



Приватний заклад вищої освіти
Одеський технологічний університет «ШАГ»
Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

Автореферат
випускної кваліфікаційної роботи

«Розробка дизайну мобільного додатку для системи керування потоковим контентом (за прикладом сервісу Instagram)»

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти
зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Розробник:

№ п.п.	ПІБ	Роль у проєкті	Група
1	Кушнір Анастасія Сергіївна	Графічний дизайнер	КН-Д-18 2

Ментор:

№ п.п.	ПІБ, посада	Напрямок
1	Судавная Тетяна Олександрівна	Графічний дизайн

Автор звіту _____ Кушнір Анастасія Сергіївна

РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРТИЗИ

Експерт	П.І.Б.	Оцінка	Підпис
Науковий керівник	Судавная Тетяна Олександрівна		
Рецензент	доц. Суліма Миколай Миколайович		

ДЕК (захист проекту)	доц. Голова Е. К.		
----------------------	-------------------	--	--

ЗМІСТ

ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ ДО ПРОЕКТУ _____	2
ПРЕАМБУЛА _____	2
ОПИС РОЗРОБКИ _____	3
ВИСНОВКИ ТА КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ _____	13
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ТЕХНОЛОГІЙ _____	14
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ _____	15

Загальне технічне завдання: Потрібно розробити соціальну мережу з ухилом на поширення фото/відео матеріалів у себе на сторінці, які попередньо можна буде відредагувати в графічному редакторі всередині мережі, а також маючи можливість знайти або у вкладці «Explore» новий контент або потрапити туди для користувачів, яким потенційно може бути цікавим наш контент. В мережі також повинна бути функція обміну повідомленнями або контентом з користувачами в особистих переписках.

Преамбула:

В якості головного референсу було обрано соціальну мережу «Instagram». Головним завданням було розробити схожий по функціональності продукт, з унікальним дизайном і функціоналом, розробити нову назву і логотип, а також палітру кольорів.

Для того, щоб знайти і в процесі вирішити проблеми існуючої соціальної мережі, було проведено опитування користувачів щодо зручності використання, проведено аналіз конкурента. Основуючись на досвіді інших споживачів, був розроблений інтерфейс з додаванням нових функцій.

Після аналізу і виявлення проблем, почався етап побудови інформаційної архітектури для структуризації контенту, щоб користувачу було зручно користуватись мережею.

Далі розпочалась розробка дизайну мобільного додатку, так як соціальна мережа першочергово орієнтована на мобільність, на можливість використовувати її будь-де. Проводився підбір палітри кольорів, створення стилю майбутніх графічних елементів і створення нової назви, логотипу та фірмового персонажа. У процесі роботи було введено декілька нововведень, які полегшать використання мережі, не змушуючи використовувати сторонні продукти, ризикуючи втратити свій акаунт.



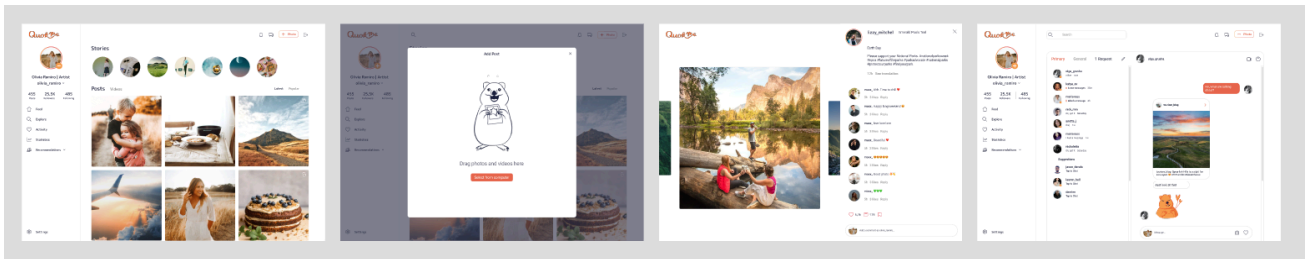
Малюнок 1 — Головні екрани мобільного додатку.

Після розробки мобільного додатку розпочалось створення веб. версії соціальної мережі. Ця версія — чудовий вибір, якщо у користувача немає під рукою телефона або він просто віддає перевагу більш широкому екрану.

У веб-версії можливо:

- Дивитись та відповідати на історії інших людей;
- Розміщення фото та відео у своєму профілі;
- Пошук по хештегам та іншим користувачам;
- Перегляд стрічки з постами;
- Взаємодія з контентом (коментування та вподобайки);
- Спілкування у вбудованому менеджері, відправляючи і звичайні повідомлення і стікери, так і відправка фото з комп'ютера;
- Перегляд повідомлень;
- Доступ до вкладки «Дослідження»;

Для оформлення сайту був використаний маскот у стилі лайнарт, який гармонічно вписується у дизайн.

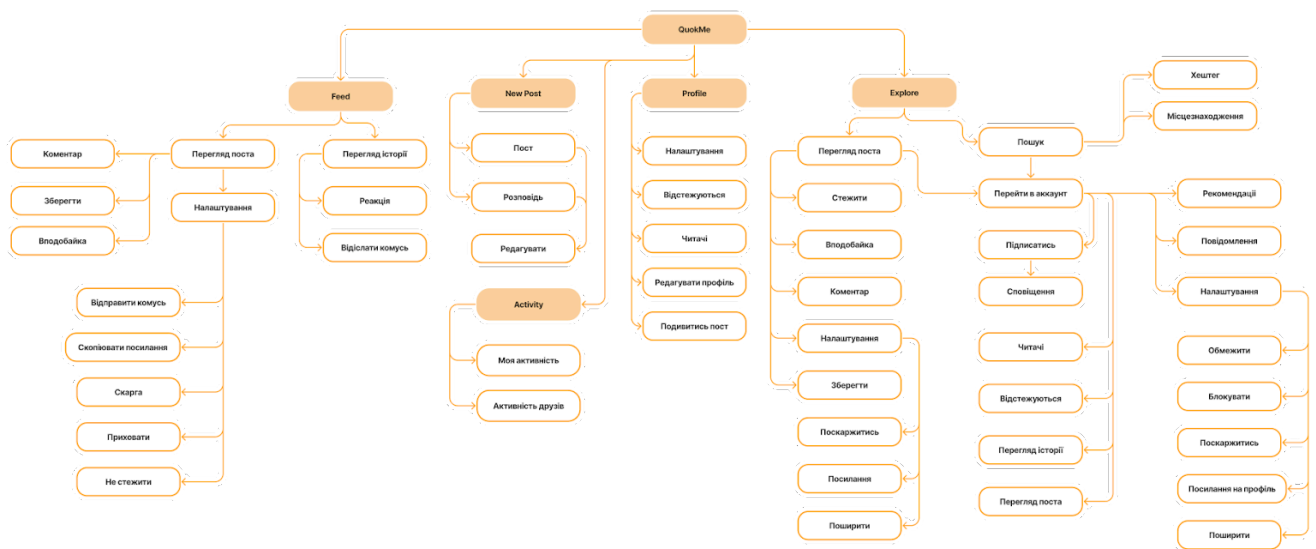


Малюнок 2 — Основні екрани сайту соціальної мережі.

Опис розробки:

Перед початком розробки мережі був проведений аналіз для яких задач повинен бути створений продукт, хто є цільовою аудиторією, що можна додати або виправити. Цільова аудиторія охоплює різні сегменти груп: молоді люди, студенти, школярі, блогери, фрілансери.

Після проведення опитування, було виявлено, чого користувачам не вистачає. Далі було побудовано інформаційну архітектуру для визначення того, що потрібно створити та розуміння ієрархії сторінок, блоків контенту. Структура створювалась на основі вже існуючої мережі.



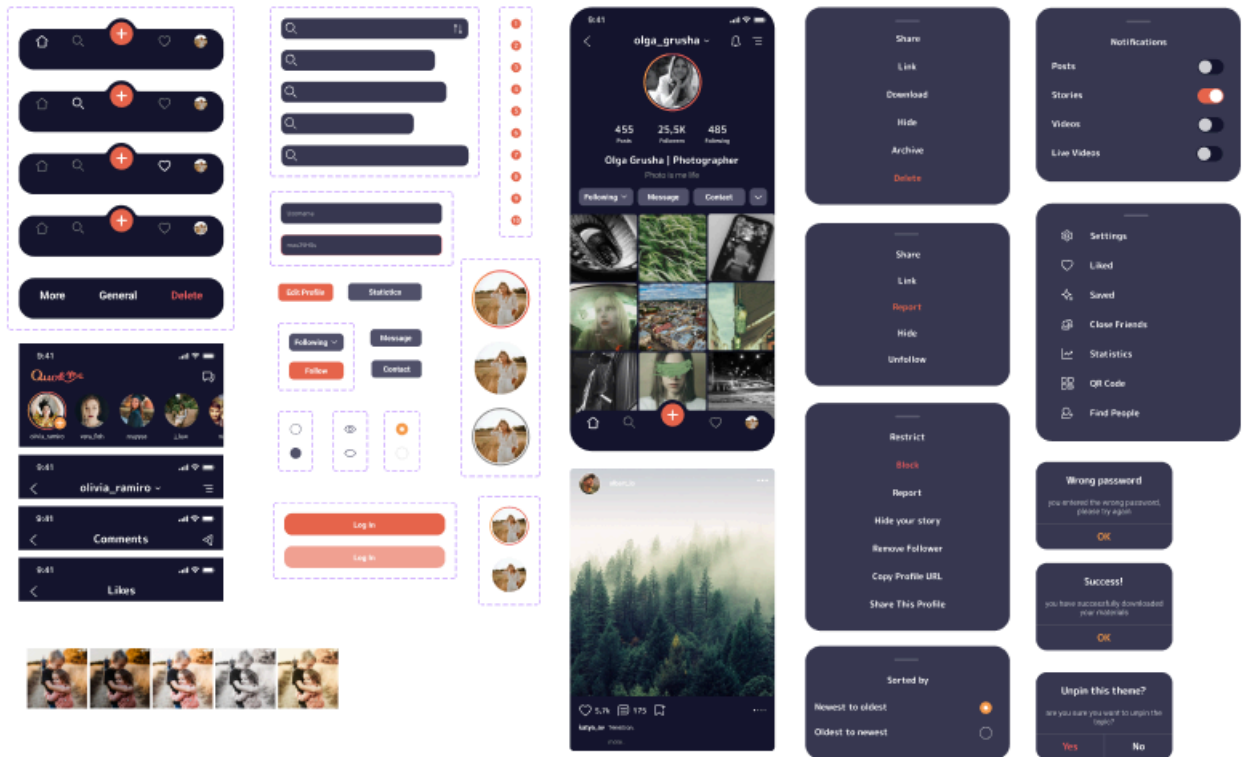
Малюнок 3 — Інформаційна архітектура соціальної мережі.

Наступним етапом була розробка дизайну мобільного додатку. Для цього необхідно було створити єдиний фірмовий набір елементів інтерфейсу користувача (UI Kit). Їх створення тривало більшу частину розробки, розроблялись вони у векторному онлайн-сервісі розробки “Figma”.

Спочатку створювались іконки, які потім поєднувались з іншими елементами UI набору: в кнопках, формах з полями вводу, списках та ін.



Малюнок 4 — Фірмові іконки.



Малюнок 5 — Фірмові елементи інтерфейса.

З самого початку розробки почалась і розробка логотипа соціальної мережі, були різні варіанти, однак було вирішено зупинитись на зав'язці з маскотом — тваринкою. Маскот — персонаж, що наділений якостями, які характеризують бренд.



Малюнок 6 — Начерки логотипа.

Обрана тваринка належить до сімейства кенгурових. Квока вважається людьми найрадіснішою звіринкою на планеті через свою характерну посмішку, яка пояснюється фізіологічними особливостями структури щелепи. Ця кенгурова тваринка невеликого розміру, дуже допитлива і не боїться людину, часто підпускає її впритул, любить селфі. Вона дуже активна та здатна бігати зі швидкістю 50 км/год і стрибати в кілька разів вище свого зростання. Через життєрадісність та комунікабельність я вирішила обрати її в якості маскоту соціальної мережі. А також ім'я тваринки використовується у назві: QuokMe — аналогія з висловом «ріс me» — сфотографуй мене. Цей маскот допоможе вибудувати спілкування з аудиторією, користувач буде асоціювати себе з квокою, бо вона чудовий приклад активного користувача соц. мереж і є життєрадісною.



Малюнок 7 — логотип і іконка

У логотипа є захисне поле, ширина якого $1/3$ ширини літери Q. Шрифти, які використані для логотипа — два рукописних, створених власноручно.

Прописні шрифти використовуються для того, щоб показати свою дружелюбність. За рахунок несиметричних округлень шрифт виглядає динамічно, написане ним виглядає привабливо, а довге продовження літери k — нагадує посмішку квоки. Слово Me написано трохи іншим шрифтом, більш грайливим.

Шрифтовий логотип використовується у шапці мобільного додатку, на екрані входу.

В якості фірмового кольору було обрано помаранчевий. Основна асоціація помаранчевого кольору — дружелюбність, це колір тепла та щастя. Він завжди асоціювався із натхненням та позитивною енергетикою. Він заряджає бадьорістю та енергією, підживлює користувача оптимізмом, поєднує в собі теплоту жовтого кольору та велич червоного. Але помаранчевий, на відміну від цих двох кольорів, не такий агресивний. Хороший тим, що не викликає багато яскравих емоцій і не тисне на людину.

Помаранчевий використовується у логотипі і в якості підкреслення кнопок для дії (call to action), наприклад кнопка для підписки.



Малюнок 8 — палітра кольорів.

Для типографіки соціальної мережі були обрані шрифти від Google Fonts — «Roboto» для загального тексту та «M PLUS Rounded 1c», який використовується для заголовків. Серед накреслень були використані «Regular», «Bold» та «ExtraBold». Головними плюсами такого вибору було те, що шрифти безкоштовні та гротескні (без засічок). Така гарнітура обрана через те, що вона добре читається на пристроях.

Категорія	Шрифт	Накреслення	Кегль	Трекінг
H1	Rounded Mplus	Bold	20	0%
H2	Rounded Mplus	Bold	16	0%
H3	Roboto	Extrabold	14	0%
H4	Roboto	Regular	14	0%
H5	Roboto	Bold	12	0%
H6	Roboto	Regular	12	0%

Таблиця 1 — Типографіка для мобільного додатку.

Категорія	Шрифт	Накреслення	Кегль	Трекінг
H1	Rounded Mplus	Bold	24	0%
H2	Rounded Mplus	Bold	18	0%
H3	Roboto	Extrabold	16	0%

H4	Rounded Mplus	Regular	14	0%
H5	Roboto	Bold	12	0%

Таблиця 2 — Типографіка для сайту.

Був розроблений стикер-пак для використання користувачами в соціальній мережі у переписці з друзями. Персонаж — квока, яка відображає людські емоції, гармонійно буде вписуватись у розмові.



Малюнок 9 — стикер-пак з фірмовим персонажем.

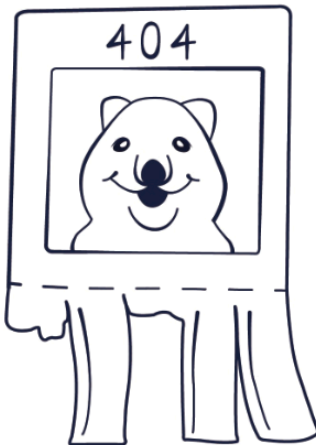
Ознайомитись зі стикер-паком і скористуватись ним можна у месенджері «Telegram», зісканувавши QR-code, який зазначено нижче.



Малюнок 10 — QR-посилання на стикер-пак.

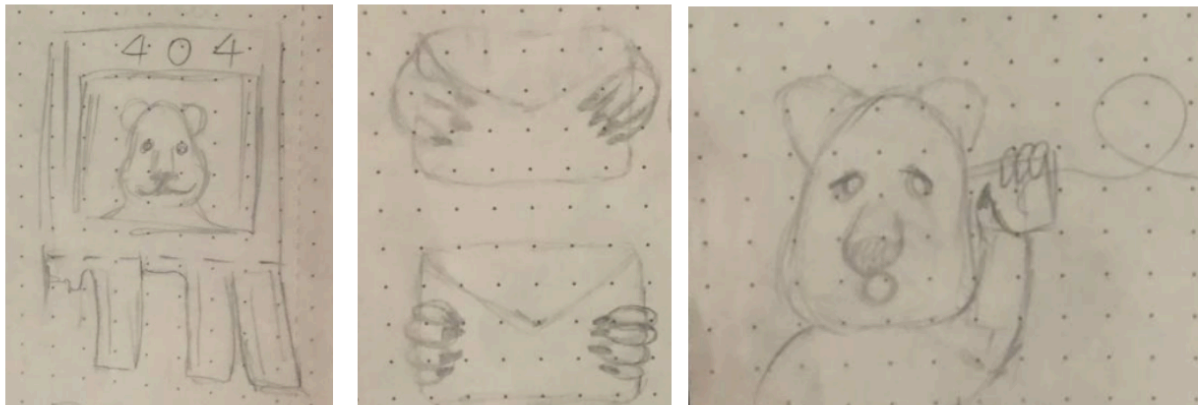
А також в якості оформлення сторінок сайту соціальної мережі були розроблені ілюстрації з фірмовим маскотом:

1. Ілюстрація на початковій сторінці переписок, перед вибором чату;
2. “Немає зв’язку”;
3. “Цієї сторінки не існує або вона видалена”;
4. “Створити пост”;



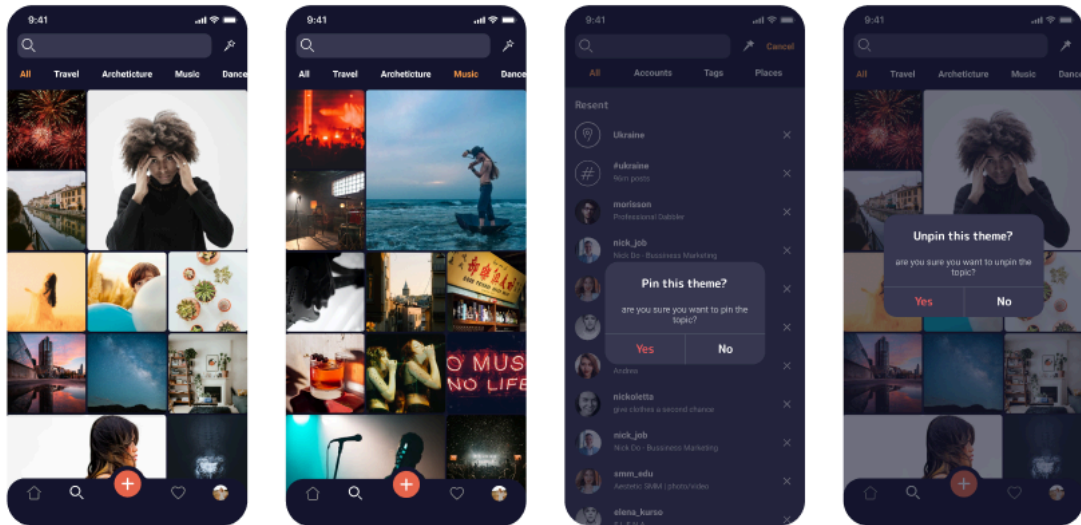
Малюнок 11 — Авторські ілюстрації до екранів сайту.

Вищезгадані ілюстрації були розроблені за допомогою програми для створення векторної графіки “ Adobe Illustrator”.



Малюнок 12 — Замальовки до ілюстрацій.

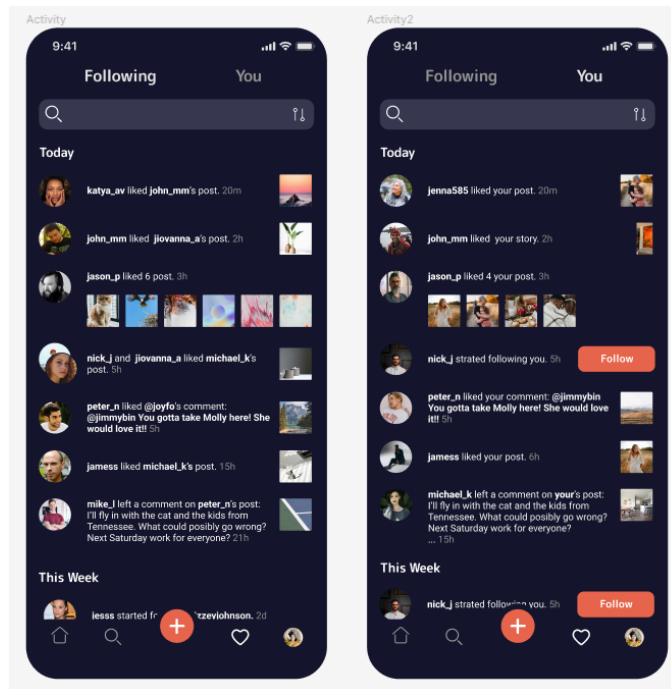
В додатку присутні як і стандартні можливості, як опублікування постів, історій та взаємодія з постами інших акаунтів, такі як коментування, поставлення вподобайки, а також спілкування за допомогою вбудованого месенджера, де можна обмінюватись і звичайними повідомленнями, так і опублікованою інформацією у мережі. У мережі як і у конкурента є вкладка «Explore» (Цікаве), де можна познайомитись або знайти новий для себе контент. Пошук можливий за допомогою хештегів, пошук за локацією або за назвою чи ключовими словами у пошуковому рядку. В якості нової функції, яка відрізняє застосунок від референса, було вирішено додати теми, щоб користувачу було легше вибирати цікаві пости для перегляду за обраною темою. Теми можна додавати або видаляти за необхідністю.



Малюнок 13 — сторінка «Explore».

Також вирішили додати окремий екран, який показує активність підписників, так раніше за допомогою вкладці «Підписки» споживачі «Instagram» могли дізнатись про активність своїх друзів у соціальній мережі. Розділ надавав інформацію про те, на кого підписався користувач облікового запису, на яких постах він залишає позначки «Мені подобається» та коментарі. Автори програми передбачили її на етапі становлення Instagram. У ті роки розділ виконував важливу роль — він полегшував користувачам пошук нового і цікавого контенту. Достатньо було поглянути в «Підписки», щоб дізнатись про профілі, які варті уваги.

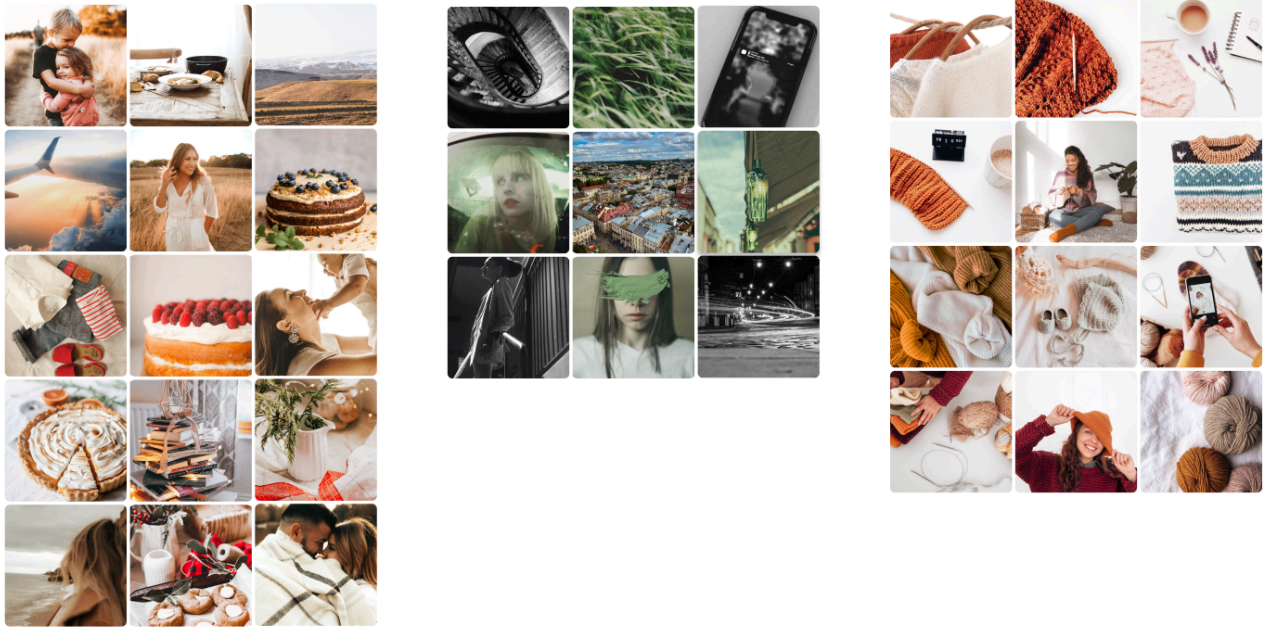
Після того, як «Instagram» прибрав цю функцію, користувачам потрібно використовувати сторонні ресурси, щоб дізнаватись інформацію, при цьому ризикуючи втратити власний аккаунт, бо його просто можуть вкрати після моменту авторизації.



Малюнок 14 — Екрани активності підписок і активності на своїй сторінці.

В якості оформлення сторінок соціальної мережі, було розроблено 3 набори фотографій для постів різних сторінок користувачів, потенційної аудиторії:

1. головна сторінка блогу дівчини-мами, яка захоплюється приготуванням тортів — користувач, який використовує соціальну мережу для спілкування і поширення своїх хоббі;
 2. подруга фотограф — приклад користувача-фрілансера, який використовує мережу для розповсюдження своїх робіт, знаходження своєї аудиторії, потенційних роботодавців;
 3. дівчина фрілансер, яка шиє в'язані речі — користувач, який використовує майданчик для створення власного бренду, ведення свого бізнесу, виставляючи товари для продажу, створені власноруч;
- Всі фотографії були підібрані на веб-сайті “Unsplash” з ліцензією CC0.



Малюнок 15 — Оформлення різного виду сторінок потенційних користувачів в соціальній мережі.

Критичний самоаналіз результатів та висновки:

Головною метою роботи було розробити дизайн мобільного додатку для системи керування потоковим контентом (за прикладом сервісу Instagram). Для досягнення мети були виконані наступні задачі:

1. Аналіз ринку і дослідження досвіду користувачів соціальної мережі конкурента для формування рекомендацій щодо зміни виявлених недоліків.
2. Далі була розроблена інформаційна архітектура, яка допомогла визначити, які дані мають бути розміщені на кожній сторінці та як зв'язати сторінки один з одним.
3. На третьому етапі було створення брендінгу соціальної мережі для створення образу мережі, який асоціюватиметься у користувачів серед багатьох інших аналогів. Для цього був розроблена нова назва, логотип і іконка для мобільного додатку на основі фірмового маскоту. Також була розроблена нова палітра кольорів та ілюстрації з фірмовим персонажем.
4. Паралельно з брендінгом почалась розробка мобільного додатку. Був створений мінімально життєздатний продукт (minimum viable

product — MVP), який є мінімальним, але з достатньою для задоволення перших споживачів функціями, такими як створення та взаємодія з контентом у мережі та його створення, спілкування з іншими користувачами.

5. В якості доповненого завдання до основного почалось створення веб. версії соціальної мережі з основними функціями.

Сильні сторони проекту:

1. Простота у використанні
2. Оновлений дизайн
3. Додаткові функції перегляду контенту.
4. Швидке просування користувачів на самому початку і відсутність «тіньового» блокування за невикористання реклами від проекту для розкрутки.

Продукт може бути використаний як альтернатива іншим подібним соц. мережам при блокуванні або закритті інших великих мереж.

У майбутньому можлива монетизація, вбудовування інструменту магазину для фрілансерів, що хочуть просувати і продавати свої продукти.

Використані технології:

№ п.п.	Ресурс	Ступінь запозичення
1	Figma — векторний онлайн-сервіс розробки інтерфейсів та прототипування з можливістю організації спільної роботи. Ресурс: www.figma.com	Основний інструмент розробки програми.
2	Adobe Illustrator — графічний редактор для створення та редагування векторної графіки. Ресурс: https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html	Програма використовувалася для створення логотипу та стікерів.
3	Ресурс: https://color.adobe.com/ — веб-сайт від компанії Adobe, який використовується для створення палітри кольорів за допомогою колірної кола або зображення, а також перегляду тисячі колірних рішень у спільноті Adobe Color.	Сайт використовувався для підбору палітри кольорів.
4	Procreate — растровий графічний редактор, розроблений компанією Savage Interactive для операційних систем IOS та iPadOS. Ресурс: https://procreate.art/	Програма використовувалася для малюнків логотипу та ілюстрацій.
5	Adobe After Effect — програмне забезпечення компанії Adobe Systems для редагування відео і динамічних зображень, розробки композицій, анімації і створення різних ефектів. Ресурс: https://www.adobe.com/ua/products/aftereffects.html	Програма використовувалась для створення візуальних ефектів в презентації.

Використані ресурси:

№ п.п	Ресурс	Ступінь запозичення
1	Pinterest — соціальний фото-сервіс. Ресурс: https://www.pinterest.com	Сервіс використовувався для підбору ідей для логотипа, ілюстрацій, оформлення соціальних мереж.
2	Behance — веб-сайт для опублікування робіт фотографів, ілюстраторів та дизайнерів для створення портфоліо. Ресурс: https://www.behance.net	Сайт використовувався для знаходження референсів дизайну.
3	Unsplash — веб-сайт, присвячений обміну фотографіями на основі ліцензії Unsplash. Ресурс: https://unsplash.com	Ілюстрації із сайту використовувалися для демонстрації оформлення соціальної мережі.
4	Material Design — сайт-інструкція, де описані правила при створенні інтерфейсу сайтів, застосунків та програмного забезпечення на основі операційної системи Android. Ресурс: https://material.io/design	Сайт використовувався для знаходження рекомендацій стосовно оформлення дизайну соціальної мережі.
5	HIG (Human Interface Guideline) — веб-ресурс, який містить гайдлайни для дизайнерів і розробників програмного забезпечення. Ресурс: https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/guidelines/overview/	Сайт використовувався для консультування стосовно створення дизайну інтерфейса IOS.