск утраты интереса аудитории без обновлений экспозиции;
- Экономическая нестабильность, снижающая возможности инвестирования;
- Ухудшение состояния экспонатов при отсутствии своевременной реставрации.

2.1.1 Определение основных целей и задач веб–сайта Паркового комплекса

В наше время веб–сайт играет важную роль в общении с аудиторией, позволяет продвигать культурные ценности и обеспечивать доступ к информации. В рамках проведенного исследования была поставлена цель и определены задачи исследования пользовательского опыта веб–сайта Паркового комплекса истории техники К.Г. Сахарова.

Основные цели:

1. Привлечение посетителей в парк

Обеспечить удобный доступ к информации о комплексе, его экспозициях, мероприятиях и услугах, чтобы мотивировать пользователей посещать парк.

2. Увеличение вовлеченности аудитории

Создать цифровую платформу, которая предоставляет интересный и интерактивный опыт взаимодействия с историей техники. Отдельное внимание уделяется визуальной подаче информации, мультимедийным материалам, а также лёгкой навигации по разделам, чтобы удерживать внимание пользователя и стимулировать его интерес к посещению парка.

3. Продвижение культурного наследия

Подчеркнуть значимость парка как объекта культурного наследия через удобное представление информации о его истории, экспонатах и образовательной миссии.

4. Повышение лояльности пользователей

Создать понятную и удобную структуру сайта, которая позволит пользователям легко находить необходимую информацию – например, расписание мероприятий, описание выставок или схему проезда. Простая навигация, логичная подача контента и доступ к ключевым разделам (таким как «Календарь событий» или «Контакты») способствуют положительному пользовательскому опыту и формируют доверие к ресурсу.

Повышение имиджа парка

Сайт должен отражать уникальность парка как объекта культурного наследия, демонстрировать его значимость и высокий уровень профессионализма. Это особенно важно для привлечения туристов, партнеров и спонсоров.

Основные задачи:

1. Определение потребностей пользователей

Провести исследование целевой аудитории (семьи, школьники, студенты, туристы, также людей с техническим образованием, бывших военных и технических специалистов) для выявления их ожиданий и потребностей.

2. Оценка текущего сайта

Проанализировать существующую версию сайта с точки зрения навигационной логики, доступности контента, визуального представления и удобства восприятия. Это позволит выявить слабые стороны в структуре и взаимодействии, которые следует улучшить.

3. Изучение пользовательских сценариев

Построить ключевые пользовательские сценарии, отражающие реальные действия посетителей сайта – поиск информации о выставках, просмотр расписания, планирование посещения. Выявление логики таких сценариев помогает выстроить более понятную архитектуру сайта.

4. Проверка гипотез и построение пользовательских путей

Разработать предварительные гипотезы по улучшению интерфейса, провести моделирование пользовательских путей и оценить их соответствие предполагаемым целям аудитории. Такой подход позволяет предварительно протестировать структуру до создания финального дизайна.

5. Сравнительный анализ аналогичных цифровых решений

Изучить веб-сайты музеев и парков с технической направленностью для выявления эффективных решений в области UI/UX. Это поможет адаптировать успешные практики и избежать типичных ошибок в пользовательском интерфейсе.

6. Создание и представление концепции улучшенного интерфейса

Разработать прототип новой версии сайта, основанный на выявленных потребностях и проверенных сценариях. Макеты должны демонстрировать улучшенную визуальную структуру, логичную навигацию и функциональность, ориентированную на целевую аудиторию.

2.1.2 Определение целевой аудитории Паркового комплекса

Для успешной разработки сайта Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова важно четко понимать потребности и ожидания его целевой аудитории. Ниже приведен анализ общей целевой аудитории комплекса и сегментация посетителей сайта.

Парковый комплекс привлекает широкий круг людей, однако среди них выделяются три основные группы:

- туристы,
- семьи с детьми,
- люди с техническим образованием, бывшие военные и техники.

Туристы – это люди, которые приезжают в Тольятти и стремятся познакомиться с уникальными достопримечательностями города. Для них Парк Сахарова – одна из значимых точек интереса. Туристы ценят возможность получить новые знания, увидеть редкие экспонаты и познакомиться с историей отечественной техники. Они могут посещать комплекс как индивидуально, так и группами, часто заранее планируя визит на основе информации из интернета и рекомендаций.

Семьи с детьми выбирают Парк для совместного досуга и образовательного отдыха. Они посещают массовые мероприятия, экскурсии и культурные программы, которые помогают детям расширить кругозор и приобщиться к истории и технике в игровой и доступной форме. Для таких посетителей важно сочетание развлечения и обучения.

Люди с техническим образованием, бывшие военные и техники посещают комплекс с целью углубленного изучения истории и технических

экспонатов. Для них Парк – это место профессионального интереса и источник вдохновения для дальнейших исследований и разработок.

Для эффективного построения сайта аудиторию разделяют на несколько сегментов, каждый из которых предъявляет свои требования к содержанию и функционалу ресурса (Таблица А.1):

Первый сегмент аудитории – туристы и гости города, планирующие посещение Парка или интересующиеся достопримечательностями Тольятти. Для них важна актуальная информация о выставках, экспозициях, расписании экскурсий и мероприятий. Также необходимы сведения о стоимости билетов, маршрутах проезда и доступной инфраструктуре на территории комплекса.

Второй сегмент – семьи с детьми и организованные группы, ищущие познавательные и интересные программы для совместного досуга. Для них на сайте должны быть размещены советы по организации визита, информация о времени посещения, фотографии с прошедших мероприятий и отзывы других посетителей. Также важна информация о безопасности и комфорте для детей.

Третий сегмент – профессионалы и энтузиасты техники и военной истории. Эти пользователи заинтересованы в подробных сведениях об экспонатах. Для них полезны тематические разделы с фототехники, указанием модели, года создания и назначения. Также важны новости о выставках, анонсы событий и возможность установить контакт для профессионального взаимодействия.

Таким образом, анализ и сегментация целевой аудитории сайта Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова позволяют выявить основные группы пользователей и понять их уникальные потребности и ожидания. Это способствует созданию удобного, информативного и функционального сайта, который будет эффективным инструментом для привлечения и удержания посетителей, а также успешного продвижения комплекса в цифровом пространстве.

2.1.3 Анализ текущего веб–сайта Паркового комплекса

Сайт “Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова” представляет собой информационный ресурс, который знакомит посетителей с деятельностью комплекса, его экспозициями и событиями. Однако, несмотря на наличие полезной информации, сайт имеет ряд недостатков, которые снижают его удобство использования и визуальную привлекательность. Ниже приведен анализ текущего состояния сайта, его сильных и слабых сторон, а также предложения по улучшению.

Что есть на сайте сейчас:

1. Основные разделы:

- Главная страница с кратким описанием паркового комплекса.
- Раздел "О нас" с информацией о миссии, истории и целях паркового комплекса.
- Раздел "Посетителям" с правилами посещения и стоимостью билетов.
- Раздел "Новости" с анонсами событий и мероприятий.
- Контактная информация, включая адрес, телефоны и электронную почту.

2. Полезная информация:

- Описание экспозиций и их тематическая направленность.
- Практическая информация для посетителей (часы работы, цены на билеты).
- Наличие фотографий экспонатов и территории парка.

3. Функциональные элементы:

- Простая навигация по основным разделам.
- Возможность просмотра новостей и событий.

Чем удобно пользоваться:

1. Простота навигации:

- Основные разделы доступны через главное меню, что позволяет быстро найти нужную информацию.
- Минимальное количество подразделов упрощает ориентацию на сайте.

2. Практическая информация:

- Раздел "Посетителям" содержит четкие и полезные данные о часах работы, стоимости билетов и правилах посещения.

3. Наличие новостей:

- Раздел "Новости" позволяет быть в курсе событий и мероприятий, проводимых в парковом комплексе.

4. Раздел "О нас":

- Предоставляет базовую информацию о миссии, истории паркового комплекса, и контактах, что помогает посетителям понять его ценность и цели.

Чем неудобно пользоваться:

1. Устаревший дизайн:

- Визуальное оформление сайта выглядит устаревшим и не соответствует современным стандартам веб-дизайна.
- Кнопка "Купить билет" не всегда заметна, что затрудняет процесс покупки билетов.

2. Сложная навигация:

- Навигация на сайте неудобна и не интуитивна. Пользователи часто испытывают трудности при поиске нужной информации.
- Отсутствие поиска по сайту усложняет процесс нахождения конкретных данных.

3. Недостаток мультимедийного контента:

- На сайте отсутствуют видео и аудиоматериалы, которые могли бы сделать его более увлекательным и информативным.

4. Ограниченный контент:

- Фотографии экспонатов и территории парка представлены в небольшом количестве и низком качестве.
- Нет подробных описаний экспозиций, которые могли бы заинтересовать посетителей.

5. Слабая структура информации:

- Некоторые разделы (например, "Об экспонатах") содержат мало информации, что делает их неинформативными.
- Отсутствие четкой иерархии текста: заголовки и подзаголовки слабо выделены, что затрудняет восприятие.

Что можно улучшить:

1. Модернизация дизайна:

- Переработать визуальное оформление, сделав его более современным и привлекательным.
- Разместить кнопку "Купить билет" на видном месте и улучшить представление информации о ценах и часах работы.
- Добавление мультимедийного контента:
- Внедрить видео и аудиоматериалы для повышения вовлеченности пользователей.

2. Улучшение навигации:

- Упростить структуру меню и добавить поиск по сайту для упрощения поиска информации.

2.1.4 Анализ конкурентной среды

Для сравнения с сайтом Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова были проанализированы три сайта: Музей техники Вадима Задорожного, Музейный комплекс гражданской и военной техники и Музей мирового океана (Таблица А.2). Эти ресурсы представляют собой примеры качественно разработанных сайтов музеев и культурных учреждений. Ниже приведены ключевые преимущества этих сайтов по сравнению с сайтом Паркового комплекса.

Первый сайт, который мы рассмотрим, – это Музей техники Вадима Задорожного (Рисунок А.2).

Что лучше всего:

- Современный дизайн: сайт имеет привлекательный, современный дизайн с качественными изображениями и продуманной типографикой.
- Адаптивность: сайт корректно отображается на мобильных устройствах, что делает его удобным для использования на смартфонах и планшетах.
- Структурированная информация: Разделы сайта четко организованы, что упрощает навигацию. Например, есть отдельные разделы для экспозиций, мероприятий и образовательных программ.
- Мультимедиа: Использование видео и аудиоматериалов делает сайт более увлекательным.

Что можно перенять:

- Обновление визуального стиля сайта Парка в сторону современной графики и типографики.
- Применение тёмной или нейтральной цветовой палитры, подчёркивающей индустриальный характер экспозиции.
- Разработка набора иконок и декоративных элементов в едином стиле.

Следующий сайт, который мы проанализируем, – это Музейный комплекс гражданской и военной техники (Рисунок А.3).

Что лучше всего:

- Минималистичный дизайн: сайт выполнен в современном, минималистичном стиле с акцентом на контент.
- Удобная навигация: простое и интуитивно понятное меню, которое позволяет быстро найти нужную информацию.

- Качественный контент: на сайте представлены подробные описания экспозиций, включая исторические справки и интересные факты.
- Визуальное единство: все элементы от кнопок до карточек новостей, выполнены в одном визуальном стиле.

Что можно перенять:

- Оптимизация структуры сайта Парка для упрощения пользовательского пути.
- Стандартизация карточек экспонатов, новостей и мероприятий.
- Повышение качества визуального контента (фото, баннеры, обложки).

Последний сайт, который мы проанализируем, – это Музей мирового океана (Рисунок А.4).

Что лучше всего:

- Современные шрифты: используется актуальная типографика без засечек, с разными начертаниями для акцентов, подзаголовков и основного текста.
- Гармоничное оформление: визуальные элементы (иконки, кнопки, блоки) оформлены в единой морской стилистике. Это делает сайт не только информативным, но и визуально привлекательным.
- Контраст и читаемость: хорошо подобранные цветовые сочетания обеспечивают высокую читаемость и воспринимаемость контента.
- Инфографика и баннеры: используются качественные графические баннеры и декоративные элементы для оформления разделов, что делает структуру сайта более визуально ориентированной.

Что можно перенять:

- Подбор актуальных шрифтов, подходящих под техническую и военно–историческую эстетику.
- Внедрение крупного приветственного блока на главной странице с интригующими изображениями и ключевым сообщением.

- Использование графических элементов (например, стилизованные иконки, фоны, рамки), подчёркивающих характер экспозиции.

2.1.5 Трёхуровневый анализ продукта

Трёхуровневый анализ продукта – это метод, позволяющий рассмотреть предлагаемый комплекс с точки зрения разных уровней ценности для пользователя: базовой сущности продукта, его фактической реализации и дополнительных услуг, повышающих удовлетворённость клиентов.

В контексте Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова данный подход помогает понять, какие именно элементы сайта и сервисов наиболее важны для различных сегментов аудитории и каким образом можно максимизировать их ценность.

Сущность продукта отражает основную потребность или желание пользователя, которое удовлетворяет комплекс – будь то познавательный опыт, досуг или профессиональное развитие.

Фактический товар – это конкретные материалы и сервисы, которые предоставляет сайт: информация, расписания, фотографии и прочее.

Добавленная услуга – дополнительные функции и возможности, которые улучшают пользовательский опыт и создают конкурентные преимущества.

После определения целевых аудиторий был проведён трёхуровневый анализ, направленный на выявление основных потребностей каждой группы и формирование наиболее подходящих предложений (Таблица А.3).

Таким образом, трёхуровневый анализ продукта не только помогает систематизировать ключевые требования разных групп пользователей, но и становится ориентиром при планировании структуры и функционала сайта, позволяя создавать более целенаправленные и полезные сервисы для каждого сегмента.

2.1.6 Анализ упоминаний в СМИ

Анализ информационных источников показывает, что Парковый комплекс истории техники имени К. Г. Сахарова, расположенный в Тольятти,

является важной культурной и туристической точкой города. В новостных материалах регулярно подчеркивается, что комплекс начал свою работу в 2001 году и представляет собой площадку, посвящённую истории отечественной военной и гражданской техники, а также увековечивает память выдающегося конструктора Константина Сахарова. На территории комплекса можно увидеть уникальные исторические экспонаты.

Средства массовой информации также обращают внимание на просветительскую миссию Парка. Комплекс активно используется как площадка для экскурсий, образовательных мероприятий и массовых акций. В публикациях неоднократно подчёркивается, что Парк Сахарова – это значимое учреждение, способствующее сохранению исторического наследия и развитию туристической привлекательности Тольятти.

Упоминания о Парковом комплексе можно найти в широком спектре источников – от традиционных печатных изданий до онлайн-СМИ и телепрограмм. Это могут быть тематические рубрики в газетах, статьи в туристических и краеведческих журналах, публикации на специализированных порталах о культуре и истории, а также материалы на официальных и социальных платформах самого комплекса.

Наиболее распространённые поисковые запросы, с помощью которых пользователи находят информацию о Парке Сахарова, включают:

- «Музей истории техники Тольятти»
- «Технопарк имени Сахарова Тольятти»
- «Военная техника в Тольятти»
- «Экспонаты музея техники Тольятти»
- «Где находится и когда работает Парк Сахарова»

Это позволяет понять, какие формулировки наиболее часто используются целевой аудиторией для поиска информации.

Парковый комплекс имени К. Г. Сахарова упоминается и в различных проектах, публикациях и новостных сюжетах. Так, в числе регулярных источников – официальный портал администрации города, сайты

региональных СМИ, включая «Тольятти24», «Тольятти-инфо» и «TGL.ru». Комплекс стабильно становится темой материалов, подчёркивающих его важность как туристического и культурного объекта.

Кроме того, Парк принимает участие в крупных культурных мероприятиях, таких как ежегодная акция «Ночь музеев», в рамках которой для посетителей готовятся специальные программы и расширенный график работы.

Особое внимание в последние годы уделяется крупным мероприятиям, проходящим на территории комплекса. Так, в 2024–2025 годах активно освещались такие события, как:

- Фестиваль «ТехноГрад», о котором подробно рассказали на портале TGL.ru. Посетители могли ознакомиться с ретро-автотехникой, выставками, концертами и анимацией для детей.
- Праздничная акция «Мир, Труд, Май», организованная 1 мая. Об этом сообщили телеканал «Тольятти24» и другие локальные СМИ. Подчёркивалось участие большого количества горожан и разнообразие программы – от экскурсионных блоков до музыкальных выступлений.
- Информационные посты в официальной группе ВКонтакте: здесь размещаются анонсы мероприятий, фоторепортажи, видеоролики и отзывы посетителей, что делает сообщество активным информационным ресурсом, напрямую взаимодействующим с целевой аудиторией.

Также стоит напомнить о ряде более ранних, но значимых публикаций:

- В 2022 году на портале RG.RU была опубликована статья о ключевых экспонатах комплекса и возможностях досуга на его территории.
- В 2017 году на сайте TLT.ru был размещён материал с ответами на популярные вопросы посетителей: от новых выставок до графика работы и цен на билеты.

- В 2021 году такие ресурсы, как «Рамблер» и «Сова», рассказали о тематической выставке «Космический десант», посвящённой освоению космоса и истории космической техники.
- Платформа Tlt.times периодически публикует материалы о мероприятиях на территории комплекса, включая концерты, праздники, мастер–классы и появление новых экспонатов.

Таким образом, можно заключить, что Парковый комплекс истории техники имени К. Г. Сахарова не только сохраняет стабильное присутствие в информационном поле, но и расширяет своё влияние, становясь площадкой для городских инициатив, культурных программ и музейного туризма. Он по праву считается одним из главных культурных символов города, обладающим исторической, образовательной и общественной значимостью.

2.1.7 Анализ заинтересованных сторон

При реализации проекта по модернизации информационного ресурса Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова важным этапом является анализ заинтересованных сторон. Понимание их интересов, степени влияния и характера ожиданий позволяет эффективно выстраивать коммуникацию, учитывать потенциальные риски и принимать управленческие решения, соответствующие задачам проекта.

Основными заинтересованными сторонами являются: администрация парка, образовательные учреждения, посетители, туристы, спонсоры и инвесторы, а также технические исполнители – разработчики и дизайнеры сайта. Их участие и реакция на проект различаются по уровню влияния и вовлеченности, однако каждая группа имеет определённые ожидания и потребности, игнорирование которых может повлиять на результат проекта.

Администрация комплекса имеет наивысшую степень влияния и демонстрирует активный интерес к проекту. Для них важно, чтобы проект повышал имидж парка, привлекал внимание целевой аудитории и способствовал прозрачному и рациональному использованию ресурсов. Посетители и туристы, как ключевые пользователи сайта, ожидают простой и

функциональной навигации, актуальности данных и возможностей онлайн-бронирования. Их удовлетворённость будет напрямую отражаться на посещаемости и репутации комплекса.

Образовательные учреждения заинтересованы в функционале для организации экскурсий и предоставлении информационной поддержки. Спонсоры и инвесторы рассматривают сайт как платформу для продвижения и хотят видеть конкретную отдачу от вложений. Важно обеспечить прозрачность статистики, а также предоставить рекламные возможности. Разработчики же заинтересованы в стабильности требований и структурированном техническом задании.

Выявленные интересы каждой из сторон позволили сформировать комплекс мероприятий, направленных на удовлетворение потребностей участников проекта. Эти мероприятия будут внедряться на разных этапах реализации и сопровождаться постоянной обратной связью. Обобщённые результаты анализа представлены (Таблица А.4).

2.2 Формулировка пользовательских сценариев (User Stories)

Пользовательские сценарии (User Stories) – это инструмент для понимания потребностей и ожиданий разных групп пользователей сайта Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова. Они формулируются простыми предложениями, описывающими действия и цели пользователей, что помогает проектировать сайт с учетом реальных потребностей и делает его более удобным и функциональным.

1. Посетитель

- Как посетитель, я хочу быстро найти стоимость билета, чтобы сразу понять, подходит ли мне цена и спланировать бюджет посещения.

- Как посетитель, я хочу видеть кнопку "Купить билет" на каждой странице, чтобы не тратить время на поиск и сразу перейти к оформлению заказа.
- Как посетитель, я хочу узнать расписание работы паркового комплекса, чтобы спланировать свое посещение и не приехать в закрытый день.
- Как посетитель, я хочу увидеть фотографии экспонатов и территории, чтобы понять, стоит ли посещать парковый комплекс.

2. Студент

- Как студент, я хочу быстро найти информацию о ценах для студентов, чтобы воспользоваться льготным предложением.
- Как студент, я хочу найти информацию о студенческих экскурсиях и мероприятиях, чтобы принять участие в образовательных программах.
- Как студент, я хочу найти материалы для подготовки к экзаменам или проектам, если такие предоставляются парковым комплексом.

3. Преподаватель

- Как преподаватель, я хочу легко организовать групповую экскурсию для студентов, чтобы не тратить время на долгие согласования и оформление.
- Как преподаватель, я хочу найти контакты для связи с администрацией паркового комплекса, чтобы уточнить детали экскурсии или задать вопросы.
- Как преподаватель, я хочу получить доступ к образовательным материалам и методическим рекомендациям, чтобы использовать их в учебном процессе.

4. Турист (иностранец или иногородний гость)

- Как турист, я хочу найти информацию о том, как добраться до паркового комплекса, чтобы спланировать маршрут.
- Как турист, я хочу узнать о популярных экскурсионных маршрутах, чтобы максимально эффективно провести время.

5. Родитель с детьми

- Как родитель, я хочу узнать, есть ли в парковом комплексе развлечения для детей, чтобы спланировать семейный визит.
- Как родитель, я хочу найти информацию о детских мастер-классах или интерактивных программах, чтобы заинтересовать ребенка.
- Как родитель, я хочу узнать, есть ли на территории зоны отдыха и кафе, чтобы обеспечить комфорт для семьи.

6. Историк или исследователь

- Как исследователь, я хочу получить доступ к архивам и подробным описаниям экспонатов, чтобы использовать их в своей работе.
- Как историк, я хочу найти информацию о редких или уникальных объектах в коллекции паркового комплекса, чтобы изучить их.
- Как исследователь, я хочу узнать, проводятся ли в парковом комплексе лекции или семинары по истории техники, чтобы принять участие.

Проблема групповых экскурсий: Преподаватели и организаторы групп часто сталкиваются с трудностями при бронировании экскурсий.

- Решение: добавить на сайт подробную и легко находимую информацию для заказа групповых экскурсий.

Проблема поиска информации: Пользователи тратят много времени на поиск ключевой информации (стоимость билетов, скидки, расписание).

- Решение: разместить важные данные (цены, скидки, кнопка "Купить билет") в шапке сайта или в виджетах на каждой странице.

Проблема доступности для студентов: Студенты часто не могут быстро найти информацию о льготах.

- Решение: разместить информацию в блок стоимости "Для студентов" с подробным описанием.

2.2.1 Формулировка гипотез

В ходе анализа конкурентов были выявлены важные аспекты, которые можно использовать для улучшения дизайна и функциональности сайта Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова. Сайты конкурентов демонстрируют современные решения в дизайне, удобстве использования и подаче информации, что делает их более привлекательными для пользователей. На основе этих наблюдений сформированы гипотезы для улучшения сайта комплекса.

1. Дизайн и визуальная привлекательность

Сайты конкурентов отличаются современным минималистичным стилем, высококачественными изображениями и анимациями. В то время как сайт Паркового комплекса кажется устаревшим и менее привлекательным.

Гипотеза: Модернизация дизайна сайта, включая использование минималистичного стиля, качественных изображений и анимаций, повысит визуальную привлекательность и улучшит первое впечатление пользователей.

2. Удобство представления информации о ценах

Сайты конкурентов предоставляют информацию о ценах в удобном и понятном формате, а кнопка "Купить билет" всегда находится на видном месте. На сайте Паркового комплекса информация о ценах часто скрыта, а кнопка покупки билета не всегда легко доступна.

Гипотеза: Улучшение представления информации о ценах и размещение кнопки "Купить билет" на видном месте повысит удобство для пользователей и увеличит количество продаж билетов.

3. Контент

Конкуренты предоставляют подробные описания экспозиций, исторические справки и мультимедийные материалы. В то время как контент Паркового комплекса ограничен и не до конца детализирован.

Гипотеза: Расширение контента, включая добавление подробных описаний экспозиций, исторических справок и мультимедийных материалов, повысит информативность сайта и удовлетворенность пользователей.

4. Навигация

На сайтах конкурентов навигация простая и понятная. Сайт Паркового комплекса страдает от неупорядоченной структуры информации.

Гипотеза: Упрощение навигации и добавление подразделов меню сделают взаимодействие с ресурсом более удобным и интуитивно понятным.

5. Образовательные и событийные программы

Сайты конкурентов активно рекламируют образовательные программы и различные события. На сайте Паркового комплекса информация о подобных мероприятиях либо отсутствует, либо представлена недостаточно полно.

Гипотеза: Создание разделов с образовательными программами, лекциями, мастер–классами и экскурсиями повысит интерес посетителей и увеличит посещаемость мероприятий.

6. Функциональность и удобство использования

Все три сайта конкурентов предлагают удобные и интуитивно понятные интерфейсы, которые упрощают взаимодействие с контентом. Сайт Паркового комплекса имеет менее продуманную структуру, что затрудняет поиск информации.

Гипотеза: Улучшение пользовательского интерфейса и оптимизация функциональности сделают сайт более удобным для посетителей.

Рекомендации для улучшения сайта Паркового комплекса:

- Модернизация дизайна:

Переработать визуальное оформление, сделав его более современным и привлекательным, с использованием минималистичного стиля, качественных изображений и анимаций.

- Улучшение представления информации о ценах:

Разместить информацию о ценах в удобном и понятном формате, а кнопку "Купить билет" сделать более заметной и доступной на всех страницах.

- Расширение контента:

Добавить подробные описания экспозиций, исторические справки и мультимедийные материалы для повышения информативности сайта.

- Улучшение навигации:

Сделать меню более интуитивно понятным и добавить подпункты меню для упрощения навигации.

- Оптимизация функциональности:

Улучшить пользовательский интерфейс, чтобы сделать сайт более удобным для посетителей.

Эти рекомендации позволят сделать сайт Паркового комплекса более современным, удобным и привлекательным для пользователей, что повысит его конкурентоспособность и улучшит взаимодействие с посетителями.

2.2.2 Карта экранов. User flow

Карта экранов и User Flow – это инструменты, позволяющие визуализировать путь пользователя на сайте. С их помощью можно понять, какие действия он совершает и какие страницы посещает для достижения своих целей. В процессе редизайна сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова была разработана карта экранов и схема User Flow с целью улучшения навигации и повышения удобства использования.

Карта экранов представляет собой схему ключевых страниц сайта и связей между ними (Рисунок А.5). Она позволяет оценить структуру ресурса и выявить элементы, требующие доработки. В случае сайта Паркового комплекса в карту вошли следующие разделы:

1. Главная страница

- Основная точка входа для пользователей.
- Содержит меню с разделами “О нас” “Новости” “Посетителям” “Контакты” и кнопку покупки билета с переходом к партнеру. Меню представлено на каждой странице.

2. О нас

Страница с информацией о Парковом комплексе.

- О парковом комплексе
- Экспонаты
- Официальные документы
- Наши партнеры
- Признание

3. Новости

Страница с актуальными новостями и анонсами событий.

- Новости
- Календарь событий
- 80 лет победы
- Восстановим историю вместе
- СМИ о нас

4. Посетителям

Страница с информацией для посетителей.

- Режим работы и проезд
- Выставки
- Экскурсии
- Правила посещения
- Независимая оценка качества оказания услуг

5. Контакты

- Страница с контактной информацией.

- На странице находится информация с контактами Паркового комплекса, электронная почта, номера телефонов администрации, ссылки на соцсети.

6. Подвал

- В нижней части сайта находятся развернутые пункты меню, логотип, ссылки на социальные сети, адрес, контактный телефон, электронная почта.

User Flow описывает типичные сценарии взаимодействия пользователей с сайтом. Вот основные сценарии для сайта Паркового комплекса (Рисунок А.6):

1. Сценарий: Изучение информации о Парковом комплексе

- Пользователь открывает Главную страницу.
- Переходит в раздел "О нас".
- Изучает подразделы:
- О Парковом комплексе (узнает о создании и развитии комплекса).
- Экспонаты (знакомится с коллекцией экспонатов).
- Признание (читает о наградах и успехах комплекса).
- Наши партнеры (узнает о партнерах и сотрудничестве).
- Официальные документы (просматривает юридическую и регламентную информацию).
- Возвращается на главную страницу или переходит в другой раздел.

2. Сценарий: Просмотр новостей

- Пользователь открывает Главную страницу.
- Переходит в раздел "Новости".
- Изучает список новостей, отсортированный по дате добавления.
- Переходит на страницу конкретной новости, чтобы прочитать подробности.

- Возвращается на главную страницу или продолжает изучать другие новости

3. Сценарий: Поиск предстоящих событий

- Пользователь открывает главную страницу.
- Переходит в раздел Календарь событий.
- Применяет фильтры по интересующим категориям и выбирает дату.
- Переходит на страницу события, чтобы прочитать подробности.
- Покупает билет или возвращается на главную страницу.

4. Сценарий: Покупка экскурсии на подводную лодку

- Пользователь открывает Главную страницу.
- Переходит в раздел "Экскурсии".
- В разделе экскурсии выбирает экскурсию на подводную лодку Б–307 “Сом”, либо переходит сразу с главной страницы.
- На странице экскурсии ознакомляется с ценами и расписанием.
- Покупка билета на экскурсию.

5. Сценарий: Поиск контактной информации

- Пользователь открывает Главную страницу.
- Переходит в раздел "Контакты".
- Изучает страницу:
- Как с нами связаться:
- Находит контактные данные (электронная почта, телефоны, ссылки на соцсети).
- Возвращается на главную страницу или использует контакты для связи.

6. Сценарий: Покупка билета на выставку

- Пользователь открывает Главную страницу.
- Переходит в раздел "Выставки".

- Переходит на страницу конкретной выставки, чтобы узнать подробности (описание, дата, время, место, стоимость).
- Нажимает кнопку "Купить билет" на странице.
- Возвращается на главную страницу или продолжает изучать другие мероприятия.

7. Сценарий: Покупка билета

- Пользователь открывает Главную страницу.
- Нажимает кнопку "Купить билет" в меню или на странице посвященной выставке или экскурсии.
- Переходит на сайт партнера для оформления покупки.
- Завершает процесс покупки билета.
- Возвращается на сайт Паркового комплекса или завершает сессию.

Анализ User Flow выявил сложности в навигации и недостаточную структурированность информации. В рамках редизайна планируется упростить навигацию, добавить разделы «Выставки», «Экскурсии» и «Календарь событий», а также улучшить поиск для повышения удобства использования сайта.

3 UI разработка. Описание и обоснование проектного предложения

3.1 Первичные концептуальные предложения

Для формирования визуального образа будущего сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова, в рамках предварительной презентации заказчику было разработано три концептуально отличающихся варианта дизайна главной страницы. Каждая концепция опиралась на определённую идею взаимодействия с аудиторией и представляла собой разные визуальные и графические подходы, отражающие возможные векторы развития сайта.

Концепция 1 – «Машина времени под открытым небом».

Парковый комплекс – это не просто музей, а настоящая машина времени, которая переносит своих гостей в разные эпохи, позволяя прикоснуться к истории техники и почувствовать дух времени. Здесь каждая деталь, каждый экспонат – это не просто объект, а живой свидетель прошлого, готовый поделиться своей историей (Рисунок Б.1).

Парковый комплекс становится местом, где история оживает. Это пространство, где техника перестаёт быть безмолвной – она говорит с посетителями через звуки, образы и эмоции. Каждый экспонат – это не просто машина, а часть истории, которая вдохновляет, удивляет и заставляет задуматься. Это место, где прошлое встречается с настоящим, а посетители становятся частью большого путешествия во времени.

Дизайн сайта – яркий, современный и интерактивный. Он приглашает посетителей стать частью этого движения, предлагая уникальный опыт взаимодействия с историей.

Цветовая палитра объединяет историческую атмосферу и современную динамику. Основные цвета – глубокий синий, графитовый серый – создают гармонию и связь с прошлым. Акцентные цвета – белый добавляет яркости и

подчеркивают ключевые элементы, делая дизайн выразительным и современным.

Типографика выдержана в современном ключе: основной шрифт Мангоре – технологичный и геометричный, подчёркивает строгую, структурированную подачу информации, при этом сохраняет высокую читаемость. Элементы дизайна прямоугольные, с минимальным скруглением углов, что визуально усиливает образ точности и инженерной строгости.

На первом экране размещена крупноформатная фотография самолёта, одного из знаковых экспонатов музея. Она предварительно обработана с помощью художественной маски, имитирующей эффект старины – это символический жест уважения к прошлому.

Блоки новостей и выставок оформлены лаконично и функционально: каждый элемент снабжён интерактивными эффектами при наведении и предназначен для удобного восприятия информации. Пользователь не теряется в визуальном шуме – наоборот, каждый элемент подсказывает логику навигации.

Концепция 2 – «Диалог прошлого и будущего».

Парковый комплекс истории техники имени К.Г. Сахарова – это уникальное место, где прошлое и будущее ведут диалог. Здесь старинные механизмы встречаются с современными технологиями, создавая пространство для размышлений о прогрессе и инновациях. Каждый экспонат – это не просто артефакт, а мост между эпохами, который заставляет задуматься: как далеко мы продвинулись и куда идем дальше?

Сайт становится виртуальным проводником по эпохам, где каждая страница – это новый этап в истории техники. Пользователь "путешествует" сквозь время, изучая экспонаты и их значение. Дизайн сайта должен передавать ощущение движения, прогресса и связи времен, создавая атмосферу, которая вдохновляет на изучение и размышления (Рисунок Б.2).

Вторая концепция строилась вокруг идеи тёплого визуального взаимодействия, символизируя преемственность поколений и мягкий переход

от прошлого к будущему. Основной шрифт – Syncopate, за счёт геометричности и округлых форм – создавал ассоциации с технологическим наследием, сохраняя при этом визуальную дружелюбность.

Центральным элементом выступал полноэкранный слайдер с навигацией по центру, погружающий пользователя в атмосферу парка уже с первых секунд. Сразу под ним – два ключевых экспоната, оформленные в виде карточек. Следующий блок, посвящённый миссии комплекса, занимал всю ширину экрана, с фиксированным контейнером по центру и выразительным скруглённым изображением, усиливающим визуальный акцент. Новостная лента была выполнена в формате сетки: одна крупная новость слева и две меньшего размера – справа, что позволяло эффективно распределить внимание. Блок выставок – горизонтальный слайдер с тремя карточками одновременно на экране.

Общий стиль графики – мягкий и комфортный, с акцентом на скругление: радиус углов составлял не менее 25% от ширины элементов. Такое оформление вызывало ощущение открытости, уюта и доступности.

Концепция 3 – «Техника как искусство».

Парковый комплекс – это не просто хранилище истории техники, а источник вдохновения для изобретателей, мечтателей и исследователей. Каждая деталь, от шестеренки до двигателя, рассказывает свою историю, напоминая о безграничности человеческого гения. Здесь техника предстает как произведение искусства, сочетающее эстетику и инженерную гениальность, а красота и гармония экспонатов вызывают восхищение (Рисунок Б.3).

Третья концепция объединила элементы современных digital-трендов с академической сдержанностью. Цветовая гамма выдержана в прохладных тонах, а композиционная структура основывается на модульной сетке. Главный экран представляет фотографию самолета с наложением шума, занимающим весь экран. Следующий блок слоган “Место встречи поколений” с информацией и фотографией Паркового комплекса. Информация подаётся

последовательно: сначала – вводные сведения о музее, далее – важные ссылки, новости, выставки и партнёры. Благодаря минимальному количеству декоративных элементов достигается высокий уровень визуальной ясности и акцент на содержании.

Цветовая палитра строится на светлых, нейтральных тонах (белый, серый, бежевый), которые подчеркивают чистоту и элегантность. Металлические акценты (серебро, золото) добавляют современности и технологичности.

Шрифты должны быть элегантными, но универсальными. В заголовках используются современные шрифты с засечками (например, Playfair), добавляющие элегантность и художественность. В основном тексте – рубленые шрифты без засечек (например, Lato), обеспечивающие удобочитаемость и минимализм.

Каждая из предложенных концепций предлагает уникальный подход к дизайну сайта Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова. Независимо от выбранной концепции, сайт должен стать не только источником информации, но и виртуальным проводником, который вдохновляет, удивляет и помогает посетителям почувствовать связь между прошлым и будущим. Визуальные решения, основанные на контрасте эпох, минимализме и интерактивности, помогут создать сайт, который станет достойным отражением уникальности Паркового комплекса.

3.1.1 Разработка варфреймов сайта

Варфреймы (wireframes) – это схематические эскизы будущего интерфейса сайта, которые помогают визуализировать структуру страниц, расположение элементов и взаимодействие пользователя с контентом. Они являются важным этапом проектирования, так как позволяют проработать логику навигации и функциональность сайта до начала разработки дизайна. В рамках редизайна сайта Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова были созданы эскизные варианты основных страниц, которые

учитывают выявленные в ходе анализа проблемы и предложенные улучшения (Рисунок Б.4).

Цели создания варфреймов:

1. Упрощение навигации

Варфреймы помогают проработать структуру меню и расположение ключевых элементов, чтобы пользователи могли легко находить нужную информацию.

2. Улучшение пользовательского опыта

Эскизы позволяют определить оптимальное расположение кнопок, форм и других интерактивных элементов для удобства взаимодействия.

3. Оптимизация контента

Варфреймы помогают распределить контент по страницам, избегая перегруженности и обеспечивая логическую последовательность информации.

4. Тестирование идей

Эскизные варианты позволяют быстро протестировать различные подходы к дизайну и функциональности, прежде чем переходить к детальной проработке.

Принципы создания варфреймов:

1. Минимализм

Варфреймы создаются в черно-белой или серой цветовой гамме, чтобы сосредоточиться на структуре и функциональности, а не на визуальном дизайне.

2. Удобство навигации

Все элементы навигации (меню, кнопки, ссылки) должны быть легко доступны и интуитивно понятны.

3. Акцент на ключевых элементах

Важные элементы, такие как кнопка "Купить билет" или поиск по сайту, выделяются и размещаются на видных местах.

4. Адаптивность

Варфреймы учитывают отображение сайта на разных устройствах (десктоп, планшет, мобильный телефон).

Создание варфреймов позволило:

- Упростить навигацию и сделать сайт более удобным для пользователей.
- Оптимизировать расположение ключевых элементов, таких как кнопка "Купить билет" и информация о ценах.
- Определить логическую структуру контента для каждой страницы.
- Подготовить основу для дальнейшей разработки дизайна и прототипов.

3.1.2 Разработка и презентация дизайн–концепций заказчику

В ходе очной презентации были продемонстрированы три предварительно разработанных дизайн–концепции (Рисунок Б.5), каждая из которых предлагала уникальный визуальный подход и структуру взаимодействия с пользователем. Обсуждение строилось на сравнении этих вариантов, что позволило выстроить конструктивный диалог с заказчиком и уточнить ключевые пожелания к финальному решению. Особое внимание в обсуждении было уделено структуре сайта. Заказчик подчеркнул важность упрощённой и логичной навигации, а также акцентировал необходимость быстро донести до посетителей практическую информацию.

По итогам встречи заказчики выбрали концепцию №1 – «Машина времени под открытым небом», как наиболее соответствующую духу проекта и задачам паркового комплекса. В рамках этой концепции были утверждены следующие структурные и стилистические решения:

Меню было сокращено до четырёх основных пунктов: «О нас», «Посетителям», «Новости», «Контакты» – для упрощения пользовательского пути.

Важные ссылки – такие как «Как проехать», «Стоимость билета», «Посещение подводной лодки» – было решено разместить на видном месте, чтобы обеспечить быстрый доступ к нужной информации.

Блоки «О парке» и «Новости» были исключены с главной страницы. Вместо них было принято решение сфокусироваться на четырёх ключевых разделах: «Выставки», «Экскурсии», «Календарь событий» и «Полезное» – как наиболее востребованных и функционально значимых для аудитории.

Раздел «Выставки» был дополнен четырьмя основными тематическими блоками, представляющими ключевые направления экспозиции:

- История техники;
- Паровозное депо;
- Космический десант;
- Экспериментальные автомобили;

Раздел «Экскурсии» включает основные форматы посещения территории комплекса:

- Экскурсия на подводную лодку Б–307 «Сом»;
- Поездка на автопоезде с аудиогидом;
- Аудио экскурсия по территории парка;

Таким образом, финальная структура сайта была переосмыслена в сторону большей информативности, интерактивности и удобства, сохранив при этом выразительный визуальный стиль концепции «Диалог прошлого и будущего».

3.1.3 Финальная доработка и утверждение главной страницы

После формирования общей концепции была проведена финальная доработка главной страницы, направленная на оптимизацию пользовательского сценария и визуального представления информации. Структура выстроена с учётом логики восприятия и приоритетности контента. (Рисунок В.1).

Композиция и визуальная иерархия

Главная страница открывается полноэкранным слайдером, размещённым сразу под шапкой сайта. В центре слайдера – изображение самолёта, стилизованное под чёрно-белое фото с эффектом «состаренной

плёнки». Поверх изображения размещён заголовок «Место встречи поколений», а также акцентная кнопка «Купить билет», которая ведёт пользователя к основному действию и стимулирует вовлечение.

Вся композиция построена на принципах визуальной иерархии: крупные заголовки, последовательность блоков и контрастные акценты позволяют пользователю легко ориентироваться в контенте.

Важные ссылки

Сразу под вступительным блоком размещён раздел с быстрым доступом к ключевой информации. Он представлен в виде кнопок с подписями, ведущих к соответствующим разделам. В этот блок входят:

- Как проехать;
- Стоимость билета;
- Как попасть на подводную лодку;

Функционально он выступает в роли быстрого гида по наиболее востребованной информации.

Блок «Выставки»

Следом располагается визуально выделенный блок с четырьмя карточками выставок. Каждая карточка содержит изображение, заголовок и краткое описание, раскрывающее тему:

- История техники;
- Паровозное депо;
- Космический десант;
- Экспериментальные автомобили;

Карточки выполнены в едином стиле с соблюдением модульной сетки, что создаёт целостное визуальное впечатление.

Блок «Экскурсии»

Раздел экскурсий визуально оформлен в виде билетов с пунктирной линией, создающей ассоциацию с реальным билетом на мероприятие.

Представлены три экскурсии:

- Подводная лодка Б–307 «Сом»;

- Автопоезд с аудиогидом;
- Аудио экскурсия по территории;

Каждый «билет» содержит краткое описание, время проведения и ссылку на подробную информацию.

Блок «Актуальные события»

Блок мероприятий реализован в формате календаря событий, где каждое событие привязано к конкретной дате. Карточки содержат:

- «Ночь в музее»
- «День Победы»
- «Мир! Труд! Май!»
- «Масленица»
- «Субботник»
- «День защитника Отечества»

Визуально карточки выровнены по сетке, дополнены акцентами и разделителями для лучшей читаемости.

Дополнительные разделы

В нижней части страницы расположен блок «Отзывы посетителей», а также сайдбар «Полезное», который содержит перечень ссылок на второстепенные материалы.

При финальной доработке были учтены:

- Согласованность всех визуальных элементов с дизайн-системой (шрифты, цветовая палитра, радиусы скругления);
- Адаптация всех блоков под мобильные устройства;
- Единообразие карточек и визуальной сетки;
- Интуитивность навигации и логика пользовательского пути.

Подвал сайта

В самом конце страницы размещён подвал (footer), выполняющий роль общей точки навигации. В нём размещены:

- Логотип парка;

- Ссылки на все основные страницы сайта;
- Адрес Паркового комплекса;
- Контактные телефоны;
- Ссылки на социальные сети;

Главная страница объединяет информативность и визуальную выразительность, формируя у посетителя ощущение вовлечённости с первых секунд взаимодействия. Структура и стилистика страницы поддерживают основную концепцию проекта – оживлённый диалог прошлого и будущего, в котором каждый пользователь становится его участником.

3.2 Дизайн внутренних страниц сайта

Разработанные внутренние страницы сайта Паркового комплекса сохраняют единую стилистику с главной страницей, обеспечивая удобную навигацию и доступ к информации. Каждая страница имеет четкую структуру и визуальную иерархию.

1. Страница "О Парковом комплексе" включает:

- Крупный заголовок и баннерное изображение
- Информационную врезку с ключевыми показателями
- Основной текстовый блок с исторической справкой

2. Страница "События" содержит:

- Календарный интерфейс с фильтрацией по датам и месяцам
- Карточки событий с афишами и краткой информацией
- Визуальное разделение на предстоящие и прошедшие мероприятия

3. Страница "Новости" содержит:

- Лента новостных карточек с изображениями
- Возможность фильтрации по категориям
- Четкое визуальное разделение между материалами

4. Страница "Выставки" содержит:

- Крупный заголовок с кратким вводным текстом
- Карточки выставок с тематическими изображениями
- Названиями ("История техники", "Космический десант" и др.)
- Краткими описаниями
- Кнопками "Подробнее"

5. Страница "Экспонаты" содержит:

- Реализована как интерактивная база техники
- Главный заголовок с поясняющим текстом
- Категоризация (авиация, бронетанковая техника и др.)

Для каждой категории:

- Фотографии техники с графическими элементами
- Краткое перечисление техники
- Адаптивная сетка для удобного просмотра

6. Страницы конкретных экспонатов (на примере авиатехники) содержит:

- Крупное изображение объекта
- Блок с техническими параметрами:
- Год выпуска
- Производитель
- Историческая справка

7. Экскурсионные страницы имеют единый структурированный формат:

Для программы "История техники":

- Варианты участия (автопоезд, аудиогид)
- Таблица с тарифами и продолжительностью
- Условия для групп

Для экскурсии "Подводная лодка Б–307":

- Особые требования к посетителям

- Детальное расписание сеансов
- Контактная информация для записи
- Предупреждения о специфике объекта

Все страницы выполнены в единой цветовой гамме с акцентами на ключевые элементы. Использована адаптивная верстка для корректного отображения на различных устройствах. Визуальные решения подчеркивают тематическую направленность контента, сохраняя при этом удобство восприятия информации (Рисунок В.2).

3.3 Разработка графических и визуальных элементов

Визуальная составляющая сайта Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова играет ключевую роль в формировании общего впечатления от интернет-ресурса. Она не только определяет эстетическое восприятие платформы, но и оказывает прямое влияние на удобство восприятия информации, навигацию и общее взаимодействие пользователя с контентом. Современные цифровые продукты, особенно в музейной и культурной среде, требуют визуальной среды, способной одновременно информировать, вдохновлять и вовлекать посетителей. Именно поэтому особое внимание при разработке графических элементов было уделено вопросам стилистической целостности, узнаваемости, тематической релевантности и визуальной выразительности.

Основная цель визуального оформления заключалась в создании уникального и запоминающегося пользовательского опыта, в котором каждый элемент интерфейса перекликался бы с содержательной частью сайта, отражая индустриальную и историко-техническую направленность экспозиций. Центральным графическим приёмом, положенным в основу визуального языка сайта, стал модуль с многоступенчатым краем – форма, вдохновлённая характерной геометрией экспонатов, представленных в Парковом комплексе.

Стилизованные билеты на экскурсии.

Одним из ключевых визуальных элементов сайта стали стилизованные билеты, разработанные в единой графической концепции. Эти элементы представляют собой информационные блоки, выполненные в форме билета, условно разделённого на две части. Левая часть каждого билета – синий прямоугольник со «ступенчатым» краем (мотив, задающий визуальную идентичность сайта), в которой размещены ключевые тематические изображения, отражающие суть экскурсии. Правая часть содержит текстовую информацию: название экскурсии, особенности проведения и дополнительную справочную информацию.

Всего на сайте используются три варианта таких билетов (Рисунок В.4):

Аудиоэкскурсия – билет с изображением наушников, штрихкода и пунктирной линии. Он символизирует индивидуальное прослушивание аудиогuida. Такой визуальный приём ассоциируется с цифровым форматом экскурсии и подчёркивает современный подход к подаче информации.

Экскурсия на подводную лодку Б-307 «Сом» – на синем блоке изображена сама лодка, установленная в Парковом комплексе. Этот билет отсылает к одному из самых впечатляющих экспонатов музея, акцентируя внимание на возможности посетить внутренние помещения реального подводного судна. Графика создаёт ассоциацию с масштабом и технической мощностью объекта.

Автопоезд с аудиогидом – билет, оформленный с изображением экскурсионного автопоезда. Он отражает ещё один популярный маршрут по территории комплекса. Этот формат экскурсии сочетает физическое передвижение по экспозиции и аудио сопровождение, что делает посещение более насыщенным и доступным для широкой аудитории, включая семьи с детьми и пожилых посетителей.

Все три билета выдержаны в единой графической стилистике, что обеспечивает не только визуальную согласованность, но и способствует интуитивному восприятию информации пользователями. Помимо функциональной роли, эти элементы усиливают образ музея как

современного, организованного и гостеприимного пространства, где внимание к деталям присутствует на всех уровнях – от выставки до цифрового интерфейса.

Изображения техники с наложенными графическими акцентами.

Ещё одним выразительным визуальным приёмом стали графические вставки в виде синих и белых прямоугольников и линий, которые частично перекрывают изображения техники – например, самолёта (Рисунок В.5), подводной лодки и других экспонатов в зависимости от раздела сайта (железнодорожная, космическая, автомобильная и прочие тематические зоны). Эти элементы придают композициям динамику, создают эффект движения и визуально связывают контент сайта с его музейной и индустриальной тематикой.

Таким образом, визуальные решения сайта выполняют не только эстетическую, но и навигационную, коммуникативную и эмоциональную функции. Благодаря продуманному подходу к графическому стилю, сайт Паркового комплекса имени К.Г. Сахарова становится не просто информационной площадкой, а цифровым продолжением музейного пространства – с чётко выраженной идентичностью, атмосферой и акцентом на взаимодействие с пользователем. Это особенно важно для культурных учреждений, стремящихся к развитию в цифровой среде и расширению своей аудитории за счёт современного дизайна.

3.4 UI KIT. Дизайн система

В рамках разработки визуальной концепции сайта для МАУК «Парковый комплекс истории техники им. К. Г. Сахарова» была сформирована единая дизайн–система (UI Kit), обеспечивающая визуальную и функциональную целостность интерфейса. UI Kit представляет собой совокупность стандартизированных элементов пользовательского интерфейса, типографических и цветовых решений, а также правил их применения, направленных на создание последовательного пользовательского опыта и поддержание визуальной идентичности проекта.

Создание дизайн–системы является необходимым этапом при разработке цифрового продукта, поскольку она позволяет обеспечить единообразие визуального языка на всех уровнях проектирования, ускорить процесс прототипирования и упрощает дальнейшую реализацию интерфейса в коде. Наличие четко структурированного UI Kit способствует систематизации всех визуальных компонентов, облегчает взаимодействие между дизайнерами и разработчиками, а также делает возможным масштабирование и развитие проекта без потери его стилистической целостности.

Разработанный UI Kit включает следующие ключевые компоненты: типографическую систему, цветовую палитру, модульную сетку, систему отступов, графические элементы интерфейса (кнопки, карточки, формы) и набор иконографии. Каждый из этих компонентов был адаптирован под специфику проекта и отражает его тематическое направление, связанное с историей техники, инженерным наследием и индустриальной эстетикой.

Особое внимание в системе уделено принципам адаптивности: все элементы спроектированы с возможностью корректного отображения на различных устройствах и разрешениях экрана. Это особенно актуально в современных условиях, когда значительная часть пользователей получает доступ к цифровому контенту через мобильные платформы.

Дизайн-система также выполняет важную роль в поддержании и развитии бренда учреждения, создавая визуально узнаваемую среду и усиливая ассоциативную связь между внешним обликом сайта и его содержанием. Таким образом, UI Kit становится не только техническим инструментом проектирования, но и частью коммуникационной стратегии Паркового комплекса.

В последующих разделах будут подробно рассмотрены все составляющие дизайн-системы: от выбора типографики и построения цветовой схемы до оформления отдельных элементов интерфейса и применения иконографических решений. Это позволит проследить, каким образом визуальные решения поддерживают концептуальную и функциональную основу макета сайта.

3.4.1 Выбор и обоснование типографики

Одним из важнейших этапов разработки визуальной концепции сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова стал выбор шрифта, который обеспечивал бы сочетание читаемости, визуальной выразительности и соответствия тематике проекта. Основным шрифтом был выбран Manrope – современный геометрический гротеск с лаконичным, технологичным характером. Его нейтральное и при этом уверенное начертание делает шрифт универсальным для различных по значимости текстовых элементов – от заголовков до вспомогательных подписей.

Типографическая система сайта построена на чёткой иерархии и разнообразии начертаний. Заголовок первого уровня (H1) оформляется размером 60 pt и используется в полужирном начертании (Bold). Заголовки второго уровня (H2) представлены размером 40 pt, также в Bold. Для подразделов и дополнительных заголовков (H3) применяется размер 32 pt и начертание Semibold, а названия карточек и секций (H4) оформлены шрифтом размером 24 pt с тем же полужирным, но менее насыщенным начертанием.

Основной текст на страницах сайта набран размером 18 pt с обычным начертанием (Regular). Для акцентных фрагментов текста используется

начертание Medium при сохранении того же кегля – 18 pt. Для второстепенной информации в карточках применяется размер 16 pt, также в Regular. Текст, размещаемый на кнопках, имеет размер 16 pt и более насыщенное начертание Medium, что обеспечивает высокую читаемость даже при ограниченном пространстве. Подписи и справочные пояснения оформляются шрифтом размером 14 pt, а для микротекста, например, копирайтов, применяется кегль 8 pt.

Все размеры и начертания адаптированы для различных устройств. При переходе на мобильные версии сайта текст масштабируется пропорционально, что позволяет сохранять визуальную иерархию и обеспечивать комфортное восприятие контента на любых экранах.

Таким образом, выбранный шрифт и система типографических стилей способствуют формированию чёткого визуального ритма, поддерживают структурность контента и подчеркивают тематику проекта. Шрифт Manrope позволил реализовать современное, функциональное и визуально сбалансированное текстовое оформление, соответствующее задачам сайта и ожиданиям пользователей.

3.4.2 Формирование цветовой палитры

Цветовая палитра – важнейший инструмент визуальной идентификации и формирования пользовательского восприятия веб–интерфейса. В рамках разработки дизайн–системы сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова была сформирована лаконичная, но выразительная цветовая схема, основанная на принципах контраста, читаемости и соответствия тематике проекта.

Основной акцентный цвет – насыщенный синий #1C3FCF. Он применяется для подзаголовков (H2, H3), иконок, кнопки «Купить билет», а также для визуального оформления карточек экскурсий и декоративных графических элементов. Этот оттенок ассоциируется с технологическим развитием, будущим и цифровой средой. Он подчёркивает современный характер проекта и гармонирует с его технической направленностью. Синий

также широко используется в индустриальной визуальной культуре, что делает его уместным в контексте музейной тематики, связанной с историей техники и инженерных достижений.

Визуально важным решением стало использование синего контура толщиной 2 пикселя для карточек экскурсий. Такой приём не только структурирует визуальные блоки, но и усиливает образ билета, на который стилистически ориентированы эти элементы. Это придаёт интерфейсу узнаваемость и тематическую цельность, формируя ассоциативную связь между цифровым продуктом и реальными музейными услугами.

В качестве нейтрального и текстового используется цвет #1A1A1A – тёмно–серый, обеспечивающий хорошую читаемость основного текста и визуальный баланс на фоне белых и синих акцентов. Этот цвет применяется в подвале сайта, на второстепенных кнопках («Подробнее») и в элементах вторичного содержания.

Базовым фоновым цветом выбран классический белый #FFFFFF. Он используется как для основного пространства страниц, так и для текста, размещённого на тёмных или насыщенных фонах. Белый цвет позволяет визуально разгружать интерфейс, создаёт ощущение чистоты и упорядоченности, а также подчёркивает структуру макета.

Таким образом, цветовая палитра проекта построена на трёх основных оттенках (Рисунок В.6), каждый из которых выполняет чётко определённую функцию. Такая система обеспечивает не только визуальное единство интерфейса, но и его доступность, контрастность и соответствие тематике музейно–образовательного пространства. В совокупности с типографикой, иконографикой и системой компонентов палитра формирует прочную основу для выразительного, функционального и удобного цифрового продукта.

3.4.3 Система сеток и отступов

Грамотно выстроенная система сеток и отступов играет ключевую роль в формировании визуальной структуры пользовательского интерфейса. Она обеспечивает упорядоченность элементов на странице, облегчает восприятие

информации и способствует созданию адаптивного дизайна, одинаково удобного как для пользователей экранов с большим разрешением, так и для владельцев мобильных устройств.

Для макетов сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова в качестве базовой структуры выбрана 12–колоночная сетка, которая является стандартом в современной веб–дизайн–практике и предоставляет высокую гибкость при размещении контента. Такая система позволяет точно выстраивать композицию, соблюдая визуальный ритм и равновесие между текстовыми и графическими блоками.

Макет разработан в разрешении 1440 пикселей по ширине, что соответствует оптимальному формату для отображения на большинстве современных ноутбуков и мониторов. Это значение принято в качестве базового при проектировании интерфейса, от которого далее выстраиваются сетка и отступы.

В десктопной версии сайта применяются следующие параметры:

- внешние поля (отступы от краёв экрана) составляют 100 пикселей,
- межколоночные отступы – 20 пикселей.

Эти значения обеспечивают достаточное визуальное дыхание между элементами интерфейса и способствуют комфортному восприятию информации (Рисунок В.7).

Адаптация сетки под различные устройства реализуется следующим образом:

- на планшетах используется 8–колоночная система с полями по 60 пикселей,
- на мобильных устройствах – 4 колонки с минимальными отступами 24 пикселя.

Такой подход позволяет сохранить визуальную иерархию и читаемость контента независимо от размера экрана. Адаптивная структура обеспечивает удобство навигации и восприятия информации, поддерживая общее стилевое и логическое единство интерфейса.

Благодаря применению модульной сетки, макет становится масштабируемым и гибким, что упрощает его последующую разработку, обновление и добавление новых разделов без нарушения визуальной гармонии. Сетка и отступы формируют прочный каркас для всей дизайн-системы и способствуют достижению высокого уровня визуальной согласованности на всех этапах проекта.

3.4.4 Компоненты интерфейса

Компоненты интерфейса являются основными строительными блоками визуальной структуры сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова. Они обеспечивают единообразие оформления и упрощают взаимодействие пользователя с различными разделами веб-ресурса. Все элементы проектировались в рамках единой визуальной системы и подчиняются заранее заданным стилистическим и композиционным правилам.

Кнопки представлены в двух вариантах:

- Основная кнопка («Купить билет») выполнена с фоном акцентного синего цвета #1C3FCF и белым текстом. Кнопка имеет чёткие прямоугольные формы и используется в блоках, где необходимо привлечь внимание к действию (Рисунок В.8).
- Вторичная кнопка («Подробнее») имеет тёмно-серый фон (#1A1A1A) и белый цвет текста. Этот вариант применяется в случаях, когда необходимо предоставить дополнительную информацию, не перегружая интерфейс визуальными акцентами (Рисунок В.9).

Обе кнопки используют шрифт Manrope размером 16 pt, с начертанием Medium. Поведение кнопок при наведении и нажатии, а также анимации, рассматриваются в следующем разделе, посвящённом динамике интерфейса.

Карточки представлены в нескольких разновидностях в зависимости от раздела сайта и информационного содержания.

Общим для большинства карточек является белый фон, внутренние отступы 20 пикселей и использование синего цвета #1C3FCF в элементах

акцента – например, в заголовках или декоративных вставках. Некоторые карточки обрамлены синей рамкой, визуально связывающей их с общей стиливой концепцией.

На страницах, посвящённых выставкам, карточки нередко включают изображения, оформленные с применением характерного графического приёма в виде "ступенчатого" края, отсылающего к визуальному модулю с подводной лодкой. Такой приём создаёт узнаваемость и визуальный ритм.

В разделе «Календарь событий» карточки оформлены более нейтрально: они представлены без обводок или дополнительных декоративных элементов, выстроены по трех колоночной сетке и сосредоточены на информативности.

В новостной ленте карточки имеют асимметричную структуру. Они варьируются по размеру, формируя чередование крупных и мелких элементов, что придаёт странице динамичность и делает визуальное восприятие контента более разнообразным.

Отдельным компонентом интерфейса является блок фильтрации, представленный на странице «Календарь событий». Он реализует возможность сортировки информации по различным критериям (даты, типы событий и др.), выполнен в том же визуальном стиле, что и остальные элементы, и обеспечивает удобный способ взаимодействия с большим объёмом данных.

Все компоненты были адаптированы для различных разрешений экранов и корректно отображаются как на настольных, так и на мобильных устройствах. Это делает интерфейс универсальным и доступным для широкой аудитории пользователей.

Таким образом, система интерфейсных компонентов поддерживает не только визуальную целостность, но и функциональную гибкость сайта, соответствующую задачам музейно–образовательного пространства.

3.4.5 Иконография и пиктограммы

В рамках визуальной системы сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова был разработан набор иконок, выполненных в

едином минималистичном стиле. Иконография служит важным средством навигации и визуальной поддержки интерфейса, облегчая восприятие информации и повышая удобство взаимодействия с сайтом.

Каждая пиктограмма имеет лаконичную геометрическую форму и соответствует общей эстетике проекта, ориентированной на современность, технологичность и визуальную выразительность. Набор включает следующие иконки:

4. Место – геометрический маркер, обозначающий расположение объектов;
5. Билет – прямоугольник с перфорацией, используемый как в составе интерфейсных кнопок, так и в контурном варианте для указания стоимости;
6. Календарь – квадрат с числом, применяемый для представления событий и дат;
7. Внимание – круг с восклицательным знаком, используемый в информационных и предупреждающих блоках;
8. Звезда – пятиконечная звезда, применяемая как акцентный декоративный элемент;
9. Телефон – схематичное изображение телефонной трубки, размещаемое в блоке контактной информации;
10. Наушники – упрощённый силуэт, обозначающий наличие аудио сопровождения;
11. Социальные сети – специализированные пиктограммы, размещённые на странице «Контакты», для обозначения официальных аккаунтов Паркового комплекса.

Все иконки сохраняют стилистическое единство: это векторные изображения с равномерной толщиной линий и предельно понятными силуэтами (Рисунок В.11).

Технические характеристики:

- Формат: SVG (векторный), что обеспечивает высокую чёткость и гибкость использования на различных разрешениях;
- Основной размер: 24×24 пикселя;
- Второстепенный размер: 16×16 пикселей (используется в дополнительных элементах интерфейса);
- Цвет: акцентный синий #1C3FCF и нейтральный тёмно–серый #1A1A1A.

Иконография не только способствует визуальной и функциональной организованности интерфейса, но и формирует целостный облик сайта, подчёркивая его идентичность и облегчая восприятие информации пользователями. Благодаря последовательному применению графических символов достигается согласованность визуального языка, что положительно влияет на пользовательский опыт.

3.5 Анимация и микровзаимодействия как элементы пользовательского интерфейса

В современных цифровых продуктах анимация и микровзаимодействия являются неотъемлемой частью интерфейсной среды, дополняя статичную графику и улучшая пользовательский опыт. Эти элементы обеспечивают дополнительный уровень коммуникации между системой и пользователем, позволяя передавать информацию, управлять вниманием и повышать интуитивность взаимодействия с интерфейсом.

Микровзаимодействия – это кратковременные визуальные или поведенческие отклики интерфейса на действия пользователя, например, наведение курсора, переключение вкладок, подтверждение отправки формы и другие подобные реакции. Они делают использование сайта более живым, отзывчивым и логически последовательным. Благодаря им пользователь ощущает прямую связь с интерфейсом и быстрее осваивается в структуре ресурса.

Анимация, в свою очередь, выполняет как эстетическую, так и функциональную задачу. С её помощью можно управлять последовательностью подачи контента, подчеркивать смысловые акценты, направлять взгляд пользователя и выстраивать удобные сценарии взаимодействия. Особенно важна роль анимации в интерфейсах, ориентированных на широкий круг посетителей, таких как сайты музеев и культурных учреждений, где требуется соблюдение баланса между информационной насыщенностью и визуальной доступностью.

При грамотном использовании анимация способствует улучшению юзабилити, снижает когнитивную нагрузку и делает взаимодействие с сайтом более комфортным. Однако важным условием является умеренность и соответствие общей стилистике интерфейса – перегруженность анимационными эффектами может затруднить восприятие информации и снизить общую эффективность интерфейса.

3.5.1 Анализ аналогичных решений и современных подходов к интерфейсной анимации

Анализ примеров современных веб-дизайнов, реализованных в сфере музейных и художественных сайтов, позволяет выявить ключевые тренды и приёмы в использовании анимации и микровзаимодействий. Анимационные решения, которые оказались привлекательными для рассматриваемого проекта, демонстрируют эффективное сочетание визуальной выразительности и функциональной эффективности.

VAN GOGH MUSEUM, Amsterdam (Dribbble)

- Анимация появления карточек с экспонатами сопровождается плавным масштабированием и прозрачностью, создавая эффект “вдохновения” при прокрутке.
- Интерактивные элементы (например, кнопка перехода между галереями) реагируют на наведение слегка изменяющимися формой и оттенком, что усиливает вовлечённость пользователя.

- Именно такие приёмы можно считать базой для формирования чувства интерактивности и эмоциональной связи с контентом.
- Multimedia Art Museum – редизайн сайта (Behance)
- Используется комбинированная анимация при смене разделов – вступительные переходы, эффекты затухания и смещения блоков.
- Информационные баннеры появляются не сразу, а с небольшим сдвигом и анимационной задержкой, что создаёт ощущение упорядоченного пространства и глубины макета.
- Эти подходы позволяют улучшить восприятие логической структуры страницы и сделать навигацию более плавной.

National Museum of Natural History – лендинг (Behance)

- Применён параллакс–эффект в контентных разделах – фоновые изображения и текстовые блоки перемещаются по разной скорости.
- Карточки с описаниями демонстрируют эффект «всплытия» при прокрутке, сопровождаемый лёгкой тенью, создающей иллюзию воздушности.
- Это усиливает акцент на каждом экспонате, подчёркивая его значимость и уникальность.

AI–Art Gallery Animation (Dribbble)

- Анимация отображения искусственного интеллекта в рамках арт–галереи – плавные маски, наложения и линейные переходы между фоновыми слоями.
- Смена экспозиций реализуется через переход с полупрозрачными слоями и динамичной рамкой вокруг ключевых объектов, подчёркивающей их приоритетность.
- Такие эффекты придают интерфейсу современный технологический характер и создают ассоциации с инновациями.

Обобщая вышеперечисленные примеры, можно выделить следующие ключевые подходы:

1. Плавное появление элементов с постепенным изменением прозрачности и масштаба.
2. Динамические переходы между разделами, включающие слайды, смещение и наложения.
3. Параллакс и многослойные эффекты, создающие ощущение глубины и структуры.
4. Интерактивные отклики на действия пользователя – при наведении, нажатии или прокрутке.
5. Оптимизация сроков анимационных эффектов, чтобы они не затрудняли восприятие и не перегружали интерфейс.

Данные принципы отражают ключевые тенденции в современной UI– и UX–практике – обеспечение комфортного восприятия контента, усиление визуальной выразительности и повышение уровня вовлечённости аудитории (Рисунок В.13). В последующих разделах данной главы будет рассмотрено, каким образом реализуемые в проекте решения соответствуют идентифицированным подходам и каким образом они визуализируются в макетах.

3.5.2 Принципы и характеристики используемой анимации

Анимация в пользовательском интерфейсе сайта Паркового комплекса истории техники им. К. Г. Сахарова используется как вспомогательный инструмент, улучшающий восприятие контента и взаимодействие с элементами страницы. Её основная функция – не отвлекать внимание пользователя, а, наоборот, направлять его, помогать в навигации и обеспечивать плавность переходов между различными разделами интерфейса.

Опираясь на проведённый анализ современных интерфейсных решений (см. раздел 3.5.1), в процессе проектирования были выделены следующие ключевые принципы анимации:

Ненавязчивость. Анимация используется строго по назначению, без избыточной выразительности. Она не отвлекает внимание, а подчёркивает

действия пользователя, создавая ощущение лёгкости и технологичности интерфейса.

Функциональность. Каждый анимированный элемент служит конкретной цели: привлечению внимания к активным зонам, подтверждению действия, визуальному сопровождению перехода или загрузки.

Плавность и скорость. Все переходы и анимационные эффекты настроены в пределах комфортной длительности – от 200 до 500 миллисекунд. Это обеспечивает воспринимаемую отзывчивость без ощущения «задержки» или замедленности.

Логичность и последовательность. Анимации подчиняются общей структуре интерфейса. Например, элементы, появляющиеся при прокрутке, следуют вертикальному направлению, повторяя логику движения пользователя по странице.

Единый стиль микровзаимодействий. Все интерактивные элементы – такие как кнопки, карточки, фильтры, навигационные блоки – подчиняются общей анимационной логике: изменения состояния происходят с помощью мягкого масштабирования, плавного изменения прозрачности или перемещения.

Характеристики реализованных анимаций на сайте включают:

Анимации кнопок: при наведении – незначительное увеличение и смена цвета фона или текста, в зависимости от типа кнопки (основная/вторичная).

Карточки: лёгкое «всплытие» (увеличение тени и масштаб) при наведении курсора, что подчёркивает интерактивность.

Появление элементов при прокрутке: блоки контента, включая заголовки и карточки, анимированно проявляются по мере их попадания в зону видимости.

Слайдеры и галереи: реализовано плавное переключение слайдов с эффектами смещения и затемнения, поддерживающими общий темп и стиль интерфейса.

Фильтрация и сортировка на странице календаря событий сопровождаются мягкой анимацией появления/скрытия карточек, что визуально связывает действия пользователя с происходящими изменениями.

Особое внимание уделено адаптивности анимаций. Все эффекты реализованы с учётом возможностей различных устройств: на мобильных платформах анимация сохраняет свои принципы, но может быть упрощена для повышения производительности и снижения нагрузки на систему.

Таким образом, применённые анимационные приёмы обеспечивают не только эстетическое оформление сайта, но и улучшают его функциональные качества, делая пользовательский опыт более современным, интуитивным и динамичным.

3.5.3 Визуализация анимации в макетах

Для реализации и демонстрации анимационных решений, описанных в разделе 3.5.2, в рамках проекта по разработке сайта Паркового комплекса истории техники имени К. Г. Сахарова были созданы интерактивные прототипы с использованием инструмента Figma. Применение данной платформы позволило не только смоделировать ключевые сценарии пользовательского взаимодействия, но и наглядно визуализировать поведение элементов интерфейса в динамике. Такой подход дал возможность протестировать функциональность анимационных эффектов ещё на стадии проектирования, что существенно повысило качество конечного пользовательского опыта.

1. Анимация карточек выставок на главной странице

Одним из ключевых элементов интерфейса стала анимация карточек выставок, представленных на главной странице сайта. Данные карточки интегрированы в горизонтальный слайдер, управление которым осуществляется при помощи навигационных маркеров в виде точек. Анимационный эффект реализован с использованием функции Smart Animate (длительность 600 мс), что обеспечивает плавную и естественную смену экспозиций при переключении слайдов. Это решение способствует созданию

интуитивно понятного интерфейса и усиливает восприятие визуального контента пользователями (Рисунок В.14).

2. Интерактивная анимация билетов

Особое внимание в проекте было уделено реализации анимации интерактивных билетов, оформленных в фирменном стиле сайта. При наведении курсора на карточку билета срабатывает анимация «разрыва»: элемент визуально разделяется на две части по горизонтали. Этот эффект реализован через переход между состояниями (Change to) с добавлением плавного смещения и масштабирования компонентов (см. Рисунок В.15). Такое решение делает интерфейс более живым, поддерживает визуальную концепцию сайта и привлекает внимание к ключевым экскурсионным предложениям.

3. Анимация кнопок взаимодействия

Анимация также задействована в оформлении всех основных и второстепенных кнопок сайта. При наведении курсора основная кнопка действия – «Купить билет» – изменяет цвет фона с насыщенного синего (#1C3FCF) на белый, одновременно появляется синяя обводка. Аналогичный принцип применён к другим кнопкам: «Подробнее», «Все выставки» и т.д. (Рисунок В.16). Эти изменения обеспечивают наглядный визуальный отклик, повышая интерактивность интерфейса и подтверждая пользователю, что элемент доступен для взаимодействия.

4. Анимация изображений при наведении

Для усиления визуального вовлечения пользователей изображения в макетах сайта снабжены эффектом плавного увеличения масштаба при наведении. Такой приём позволяет привлечь внимание к важным иллюстрациям, а также акцентирует интерактивный характер визуального контента. Анимация не только улучшает восприятие изображений, но и способствует более тесному эмоциональному контакту пользователя с представленной информацией.

5. Выпадающее меню

Навигационная структура сайта дополнена выпадающим меню, анимированным при помощи плавного раскрытия вложенных пунктов при нажатии на родительский элемент. Такое решение обеспечивает логичное отображение иерархии разделов и способствует более комфортной ориентации пользователя в структуре сайта (Рисунок В.17). Анимация здесь играет функциональную роль, не перегружая интерфейс, но делая взаимодействие с ним более понятным.

6. Сайдбар со сторонними ссылками

В нижней части макета размещён горизонтальный сайдбар, содержащий ссылки на партнёрские ресурсы. Данный блок обладает эффектом бесконечной прокрутки – контент движется с постоянной скоростью, создавая ощущение непрерывного потока информации (Рисунок В.18). Этот приём позволяет компактно представить дополнительную информацию, не отвлекая внимание от основного контента страницы.

7. Выпадающее мобильное меню

Особое внимание было уделено реализации навигации на мобильных устройствах. Прототип демонстрирует анимацию плавного выезда меню при активации и его обратное скрытие при нажатии на кнопку закрытия (крестик). Такая реализация обеспечивает логичный и интуитивно понятный процесс взаимодействия, соответствующий ожиданиям пользователей мобильных интерфейсов (Рисунок В.19).

Анимация в интерфейсе выполняет вспомогательную функцию: не перегружая восприятие, она помогает пользователю ориентироваться, видеть отклик на действия и ощущать динамичность взаимодействия. Использование Smart Animate и базовых триггеров (While hovering, Change to) обеспечивает реалистичные и лёгкие в реализации переходы без лишней нагрузки на систему. Визуализация анимаций на этапе проектирования позволила выявить недочёты и обеспечить их последовательное использование. Это повысило удобство взаимодействия и помогло сформировать целостный визуальный образ сайта.

Заключение

В рамках данной выпускной квалификационной работы была разработана визуальная концепция и пользовательский интерфейс для сайта МАУК «Парковый комплекс истории техники им. К. Г. Сахарова», расположенного в г.о. Тольятти. Проект направлен на решение актуальной задачи – модернизацию цифрового присутствия культурного учреждения и повышение его привлекательности для широкой аудитории.

На подготовительном этапе были выполнены аналитические и исследовательские действия, необходимые для построения обоснованной и функциональной цифровой платформы:

- исторический анализ,
- изучение специализированных источников,
- сбор исходных данных о Парковом комплексе,
- определение основных целей и задач бренда,
- сегментация целевой аудитории,
- анализ конкурентной среды,
- методы продвижения музеев,
- трёхуровневый анализ продукта,
- анализ заинтересованных лиц проекта,
- SWOT–анализ,
- UX–исследования пользовательских сценариев (User Stories),
- создание карты экранов (User Flow),
- формулировка гипотез,
- разработка концепций для сайта Паркового комплекса.

В процессе проектирования были выполнены:

- создание UI Kit – системы визуальных элементов для единой стилистики интерфейса;
- дизайн-макеты страниц сайта в десктопной и мобильной версиях;

- проработка сценариев анимаций и микровзаимодействий;
- разработка интерактивного прототипа в среде Figma, отражающего пользовательские пути, логику интерфейса и структуру контента.

Разработанный макет сайта отражает миссию Парка Сахарова, подчеркивает его культурную и техническую значимость, а также делает информацию о комплексе современной, доступной и визуально привлекательной. Дизайн адаптирован под разные аудитории и обеспечивает интуитивное взаимодействие.

Проект решает основную проблему Парка – отсутствие актуальной цифровой презентации. Новый сайт способствует привлечению новых посетителей за счёт удобного интерфейса, укрепляет имидж учреждения как современного и развивающегося, делает контент понятным и доступным для всех категорий пользователей.

Выполненная работа демонстрирует практическое применение инструментов UX/UI-дизайна в сфере культуры и музейного дела. Полученные результаты могут стать основой для полноценной реализации сайта и примером для других учреждений, стремящихся к цифровой трансформации и актуализации своего образа в цифровой среде.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Гринько, И. А. Музейная антропология в современном музейном менеджменте: задачи и инструментарий: автореф. диссертация на соискание учёной степени доктора исторических наук/ И. А. Гринько. – Казань, 2021. – 46 с. (дата обращения: 17.12.24).
2. SWOT-анализ для сайта: суть, цели, примеры применения // Serptop [Электронный ресурс]: URL: <https://serptop.ru/blog/swot-analiz-dlya-saita-sut-celi-primery-primeneniya/> (дата обращения 15.03.2025).
3. Процесс UX-проектирования: этапы и лучшие практики // Uprock [Электронный ресурс]: URL: <https://www.uprock.ru/articles/process-ux-proektirovaniya-etapy-i-luchshie-praktiki> (дата обращения 15.03.2025).
4. Цифровизация музеев: трудности, успехи, перспективы // НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]: URL: <https://spb.hse.ru/news/602286326.html> (дата обращения 15.03.2025).
5. Тренды в графическом дизайне в 2025 году // dsngners [Электронный ресурс]: URL: <https://dsngners.ru/artjom-obodzinskiy/8746-trendyi-v-graficheskom-dizayne-v-2025-godu> (дата обращения 15.03.2025).
6. SWOT-анализ для сайта: суть, цели, примеры применения // Serptop [Электронный ресурс]: URL: <https://serptop.ru/blog/swot-analiz-dlya-saita-sut-celi-primery-primeneniya/> (дата обращения 15.03.2025).
7. Норман, Д. А. Дизайн привычных вещей / Д. А. Норман. – Электрон. текстовые дан. [Электронный ресурс]: URL: <https://libroroom.ru/upload/iblock/912/stbqilw13igmhwhf3x9hnutru13h10u4b/16914.pdf> (дата обращения: 17.12.2024).
8. 20 методов UX-исследований: какие и когда использовать // Uprock [Электронный ресурс] URL: <https://www.uprock.ru/articles/20-metodov-ux-issledovaniy-kakie-i-kogda-ispolzovat> (дата обращения: 21.06.2025).
9. Проектирование интерфейса: 8 принципов, которые должен знать каждый UX-дизайнер // Яндекс Практикум / Блог [Электронный ресурс]: URL:

<https://practicum.yandex.ru/blog/proektirovanie-interfejsov/> (дата обращения 17.12.2024).

10. Музеи. Статистика и факты цифровизации [Электронный ресурс] // The-Journals.ru. URL: <https://t-j.ru/museums-stat/> (дата обращения: 21.06.2025).

11. Отечественные военные музеи и их роль в жизни общества [Электронный ресурс] / А. С. Громов // Культурология. – 2021. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennye-voennye-muzei-i-ih-rol-v-zhizni-obschestva> (дата обращения: 17.12.2024).

12. Вайрфреймы, прототипы и мокапы – в чем разница? // awdee.ru [Электронный ресурс]: URL: <https://awdee.ru/wireframes-prototypes-and-mockups/> (дата обращения: 17.12.2024).

13. Что такое User Story и как её создать // Яндекс Практикум / Блог [Электронный ресурс]: URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-user-story-i-kak-napisat/> (дата обращения: 17.12.2024).

14. Что такое UX и чем он отличается от UI // sibirix.ru [Электронный ресурс]: URL: <https://blog.sibirix.ru/ux-ui-guide/> (дата обращения: 17.12.2024).

15. Графический дизайн [Электронный ресурс] // Википедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Графический_дизайн (дата обращения: 20.05.2025).

16. Пользовательский интерфейс: что это такое и зачем нужен // BangBang EducationBI [Электронный ресурс] URL: <https://bangbangeducation.ru/point/ux-ui-dizain/polzovatelskij-interfejs/> (дата обращения: 23.06.2025).

17. Мобильный UX/UI-дизайн: принципы и тренды // Taptop.pro [Электронный ресурс] URL: <https://taptop.pro/blog/mobilnyj-ux-ui-dizajn-principy-i-trendy> (дата обращения: 23.06.2025).

18. Количественные и качественные исследования: что это и как работает // Uprock.ru [Электронный ресурс] URL:

<https://www.uprock.ru/articles/kolichestvennye-i-kachestvennye-issledovaniya-cto-eto-i-kak-rabotaet> (дата обращения: 23.06.2025).

19. Парковый комплекс истории техники – им. К. Г. Сахарова. [Электронный ресурс] // URL: <https://pkitis.tltsu.ru/> (дата обращения: 28.02.2025).

20. Музеи России // Культура РФ [Электронный ресурс] URL: <https://www.culture.ru/museums/institutes/location-russia> (дата обращения: 23.06.2025).

21. Технические музеи России // TechTraveling [Электронный ресурс] URL: <https://techtraveling.ru/useful/technicheskie-muzei-rossii/> (дата обращения: 21.04.2025).

22. Инструменты для трехуровневого анализа товара в маркетинге // AnalytikaPlus [Электронный ресурс] URL: <https://analytikaplus.ru/instrumenty-dlya-trehurovneвого-analiza-tovara-v-marketinge/> (дата обращения: 23.06.2025).

23. Музей техники Вадима Задорожного [Электронный ресурс] URL: <https://tmuseum.ru/> (дата обращения: 17.12.24).

24. Музей Мирового Океана // Музей мирового океана Министерство Культуры Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <https://www.world-ocean.ru/>

25. Музейный комплекс гражданской и военной техники [Электронный ресурс] URL: <https://mkugmk.ru/>

26. Как адаптировать сайт под мобильные устройства // Яндекс.Практикум [Электронный ресурс] URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/kak-adaptirovat-sayt-pod-mobilnye-ustroystva/> (дата обращения: 23.06.2025).

27. Что такое тестирование юзабилити и как его провести // Uprock.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.uprock.ru/articles/cto-takoe-testirovanie-yuzabiliti-i-kak-ego-provesti-0> (дата обращения: 23.06.2025).

28. Анимация интерфейсов в Фигме // Medium.com [Электронный ресурс] URL: <https://medium.com/design-pub/анимация-интерфейсов-в-фигме-3b12e2f1cbed> (дата обращения: 23.06.2025).

29. Прототипы в Figma: как и зачем их делать // Skillbox [Электронный ресурс] URL: <https://skillbox.ru/media/design/figma-prototypes-2/> (дата обращения: 23.06.2025).

30. Как повысить посещаемость музеев // Vinchi Interactive [Электронный ресурс] URL: <https://vinchi-interactive.ru/journal/kak-povyisit-poseshhaemost-muzeev/> (дата обращения: 23.06.2025).

Приложение А

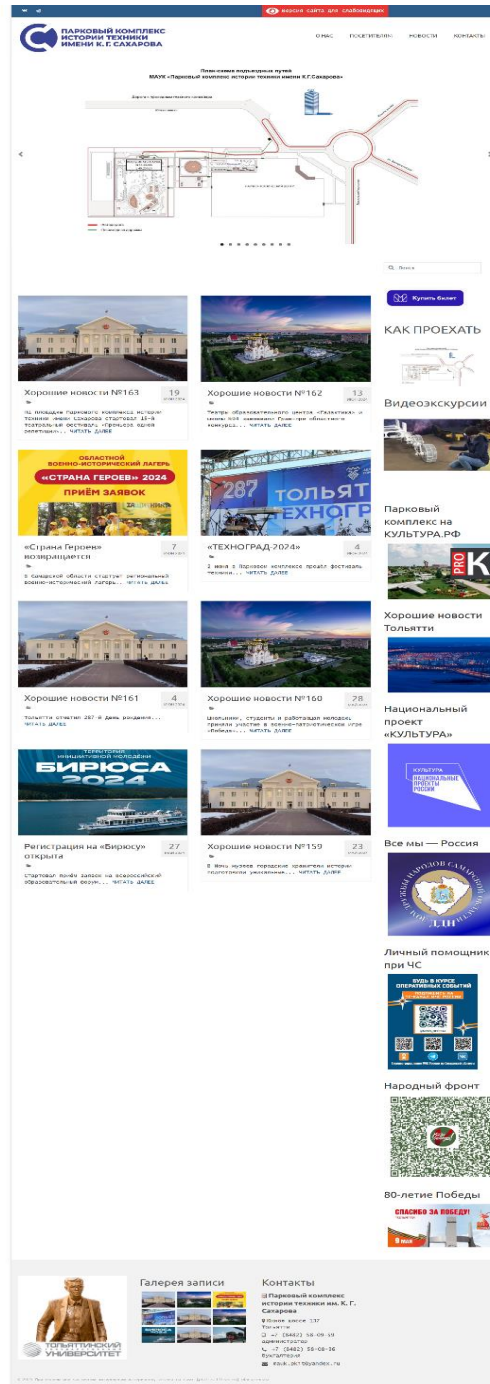
Анализ исходных данных

Таблица А.1 – сегментация целевой аудитории сайта “Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова”

Характеристика потребителя	Сегмент 1 Туристы	Сегмент 2 Посетители парка	Сегмент 3 Люди с техническим образованием
Взаимодействие с сайтом	Просмотр информации о режиме работы, экспозициях, стоимости билетов. Использование онлайн–карты парка. Чтение советов по посещению.	Изучение истории парка. Поиск информации о текущих выставках и экспонатах. Проверка актуальных мероприятий. Просмотр фото и описаний коллекции.	Изучение технических характеристик экспонатов. Чтение исторических справок о разработках. Поиск специализированных мероприятий.
Причина взаимодействия с сайтом	Планирование посещения во время поездки. Желание получить максимум информации заранее. Экономия времени на месте.	Получение актуальной информации о выставках. Подготовка к посещению. Удобное планирование визита.	Профессиональный интерес. Ностальгия по техническим достижениям прошлого. Желание углубить свои знания.
Что ценят в первую очередь?	Актуальную информацию о режиме работы, точные схемы проезда и парковок, возможность скачать карту парка, качественные фотографии экспонатов с кратким описанием, советы по оптимальным маршрутам осмотра.	Удобство покупки билетов онлайн, четкое расписание работы и мероприятий, хорошие фото экспонатов с описаниями, простой поиск нужной информации, раздел с частыми вопросами, контакты администрации.	Подробные технические характеристики экспонатов (размеры, материалы, принцип работы), исторические справки о разработках, биографии конструкторов, возможность записи на специализированные экскурсии, доступ к архивным материалам.

Продолжение Приложение А

Рисунок А.1 – Существующий сайт «Паркового комплекса истории техники им. К.Г. Сахарова»



Продолжение Приложение А

Таблица А.2 – Анализ конкурентной среды

Критерий	Музей техники Вадима Задорожного	Музей Победы	Музей Мирового океана	Что можно перенять
Навигация, структура	Многоуровневое меню с тематическими разделами	Интуитивно понятная, удобная	Простая навигация по коллекциям	Удобная и понятная структура сайта, чтобы пользователи быстро находили нужную информацию.
Поиск	Комбинированный поиск по экспонатам и событиям	Фильтры по датам и темам	Поиск с автодополнением	Реализовать интеллектуальный поиск с фильтрами по типам техники и периодам
Адаптивность	Полностью адаптивный дизайн	Полностью адаптивный дизайн	Полностью адаптивный дизайн	Разработать полностью адаптивную версию с учетом особенностей парка
Доступность	Версия для слабовидящих	Версия для слабовидящих	Версия для слабовидящих	Доступность сайта для людей с ограниченными возможностями.
Описание экспонатов	Технические характеристики + исторические справки	Детальные исторические описания	Научные данные + интересные факты	Добавить технические параметры и исторический контекст для каждого экспоната

Продолжение Приложение А

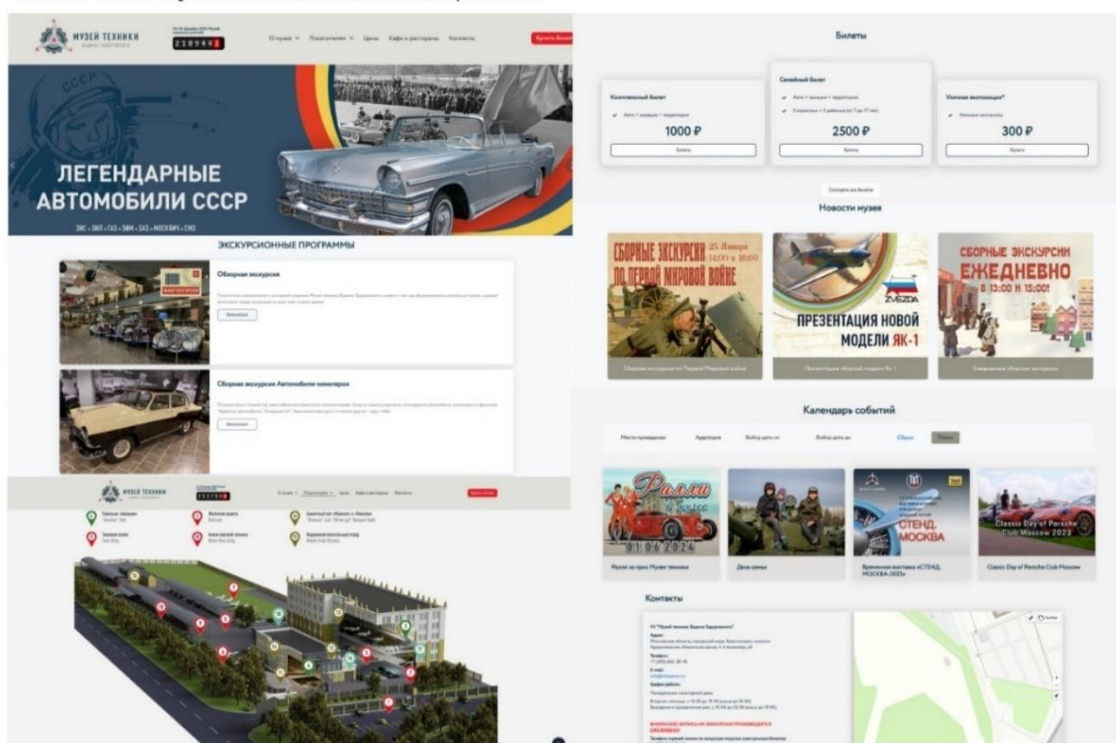
Онлайн билеты	Система с выбором даты и времени	Электронные билеты с QR–кодами	Комбинированные билеты	Внедрить современную систему бронирования
Фото и видео	Качественные фото	Качественные фото	Качественные фото	Использование качественных фотографий для каждого экспоната.
Общий дизайн	Стиль ретро–техно	Современный минимализм	Морская тематика	Разработать уникальный стиль, отражающий техническую направленность
Цветовая схема	Гармоничная	Сдержанная техно–палитра	Контрастная схема	Наличие заметных и удобных кнопок для перехода на сервис онлайн–бронирования билетов.
Типографика	Современный	Современный	Современный	Современный и привлекательный дизайн.
Соцсети	Активные сообщества	Система онлайн–трансляций	Научно–популярный контент	Запустить регулярную публикацию тематического контента.
События	Календарь мероприятий	Анонсы временных выставок	Научные конференции	Создать удобный календарь событий

Продолжение Приложение А

Техническая информация	Детальные спецификации	Детальные спецификации	Детальные спецификации	Предоставить полные технические характеристики технические характеристики
------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	--

Рисунок А.2 – Анализ конкурентной среды. Анализ сайта Музея Техники Вадима Задорожного

Аналог сайта Музей Техники Вадима Задорожного



Продолжение Приложение А

Рисунок А.3 – Анализ сайта Музейный комплекс гражданской и военной техники

Аналог сайт Музейный комплекс гражданской и военной техники

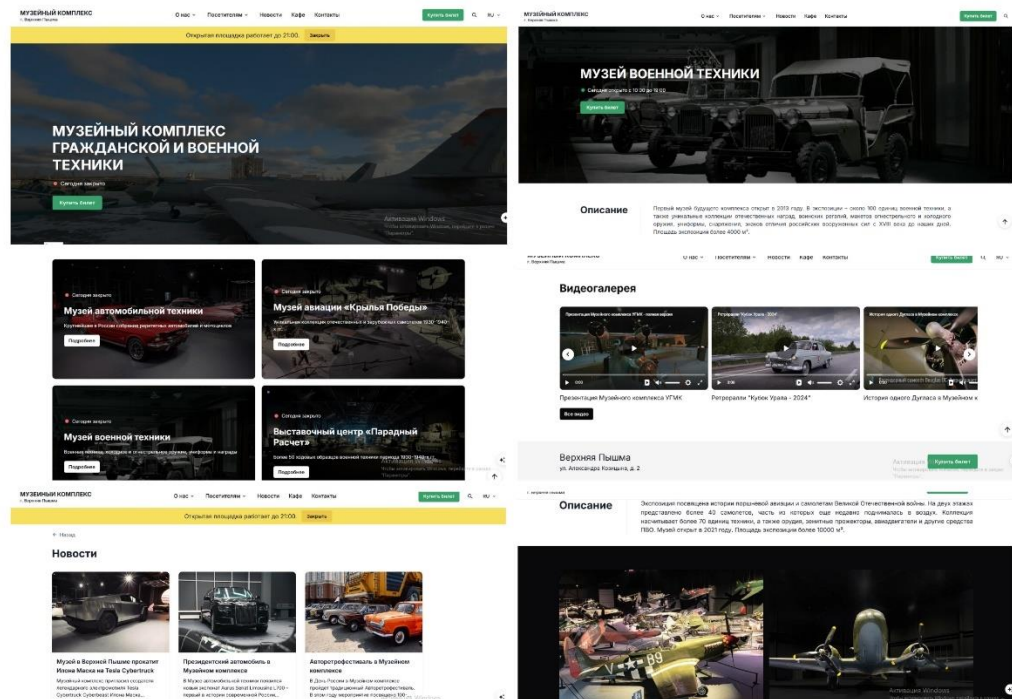
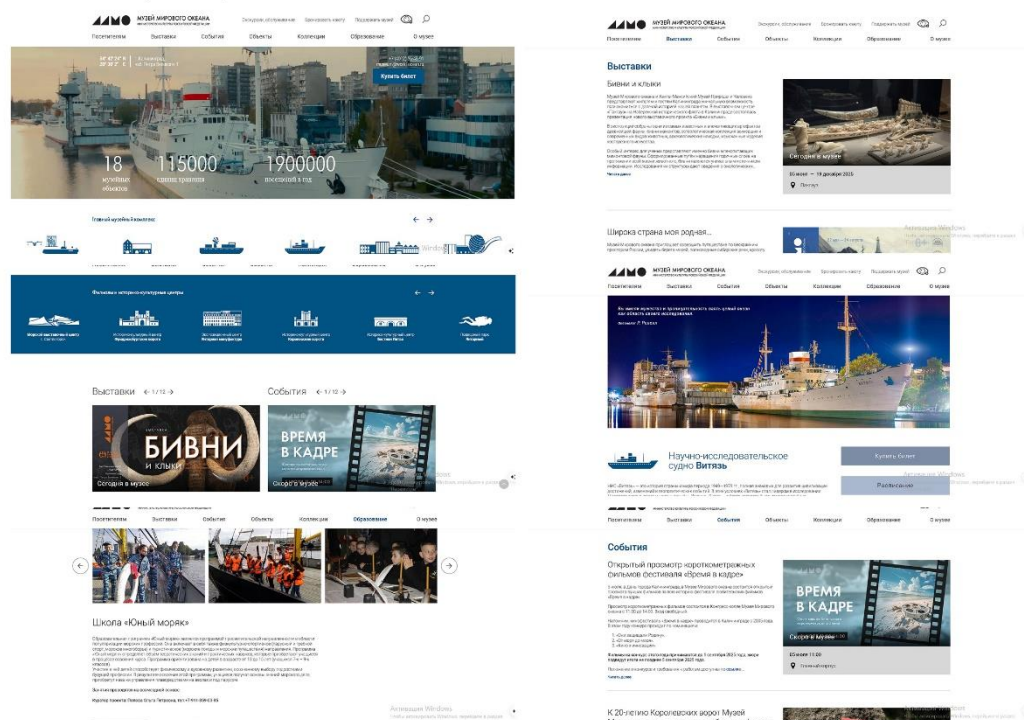


Рисунок А.4 – Анализ конкурентной среды. Анализ сайта Музея Мирового Океана

Аналог сайт Музей Мирового океана



Продолжение Приложение А

Таблица А.3 – Трехуровневый анализ продукта

Наименование сегмента	Сущность продукта	Фактически оказываемые услуги	Добавленная стоимость
Туристы	Культурно–познавательный опыт и техническое просвещение во время путешествий	Сайт – исторические маршруты, акты уалын ойинформационные карты для удобства навигации, экскурсии, туристические услуги.	Персонализированные карты для удобства навигации, интеграция с туристическими сервисами

Семьи и дети	Совместный досуг и образовательные программы	Информация о мероприятиях, советам, по организации, фото и отзывы посетителей	Детальные сведения о безопасности и комфорте для детей, рекомендации по посещению
Технические специалисты	Углубленное изучение истории техники и профессиональный обмен опытом	Разделы с фото, экспонатом, опроса	Новости о выставке и мероприятиях, подписка

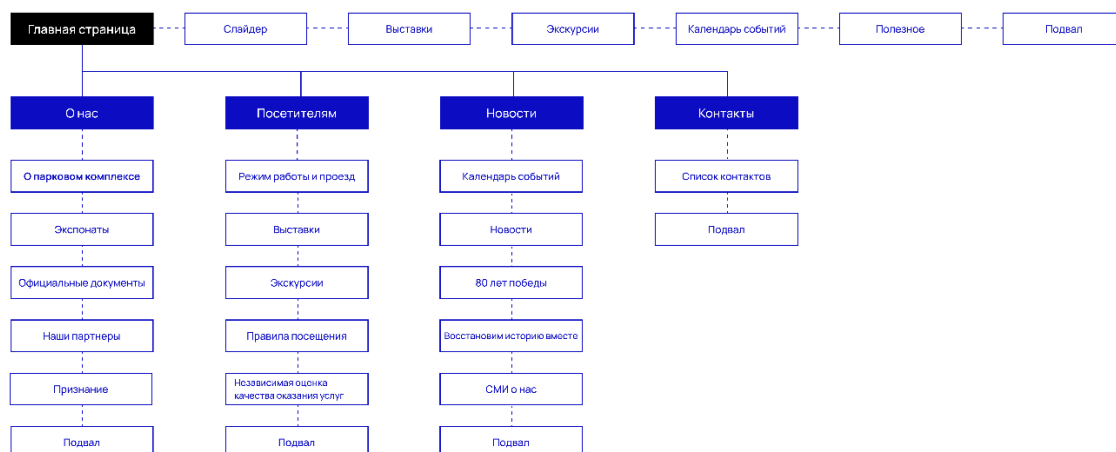
		ни я мо дел ей, год а соз да ни я и наз нач ен ия	техн ичес кие ново сти, проф есси онал ьные эксск урси и
--	--	---	---

Таблица А.4 – Анализ заинтересованных лиц проекта

Заинтересованные лица	Степень влияния	Характер	Аргументы	Мероприятия
Администрация парка	10	Позитивный	Хотят: улучшение имиджа парка, повышение привлекательности для спонсоров и меценатов, рост посещаемости, эффективное использование средств. Не хотят: затягивание сроков, нецелевое расходование, слабая реализация.	Регулярные отчёты о ходе проекта, согласование ключевых решений, учёт замечаний, участие в тестировании сайта, обучение по администрированию.
Образовательные учреждения	4	Позитивный	Хотят: удобный инструмент для организации экскурсий и образовательных визитов. Не хотят: сложностей при бронировании групп.	Создание раздела экскурсий с подробной информацией, реализация функции «обратного звонка» для упрощения коммуникации без необходимости онлайн–бронирования.

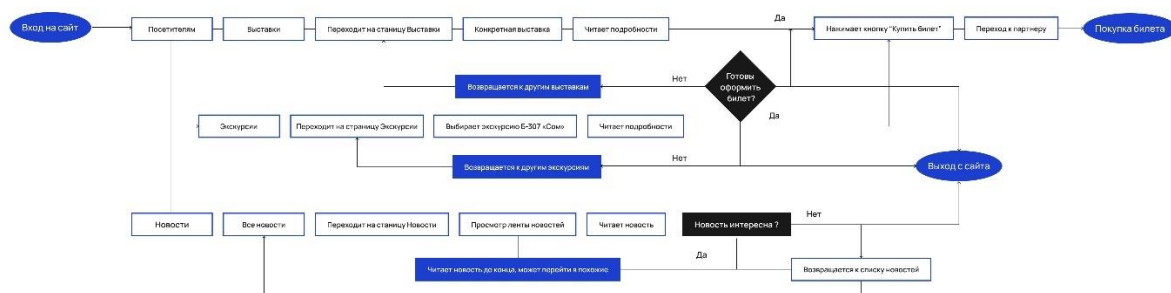
Посетители парка	9	Позитивный	Хотят: простой и информативный сайт, возможность онлайн–покупки билетов, расписание мероприятий. Не хотят: устаревших данных и неудобной навигации.	Разработка удобного интерфейса, адаптация под мобильные устройства, регулярное обновление информации, создание фотогалереи экспонатов, блок новостей, расписание мероприятий.
Туристы	7	Позитивный	Хотят: легко найти информацию о стоимости, мероприятиях, маршрутах и контактах. Не хотят: нехватки информации и сложной структуры сайта.	Поддержание актуальности информации на сайте, оформление туристического раздела, добавление контактной информации, карты и графика работы, удобный формат представления.
Спонсоры и инвесторы	5	Позитивный	Хотят: видимый результат вложений, PR–возможности. Не хотят: отсутствия эффекта от инвестиций.	Подготовка персонализированных отчётов, размещение баннеров и логотипов, статистика переходов и охвата, проведение закрытых презентаций по итогам этапов проекта.
Разработчики и дизайнеры	6	Нейтральный	Хотят: чёткое ТЗ и стабильные условия. Не хотят: частых правок после согласования.	Детализированное техническое задание, поэтапное утверждение решений, фиксация изменений в письменной форме, использование системы управления проектом (например, Trello или Notion).

Рисунок А.5 – Карта экранов для нового сайта «Паркового комплекса истории техники им. К.Г. Сахарова»



Продолжение Приложение А

Рисунок А.6 – User Flow. Пользовательский путь



Приложение Б

Концептуальные разработки

Рисунок Б.1 – Концепция “Машина времени под открытым небом”

Концепция — Машина времени под открытым небом

Парковый комплекс — это не просто музей, а настоящая машина времени, которая переносит своих гостей в разные эпохи, позволяя прикоснуться к истории техники и почувствовать дух времени. Здесь каждая деталь, каждый экспонат — это не просто объект, а живой свидетель прошлого, готовый поделиться своей историей.

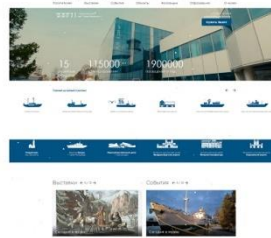
Парковый комплекс становится местом, где история оживает. Это пространство, где техника перестает быть безмолвной — она говорит с посетителями через звуки, образы и эмоции. Каждый экспонат — это не просто машина, а часть истории, которая вдохновляет, удивляет и заставляет задуматься. Это место, где прошлое встречается с настоящим, а посетители становятся частью большого путешествия во времени.

Дизайн сайта — яркий, современный и интерактивный. Он приглашает посетителей стать частью этого движения, предлагая уникальный опыт взаимодействия с историей.



Концепция — Машина времени под открытым небом

Пример меню и новостей:



Визуальное решение:

Цветовые сочетания

Цветовая палитра объединяет историческую атмосферу и современную динамику. Основные цвета — глубокий синий, графитовый серый и теплый бежевый — создают гармонию и связь с прошлым. Акцентные цвета — белый и медный — добавляют яркости и подчеркивают ключевые элементы, делая дизайн выразительным и современным.



Шрифты

Шрифтовая пара должна сочетать в себе историческую элегантность и современную четкость.

В заголовках — современный, дикий шрифт для оживления.

Рубленый шрифт, легко читаемый шрифт для основного текста.

BEBAS NEUE

Open Sans

Фоновые решения

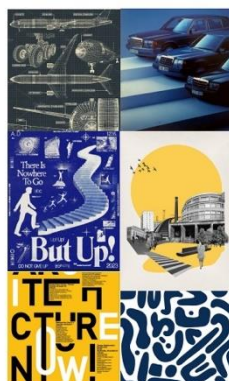
Крупные, детализированные фото техники на фоне неба или природы, чтобы подчеркнуть идею “под открытым небом”. Витражные иллюстрации в стиле старых чертежей или плакатов для разделов, посвященных истории.

Рисунок Б.2 – Концепция “Диалог прошлого и будущего”

Концепция — Диалог прошлого и будущего

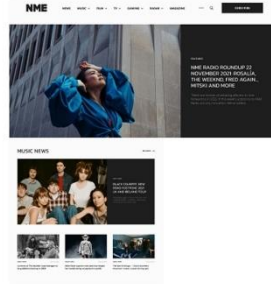
Парковый комплекс — это место, где прошлое и будущее ведут диалог. Здесь старинные механизмы встречаются с современными технологиями, создавая уникальное пространство для размышлений. Каждый экспонат — это не просто артефакт, а мост между эпохами, который заставляет задуматься: как далеко мы продвинулись и куда идем дальше?

Сайт становится виртуальным проводником по эпохам, где каждая страница — это новый этап в истории техники. Пользователь “путешествует” сквозь время, изучая экспонаты и их значение. Дизайн должен передавать ощущение движения, прогресса и связи времен.



Концепция — Диалог прошлого и будущего

Пример меню и новостей:



Визуальное решение:

Цветовые сочетания

Цветовая палитра строится на контрасте теплых и холодных оттенков, где синий цвет играет ключевую роль, символизируя будущее, технологии и бесконечность.



Шрифты

Шрифты должны сочетать в себе историческую элегантность и современную четкость, подчеркнутая связь времен.

В основном тексте — чистые, геометрические шрифты с засечками в заголовках.

Современные геометрические шрифты с засечками в заголовках.

CINZEL

Roboto

Фоновые решения

Градиенты, которые плавно переходят из одного оттенка в другой, символизируя переход между эпохами. Крупные, качественные изображения экспонатов, которые занимают центральное место на страницах.

Рисунок Б.3 – Концепция “Техника как искусство”

Концепция — Техника как искусство

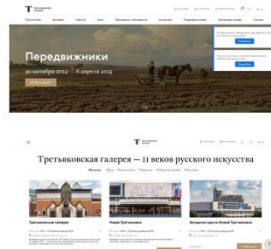
Парковый комплекс — это не просто хранилище истории техники, а источник вдохновения для изобретателей, мыслителей и исследователей. Каждая деталь, от шестеренки до двигателя, рассказывает свою историю, напоминая о безграничности человеческого гения. Здесь техника предстает как произведение искусства, сочетающее эстетику и инженерную гениальность, а красота и гармония экспонатов вызывают восхищение.

Дизайн сайта выполнен в минималистичном и сдержанном стиле, подчеркивая значимость каждого экспоната. Легкий и элегантный визуальный язык акцентирует внимание на эстетике и глубоких смыслах, позволяя пользователю погрузиться в изучение и осмысление технических достижений. Сайт становится мостом между функциональностью и искусством, соединяя прошлое и будущее.



Концепция — Техника как искусство

Пример меню и новостей:



Визуальное решение:

Цветовые сочетания

Цветовая палитра строится на светлых, нейтральных тонах, которые подчеркивают чистоту и элегантность. Металлические акценты добавляют современности и технологичности.



Шрифты

Шрифты должны быть элегантными, но универсальными, чтобы сохранить минимализм и читабельность.

В заголовках — современные шрифты с засечками, которые добавляют яркости и художественности.

Рубленые шрифты без засечек в основном тексте, которые обеспечивают удобочитаемость и минимализм.

Playfair

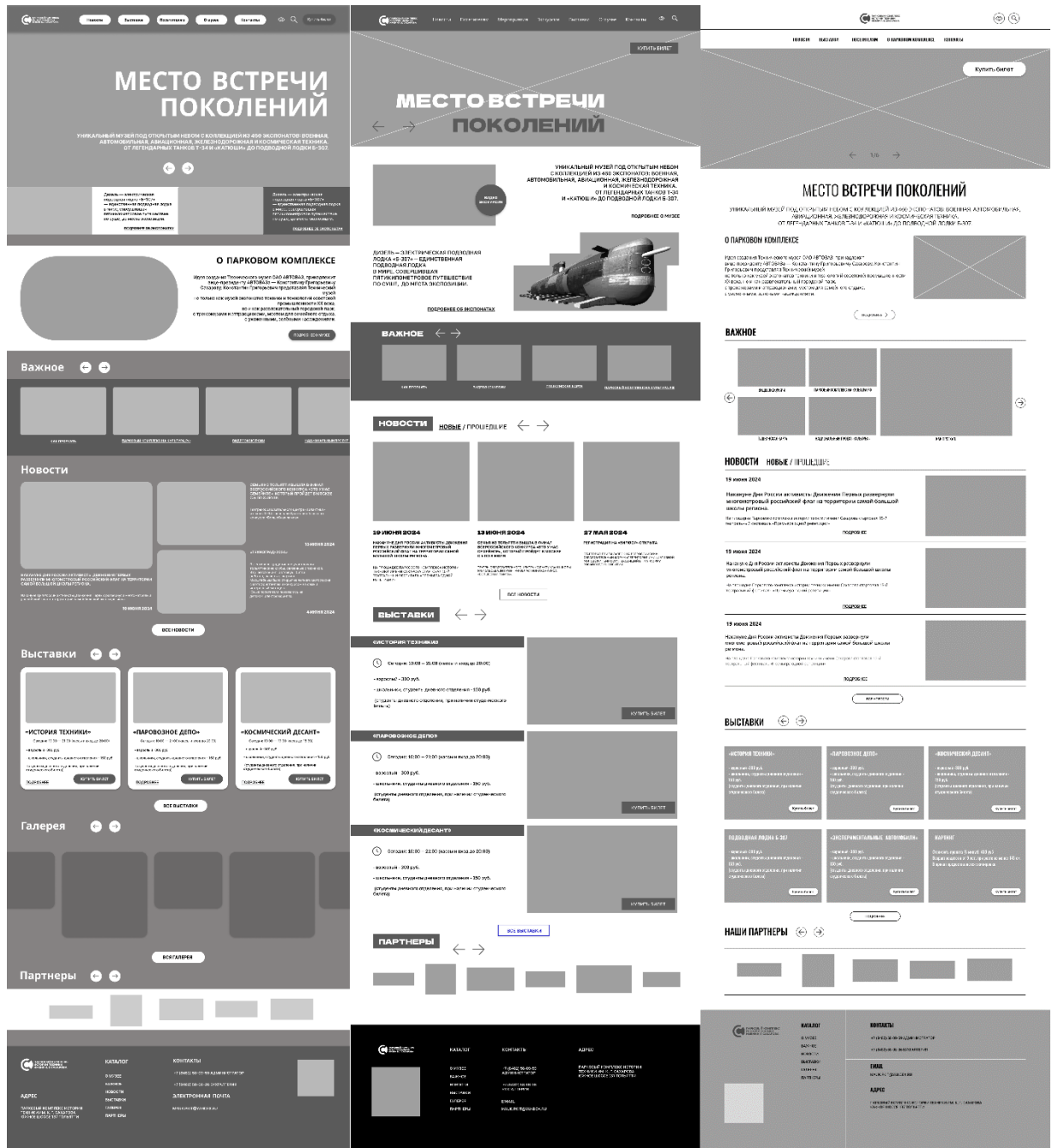
Lato

Фоновые решения

Крупные, качественные изображения экспонатов, которые выглядят как арт-объекты. Минималистичные рамки или отсутствие рамок, чтобы подчеркнуть чистоту композиций.

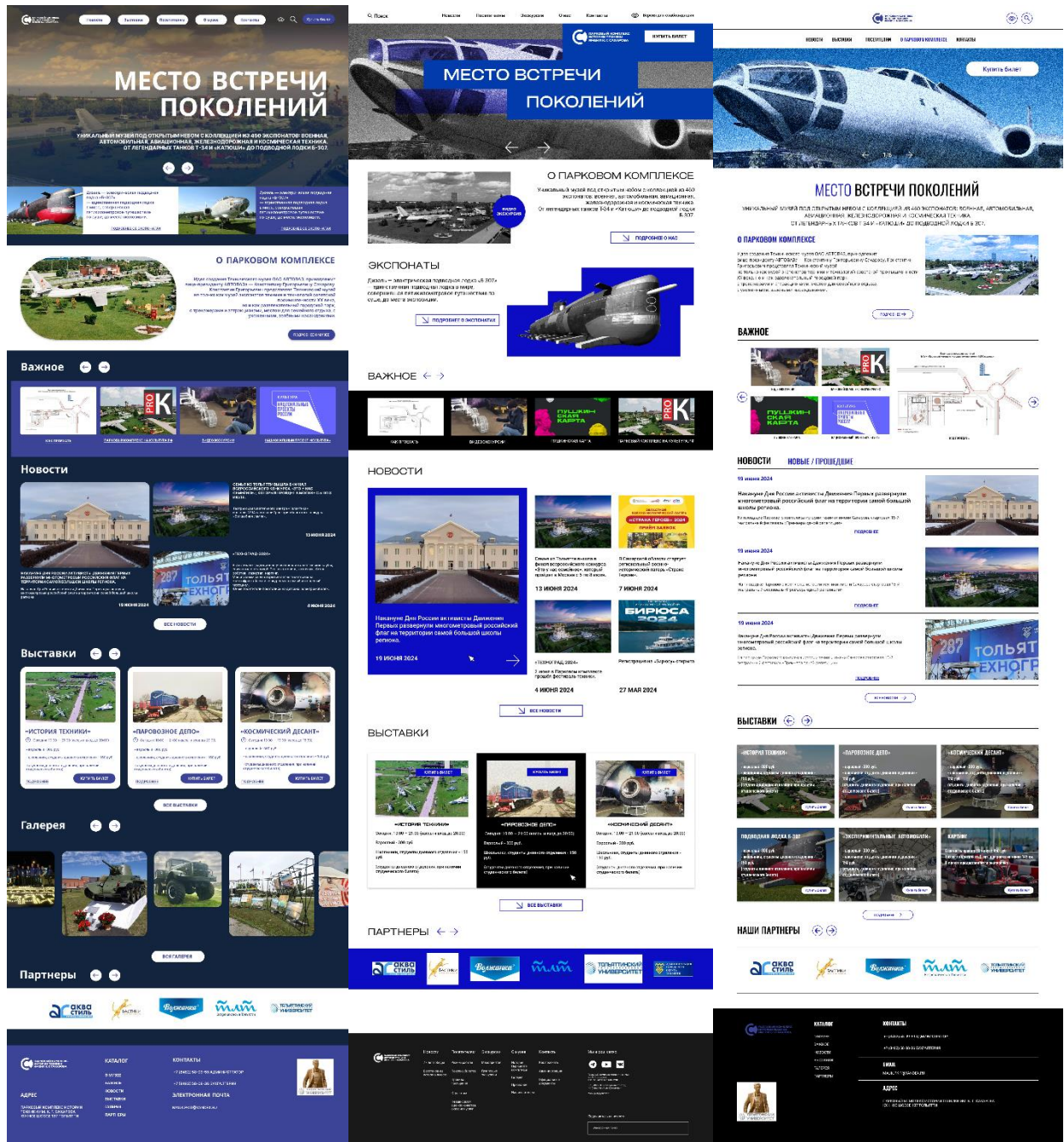
Продолжение Приложение Б

Рисунок Б.4 – Первичные варфреймы главной страницы сайта



Продолжение Приложение Б

Рисунок Б.5 – Варианты дизайна главной страницы



Приложение В

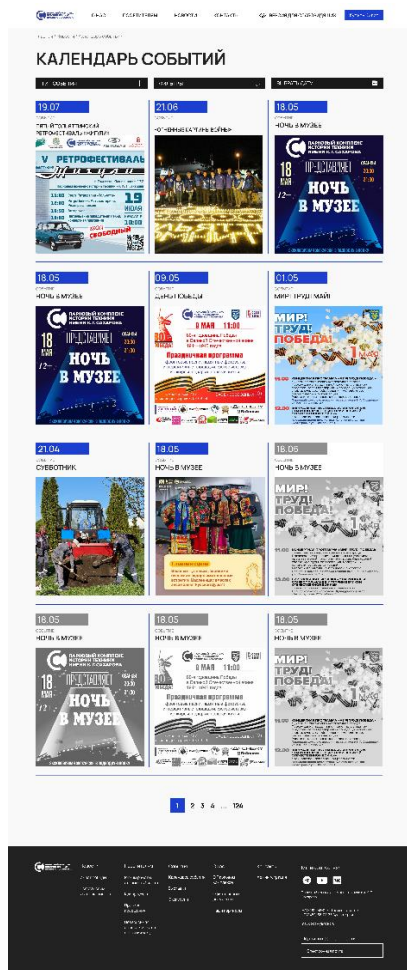
Итоговые разработки визуальной концепции

Рисунок В.1 – Итоговый вариант дизайна главной страницы

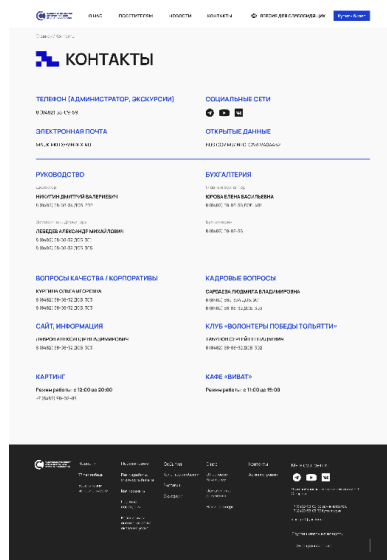
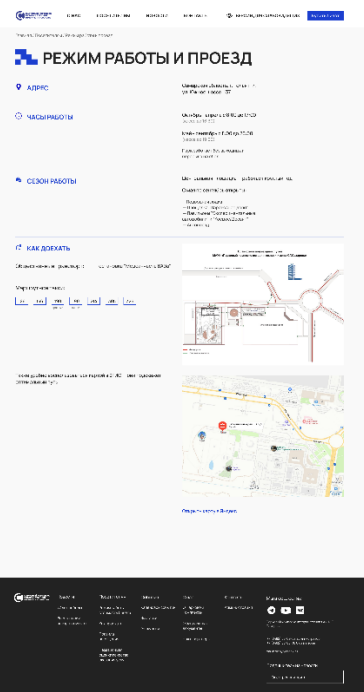
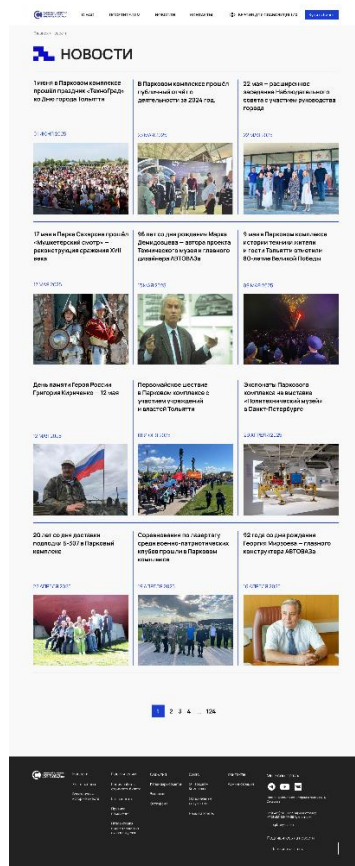
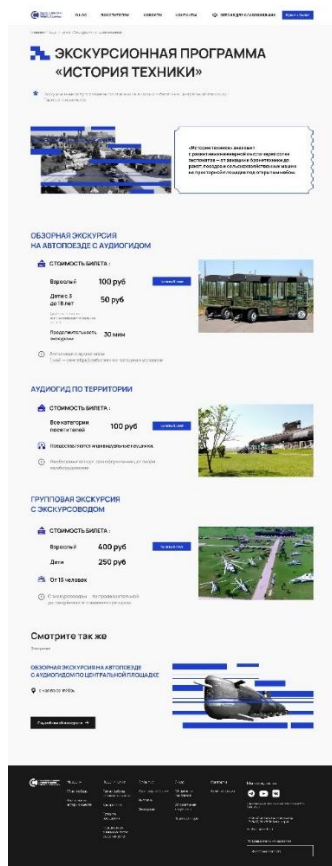


Продолжение Приложение В

Рисунок В.2 – Дизайн внутренних страниц сайта



Продолжение Приложение В



Продолжение Приложение В



Продолжение Приложение В

Рисунок В.3 – Основной графический приём – модуль с многоступенчатым краем

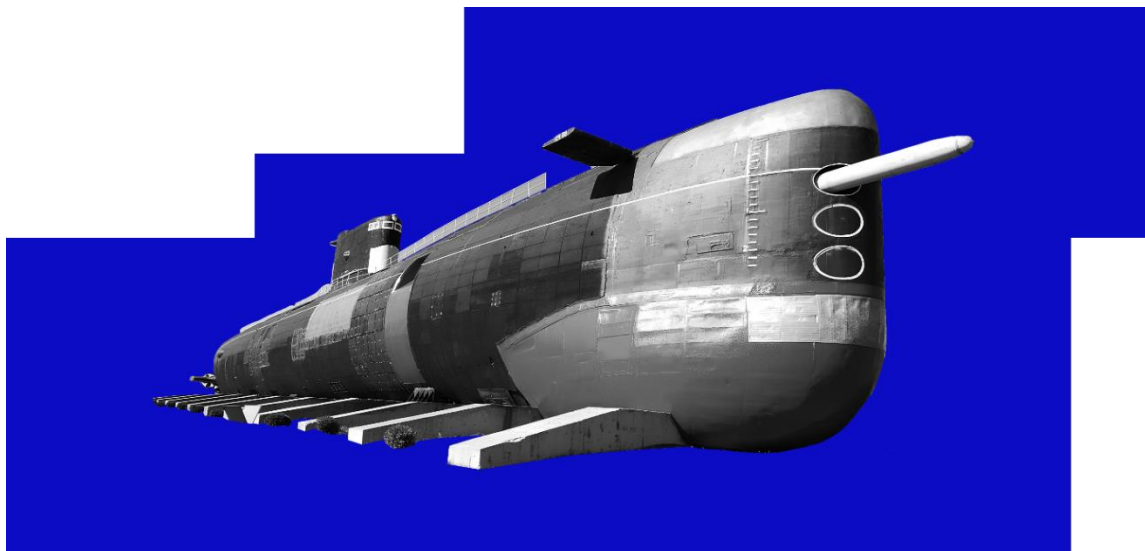
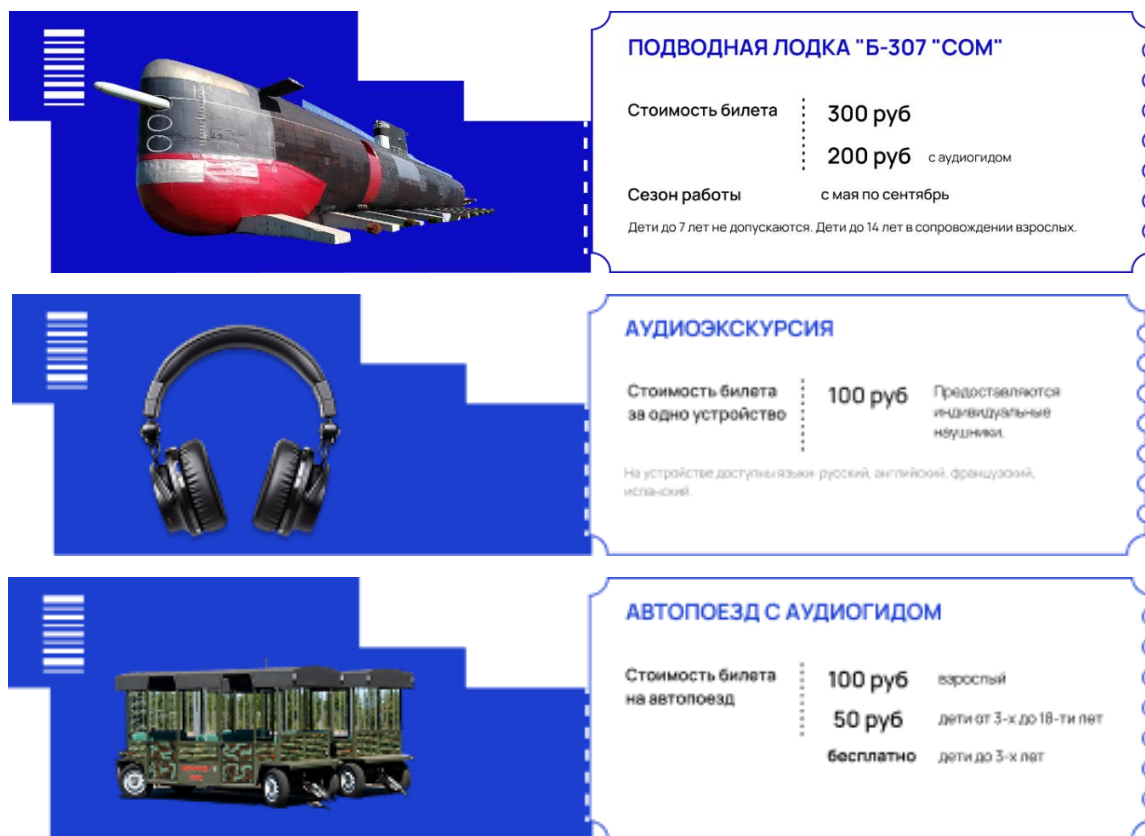


Рисунок В.4 – Стилизованные билеты на экскурсии

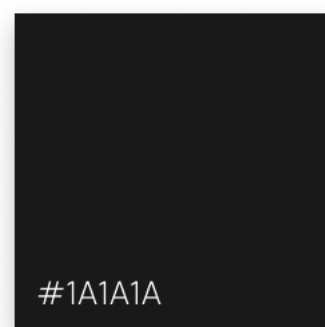


Продолжение Приложение В

Рисунок В.5 – Изображения техники с наложенными графическими акцентами



Рисунок В.6 – Основной графический приём – модуль с многоступенчатым краем



Продолжение Приложение В

Рисунок В.7 – Основной графический приём – модуль с многоступенчатым краем

01-Margins

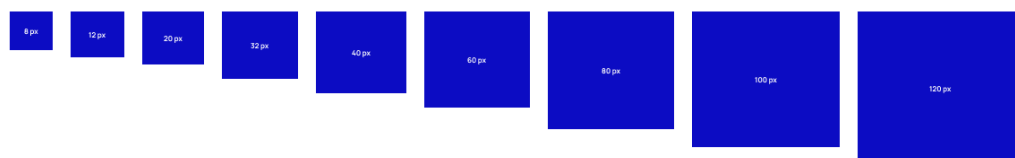
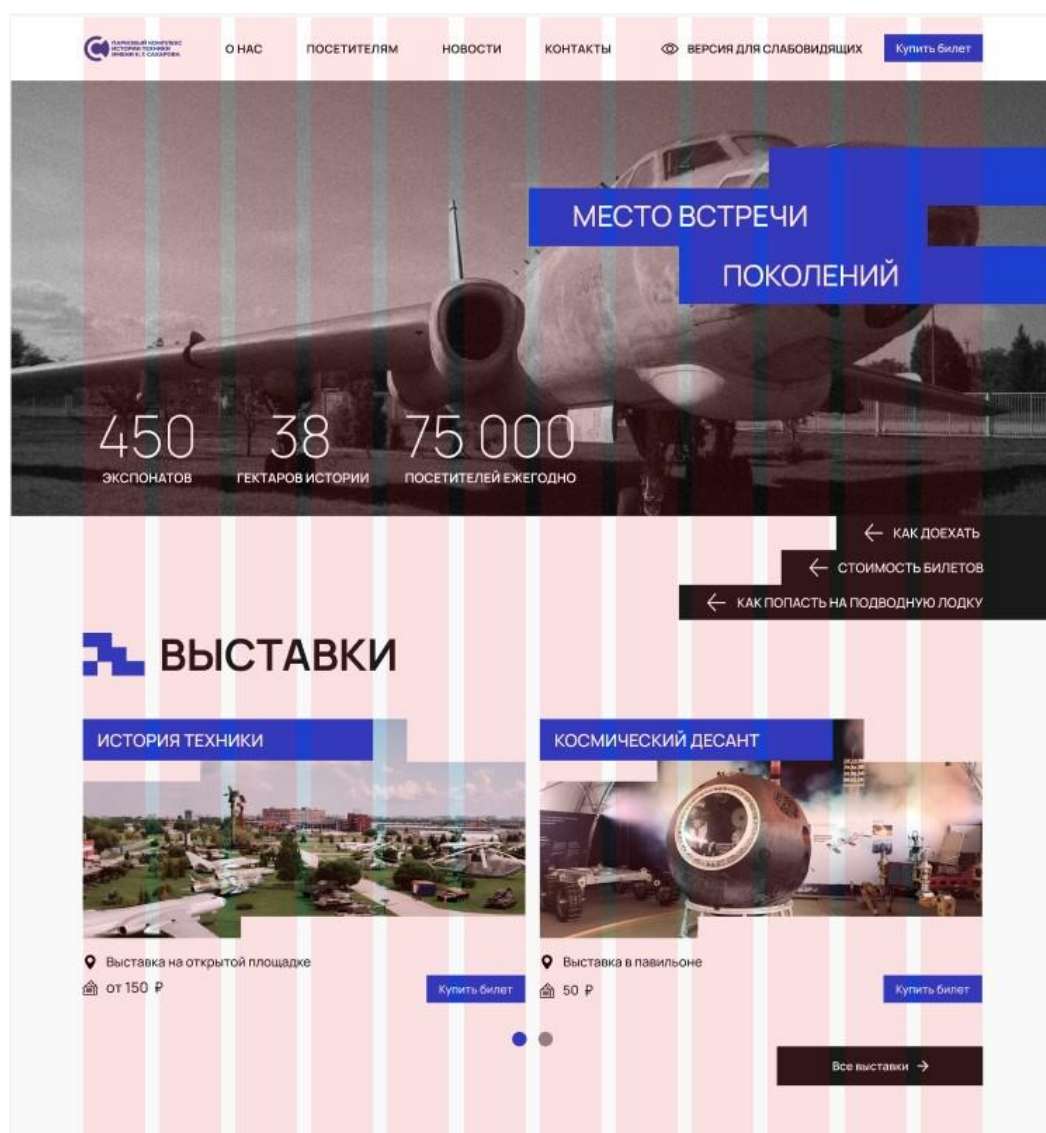


Рисунок В.8 – Основной графический приём – модуль с многоступенчатым краем



Продолжение Приложение В

Рисунок В.9 – Основная кнопка «Купить билет»

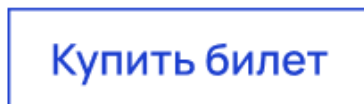
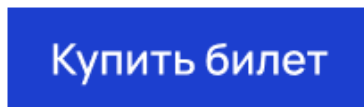
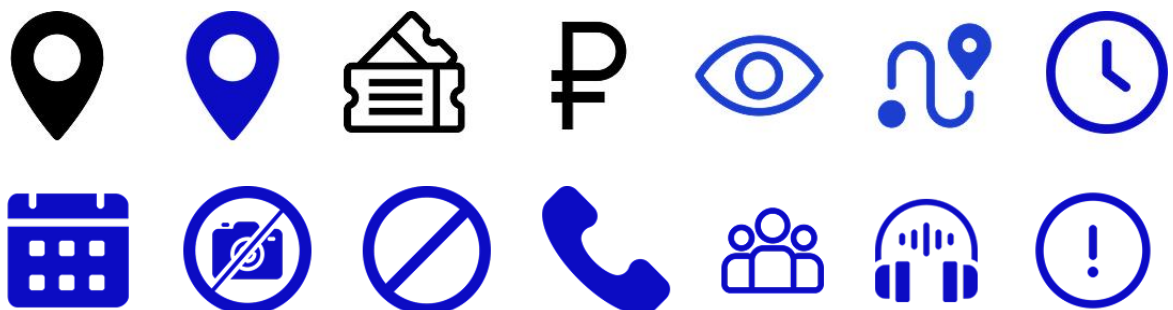


Рисунок В.10 – Вторичная кнопка «Все выставки»



Рисунок В.11– Иконография



Продолжение Приложение В

Рисунок В.12 – Основной графический приём – модуль с многоступенчатым краем

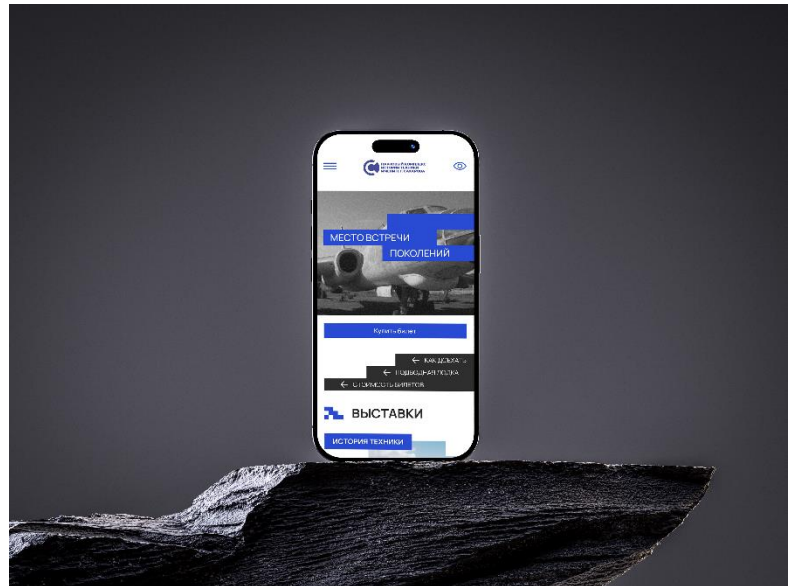
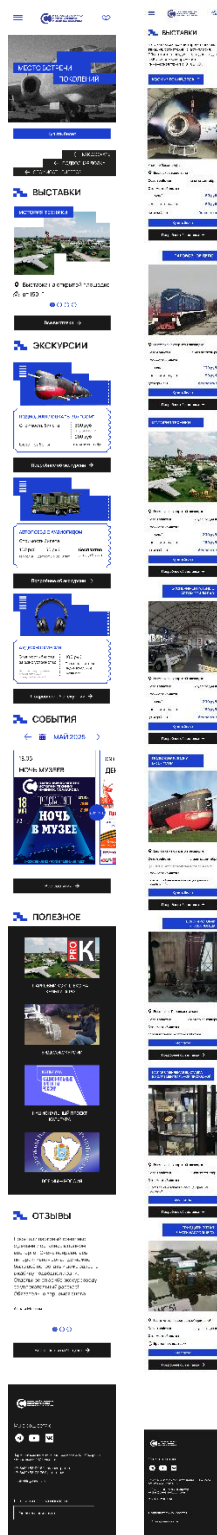
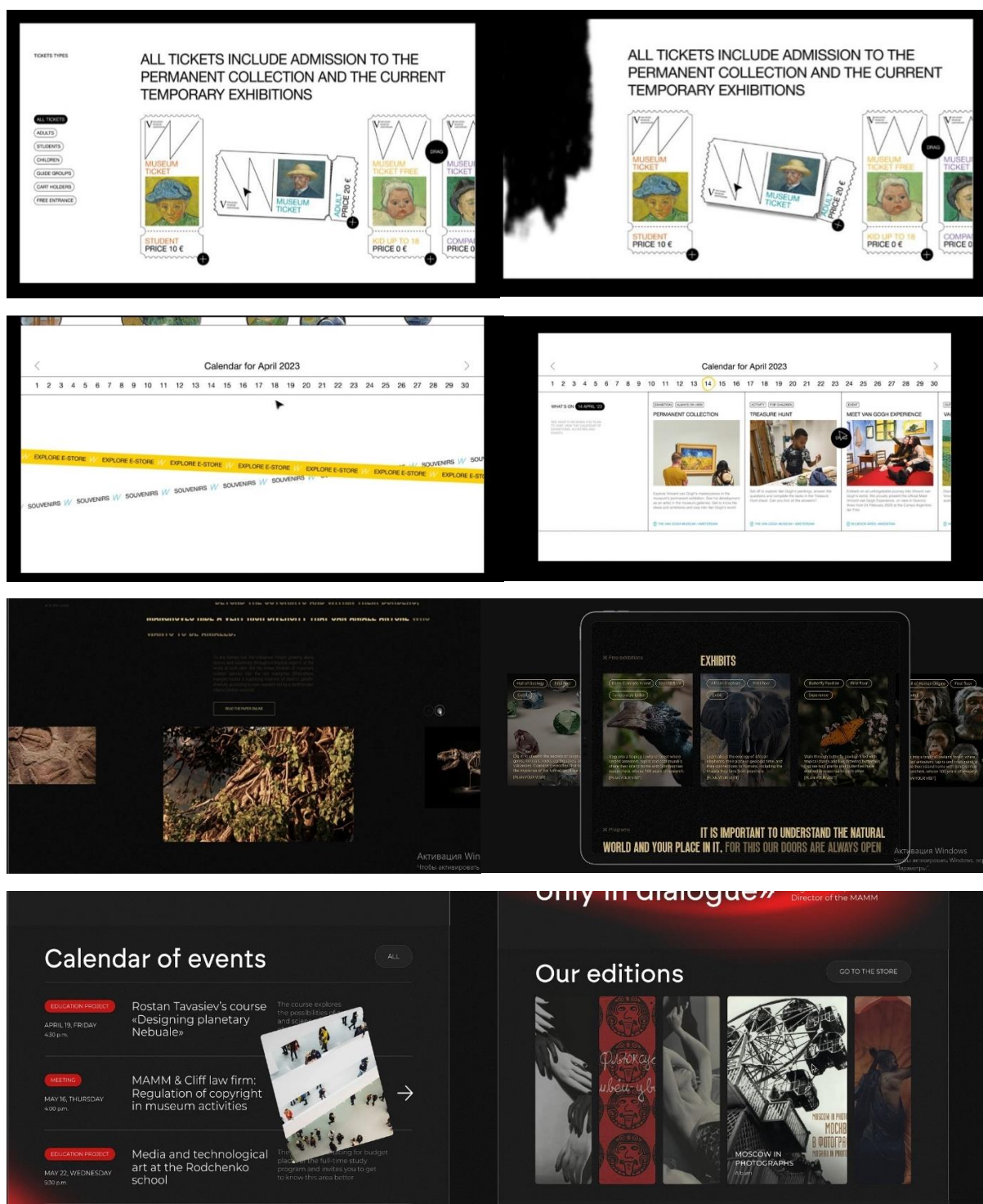


Рисунок В.13 – Аналоги анимации современных веб-дизайнов



Продолжение Приложение В

Рисунок В.14 –Переключение карточек в слайдере

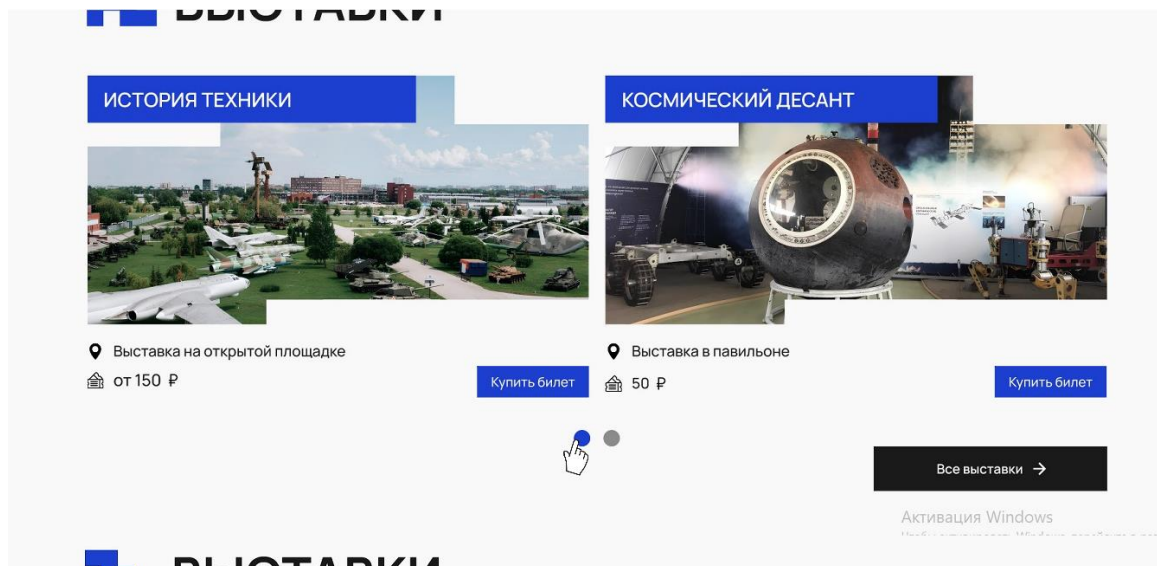
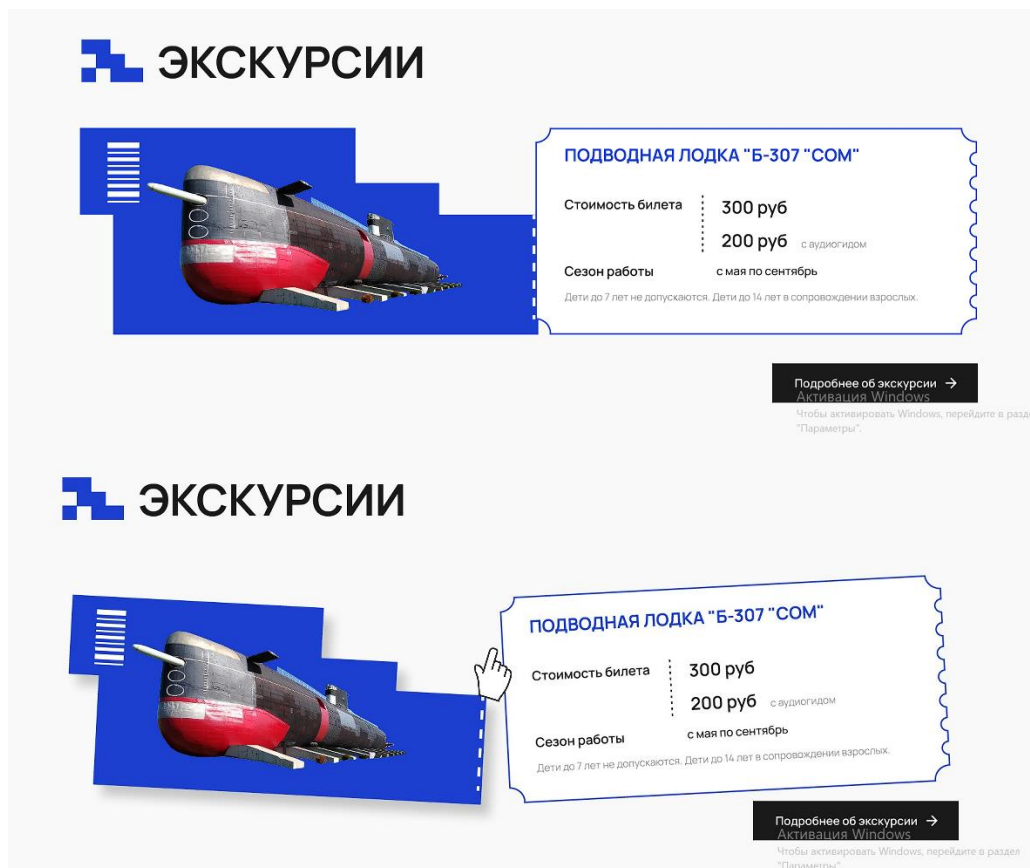


Рисунок В.15 – Анимация карточки билета при наведении



Продолжение Приложение В

Рисунок В.16 – Состояния кнопок при наведении

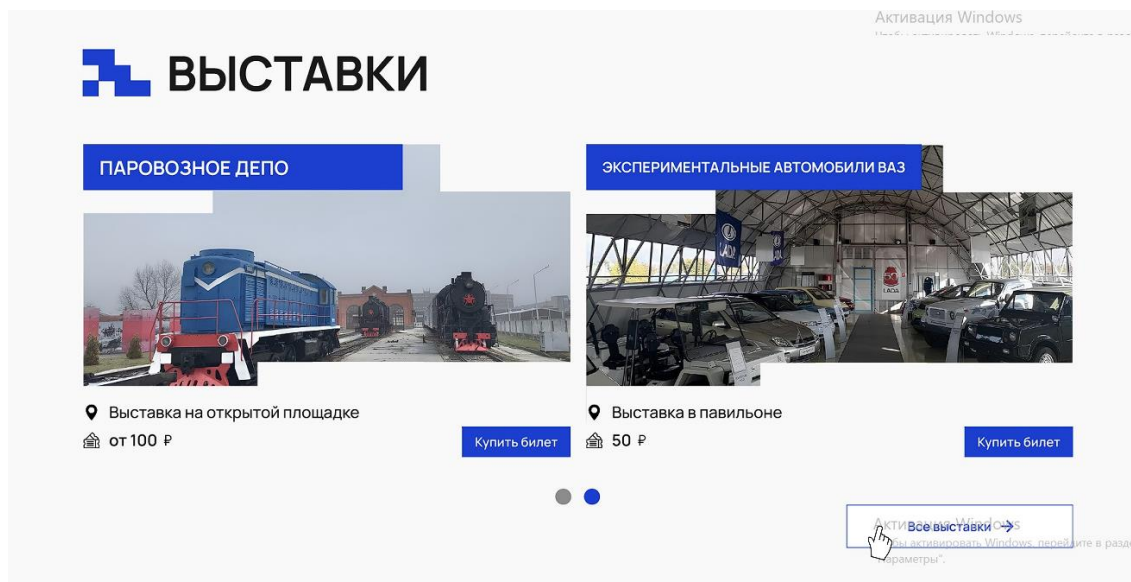
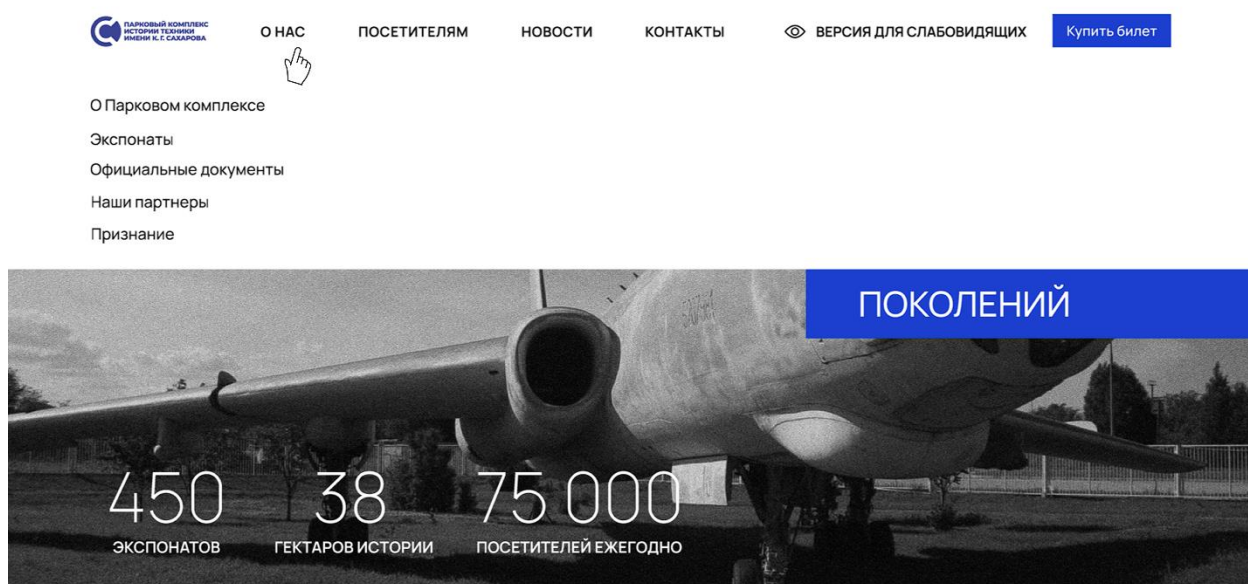


Рисунок В.17 – Выпадающее меню



Продолжение Приложение В
Рисунок В.18 – Сайдбар с автопрокруткой

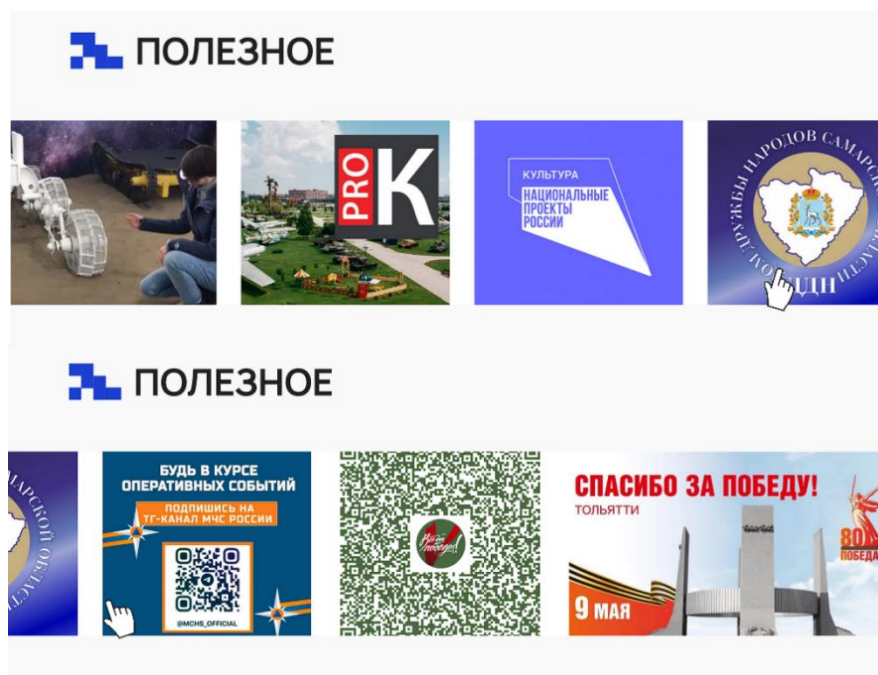


Рисунок В.19 –Визуализация анимации мобильного меню



О НАС

ПОСЕТИТЕЛЯМ

НОВОСТИ

КОНТАКТЫ



ВЕРСИЯ ДЛЯ СЛАБОВИДЯЩИХ

Купить билет