

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2022, №4 Том 6 / 2022, No 4, Vol 6 <https://liberal-journal.ru/issue-4-2022.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/11KLLD422.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ерохина, А. А. Арктический туризм как новый простор для развития дизайна на примере журнала «ARCTIC RUSSIA ТУРИЗМ» / А. А. Ерохина, А. Р. Серова, В. С. Лопасова // Либерально-демократические ценности. — 2022. — Т. 6. — № 4. — URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/11KLLD422.pdf>

For citation:

Erohina A.A., Serova A.R., Lopasova V.S. Arctic tourism as a new space for the development of design on the example of the magazine «ARCTIC RUSSIA TOURISM». *Journal of liberal democratic values*, [online] 4(6): 11KLLD422. Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/11KLLD422.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 7.012

Ерохина Анастасия Алексеевна

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва, Россия

Студент 1-го курса

E-mail: erohina2004@mail.ru

Серова Анастасия Романовна

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва, Россия

Студент 3-го курса

E-mail: anastasiaserva900@gmail.com

Лопасова Валерия Сергеевна

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва, Россия

Старший преподаватель кафедры цивилизационного дизайна

E-mail: leralopasova@mail.ru

Арктический туризм как новый простор для развития дизайна на примере журнала «ARCTIC RUSSIA ТУРИЗМ»

Аннотация. Веб-сайт часто является первым источником информации, которую люди находят, когда ищут в интернете информацию о продуктах и услугах. Это может быть единственный случай произвести хорошее впечатление, поэтому необходимо тщательно его продумать: от четкой структуры и полезных указателей к областям контента, до удобного и понятного для читателя качественного наполнения. Коммуникационный дизайн — это системная концепция, которая создает неразрывную связь между визуальными эффектами и человеком, который их просматривает. Это относится к подходу, используемому коммуникационными дизайнерами для привлечения своего зрителя и передачи информации и знаний в сообщении точно и четко с помощью электронных средств массовой информации. За счёт коммуникативного дизайна формируется четкая и органичная система, которая создает единое визуальное решение, направленное на наиболее продуктивное взаимодействие пользователя с веб-ресурсом. В статье анализируется визуальное решение для реализации новостной части сайта, посвященного арктическому туризму. Насколько важен дизайн в разработке веб-ресурса для комфортного и максимально качественного потребления информации пользователем.

Ключевые слова: веб-дизайн; графический дизайн; информация; разработка; опыт пользователя; пользовательские интерфейсы

Арктика – новое направление в сфере туризма. Несмотря на экстремальные условия и высокую стоимость, популярность данного путешествия растет с каждым годом [1]. Почему же так происходит? Во-первых, это связано с тем, что людям хочется окунуться во что-то новое, уникальное. Арктика – это яркие эмоции, удивительные фотографии, возможность проверить свои силы. Во-вторых, сейчас активный отдых становится популярным среди населения, а регион идеально подходит для этого. В-третьих, именно в Арктике природа сохранилась в своем первозданном виде [2]. Также не стоит забывать и о том, что территория мало изучена, а значит она будет привлекать не только любителей экстремального туризма, но и молодых, амбициозных дизайнеров [3]. Ведь весь бизнес сейчас идет именно в Арктику. Согласитесь, что компанию невозможно представить без логотипа и фирменного стиля. Здесь на помощь придут дизайнеры. Даже внешним видом продукта будут заниматься специалисты из этой сферы.

Развитие туризма напрямую связано с графическим дизайном. Это создание привлекательных рекламных видео, разработка путеводителей, которые не просто заинтересуют туристов, но и будут вызывать ассоциацию с регионом. Не стоит забывать и о сайтах, ведь первое место, куда идут люди – это интернет. Так что с уверенностью можно сказать, что Арктика – это не только новое направление в путешествиях, но и перспективная ниша для дизайнеров [4]. Без привлекательной рекламы, баннеров, журналов, сайтов и социальных сетей интерес людей к арктическим турам сводится к минимуму.

Рассмотрим дизайн на примере электронного журнала «Arctic Russia туризм»¹. Страница разделена на элементы интерфейса: шапка, меню и основной контент, который поделен на тематические блоки (рис.1).

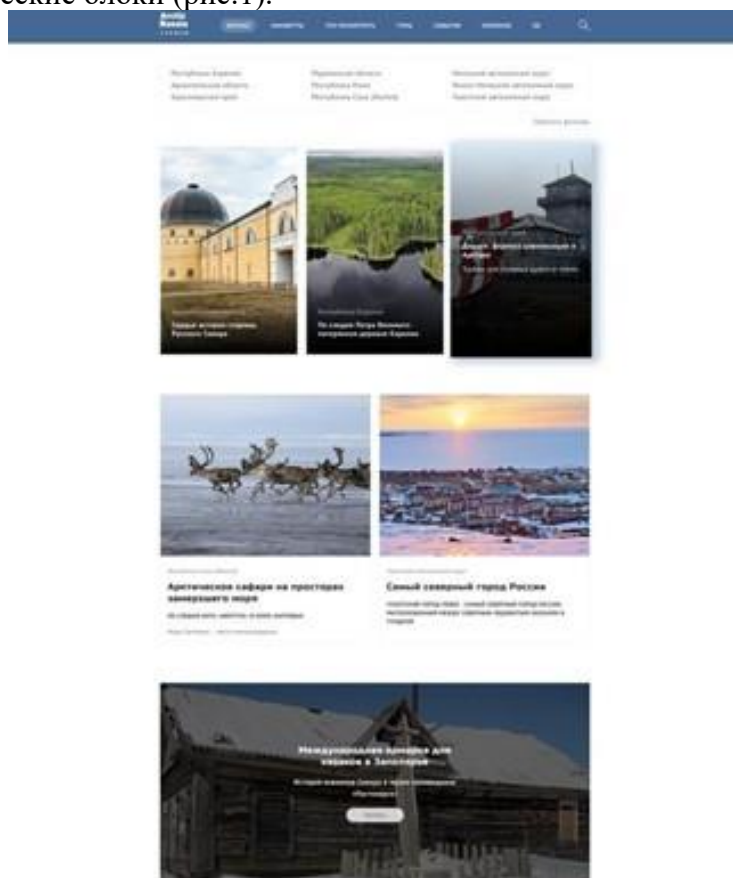


Рисунок 1. Стартовая страница сайта <https://tourism.arctic-russia.ru/>

¹ Arctic Russia Туризм: журнал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.arctic-russia.ru/articles/>

Шапка (рис. 2) включает в себя функциональный логотип организации, возвращающий, при нажатии, пользователя к стартовой странице, навигацию, кнопку смены языка и иконку для поиска по сайту.



Рисунок 2. Шапка сайта <https://tourism.arctic-russia.ru/>

Для дизайна используется синий цвет, который по данным, проведенного нами опроса среди респондентов московского региона в количестве 20 человек, ассоциируется у большего количества людей с Арктикой, а также и его оттенки (рис. 3). Он символизирует океан, полярную ночь, ледники. Шрифт используется без засечек, тонкий, все буквы прописные. Дизайнер использовал белый цвет, который также по данным опроса символизирует арктическую территорию (рис. 3). Он является символом снега, льда и белых медведей. Логотип также выполнен в белом цвете. Для английских слов используется один шрифт, который выделен полужирным. «Туризм» же написан другим стилем и тонкими буквами, также без засечек. Стоит отметить, что в логотипе для разных языков используется разный межбуквенный интервал.

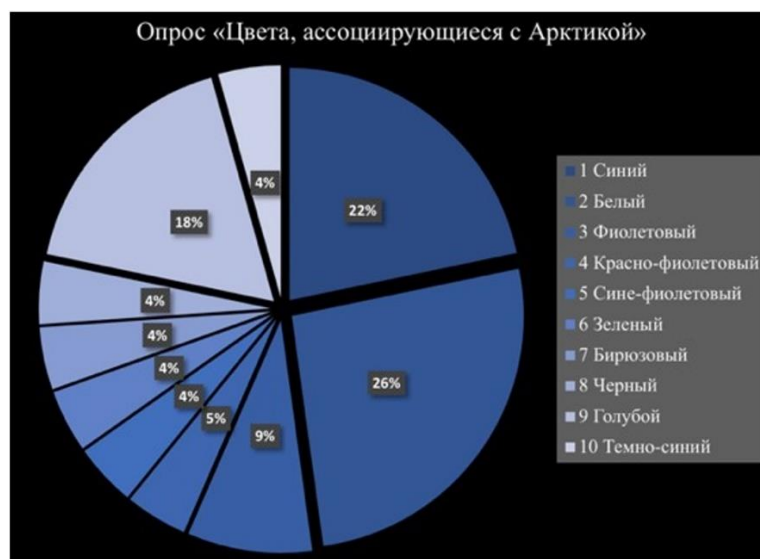


Рисунок 3. Результаты опроса

Меню (рис. 4) идет сразу же после шапки и представляет собой три столбца, в которых перечислены арктические регионы нашей страны. Выбрав, к примеру, раздел «Республика Карелия», открывается страница, где собраны все посты, связанные с этой территорией. Меню заключено в геометрическую фигуру: прямоугольник с закругленными краями. Для ее контура используется светло-серый цвет, который является чем-то нейтральным и не забирает на себя внимание с основной информации, а заливка отсутствует. Несмотря на то, что фигура не несет никакой смысловой нагрузки, она цепляет взгляд пользователя и выделяет меню страницы. Оно не теряется среди остальных элементов интерфейса, но при этом, как уже упоминалось выше, не притягивает на себя внимание с главной информации.

Республика Карелия
Архангельская область
Красноярский край

Мурманская область
Республика Коми
Республика Саха (Якутия)

Ненецкий автономный округ
Ямало-Ненецкий автономный округ
Чукотский автономный округ

Сбросить фильтры

Рисунок 4. Меню сайта <https://tourism.arctic-russia.ru/>

Основной контент состоит из тематических блоков, при нажатии на которые мы переходим на страницу с подробной информацией. Они представляют собой определенную структуру, которая повторяется как на главной странице журнала, так и при переходе на страницу региона: сначала идет 3 блока, затем 2 и в конце 1 (рис. 5). Дизайн в целом одинаковый, но у каждого ряда есть свои отличия.

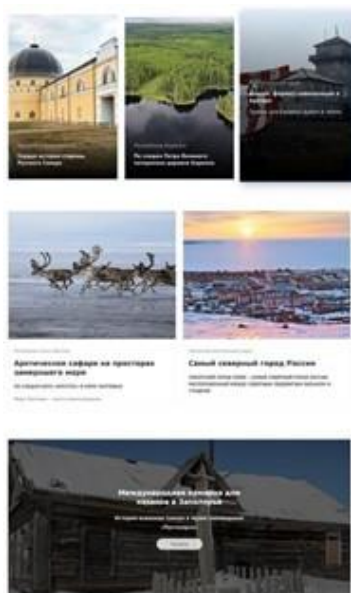


Рисунок 5. Вкладка «ЖУРНАЛ» сайта <https://tourism.arctic-russia.ru/>

Ряд из трех блоков представляет собой фотографии мест, про которые переходе будет представлена информация. На них написано название статьи и указано место, например, «Архангельский край». Для названия и геопозиции используется один и тот же шрифт, без засечек, буквы выделены полужирным, используется белый цвет. Дополнения к названиям («Туризм для сильных духом и телом») выполнен в таком же стиле, но символы тонкие. У данных о местонахождении понижена прозрачность.

В ряде из двух блоков также используются фотографии, но название и место указывается под изображением. Для заголовка используется один шрифт, выделенный полужирным. Подзаголовок выполнен другим и прописными буквами. Для начала статьи используется третий шрифт. Толщина символов везде разная. От жирных букв до тонких. Объединяет это все цвет: серый (такой же используется в разделе «меню») – и формат букв: без засечек. Дизайн местонахождения частично совпадает с дизайном этих данных в первом ряду. Различны только цвет и прозрачность. Здесь используется пастельно голубой оттенок и 100% непрозрачность.

Последний ряд состоит из одного блока. Также используется в дизайне фотография. Текст расположен на изображении. Стиль заголовка и подзаголовка различны. Название выполнено одним шрифтом и выделено полужирным. Для подзаголовка используется другой стиль и буквы тонкие. Объединяет все вместе белый цвет и отсутствие засечек. Также, этот

блок включает в себя кнопку «Читать» для перехода на страницу статьи. Она заключена в эллипс с белой заливкой и пониженной прозрачностью. Шрифт отличается от стиля названия и подзаголовка. Буквы тонкие, без засечек, серого цвета.

Подытожим анализ стилистики журнала. Дизайн выполнен грамотно, все поделено на блоки, присутствует навигация для удобного перемещения по страницам. Цветов используется немного (оттенки синего, серый и белый), что создает единую стилистику. Шрифтов также немного. За каждым закреплён определенный вид текста (Название, подзаголовок и основная информация). Игра с толщиной и прозрачностью добавляет журналу индивидуальности, а также помогает организации правильно распределить внимание людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арктический дизайн: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Мурманск, 16–18 ноября 2015 года.
2. Боголюбов, С. А. Право и спасение природы российской Арктики / С. А. Боголюбов, И. О. Краснова // Актуальные проблемы российского права. – 2018.
3. Воробьева, И. В. Продвижение туризма в Арктической зоне России: вызовы и возможности / И. В. Воробьева // Технологические тренды и наукоемкая экономика: бизнес, отрасли, регионы: Коллективная монография / Под редакцией О.Н. Кораблевой [и др.]. – Санкт-Петербург: Центр научно- информационных технологий «Астерион», 2021. – С. 546–556. – EDN UKITUU.
4. Кравчук, С. Г. Повседневный экстрим: взгляд с позиций искусства и дизайна (от редактора) / С. Г. Кравчук // Техническая эстетика и дизайн- исследования. – 2021. – Т. 3. – № 4. – С. 5–6. – EDN YKXNCT. Мурманск: Мурманский арктический государственный университет, 2016. – 296 с. – ISBN 978-5-4222-0296-6. – EDN ZCAPFR.

Erokhina Anastasia Alekseevna

University of World Civilizations named after V.V. Zhirinovskiy, Moscow, Russia
E-mail: erohina2004@mail.ru

Serova Anastasia Romanovna

University of World Civilizations named after V.V. Zhirinovskiy, Moscow, Russia
E-mail: anastasiaserova900@gmail.com

Lopasova Valeriya Sergeevna

University of World Civilizations named after V.V. Zhirinovskiy, Moscow, Russia
E-mail: leralopasova@mail.ru

Arctic tourism as a new space for the development of design on the example of the magazine «ARCTIC RUSSIA TOURISM»

Abstract. A website is often the first source of information people find when they search the web for information about products and services. This may be the only way to make a good impression, so it needs to be carefully thought through, from a clear structure and useful pointers to content areas, to quality content that is convenient and understandable for the reader. Communication design is a systemic concept that creates an inextricable link between visuals and the person viewing them. It refers to the approach used by communication designers to engage their viewer and convey information and knowledge in a message accurately and clearly through electronic media. Due to communicative design, a clear and organic system is formed that creates a single visual solution aimed at the most productive user interaction with a web resource. The article analyzes the visual solution for the implementation of the news part of the site dedicated to Arctic tourism. How important is design in the development of a web resource for a comfortable and high-quality consumption of information by the user.

Key words: web design; graphic design; information; development; Ux; Ui