

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА ДИЗАЙНУ  
Факультет дизайну  
Кафедра графічного дизайну

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему

Тренди в дизайні соціально-інформаційних вебсайтів на прикладі  
вебсайту «Ми поруч»

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн (за видами)

Виконав: студент групи МгД1-23

Чугунов Р.О.

Науковий керівник д. пед. наук, проф.

Єжова О.В.

Рецензент д.т.н., проф. Пашкевич К.Л.

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну  
Кафедра графічного дизайну  
Рівень вищої освіти другий (магістерський)  
Спеціальність 022 Дизайн  
Освітня програма Дизайн (за видами)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри графічного дизайну

д.мис., проф. Руслана БЕЗУГЛА  
“\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2024 року

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Чугунову Руслану Олексійовичу

**1. Тема кваліфікаційної роботи** Тренди в дизайні соціально-інформаційних вебсайтів на прикладі вебсайту «Ми поруч»

**Науковий керівник роботи** Єжова Ольга Володимирівна, д.пед.наук, проф. затверджені наказом КНУТД від «18» листопада 2024 р. № 284-уч

**2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи:** наукові публікації та джерела за темою та дослідження з тенденцій в дизайн-проектванні вебсайтів та піктограм

**3. Зміст кваліфікаційної роботи** (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ, Розділ 1. Сучасний стан дослідженості процесів створення вебсайтів, Розділ 2. Особливості художнього образу соціально-інформаційних вебсайтів, Розділ 3. Виразні засоби у методології проектування соціально-інформаційних вебсайтів, Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

**4. Дата видачі завдання** серпень 2024

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	серпень 2024	
2	Розділ 1. Сучасний стан дослідженості процесів створення вебсайтів	вересень 2024	
3	Розділ 2. Особливості художнього образу соціально-інформаційних вебсайтів	вересень 2024	
4	Розділ 3. Виразні засоби у методології проєктування соціально-інформаційних вебсайтів	жовтень 2024	
5	Загальні висновки	жовтень 2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	листопад 2024	
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку(за 14 днів до захисту)	листопад 2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	листопад 2024	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	листопад 2024	
10	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	листопад 2024	

З завданням ознайомлений:

Студент \_\_\_\_\_

Руслан Чугунов

Науковий керівник \_\_\_\_\_

Ольга Єжова

## АНОТАЦІЯ

**Чугунов Р. О. Тренди в дизайні соціально-інформаційних вебсайтів на прикладі вебсайту «Ми поруч». – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

В кваліфікаційній роботі проведено аналіз наукової літератури за темою. Систематизовано дані щодо особливостей у дизайн-проектуванні соціально-інформаційних вебсайтів. Розроблено дизайн-пропозицію для створення платформи соціального, юридичного та психологічного захисту для громадян, що постраждали внаслідок російської агресії проти України

**Ключові слова:** *графічний дизайн, вебдизайн, тенденції, дизайн інтерфейсів, інклюзивність, інтерактивність, мінімалізм.*

## SUMMARY

**Chuhunov R. O. Trends in the design of social and information websites on the example of the website “We are next to you”. – Manuscript.**

Qualification work for obtaining a master's degree in the specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2024.

The qualification work analyzes the scientific literature on the topic. Data on the features of the design of social and information websites are systematized. A design proposal is developed for creating a platform for social, legal and psychological protection for citizens who have suffered as a result of Russian aggression against Ukraine

**Keywords:** *graphic design, web design, trends, interface design, inclusivity, interactivity, minimalism.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>8</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ДОСЛІДЖЕНОСТІ ПРОЦЕСІВ СТВОРЕННЯ ВЕБСАЙТІВ .....</b>	<b>12</b>
1.1. Дослідження наукової літератури з питання створення веб-сайтів .....	12
1.2. Методи та джерела дослідження .....	15
Висновки до розділу 1 .....	26
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ СОЦІАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ВЕБСАЙТІВ.....</b>	<b>28</b>
2.1. Загальна характеристика складових дизайн-системи вебсайтів соціально-інформаційного спрямування .....	28
2.1.1. Аналіз тенденцій кольорового рішення у соціально-інформаційних вебсайтах .....	29
2.1.2. Аналіз тенденцій використання типографіки та особливості використання піктограм у соціально-інформаційних вебсайтах .....	32
2.2. Вплив архетипів та соціокультурних чинників на особливості проектування вебсайтів .....	36
2.3. Просторово-композиційна організації веб-сайтів соціально- інформаційного спрямування .....	38
2.4. Дослідження візуальної айдентики логотипів соціально- інформаційних онлайн-ресурсів .....	45
Висновки до розділу 2 .....	50
<b>РОЗДІЛ 3. ВИРАЗНІ ЗАСОБИ У МЕТОДОЛОГІЇ ПРОЕКТУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ САЙТІВ.....</b>	<b>52</b>
3.1. Критерії вибору та обґрунтування вибору програмного забезпечення для проектування соціально-інформаційних платформ.....	52
3.2. Сучасні тренди як основа створення дизайну соціально- інформаційних вебсайтів.....	54

3.2.1. Принципи інклюзивності та веб-юзабіліті як основа для розробки проєкту .....	58
3.3. Алгоритм та проєктна модель розробки дизайну соціально-інформаційного вебсайту .....	64
3.3.1. Розробка прототипу як підґрунтя для розробки соціально-інформаційного вебсайту .....	65
3.3.2. Сутність розробки логотипу для соціально-інформаційного вебсайту .....	67
3.3.3. Вибір естетичних складових проєктної розробки вебсайту .....	68
3.4. Формування композиційної цілісності візуальних елементів та дизайн структури соціально-інформаційної платформи.....	71
Висновки до розділу 3 .....	75
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....</b>	<b>77</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>79</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>87</b>
Додаток А.....	87
Додаток Б .....	89
Додаток В.....	91
Додаток Г .....	92
Додаток Д.....	96

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** обумовлена стрімким розвитком цифрових технологій та активним переходом соціальних та інформаційних процесів в онлайн середовище. Соціально-інформаційні платформи стають важливим інструментом для забезпечення доступу до ключових соціальних послуг і підтримки, особливо для вразливих категорій населення, таких як пенсіонери, ветерани, люди з інвалідністю та інші. За статистичними даними, кількість користувачів соціально-інформаційних платформ в Європі та світі зросла на 30% протягом останніх п'яти років, що демонструє важливість цих ресурсів для надання допомоги та інформації. Спостерігається зростаюча потреба в адаптації веб-сайтів під сучасні вимоги доступності та зручності користування, що враховує потреби різних користувачів. Нові технології та інструменти веб-дизайну дозволяють значно підвищити ефективність комунікації між платформами і користувачами, що підкреслює важливість аналізу останніх тенденцій і підходів у створенні сайтів соціально-інформаційного спрямування.

У даному дослідженні розглянуто актуальні аспекти, пов'язані з дизайном соціально-інформаційних вебсайтів, їх виникненням та поступовою еволюцією. Особливу увагу приділено їхній візуальній презентації та естетичній ідентифікації, що відбувається у контексті мистецтвознавчих завдань. Актуальність роботи визначається потребою наукового осмислення та систематизації знань про структурні й художньо-композиційні рішення, які застосовуються в соціально-інформаційних вебсайтах. Крім того, важливими аспектами є дослідження комунікативних та ідентифікаційних елементів цих платформ як у ретроспективному, так і сучасному контекстах, що дозволяє оцінити їх значущість у розрізі історичних і сучасних практик.

**Метою роботи** є розробка дизайн-проекту соціально-інформаційного вебсайту з покращеними естетичними властивостями з урахуванням сучасних трендів в веб-дизайні.



Поставлена мета досягається за рахунок вирішення таких взаємопов'язаних **завдань**:

- охарактеризувати ієрархічну структуру складових дизайн-системи у особливостях розвитку естетики художнього образу соціально-інформаційного вебсайту;

- дослідити дизайн знаків візуальної комунікації вебсайту соціально-інформаційного спрямування у сучасному інтернет-просторі, виявити основні тренди графічного представлення та характеристики комунікативної візуалізації образу;

- визначити тенденції розвитку та особливості розробки дизайну соціально-інформаційних вебсайтів;

- розробити алгоритм та проектну модель створення вебсайту соціально-інформаційного спрямування для подальшої реалізації.

**Об'єктом** кваліфікаційної роботи магістра є соціально-інформаційні вебсайти, як об'єкт графічного дизайну.

**Предметом** дослідження є особливості структурно-композиційних і комунікативних рішень соціально-інформаційних вебсайтів.

Для вирішення поставлених завдань в дослідженні було використано **методи** опитування користувачів, аналітичний та візуально-аналітичний методи дослідження об'єкту, метод системно-структурного аналізу.

**Наукова новизна дослідження** полягає в наступному:

- вперше проведено систематичний аналіз українських соціальних, державних та інформаційних вебсайтів, що дало змогу виявити сучасні тенденції та особливості дизайну для соціально-інформаційних вебресурсів в Україні;

- на основі детального дослідження було сформовано типологію соціально-інформаційних вебсайтів, зокрема, виокремлено основні підходи до їх візуальної та функціональної структури, що спрямовані на забезпечення зручності використання та доступності для різних груп користувачів;

– вперше узагальнено та адаптовано до українських умов найкращі міжнародні практики у розробці вебсайтів соціального спрямування, зокрема, з огляду на особливості українського контексту, було досліджено питання інклюзивності, адаптивності та використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, у соціально-інформаційних вебресурсах;

– сформульовано рекомендації для покращення дизайну соціально-інформаційних вебсайтів на основі сучасних принципів візуального представлення та інтерфейсного дизайну, що сприяє їх ефективнішій комунікації з аудиторією.

– **Практична значення отриманих результатів** дослідження полягає у тому, що в ньому розроблено дизайн-пропозицію для соціально-інформаційного вебсайту "Ми поруч", що базується на досліджених принципах та враховує специфіку соціально-інформаційних потреб користувачів.

**Апробація результатів дослідження** здійснювалась у вигляді доповідей на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях з публікацією тез доповідей, а саме: VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», (м. Київ, 25 квіт. 2024 р.) [43]; V Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості» (Київ: КНУТД 15 листопада, 2024 р.) [45]; X Міжнародна науково-практична конференція: Дизайн та мистецтво в контексті соціокультурного розвитку . (м. Хмельницький, 9–11 жовт. 2024 р.) [44]. Під час проходження переддипломної практики на підприємстві ФОП Маркова О.В. результати дослідження було впроваджено для покращення візуальної складової та користувацького досвіду вебсторінки підприємства, а також для оптимізації дизайну в соціальних мережах.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (62

найменування) та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 78 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків), додатків 5 на 9 сторінках.

## **РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ДОСЛІДЖЕНОСТІ ПРОЦЕСІВ СТВОРЕННЯ ВЕБСАЙТІВ**

### **1.1. Дослідження наукової літератури з питання створення веб-сайтів**

Актуальність дослідження трендів та тенденцій у дизайні соціально-інформаційних веб-сайтів обумовлена стрімким розвитком цифрових технологій і потребою ефективного інформування суспільства через інтернет-ресурси. У сучасному світі, де інформація є важливим ресурсом, веб-сайти виступають не лише як засіб комунікації, але й як інструмент формування громадської думки, забезпечення доступу до важливих соціальних та інформаційних послуг. Дизайн таких веб-сайтів має величезний вплив на їх функціональність, зручність використання та загальне сприйняття аудиторією. Аналіз стану питання на сьогодні допоможе визначити ключові фактори, які впливають на розробку соціально-інформаційних веб-сайтів, а також виділити найбільш ефективні підходи до їхнього дизайну.

Феномен дизайну веб-сайту та його елементів привертає увагу науковців різних сфер знань, враховуючи швидкий розвиток інтернет-технологій, які дедалі більше інтегруються в різні аспекти повсякденного життя сучасної людини. На початку XXI століття інтернет-простір стає осередком інтенсивного розвитку соціальних та інформаційних платформ, що призводить до значного прогресу в галузі веб-дизайну, особливо у контексті створення веб-сайтів для цих організацій [47]. Однак, у наукових джерелах проблематика веб-дизайну все ще недостатньо розкрита, оскільки вона представлена переважно практичними рекомендаціями, опублікованими в інтернеті. Особливої уваги потребують питання оптимізації стильового та композиційного оформлення естетичних елементів контенту, що розміщується на веб-сайті, оскільки це може суттєво вплинути на підвищення ефективності інформаційної взаємодії з користувачем. Це ставить у центр

уваги необхідність створення естетично цілісного художнього образу сайту, що вимагає глибокого аналізу графічної структури та проведення комплексних наукових досліджень для подальшого вдосконалення цієї сфери [11]. Активний розвиток технологій та графічного дизайну на початку ХХ століття призвів до виокремлення веб-дизайну, як самостійної галузі. Його еволюція відбувалася паралельно з прогресом глобалізації та зростаючою потребою у створенні інтерактивних і комунікативних платформ, які б забезпечували ефективну взаємодію між користувачем і цифровими медіа. На перших етапах веб-дизайн базувався на принципах графічного оформлення і візуальної комунікації, що знайшли своє відображення у структурі, колірній гамі та типографії веб-сторінок. Проте, з розвитком інтернет-технологій і необхідністю створення функціональних, зручних і естетично привабливих цифрових середовищ, веб-дизайн поступово еволюціонував в окрему галузь, яка виходить за межі класичних графічних рішень. Сучасний веб-дизайн охоплює не лише візуальні аспекти, але й інтерактивні елементи, користувацький досвід (UX), адаптивність дизайну під різні пристрої та технології, а також забезпечення ефективної взаємодії з аудиторією [48]. Це робить веб-дизайн значно складнішою структурою, яка потребує глибокого дослідження з різних наукових позицій. Однак, попри зростаюче значення веб-дизайну як окремої сфери, наукова база цієї дисципліни ще недостатньо розроблена. Багато існуючих робіт обмежуються практичними рекомендаціями щодо створення веб-сайтів, без належного теоретичного обґрунтування або аналізу, що вказує на необхідність більш систематизованого та науково аргументованого підходу до вивчення цієї теми.

Аналізуючи сучасні тенденції розвитку графічного дизайну в контексті інформаційно-комунікативних технологій неможливо оминути дослідження Яніни Бабченко [3]. Основна мета роботи полягає у виявленні взаємодії між образними та функціональними елементами дизайну, які є невід'ємними складовими комунікаційного простору сучасного суспільства. У дослідженні застосовано широкий спектр методологічних підходів, серед яких

аналітичний, мистецтвознавчий, функціональний і системний методи. Ці підходи дозволяють глибше зрозуміти, як графічний дизайн функціонує не лише як мистецька дисципліна, але і як інтегрована частина сучасних технологій, що створює синтез візуальних мистецтв і комунікаційних засобів [17, 29]. Авторка звертає увагу на те, що сучасний графічний дизайн є складним синестезійним явищем, яке поєднує естетику з функціональністю, створюючи комунікативно ефективний простір.

Особливу увагу у дослідженні [3] приділено образності графічного дизайну та її ролі в культурі. Бабченко наголошує на тому, що візуальні образи, створені в графічному дизайні, глибоко інтегровані в різноманітні культурні течії, такі як кіберпанк, фентезі, класика та інші, що свідчить про те, що графічний дизайн продовжує розвиватись та інтегруватись у актуальні течії та субкультури. Ці образи, на її думку, формують комунікативний простір, що знаходить своє відображення у медіа, рекламі та шоу-бізнесі. Таким чином, графічний дизайн виступає не лише естетичним, але й культурним і соціальним явищем, яке відображає та трансформує цінності суспільства. Перспектива використання цих можливостей у дизайні інтерфейсів соціально-інформаційних веб-сайтів як рушія змін у суспільстві є очевидною. Дослідження також акцентує увагу на важливості графічного дизайну в кіберпросторі, де він виконує не лише функцію візуального представлення, але й засобу комунікації. Бабченко [3] підкреслює, що сучасні технології дозволяють створювати нові форми комунікаційних практик, де графічний дизайн стає ключовим елементом для передачі інформації. У своєму дослідженні авторка розглядає графічний дизайн як багатовимірне явище, що об'єднує функціональні та естетичні аспекти в контексті інформаційно-комунікативних технологій. Це дослідження підкреслює важливість графічного дизайну не тільки як засобу візуальної презентації, але і як інструменту впливу на сучасне суспільство через інтеграцію мистецтва та технологій [17].

Водночас аналіз наукових робіт, присвячених тематиці дизайну загалом, демонструє сучасні тенденції використання цифрових технологій та штучного інтелекту в проектуванні і управлінні. Веб-дизайн, зокрема соціально-інформаційних веб-сайтів, активно розвивається завдяки новим технологіям, які сприяють візуалізації і організаційному управлінню. Наприклад, дослідження Ajslev et al [50, 59] присвячене віртуальному дизайну та будівництву (VDC), яке змінює підходи до комунікації і візуалізації у проєктах. Це підкреслює важливість інтеграції технологічних можливостей у сфері дизайну. Дослідження Ji et al [54] звертає увагу на розвиток технології цифрового двійника (Digital Twin), що впливає на процеси проектування та виробництва, дозволяючи веб-дизайнерам краще адаптувати віртуальні копії реальних об'єктів для інтерактивних веб-сайтів. Сучасні тенденції веб-дизайну розвиваються на перетині технологічних інновацій і естетичних рішень, що дозволяє веб-сайтам бути не лише інформаційними, а й візуально привабливими, функціональними та ефективними.

## **1.2. Методи та джерела дослідження**

Комплексність проблематики зумовлює необхідність застосування системного підходу в методології дослідження, що становить його основну теоретичну базу. Це, у свою чергу, обґрунтовує доцільність розподілу першоджерел на дві взаємопов'язані категорії для ефективного вирішення проєктних завдань. До першої групи віднесено праці, що висвітлюють дослідження стосовно технічної складової створення веб-інтерфейсів, трендам веб-розробки, сучасним технологіям, що впроваджуються у веб-дизайн та їхньому взаємозв'язку з естетичними складовими. До другої групи віднесено праці, які присвячено візуальним особливостям дизайну, принципам композиційних рішень, формоутворюючим факторам, та їхньому впливу на релевантність кінцевого веб-продукту і взаємозв'язку з іншими елементами дизайну веб-сайтів, включаючи технічні.

Аналізуючи та структуруючи дослідження стосовно описаних вище груп до першої було віднесено праці авторів (Васильєв О.С. [12], Васильєва І.В. [13], Zhu, Al Mahmud та Liu [57], Боднар Л.В. [6], Вакуленко О. В. [8], Чирчик С. [42]). Наукові дослідження в галузі веб-дизайну та дизайну інтерфейсів є надзвичайно важливими для розробки ефективних інтернет-магазинів та комерційних веб-сайтів. Васильєв і Васильєва [13] акцентують увагу на тому, що дизайн інтернет-магазину є ключовою складовою, що значно впливає на успішність бізнесу. Ці дослідження [13] підкреслюють, що правильно спроектований веб-сайт здатний підвищити задоволеність користувачів, збільшити конверсії та підтримувати конкурентоспроможність на ринку електронної торгівлі. Аналізуючи етапи розробки дизайну веб-сайтів, дослідники акцентують увагу на важливості врахування таких чинників, як зручність навігації, інтерактивність елементів та адаптивність до різних пристроїв. Користувацький інтерфейс (UI) і користувацький досвід (UX) мають бути спроектовані таким чином, щоб забезпечувати легкий доступ до інформації та товарів, зменшуючи можливі бар'єри для покупців. Окрім того, впровадження естетичних і функціональних елементів дизайну також сприяє формуванню позитивного іміджу бренду та довіри з боку користувачів. Загалом, дана праця [13] підкреслює важливість комплексного підходу до створення веб-дизайну, що включає аналіз потреб користувачів, вибір кольорової гами, шрифтів, та розташування елементів на сторінці. Ці аспекти значною мірою визначають ефективність взаємодії користувача з інтерфейсом, оскільки саме вони відповідають за загальне сприйняття веб-сайту, зручність використання та емоційний відгук.

Роботи таких авторів, як Zhu, Al Mahmud та Liu [57], додають до цього контексту свої дослідження щодо інструментів управління ідеями для підтримки інновацій. Автори [57] аналізують використання цифрових інструментів і методологій, що дозволяють підвищити ефективність процесу генерації та впровадження нових ідей у сфері веб-дизайну, зокрема, на стадії створення інтерфейсів для користувачів. Такий підхід, як зазначається,



допомагає уникнути помилок у розробці та забезпечити більш структурований процес управління інноваціями на фронт-енді, що, в свою чергу, підвищує загальну якість готового продукту.

У своїй роботі [6] Лілія Василівна Бондар детально досліджує процес створення та функціонування веб-сайтів для освітніх установ, надаючи практичні вказівки, які відповідають специфічним потребам цієї сфери. Головною метою дослідження є формулювання ключових вимог для створення сайтів, які забезпечують зручність використання, функціональність і ефективну комунікацію з користувачами, враховуючи особливості навчального процесу. Авторка структурує дослідження [6] навколо кількох основних етапів створення веб-сайту: розробка структури, дизайн, створення макету, головна сторінка та забезпечення динамічної роботи. Зміст праці підкреслює, що для успішної реалізації веб-ресурсу особливо важливою є чітка та логічна структура сайту, а також зручний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Це включає правильний вибір кольорової гами, типографіки й елементів навігації, що забезпечують позитивний користувацький досвід. Зручність і простота навігації є ключовими для взаємодії з різними категоріями користувачів — студентами, викладачами та адміністрацією. Дослідження [6] також приділяє велику увагу процесу тестування веб-сайтів, що є важливим для перевірки працездатності й коректного функціонування всіх компонентів. Бондар надає покрокові рекомендації щодо встановлення та налаштування платформ OpenServer та WordPress, що є надзвичайно корисним інструментом для розробки та управління освітніми веб-ресурсами.

Одним із ключових аспектів дослідження [6] є вибір і організація контенту на сайті, що повинен бути зрозумілим і відповідати цілям освітньої установи. Авторка акцентує на важливості динамічного оновлення інформації, що дозволяє забезпечити актуальність ресурсу та підтримувати постійний зв'язок з користувачами, особливо студентами та викладачами. Дослідження Лілії Бондар [6] пропонує комплексний підхід до створення ефективних і функціональних веб-сайтів для освітніх закладів. Воно акцентує увагу на

інтеграції сучасних технологій для поліпшення якості комунікації й забезпечення зручності використання, що в результаті підвищує загальну ефективність таких ресурсів.

Дослідження Вакуленка О. В. «Періоди та технологічні передумови розвитку веб-дизайну» [10] є глибоким аналізом історії та розвитку веб-дизайну у контексті еволюції технологій. Автор визначає ключові періоди розвитку цієї сфери та аналізує технологічні зміни, що вплинули на дизайн веб-сайтів і визначили тенденції візуального та інтерфейсного оформлення. У дослідженні [10] автор приділяє увагу першим етапам розвитку веб-дизайну, починаючи з 1990-х років, коли обмеженість технічних засобів вимагала простих і функціональних рішень. На цьому етапі веб-дизайн був здебільшого базований на текстових інтерфейсах з мінімальним графічним оформленням, де головну роль відігравали навігація та структурованість інформації. Вакуленко [10] детально описує вплив ранніх веб-технологій, таких як HTML та CSS, на формування базових принципів веб-дизайну. Одним із ключових елементів дослідження є аналіз того, як обмеженість доступних інструментів примушувала дизайнерів використовувати прості й ефективні засоби комунікації через мінімалістичні рішення. Дослідниця [10] ділить розвиток веб-дизайну на кілька основних етапів, кожен з яких відзначений появою нових технологій та підходів. Важливу увагу приділено періоду переходу до інтерактивних елементів та мультимедійного контенту, що став можливим із появою JavaScript та технології Flash. Це значно розширило можливості дизайнерів і дозволило використовувати більш складні інтерфейси та візуальні ефекти [34, 42].

Подальший розвиток веб-дизайну відзначається переходом до більш користувачко-орієнтованих рішень. Зокрема, поява мобільних пристроїв та широке використання сенсорних екранів спричинило необхідність розробки адаптивних інтерфейсів. Вакуленко [10] підкреслює, що технології, такі як HTML5 та CSS3, суттєво вплинули на можливості дизайнерів створювати динамічні, інтерактивні та водночас легкі в реалізації веб-сторінки. Авторка

[10] також розглядає важливість розвитку UX-дизайну, орієнтованого на покращення користувацького досвіду, та його інтеграцію в основні принципи створення веб-сайтів. Окрім цього, Вакуленко акцентує увагу на сучасних тенденціях, таких як плоский дизайн (flat design) та матеріальний дизайн (material design), які визначають зовнішній вигляд веб-інтерфейсів у контексті мобільної та цифрової взаємодії. Такі тенденції відображають розвиток технологій та зміну потреб користувачів у більш простих, але водночас естетично привабливих рішеннях. Дослідження [10] підкреслює взаємозв'язок між розвитком технологій і змінами у веб-дизайні. Ця наукова праця надає цінний внесок у розуміння того, як технологічні інновації постійно трансформують веб-дизайн, роблячи його більш функціональним, інтерактивним та зручним для користувачів.

Дослідження Сергія Чирчика [42] висвітлює важливість веб-дизайну як комунікативного інструменту, що сприяє ефективній взаємодії між користувачем та інформаційним середовищем. Автор наголошує на значущості інтерактивності та соціально-комунікативної складової у процесі розробки веб-сайтів, підкреслюючи, що веб-сайт є не просто набором графічних елементів, а комплексною структурою, яка слугує засобом передачі інформації та залучення користувача в діалог, що є надзвичайно важливим для соціально-інформаційних платформ. Соціально-комунікативний аспект веб-дизайну є центральним у дослідженні. Автор [42] розглядає веб-сайт як динамічну платформу, що дозволяє встановлювати комунікацію з користувачами через інтерактивні механізми. Зокрема, модель "людина – інтерактивне середовище" виступає основою для аналізу взаємодії користувача з веб-сайтом, що враховує не лише візуальну привабливість, а й ергономічність та функціональність елементів дизайну. Це особливо важливо в умовах сучасного інформаційного суспільства, де комунікація через веб-сайти набуває ключового значення для бізнесів, освітніх закладів, медіа та інших організацій [31, 60]. Одним з головних викликів у веб-дизайні є побудова дизайну, що одночасно відповідає функціональним вимогам та

залучає користувача до активної взаємодії. Важливою є здатність дизайнера враховувати індивідуальні потреби та очікування користувача, створюючи інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який сприятиме ефективній комунікації. Чирчик [42] підкреслює, що цей процес вимагає високого рівня професійної компетентності веб-дизайнера, який повинен мати глибоке розуміння як технічних аспектів, так і психологічних чинників сприйняття. Соціально-комунікативна складова веб-дизайну включає не лише технічну реалізацію інтерфейсу, а й забезпечення відповідного рівня емоційної взаємодії з користувачем. Веб-сайт має викликати позитивні емоції та довіру, що забезпечується через правильний підбір кольорів, шрифтів, зображень та інших візуальних елементів. У сучасних умовах значну роль також відіграє інтерактивність, яка дозволяє користувачу активно брати участь у процесі взаємодії з інформацією: натискати на елементи, переглядати контент у різних форматах, брати участь у соціальних мережах тощо. Загалом, наукова робота Чирчика [42] демонструє важливість інтеграції соціально-комунікативних та технічних елементів у процесі розробки веб-сайтів. Це дозволяє не тільки забезпечити привабливість і функціональність веб-ресурсів, але й сприяти глибшій взаємодії з користувачем, створюючи умови для двосторонньої комунікації. Такий підхід є важливим у контексті сучасного цифрового середовища, де веб-сайти виступають основними каналами інформаційного та соціального взаємозв'язку.

Розглядаючи феномен веб-дизайну, неможливо обмежитися лише технічними аспектами, такими як UX (з англ. досвід користувача) чи адаптивність макетів. Веб-дизайн інтерфейсів — це складна та багаторівнева синергія, яка поєднує різні аспекти графічного мистецтва і сучасних трендів. Естетичні показники є одними з ключових складових. Взаємодія кольорів, що не тільки формує естетичне враження, але й має прямий вплив на емоційний стан користувача, а також композиція грає вирішальну роль у створенні зрозумілого та зручного інтерфейсу. Правильне використання статичних та динамічних елементів дозволяє створити акценти, які впливають на шлях

користувача під час взаємодії з платформою. Чудовим прикладом праці на дану тематику є дослідження Руслани Безуглої [5], яке пропонує поглиблений аналіз веб-дизайну як культурно значущої практики, розглядаючи його в рамках мистецтвознавства. Авторка наголошує на багатогранності веб-дизайну, де переплітаються як технічні, так і художні аспекти. У дослідженні [5] підкреслюється, що веб-дизайн є складним явищем, яке вимагає міждисциплінарного підходу, включаючи технологічний, естетичний і соціокультурний аналіз. Веб-дизайн тут розглядається не просто як технічний процес створення інтерфейсів, а як спосіб формування візуальної мови, що несе культурне значення і відображає цінності суспільства. У дослідженні [5] також увага акцентується на ключовій ролі digital-технологій у розвитку веб-дизайну. Ці технології не лише впливають на технічні можливості реалізації інтерфейсів, але й створюють нові шляхи для творчого самовираження. В результаті веб-дизайн постає на перетині комп'ютерних технологій та мистецтва, що робить його важливим інструментом цифрової комунікації. Особливу увагу дослідниця приділяє впливу глобалізації на розвиток веб-дизайну. Безугла Р. [5] зазначає, що глобалізаційні процеси сприяють уніфікації стандартів і принципів, що використовуються у створенні веб-сайтів, проте водночас зберігаються елементи локальної ідентичності, що дозволяє створювати унікальні інтерфейси для різних культурних контекстів.

Окремо авторка [5] аналізує роль художніх прийомів у веб-дизайні, звертаючи увагу на такі елементи, як вибір кольорових схем, типографіка і візуальна ієрархія. У цьому контексті веб-дизайн виступає не лише як інструмент естетичної реалізації, а як платформа для комунікації, де користувачі можуть взаємодіяти з інформацією у візуально привабливий спосіб. Таким чином, веб-дизайн виконує важливу комунікативну функцію, спрямовану на створення комфортного й ефективного користувацького досвіду. Однією з головних тез роботи є необхідність урахування соціокультурних і психологічних аспектів при створенні інтерфейсів. Веб-дизайн повинен бути зручним, функціональним і водночас естетично

привабливим, задовольняючи потреби користувачів. Це підкреслює важливість міждисциплінарного підходу, що включає культурні, технологічні та естетичні аспекти, для створення ефективних веб-сайтів, які не тільки відповідають технічним вимогам, але й відображають культурні цінності. Загалом, дослідження [5] Безуглої акцентує на тому, що веб-дизайн є важливим інструментом комунікації в цифрову епоху, де дизайн інтерфейсів відіграє ключову роль у формуванні візуальної мови і впливає на взаємодію між користувачами та інформацією.

Продовжуючи аналіз наукових досліджень про естетичні показники веб-сайтів було обрано працю автора Вакуленка О. В. б [8] під назвою «Вільний простір у веб-дизайні» яка присвячена вивченню ролі та значення використання вільного простору (white space) у веб-дизайні як важливого інструменту для створення ефективних інтерфейсів і візуально привабливих сайтів. Автор аналізує, як вільний простір впливає на сприйняття користувачами інформації та їхню взаємодію з веб-сторінками, досліджуючи при цьому естетичні, функціональні та комунікативні аспекти веб-дизайну.

У своїй роботі Вакуленко [8] підкреслює, що вільний простір є важливим компонентом будь-якого веб-дизайну, оскільки він сприяє структурованому та логічному представленню інформації. Автор визначає вільний простір як невидиму частину дизайну, яка впливає на користувацький досвід, підвищує читабельність тексту та допомагає акцентувати увагу на ключових елементах веб-сторінки. Це включає відстані між елементами, поля, межі та відступи, які допомагають розвантажити інтерфейс і створити більш привабливий візуальний ефект. Автор також акцентує увагу на тому, що використання вільного простору дозволяє дизайнерам досягти гармонії між елементами на сторінці. Вільний простір дає можливість уникнути перевантаження користувачів інформацією та покращує навігацію сайтом. Вакуленко зазначає, що грамотне використання вільного простору сприяє зменшенню когнітивного навантаження на користувача, оскільки він допомагає чітко структурувати контент і виділяти найважливіші елементи веб-сторінки.

Дослідник [8] підкреслює важливість балансу між вільним простором і заповненими елементами, щоб уникнути надмірного спрощення дизайну. Він розглядає вільний простір як інструмент, який може зробити дизайн більш мінімалістичним, але водночас ефективним і зрозумілим. Також автор досліджує вплив культурних та естетичних традицій на використання вільного простору у веб-дизайні, відзначаючи, що підходи до цього питання можуть відрізнятися залежно від регіональних особливостей і культурних вподобань. У своїх наукових працях автор продовжує приділяти особливу увагу функціональному досвіду користувача та аспекту вільного простору в контексті користувацького інтерфейсу (UI/UX). Вакуленко [8] зазначає, що правильно організований вільний простір сприяє підвищенню зручності використання веб-сайтів, дозволяє виділити інтерактивні елементи (наприклад, кнопки чи форми) і створює простір для візуальних акцентів, які полегшують навігацію користувачів по сайту. Дослідження Вакуленка О. В. [8] робить значний внесок у розуміння функціональної та естетичної ролі вільного простору у веб-дизайні. Автор наголошує на важливості використання цього елемента як засобу для створення зручних і привабливих інтерфейсів, що полегшують взаємодію користувача з інформацією та покращують загальний досвід використання веб-сайтів.

Вакуленко О. В. розглядав дизайн інтерфейсів з багатьох сторін, однією з яких в наступному дослідженні автора стали «Колірні тренди в сучасному веб-дизайні» [9], яке присвячене вивченню актуальних тенденцій у використанні кольорів в дизайні інтерфейсів та веб-сторінок. Автор досліджує вплив кольорової гами на візуальне сприйняття користувачем, комунікацію та інтерфейсний досвід. Робота ґрунтується на аналізі сучасних трендів у веб-дизайні та наукових дослідженнях щодо психології кольору, що дозволяє оцінити роль кольору у формуванні загального враження про веб-ресурс. Вакуленко [9] наголошує на тому, що кольори є одним з ключових інструментів веб-дизайну, здатних впливати не лише на естетичне сприйняття користувача, але й на його поведінку та рішення. Автор підкреслює важливість

відповідного підбору кольорів, зважаючи на специфіку веб-ресурсу, цільову аудиторію та контекст використання. Використання кольору в дизайні повинно бути чітко обґрунтоване і сприяти досягненню основних цілей комунікації, таких як залучення уваги, передача інформації або створення емоційного фону. Дослідник розглядає основні колірні тренди, які визначають сучасний веб-дизайн. Зокрема, він аналізує популярність використання насичених, яскравих кольорів, які все частіше застосовуються для створення контрастних і динамічних інтерфейсів. Крім того, Вакуленко [9] відзначає зростання популярності мінімалістичних колірних схем, де головним акцентом стає використання нейтральних кольорів, таких як білий, сірий або чорний, що допомагає зосередити увагу на контенті або окремих інтерактивних елементах.

Важливим аспектом дослідження є вплив колірної гами на користувацький досвід (UX) і сприйняття функціональних елементів веб-дизайну. Автор наголошує на тому, що кольори можуть значно покращувати або погіршувати взаємодію користувачів із сайтом. Наприклад, червоний колір може сприйматися як сигнал небезпеки або уваги, тоді як зелений часто асоціюється з позитивними діями або підтвердженням успішних операцій.

Крім того, у дослідженні розглядається використання кольорів для побудови бренду та ідентичності компанії. Автор [9] аналізує приклади відомих компаній, які використовують певні кольори для створення впізнаваного образу бренду, і зазначає, що правильне використання кольорів може значно покращити емоційний зв'язок користувача з веб-ресурсом або брендом. У підсумку, дослідження Вакуленка О. В. [9] підкреслює важливість доречного підбору кольорів у веб-дизайні як інструменту комунікації та підвищення ефективності користувацького досвіду. Кольори стають не тільки естетичним елементом дизайну, але й функціональним засобом, здатним впливати на емоції, поведінку та взаємодію користувачів з інтерфейсами.

Одним з найбільш комплексних та змістовних досліджень у галузі веб-дизайну на сьогодні є дисертація Васильєва О.С. [11], яка розкриває деталі не



тільки естетичних аспектів дизайну інтерфейсів, але й включає масштабний аналіз ринку на 2024 рік та звертає увагу на технічні характеристики, що робить дослідження актуальним на час написання даної кваліфікаційної роботи. Дослідження [11] присвячене аналізу розвитку дизайну веб-сайтів електронної комерції та його естетичних характеристик. У роботі акцентується на просторових, композиційних та стильових рішеннях веб-сайтів, що виконують функції візуальної ідентифікації та забезпечують економічну ефективність. Метою роботи є всебічне дослідження естетичних рішень у веб-сайтах електронної комерції, які впливають на їх комерційний успіх. Однією з основних тем дослідження є еволюція веб-сайтів електронної комерції, яка розглядається в контексті їхньої естетичної трансформації. Автори систематизують основні етапи розвитку веб-дизайну, починаючи від простих, функціональних макетів до сучасних інтегрованих дизайн-рішень, що включають елементи естетики, ергономіки та візуальної комунікації. Зміни у технологіях та споживацьких запитах значною мірою вплинули на появу нових форм візуальної презентації веб-сайтів, що об'єднують естетичну привабливість та функціональність. Просторова композиція є одним з ключових аспектів естетичного сприйняття веб-сайтів електронної комерції. Колосніченко та Васильєв [11] досліджують принципи побудови ієрархії інформаційних блоків, що підвищує зручність користувачів та полегшує навігацію. Успішний веб-сайт електронної комерції потребує гармонійного поєднання графічних та текстових елементів, що забезпечує чітке візуальне сприйняття. Особливу увагу автори приділяють типології сторінок веб-сайтів, де виділяються основні елементи, такі як логотип, хедери, футери та каталоги, що утворюють загальну композицію. Колір у веб-дизайні відіграє важливу роль як засіб комунікації і візуальної ідентифікації. У дисертації підкреслюється, що сучасні тенденції включають використання мінімалістичних кольорних палітр, які дозволяють акцентувати увагу на ключових елементах сайту. Колір також використовується для створення емоційного зв'язку з користувачами, а кольорні рішення логотипів та фавіконів

підкреслюють брендову ідентичність. Автори [11] також звертають увагу на поєднання кольорів, що забезпечує не лише естетичну привабливість, але й практичність для користувачів. У дисертації [11] описується три основні стилістичні напрямки в дизайні веб-сайтів: уніфікований, авторський та етнічний дизайн. Кожен з цих стилів має свої переваги та недоліки, проте всі вони спрямовані на поліпшення взаємодії з користувачами та підвищення комерційної ефективності. Уніфікований дизайн дозволяє спростити сприйняття інформації, авторський надає більше креативності, а етнічний дозволяє акцентувати на культурних особливостях цільової аудиторії. Стильова єдність забезпечується за допомогою використання однакових елементів інтерфейсу на всіх сторінках веб-сайту.

Особлива увага у дослідженні приділяється логотипу та фавікону, які є центральними елементами системи візуальної ідентифікації (СВІ). Автори [11, 61] підкреслюють, що логотип не тільки візуально відображає ідентичність бренду, але й служить основним інструментом маркетингової комунікації. Фавікон, як невелика іконка веб-сайту, теж виконує важливу роль у візуальному представленні бренду, забезпечуючи миттєве розпізнавання на різних платформах. Наукове дослідження демонструє, що дизайн веб-сайтів електронної комерції є мультидисциплінарною сферою, що об'єднує елементи естетики, технологій та маркетингу. Просторова композиція, колірні рішення, та стильова єдність відіграють ключову роль у забезпеченні ефективної візуальної комунікації.

## **Висновки до розділу 1**

1. Веб-дизайн ще перебуває на етапі активного формування. Хоча кількість досліджень у цій галузі зростає, їхній зміст часто обмежується прикладними аспектами — це рекомендації щодо створення сайтів, аналіз трендів або технічні настанови з оптимізації інтерфейсів. При цьому меншою мірою досліджуються естетичні та глибинні концептуальні питання, такі як

соціально-комунікативний аспект веб-дизайну, або ж вплив глобалізації та крос-культурних елементів на веб-дизайн.

2. Визначено, що дизайн соціально-інформаційних вебсайтів залишається недостатньо дослідженою темою в сучасній літературі з веб-дизайну. Ця галузь охоплює комплекс питань, що виходять далеко за межі традиційного мистецтвознавства та включають психологічні, соціальні й культурологічні аспекти. Актуальність даного дослідження полягає в необхідності звернення уваги на створення сучасного контенту для соціально-інформаційних платформ, а також на еволюційні трансформації у їхній візуальній презентації. Окремо відзначається естетична ідентифікація цих вебсайтів у контексті мистецтвознавчих завдань, зокрема аналізу композиційних та стильових аспектів розвитку елементів проектної графіки, що сприяють успіху соціально-інформаційних платформ.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ СОЦІАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ВЕБСАЙТІВ**

Вебсайти соціально-інформаційного спрямування є ключовим інструментом для ефективної взаємодії з суспільством у сучасному цифровому середовищі. Їхні художньо-композиційні рішення значною мірою визначають якість користувацького досвіду та впливають на сприйняття інформаційного контенту. Художній образ таких платформ слугує не лише засобом естетичної комунікації, але й інструментом формування ідентичності та посилення соціальної значущості інформаційного ресурсу.

### **2.1. Загальна характеристика складових дизайн-системи вебсайтів соціально-інформаційного спрямування**

У сучасних умовах швидкого розвитку цифрових технологій дизайн-системи відіграють ключову роль у створенні ефективних, зручних та естетично привабливих вебсайтів. Особливо це актуально для соціально-інформаційних вебсайтів, які мають на меті забезпечення доступу до важливої інформації, підтримки та консультацій для різних груп користувачів. Дизайн-система для таких ресурсів повинна бути не лише естетично привабливою, але й максимально зрозумілою та функціональною, оскільки цільова аудиторія часто складається з користувачів різного віку, з різними рівнями цифрової грамотності.

Загальна характеристика складових дизайн-системи соціально-інформаційних вебсайтів передбачає детальне вивчення основних елементів, які формують їх зовнішній вигляд та функціональність. Це включає аналіз типографіки, колірної палітри, іконографії, інтерфейсних компонентів, відступів, структури сторінок та взаємодії з користувачами, інклюзивні параметри тощо. Кожен з цих елементів відіграє значну роль у досягненні

основних цілей соціально-інформаційного ресурсу — доступності, зручності навігації та візуальної узгодженості [16, 19].

### **2.1.1. Аналіз тенденцій кольорового рішення у соціально-інформаційних вебсайтах**

Для аналізу було обрано 15 вебсайтів (додаток А), що включають соціальне, інформаційне, та соціально-інформаційне спрямування. Для створення більш детального аналізу та виокремлення тенденцій у вебдизайні соціально-інформаційних платформ було вирішено додати до вибірки не тільки українські, а й вебсайти таких провідних країн як США, Бельгія, Канада, КНР та Фінляндія, де високо розвинена соціальна система для громадян.

Кольорове рішення вебсайтів безпосередньо впливає на емоційне сприймання контенту користувачем, та формує несвідоме ставлення до вебресурсу. Аналізуючи кольорові рішення вебсайтів соціально-інформаційного спрямування (додаток А), було виявлено, що більшість з них використовують темно-сині та блакитні відтінки в дизайні, що складає приблизно 33%. Переважно це урядові портали або платформи державних установ. Менший відсоток (а саме – 20%) використовують червоні відтінки, Фіолетового, чорного та сірого, а також зеленого оформлення було зафіксовано по 13% від загальної маси. Найменший показник популярності використання демонструє рожевий колір, що має лише 6% від загальної кількості.

Темно-сині та блакитні кольори є одними з найпоширеніших у вебдизайні, оскільки вони асоціюються з надійністю, стабільністю та професіоналізмом, що зумовлює використання цього кольорового рішення державними установами. Блакитний колір, згідно з психологічними дослідженнями [36], сприяє відчуттю спокою та безпеки, що може формувати довіру до бренду. Це важливо для корпоративних сайтів, банківських

платформ та інших бізнесів, де критично важлива довіра з боку користувачів. Темно-синій додає глибини та солідності дизайну, що допомагає підкреслити статус компанії. Використання цих відтінків не лише полегшує сприйняття інформації, але й допомагає утримати увагу користувачів завдяки своїй нейтральній природі.

Червоні та теплі кольори, які також використовуються на деяких сайтах, здатні привертати увагу та стимулювати активність користувачів. Червоний колір традиційно асоціюється з енергією, збудженням та емоціями, що може мотивувати відвідувачів до швидших дій, наприклад, до покупки або підписки на послугу. Вебсайти, які використовують червоні акценти, часто роблять це для того, щоб виділити певні елементи або підштовхнути користувача до дії. У сфері охорони здоров'я червоний колір також має особливе значення та часто використовується, оскільки асоціюється з медичною допомогою, терміновістю та підтримкою, що робить його ефективним вибором для виділення важливої інформації або кнопок дій, таких як "Записатися на прийом" або "Отримати консультацію". Проте надмірне використання червоного кольору може викликати відчуття тривожності, тому його зазвичай застосовують локально, як акцентний колір. Як приклад такого використання червоних відтінків чудово підходить вебсайт Товариства Червоного Хреста України та іноземні версії вебсайту.

Фіолетовий колір у вебдизайні, як правило, асоціюється з таємничістю, творчістю, розкішшю та духовністю. У психології кольору [37] фіолетовий поєднує силу червоного та спокій синього, що на підсвідомому рівні викликає відчуття ексклюзивності, інноваційності та натхнення. Завдяки своїй символіці фіолетовий часто використовується компаніями, які хочуть підкреслити свій творчий підхід або позиціонувати себе як інноваційний, преміум-бренд. У вебдизайні цей колір здатен привернути увагу користувача, створюючи асоціації з індивідуальністю та креативністю, що може бути особливо корисним для брендів у сферах культури, мистецтва та технологій. Фіолетовий також вважається кольором розслаблення і може стимулювати

почуття гармонії, що робить його вдалим вибором для соціальних платформ, вебсайтів пов'язаних зі здоров'ям, медитацією чи духовним розвитком.

Зелений колір, натомість, часто асоціюється з природою, здоров'ям, екологією та гармонією. Це колір стабільності, балансу та свіжості, який заспокоює та викликає відчуття надійності й безпеки. У контексті вебдизайну зелений часто використовується компаніями, які хочуть підкреслити свою екологічну відповідальність або зв'язок із природою. Вебсайти, що просувають продукти здорового харчування, екологічні ініціативи або послуги в сфері добробуту, часто обирають зелений для створення позитивного іміджу. Зелений також символізує зростання і розвиток, що може бути привабливим для фінансових сервісів, які хочуть викликати у користувачів відчуття впевненості у стабільності та зростанні їхніх інвестицій.

Рідкісне використання чорного кольору, натомість, можна пояснити його сприйняттям як кольору, що символізує авторитет, елегантність і навіть певну холодність. Чорний часто асоціюється з лаконічністю та формальністю, але водночас може бути надто інтенсивним для повсякденних комунікацій. Він підходить для елітарних або нішевих брендів, які хочуть підкреслити унікальність та вишуканість. Проте через свою висококонтрастність чорний колір рідше застосовується в масових продуктах, де віддається перевага м'яким відтінкам, що забезпечують більш дружнє сприйняття.

Використання певних кольорових рішень у дизайні вебсайтів суттєво впливає на емоційний стан та поведінку користувачів. Темно-сині та блакитні відтінки сприяють формуванню атмосфери надійності й стабільності, червоний колір активізує увагу та стимулює залученість, тоді як чорний створює відчуття ексклюзивності та елегантності. Фіолетовий колір додає відчуття творчості, безпеки та загадковості, що може привабити користувачів, які шукають унікальний досвід або підтримки. Зелений колір асоціюється зі спокоєм, природністю та безпекою, допомагаючи створити атмосферу гармонії та довіри. Правильний вибір кольорової палітри може підвищити

лояльність користувачів, полегшити взаємодію з платформою та зробити бренд більш запам'ятовуваним.

### **2.1.2. Аналіз тенденцій використання типографіки та особливості використання піктограм у соціально-інформаційних вебсайтах**

Сучасна типографіка у вебдизайні відіграє важливу роль у створенні зручного та привабливого користувацького досвіду, сприяючи легкості сприйняття інформації та підсилюючи емоційний вплив [18]. Мінімалістичні шрифти стали актуальним вибором для багатьох сайтів, оскільки вони забезпечують чіткість і простоту, що допомагає користувачеві швидше засвоювати інформацію. Плавні, лаконічні літери без зайвих декоративних елементів дозволяють уникнути інформаційного перевантаження і роблять візуальний стиль сучасним та функціональним, що є особливо важливим на сайтах з великим обсягом тексту або інтерактивним вмістом [32, 33]. Лаконічний шрифт без засічок, наприклад, типу sans-serif, надає вебсайту стриманості та чистоти, що підходить для досягнення функціонального дизайну. Таку тенденцію демонструють веб-сторінки майже всіх державних установ, громадських організацій та окремих вебсайтів соціального та інформаційного спрямування (Додаток А).

Шрифти, позбавлені засічок, популярні в мінімалістичних дизайнах через свою простоту і легкість сприйняття, вони створюють відчуття професіоналізму та є наочними на будь-якому розмірі екрана. Зокрема, такі шрифти сприяють швидкому зчитуванню інформації і добре підходять для сайтів електронної комерції, де користувачі приймають рішення швидко, оцінюючи товари або послуги, що детально було описано Васильєвим О.С. у його дослідженні [11]. У цьому контексті зручність і простота стають вирішальними. На комерційних вебсайтах та платформах для покупок використання шрифтів sans-serif дозволяє акцентувати увагу на продуктах, не відволікаючи від них. Аналіз показує, що такі шрифти, як Arial або Helvetica,



часто обираються через їхню нейтральність і здатність зосередити увагу користувача на пропонованих товарах чи послугах.

На вебсайтах державних установ оптимальними є більш формальні шрифти, що підкреслюють офіційність і надійність. Проте зручність читання та швидкість сприйняття інформації обумовлені використанням комп'ютерів та частіше смартфонів змушує дизайнерів дедалі частіше обирати шрифти без засічок. Антиква все ж залишається актуальною для використання у заголовках для акцентування уваги. Саме такий приклад ми можемо спостерігати на сторінці уряду США з підтримки військових та ветеранів (Додаток А: г). Наприклад, Times New Roman або Georgia надають інформації серйозності, що підходить для платформ, де користувачі взаємодіють із документами, аналітикою чи законодавчою інформацією. Шрифти з засічками тут додають тексту структурованості, завдяки чому користувачі відчують надійність та стабільність, що важливо для державних або юридичних ресурсів.

У сфері соціальних та громадських вебсайтів часто використовуються шрифти, що створюють ефект відкритості та довіри, такі як Open Sans чи Roboto. Вони несуть в собі елемент дружності, лаконічності та доступності, що сприяє залученню користувачів. Така типографіка налаштовує користувача на зручну комунікацію і підсилює бажання взаємодіяти із контентом, що є критично важливим у середовищах громадських та соціально-інформаційних платформ, де важливо привертати увагу до соціальних проблем та проектів [35].

Типографіка здатна також створювати емоційний настрій. Курсивні шрифти або шрифти з елементами імітації рукописного стилю можуть викликати асоціації з особистим підходом, індивідуальністю та викликати теплі почуття у користувача. На сайтах, які орієнтуються на вузькі спільноти чи просувають персональні бренди, застосування таких стилів може створити ефект «людяності» та індивідуального підходу. Емоційний вплив шрифтів безпосередньо впливає на загальне враження користувача, який може швидко

відчутти атмосферу сайту ще до взаємодії з його контентом. Важливість типографічного дизайну зросла з розвитком мобільних технологій, де масштабованість і адаптивність шрифтів грають критичну роль. Завдяки цьому шрифти стали універсальним інструментом у дизайні, що формує перше враження та дозволяє вебсайтам виглядати професійно і водночас доступно.

У контексті сучасного вебдизайну іконки, як і типографіка, відіграють значущу роль у створенні візуальної ієрархії та сприяють покращенню сприйняття інформації. Вони, поряд із шрифтами, є важливим інструментом для організації простору, що дозволяє користувачам швидко знаходити ключові функції чи орієнтири на сторінці, не витрачаючи часу на вивчення тексту. Іноді іконки можуть повністю замінювати слова, зберігаючи при цьому високу інформативність. Це особливо корисно на платформах з великою кількістю інформаційних розділів, де іконки скорочують час на сприйняття даних та роблять інтерфейс інтуїтивно зрозумілим.

Іконки також виконують емоційно-естетичну функцію, яка впливає на те, як користувачі сприймають і оцінюють ресурс загалом. Нами було зафіксовано тенденцію, яка вказує на те, що соціально-інформаційні платформи та сайти громадських організацій все частіше використовують заокруглені піктограми, що сприяє створенню відчуття відкритості, дружелюбності та доступності [20]. Це дозволяє користувачам асоціювати такі ресурси з підтримкою, розумінням і сучасністю. Натомість для вебсайтів державних установ частіше використовуються іконки з чіткими рамками та прямими кутами, що підкреслює офіційність, серйозність і надійність. Такий підхід сприяє створенню враження стабільності та структурованості, що є важливим для підвищення довіри до інформації, розміщеної на урядових сайтах. Даний підхід можна побачити на вебсторінці уряду США з підтримки ветеранів (Додаток А: г), яка оформлена дуже стримано із чіткими прямими кутами та з мінімальною кількістю зображень.

Для різних типів ресурсів варіюються також стиль і характер піктограм, що допомагає формувати відповідний тон комунікації. Наприклад, вебсайти

електронної комерції часто використовують яскраві та легкозрозумілі іконки, які покращують взаємодію користувачів з товарами та полегшують процес навігації, що дуже детально було описано в дослідженні Васильєва О.С. [11]. Водночас інформаційні платформи надають перевагу більш стриманим і лаконічним символам, що дозволяє зосередити увагу на змісті, не відволікаючи користувачів зайвими візуальними елементами. Така диференціація у використанні іконок дозволяє ефективно адаптувати інтерфейси до потреб користувачів, підвищуючи їхнє загальне враження від взаємодії з вебресурсом.

Під час детального аналізу піктограм різноманітних вебсайтів, нами було помічено тенденцію використання інтерактивних іконок на соціально-інформаційних платформах, що можуть пропонувати різні види допомоги. Зокрема контактні іконки, які покращують зручність комунікації та доступність послуг піддалися детальному розгляду. Часто такі вебсайти включають інтерактивні іконки з номерами телефонів, які забезпечують можливість "скопіювати" контакт для швидкого дзвінка. Також дані платформи доволі часто демонструють поширене застосування іконок у вигляді слухавки, що дозволяє користувачам залишити заявку на зворотній дзвінок або ж зателефонувати самостійно, підвищуючи ефективність взаємодії з платформою. Дані піктограми інтуїтивно зрозумілі, що пришвидшує взаємодію та не змушує користувача витратити час на читання чи розуміння іконки. Даний підхід використано у вебресурсі служби психосоціальної підтримки сімей військовослужбовців (додаток А: в).

Додатково інтерактивність таких іконок передбачає, що після натискання на них користувач може бути автоматично перенаправлений на розділ вебсторінки "Контакти", де надається детальніша інформація про доступні канали зв'язку. Це полегшує доступ до додаткових ресурсів та контактної інформації, сприяючи позитивному користувацькому досвіду й забезпечуючи оперативний доступ до необхідної допомоги.

## 2.2. Вплив архетипів та соціокультурних чинників на особливості проєктування вебсайтів

В своїй роботі Коваленко В. описав архетип, як прообраз, ідея, «ідеальна форма» буття, «цілісний образ», архетип є носієм смислів символів через розкриття знакових систем [20, 23]. Використання архетипів як основи для створення комунікаційних стратегій брендів вимагає не сліпого наслідування архетипного образу, а розуміння його як додаткового інструменту, що дозволяє поєднати місію та меседжі бренду з очікуваннями та потребами цільової аудиторії. Архетип функціонує як символічно-знакова система, що визначає тематичні коди художньої мови естетичного образу і стилю, забезпечуючи найвищий рівень виразності композиційно-просторових аспектів дизайну. Згідно з філософією Платона, архетип є «образом-ідеєю». К.Г. Юнг підкреслює, що архетип «неможливо звести до простої формули: він є посудиною, яку не можна повністю заповнити чи спорожнити; архетип існує лише потенційно і, набуваючи форми, втрачає свою початкову сутність, але залишається актуальним протягом століть, вимагаючи нових інтерпретацій».

У ХХ столітті К. Юнгом було виділено дванадцять архетипів, кожен з яких має свою унікальну символіку і зміст. Рідко буває, що бренд повністю відповідає лише одному архетипу; як і у випадку з особистістю, один архетип може домінувати в характеристиках бренду, але інші також залишаються важливими для створення його багатогранного образу [1]. У зв'язку з цим, для побудови стратегії бренду зазвичай використовується один основний архетип, який підкріплюється іншими в залежності від ситуації, як-от реклама чи спілкування з аудиторією [7]. Оскільки жоден архетип не здатний повністю охопити сутність бренду, нами було здійснено їх класифікацію на чотири групи за суміжними якостями:

1. **Свобода:** архетипи «невинний», «мудрець», «дослідник»;
2. **Індивідуалізм:** архетипи «герой», «маг», «бунтар»;

3. **Належність:** архетипи «хороший хлопець», «блазень», «коханець»;

4. **Порядок:** архетипи «правитель», «опікун», «творець».

Яскравий приклад застосування архетипів у брендингу демонструє компанія Apple, головний архетип якої — «Маг» (Magician), що прагне реалізувати унікальні бачення і створювати інноваційні технології. У своїх комунікаціях Apple постійно наголошує на творчості як основній цінності своїх продуктів, підкреслюючи, що вони призначені для людей з нестандартним мисленням. Слоган «Think Different» чітко відображає це прагнення, закликаючи користувачів втілювати свої мрії за допомогою продуктів Apple. Крім основного архетипу «Маг», у рекламній комунікації Apple помітні елементи «Бунтаря» (The Destroyer) та «Дослідника» (The Explorer), які сприяють формуванню образу новаторського бренду, що закликає споживачів виходити за рамки звичного і досліджувати нові технологічні можливості [58].

Проведене нами дослідження дозволило виявити специфічні архетипи, що домінують серед соціальних, інформаційних та соціально-інформаційних платформ. Зокрема, було визначено, що до групи «Свобода» (архетипи «невинний», «мудрець», «дослідник») з 15 обраних вебсайтів належить лише 1 ресурс - Дія.Освіта. До групи «Індивідуалізм» (архетипи «герой», «маг», «бунтар») було віднесено вебсайти Сфера, Когорта, Точка Опори, Gender Stream. Групу «Належність» (архетипи «хороший хлопець», «блазень», «коханець») представляють соціально-інформаційна платформа, Служба Психосоціальної Підтримки Сімей Військовослужбовців та European Social Insurance Platform. Найбільша кількість вебсайтів належить до групи «Порядок» (архетипи «правитель», «опікун», «творець»), включаючи Урядовий Портал, Європейську Комісію, вебсайт уряду США, Міністерство Охорони Здоров'я України, Chinese Mutual Aid Association, City of Helsinki та Ontario.ca.

Результати цього аналізу свідчать про домінування архетипів групи «Порядок» серед соціально-інформаційних платформ. Це явище підкреслює прагнення таких платформ до забезпечення стабільності, надійності та структурованості в їхній комунікації. Відповідно, вибір архетипу безпосередньо впливає на дизайн цих вебсайтів, сприяючи застосуванню чітких композиційних рішень, лінійності рішень, мінімалізму та обмеженої палітри кольорів, що дозволяє підкреслити серйозність і офіційність платформи та відповідає обраному архетипу та його показникам, концепції. Вибір упорядкованої структури та стриманих кольорів відповідає очікуванням аудиторії від платформ соціально-інформаційного спрямування, націлених на надання важливої інформації та підтримку суспільства.

### **2.3. Просторово-композиційна організація веб-сайтів соціально-інформаційного спрямування**

Кожен вебресурс є специфічною формою художньої взаємодії, що поєднує естетичну та функціональну складові, які визначають його характерні особливості. Змістовне наповнення соціально-інформаційних сайтів, що орієнтуються на утилітарну функцію, не може існувати поза межами художньої репрезентації та естетичного контексту. Краса і користь співіснують у цих платформах як єдина модель, де художня складова є невід'ємною частиною процесу користування, надаючи йому структуру і логіку сприйняття. Досліджений матеріал свідчить, що засоби художньої виразності служать базовим інструментом взаємодії користувача з сайтом, забезпечуючи як інформаційний, так і естетичний ефект.

Нероздільність естетичних та функціональних елементів є характерною для сфери дизайну в цілому, проте вона стає особливо актуальною у графічному та вебдизайні, де художні принципи перетворюються на знаряддя для користувача. Просторово-композиційна структура сайтів соціально-інформаційного спрямування бере свої основи з двох важливих джерел:

графічного дизайну та принципів, властивих журналам і газетам. Журнальна і газетна верстка мали великий вплив на побудову композиційної структури вебресурсів, що робить сучасний сайт мультимедійним аналогом класичного друкованого видання [26]. Основними принципами вебдизайну стали універсальні підходи, що відображають типові закономірності сприйняття інформації.

Серед базових принципів вебдизайну виокремлюють такі елементи, як:

1. Колонаж – модульна структура подачі інформації, що організує простір сайту у вигляді колонок і забезпечує послідовність викладення контенту.
2. Внутрішній рубрикатор – механізм структурування змісту, який упорядковує інформаційні блоки й підвищує зручність користування.
3. Співіснування текстових та зображальних елементів – взаємодія тексту і графіки на сайті, що визначає спрямованість та функціональність візуальної комунікації.

Кожен із цих принципів має значний вплив на загальну композицію вебресурсу. Колонаж виступає ключовим структурним компонентом, що створює фігуративні моделі художньої геометрії сайту. Міжколонні інтервали і просторова організація колон забезпечують не лише візуальну гармонію, а й спрямовують погляд користувача, формуючи послідовність сприйняття інформації [14]. Внутрішній рубрикатор впливає на стиль подачі текстів і зображень, формуючи чітке функціональне поле для користувача.

Геометрична композиція, домінуюча в структурі сайту, базується на прямокутних формах, що задають чіткі межі для кожного елемента [15]. Попри можливе обмеження в художньому самовираженні, такий підхід створює зручні умови для користування і спрощує навігацію. Проте, надмірне використання прямих форм може створювати відчуття монотонності, знижуючи емоційний вплив дизайну на користувача. У цьому контексті концепція позитивного та негативного простору набуває особливого значення для організації композиції. Позитивний простір охоплює всі елементи, що

несуть інформаційне навантаження – текст, зображення, графічні об'єкти. Негативний простір, натомість, виконує фонову роль, слугуючи основою для зорового сприйняття і підсилюючи акценти на важливих елементах.

Таким чином, просторово-композиційна організація вебсайтів базується на принципах гармонійного співіснування естетики та функціональності. Використання принципів журнальної верстки і застосування концепцій позитивного та негативного простору забезпечує ефективне та естетично привабливе представлення інформації [15].

Нами було виявлено, що форма та масштаб відіграють ключову роль у взаємодії між позитивним і негативним простором у композиції. Формальні рішення визначають простір як предметно-просторове середовище, де користувач орієнтується за допомогою взаємодії з різними візуальними елементами: текстовими, графічними, анімаційними тощо. Крім того, виражальний потенціал масштабування об'єктів і форм дозволяє маніпулювати пластичним змістом композиції, створюючи візуальні акценти та ієрархію елементів. Зміна масштабу впливає на зв'язаність форм (об'єктів, текстів або зображень), відображаючи ставлення дизайнера до певних елементів та сприяючи побудові якісної ієрархії в межах екранного простору. Специфіка екранного поля відіграє особливу роль у побудові й інтерпретації дизайн-рішень, особливо при аналізі кожного окремого просторово-композиційного елемента. У деяких випадках розробники передбачають певні сценарії навігації для користувачів, що дозволяє рухатися в екранній площині за допомогою спеціально розроблених інтерфейсних кроків (Додаток А: г, з).

Негативний простір, або білий простір, є значно більшим, ніж просто порожні ділянки на вебсторінці. Це потужний засіб, здатний значно впливати на сприйняття користувача і ефективність дизайну в цілому. Білий простір визначається як будь-яка частина композиції, що залишається порожньою, не заповненою текстом, зображеннями або іншими елементами. Він створює візуальну рівновагу, полегшує сприйняття інформації та робить інтерфейс



більш приємним для користування. Провівши аналіз сучасних вебсайтів та інтернет-платформ нами було виокремлено декілька типів білого простору:

1. Мікропростір: Простір між окремими літерами, словами та рядками тексту.
2. Макропростір: Більші області порожнього простору між блоками контенту, зображеннями та іншими елементами.
3. Активний простір: Свідомо створений простір для акцентування певних елементів.
4. Пасивний простір: Природний простір, який виникає між елементами дизайну.

Мікропростір відіграє ключову роль у читабельності тексту та комфорту читання. Це невеликі області білого простору, які розташовані між окремими літерами, словами та рядками тексту. Серед переваг даного виду «білого» простору можуть бути поліпшення читабельності тексту, адже збалансований інтервал між літерами та рядками допомагає уникнути злиття символів і полегшує розпізнавання слів. Проте треба пам'ятати, що надмірно великий або занадто малий мікропростір може погіршити сприйняття тексту. Занадто тісне розташування символів викликає злиття літер, а занадто велика відстань може спричинити розриви у зв'язності тексту. Також однією з переваг використання мікропростору є зменшення зорової втоми, оскільки очам користувачів легше фокусуватися на тексті, коли він організований з оптимальними інтервалами. Також мікропростір може допомогти у створенні візуальної ієрархії, яка сприяє підвищенню акценту на важливих текстових елементах. Але еправильний баланс між літерами може змінити візуальне враження від шрифту, що може зашкодити загальній естетиці дизайну.

В свою чергу макропростір охоплює більші області порожнього простору між великими блоками контенту, зображеннями, заголовками, секціями або іншими елементами дизайну. Він допомагає структурувати контент та розподіляти інформацію в зручний для користувача спосіб. Серед переваг використання макропростору розділення контенту на окремі логічні

блоки, що полегшує навігацію по сторінці та допомагає користувачам швидше знаходити потрібну інформацію. Візуальне покращення, адже більші області білого простору можуть зробити дизайн "дихаючим" і візуально привабливішим. Але це також створює небезпеку, оскільки надмірна кількість макростору може створити відчуття "порожнечі" та розривів у структурі, особливо якщо він використовується без концептуального обґрунтування. Підвищення концентрації уваги на певних блоках або елементах, також є перевагою використання макростору, що досягається завдяки зміщенню фокусу користувача через що важливий контент стає більш помітним для користувача.

Активний простір — це навмисно створений порожній простір навколо ключових елементів дизайну, метою якого є підкреслення значущості цих елементів. Такий простір акцентує увагу користувача на важливих частинах контенту або на закликах до дії, тим самим посилюючи вплив цих елементів. Завдяки активному простору можна виразно виділити заголовки, кнопки, зображення або важливі повідомлення, що сприяє підвищенню конверсії та полегшує орієнтацію на сторінці. Він забезпечує плавний напрямок погляду користувача, спрямовуючи його до ключових точок інтересу, а також створює емоційний ефект за рахунок посилення візуального контрасту між порожнім простором і значущими елементами, що робить дизайн більш виразним. Однак надмірний акцент на окремих елементах за допомогою активного простору може спричинити перевантаження інтерфейсу або відволікати увагу від інших важливих частин контенту. Неправильне використання активного простору, без урахування потреб користувача та особливостей проєкту, може знижувати ефективність дизайну, порушуючи загальну гармонію та цілісність візуального сприйняття.

Останній виокремлений нами вид «білого» простору це пасивний простір. Він представляє собою природний порожній простір, що утворюється між елементами дизайну без цілеспрямованого акцентування. Хоча пасивний простір не виконує функції привертання уваги до окремих частин контенту,

він сприяє гармонії композиції, підтримуючи баланс між елементами та знижуючи ризик візуальної перенасиченості. Це робить дизайн більш привабливим і легким для сприйняття. Крім того, пасивний простір забезпечує естетичний ефект природного розподілу контенту на сторінці, що створює структурований і цілісний вигляд інтерфейсу. Завдяки цьому користувачеві легше сприймати інформацію, оскільки розділення елементів допомагає зменшити візуальний шум і сприяє чіткішому сприйняттю окремих компонентів. Однак неправильний розподіл пасивного простору може призвести до незбалансованості дизайну та візуального безладу. Недостатня кількість пасивного простору сприяє перенасиченню контентом, що може зробити інтерфейс важким для сприйняття та громіздким у використанні.

Завдяки проведеному аналізу візуального матеріалу (додаток А), що містить п'ятнадцять веб-дизайнів різних сайтів, нами було виявлено тенденцію щодо використання «білого» простору на вебсторінках. Сайти держустанов, урядових платформ або ресурсів, що підпадають під державне регулювання, характеризуються значно меншою кількістю вільного простору в порівнянні з платформами соціального характеру або громадського спрямування. Таке спостереження може свідчити про перенасиченість інформацією на державних веб-сайтах, що, у свою чергу, змушує дизайнерів оптимізувати простір для розміщення великого обсягу тексту на обмеженій площі сторінки.

Ця тенденція не обмежується лише українськими державними ресурсами, але також простежується на веб-сайтах урядових установ у європейських країнах, зокрема, на офіційних платформах європейського уряду та Канади (додаток А: з. г.). Такий підхід до дизайну можна пояснити вимогами щодо надання великої кількості інформації, нормативних документів та послуг громадянам, які мають бути доступними в онлайн-форматі. Це особливо актуально для державних платформ, які, окрім комунікаційної функції, виконують також адміністративні завдання, забезпечують надання онлайн-послуг та мають охоплювати широке коло

користувачів. Однак, надмірна концентрація інформації та зменшення вільного простору може негативно впливати на сприйняття таких сайтів користувачами. Відсутність достатнього пасивного простору, що дозволяє «розрядити» контент, може створювати відчуття перевантаженості та ускладнювати пошук необхідної інформації. Це, в свою чергу, може знижувати зручність користування та негативно впливати на позитивне враження від взаємодії з державними платформами. Інтеграція більш раціонального використання простору на таких сайтах могла б не лише покращити їх естетичний вигляд, але й сприяти ефективнішій комунікації з користувачами, що є важливим для державних установ, які прагнуть бути більш прозорими та зручними для громадян.

Натомість спостерігаючи за дизайном веб-сторінок громадських організацій (додаток А: б.є.и.), можна помітити значно більш вільне використання білого простору. Оскільки ці платформи не підпадають під державне регулювання, вони мають більшу свободу в реалізації креативних дизайнерських рішень. Відсутність жорстких обмежень дозволяє організаціям створювати більш експресивні й нестандартні інтерфейси, які звертаються безпосередньо до своєї аудиторії. Крім того, подібні сайти зазвичай не перевантажені інформацією і структуровані у меншу кількість блоків, що сприяє відкритішому макету з достатнім пасивним «білим» простором. Такий підхід робить дизайн візуально приємнішим, підвищуючи комфорт сприйняття і полегшуючи навігацію для користувачів. Білий простір у цьому контексті слугує засобом акцентування на окремих елементах, допомагає передати певний настрій та демонструє відкритість організації, що особливо важливо для соціальних ініціатив та активістських платформ, які прагнуть комунікувати цінності прозорості, інклюзивності та доступності.

В процесі дослідження також було виявлено, що ефективний веб-дизайн повинен бути чітким та інтуїтивно зрозумілим, викликати почуття порядку, гармонії, рівноваги та комфорту. Показником якості формування користувацького інтерфейсу веб-сайтів є те, наскільки природньо і легко він

сприймається користувачами. При проектування користувацького інтерфейсу веб-сайтів необхідно візуалізувати функціональність і контент веб-сайту, з метою досягнення його кращого сприйняття [41].

#### **2.4. Дослідження візуальної айдентики логотипів соціально-інформаційних онлайн-ресурсів**

Логотип завжди вважався центральним елементом фірмового стилю, а його художні засоби або візуальні складові слугували основою для розробки інших елементів брендингу. Сьогодні логотип сприяє подоланню глобальних кордонів та мовних бар'єрів через естетичні інструменти [22, 25]. Він є найбільш загальним ідентифікаційним комунікаційним символом компанії або марки. Дослідження з цього питання показують, що на сьогоднішній день не існує єдиного визначення терміну «логотип». Проте Л. Безсонова найбільш точно визначила це поняття [4]. Вона описала логотип як вид знаку, який є оригінальною шрифтовою формою назви підприємства, організації, фірми тощо та призначений для ідентифікації об'єкта представлення. Основою для створення логотипу є розуміння потреб, очікувань і особливостей цільової аудиторії, адже саме на неї спрямований кінцевий результат. Наприклад, логотипи для дитячих товарів часто використовують яскраві кольори та прості форми, які легко привертають увагу та викликають довіру у батьків, тоді як логотипи для брендів преміум-сегменту зазвичай обирають витончені й мінімалістичні рішення, що підкреслюють ексклюзивність та елегантність бренду [11,14]. Врахування специфіки цільової аудиторії дозволяє створити логотип, що викликає відповідний емоційний відгук і формує позитивну асоціацію з брендом.

Адаптивність логотипу є не менш важливим аспектом для використання в різних середовищах і на різноманітних носіях: веб-сайтах, мобільних додатках, друкованих матеріалах, рекламних банерах, вивісках тощо. Задля цього важливо розробити універсальний дизайн, який залишатиметься

впізнаваним та читабельним незалежно від розміру. Це означає, що логотип повинен добре виглядати як у малих, так і у великих масштабах. Деякі компанії навіть створюють варіанти логотипу для горизонтального та вертикального розташування, що забезпечує гнучкість його використання у різних контекстах і дозволяє уникнути обмежень візуального простору.

Крім того, логотип повинен чітко відображати загальну концепцію бренду та передавати його ідею й філософію. Це досягається через використання форми, кольорової гами, типографіки та стилістичних особливостей. Бренди, які прагнуть передати інноваційність і сучасність, часто використовують мінімалістичні дизайни з чіткими лініями та яскравими кольорами, саме такий підхід використовує платформа Дія.Освіта для свого дизайну (додаток А:б, додаток Б:10). Натомість компанії з традиційними або класичними цінностями можуть використовувати логотипи з витонченими шрифтами та насиченими кольорами, що створюють відчуття стабільності та довговічності. Таким чином, стиль логотипу стає відображенням ключових рис бренду, що допомагає аудиторії краще зрозуміти його сутність.

При цьому важливо, щоб логотип залишався простим і водночас виразним, адже занадто деталізовані зображення можуть бути важкими для сприйняття та запам'ятовування. Прості логотипи легше впізнаються і запам'ятовуються, але мають бути досить виразними, щоб чітко передавати ідею бренду та відрізнитися від конкурентів [22, 23]. Це поєднання простоти та виразності є основою успішного логотипу, який стане ефективним інструментом для брендингу та побудови довіри між користувачем та платформою.

Наразі виділяються класифікацію логотипів за семіотичним напрямком поділяє їх на певні типи, залежно від наявності елементів лінгвістичної і іконічної природи [27]. Згідно цієї класифікації виділяють такі типи логотипів: лінгвістичний, іконічний або символічний логотип та змішаний (комбінований).

До лінгвістичного типу належать логотипи, що складаються виключно з літерно-цифрових знаків [20]. Цей тип логотипів, у свою чергу, поділяється на словесні (побудовані на основі окремого слова або словосполучення) та літерні (утворені за допомогою окремих літер, цифр, аббревіатур тощо). Логотипи лінгвістичного типу для соціально-інформаційних платформ створюються через написання назви бренду з використанням певної шрифтової гарнітури. Відповідно до вибору шрифтового стилю, цю групу логотипів можна розділити на дві підгрупи: класичні ( $\approx 95\%$ ) та декоративні ( $\approx 5\%$ ). У переважній більшості випадків ( $\approx 90\%$ ) застосовуються класичні шрифти без зарубок або їхні аналоги, що відрізняються шириною чи товщиною літер, пропорціями великих і малих літер тощо. Шрифти із зарубками та декоративні, включаючи рукописні, використовуються значно рідше.

Змішані (комбіновані) логотипи об'єднують текстові елементи з графічними зображеннями, що робить їх більш змістовними та ефективними. Додавання графічного елемента сприяє підвищенню впізнаваності логотипу соціально-інформаційної платформи та надає назві організації виразності й привабливості. Коли текстовий і графічний елементи або талісман працюють у взаємодії, користувачі швидше асоціюють ім'я бренду з його візуальним символом або талісманом. Змішаний тип логотипу забезпечує більш повне інформування про організацію, сприяє легшому закріпленню в пам'яті користувачів образу компанії, відомостей про її специфіку та види послуг, використовуючи метафори та асоціації. Такий логотип є більш універсальним, ніж усі інші типи.

З обраних до дослідження вітчизняних та зарубіжних 15 вебсайтів соціального, інформаційного та соціально-інформаційного спрямування 100% платформ використовують змішаний тип логотипу із гарнітурою без засічок (додаток Б). Це вказує на чітку тенденцію у сучасному дизайні та брендингу. Такий феномен відображає прагнення організацій забезпечити максимальну

впізнаваність та універсальність логотипу, об'єднуючи візуальні і текстові елементи в одному знаковому образі.

Використання змішаного логотипу сприяє полегшенню ідентифікації бренду серед широкої аудиторії, оскільки текстова частина забезпечує чітку назву компанії, а графічний елемент допомагає створити образ, який легко запам'ятовується. Така комбінація полегшує сприйняття логотипу на підсвідомому рівні, дозволяючи користувачам миттєво розпізнати бренд і прив'язати його до конкретної сфери діяльності або асоціацій.

Крім того, популярність змішаних логотипів відображає загальну тенденцію до універсальності в умовах високої конкуренції. Візуальні символи, поєднані з текстом, дозволяють брендам ефективно комунікувати навіть на глобальному рівні, долаючи мовні бар'єри. Така універсальність важлива для того, щоб забезпечити присутність бренду на різноманітних платформах, від вебсайтів до соціальних мереж, де можливості просторового розміщення обмежені, а візуальна і текстова складові повинні однаково ефективно працювати разом.

Таким чином, тенденція до використання змішаних логотипів відображає сучасну потребу брендів бути одночасно простими у сприйнятті та виразними. Це дозволяє компаніям створювати багатофункціональні ідентифікатори, що ефективно працюють як у цифровому, так і у фізичному просторі.

При цьому варто наголосити, що аналіз кольорових рішень логотипів (додаток Б), представлених на обраних вебсайтах, демонструє наявність чітких тенденцій у виборі кольору для досягнення певних емоційних та асоціативних ефектів. Зокрема, п'ять із п'ятнадцяти досліджених логотипів виконані в чорно-білому стилі, що вказує на прагнення до мінімалізму та стриманості. Таке кольорове рішення сприяє створенню враження офіційності та серйозності, що є особливо важливим для платформ державних або громадських організацій, які займаються питаннями суспільної важливості, такими як надання соціальної допомоги або підтримка постраждалих від війни



[45]. Чорно-білий стиль логотипу дозволяє підкреслити основні цінності організації, зберігаючи нейтральний та професійний образ.

Зелений колір, обраний для трьох логотипів із досліджених, виконує функцію символу спокою та безпеки. Використання зеленого кольору у логотипі допомагає створити атмосферу надійності та стабільності, що є важливим аспектом для організацій, які прагнуть викликати довіру аудиторії та надати відчуття захищеності. Цей колір дозволяє підсилити відчуття гармонії та балансу, що є значущим фактором для користувачів у процесі взаємодії з платформою.

Чотири логотипи мають біле виконання в поєднанні з синім, що також свідчить про тенденцію до мінімалізму, але з акцентом на чистоті та прозорості. Білий колір дозволяє створити візуально легкий та ненав'язливий образ, що може бути спрямовано на підтримку відкритості та доступності бренду. Використання білого кольору в логотипі сприяє формуванню асоціацій з простотою та чіткістю, підкреслюючи лаконічність та об'єктивність, що важливо для платформ, орієнтованих на інформування та комунікацію.

Лише три логотипи виконані у яскравих кольорах, таких як фіолетовий, червоний та рожевий, що свідчить про менш поширене використання кольорових рішень у порівнянні з більш стриманими кольорами. Яскраві кольори логотипів дозволяють створити емоційно насичений та динамічний образ, що може бути спрямовано на привернення уваги або створення унікального стилю. Таке рішення підходить для брендів, які прагнуть підкреслити свою креативність або виділитися серед інших, привертаючи інтерес аудиторії. Проте, хоча багатокольорове рішення може зробити логотип більш яскравим, динамічним та емоційно насиченим, існує небезпека створення візуального шуму, що є неприпустимим у сучасних реаліях. У теперішньому дизайн-середовищі, де естетичну складову важко переоцінити, надмірна кольорова насиченість може відволікати від основного повідомлення бренду та знижувати його впізнаваність. Тому важливо знаходити баланс між

яскравістю та стриманістю, щоб забезпечити естетичність і чіткість сприйняття логотипу.

## Висновки до розділу 2

Нами було здійснено комплексний аналіз дизайну соціально-інформаційних платформ, що охоплює кольорові рішення, типографіку, піктограми, архетипи, просторово-композиційну організацію та логотипи.

Аналіз кольорової палітри показав, що державні та урядові вебсайти переважно використовують стримані сині, сірі та зелені кольори, що створюють професійний образ, тоді як соціальні платформи застосовують більш яскраву гаму для приваблення ширшої аудиторії. У типографіці простежується схильність до шрифтів sans-serif, що підвищує зручність читання і додає дизайну лаконічності, тоді як акцентні заголовки іноді виконуються шрифтами із засічками для виділення інформації. Піктограми виконують важливу емоційну роль: державні сайти обирають чіткі іконки з прямими кутами для підкреслення офіційності, тоді як соціальні платформи використовують заокруглені іконки для створення дружелюбного вигляду.

Аналіз архетипів показав, що більшість платформ орієнтовані на архетипи групи «Порядок», що підкреслює прагнення до стабільності та надійності через стриманий дизайн і обмежену палітру кольорів. Вивчення просторово-композиційної організації вебсайтів виявило, що державні платформи часто мають менше білого простору через значну кількість контенту, тоді як соціальні ресурси використовують простір для покращення навігації та створення візуальної легкості.

У логотипах соціально-інформаційних платформ домінує змішаний тип з мінімалістичними кольорами, що забезпечує впізнаваність і стабільність, а зелений колір додає відчуття безпеки.

Таким чином, проведений нами аналіз ідентифікував основні дизайнерські тенденції, які дозволяють соціально-інформаційним платформам

ефективно вибудувати комунікацію зі своєю аудиторією, створювати та розвивати інтерактивні компоненти та відповідати її очікуванням, що також буде сприяти покращенню користувацького досвіду із платформою.

## РОЗДІЛ 3. ВИРАЗНІ ЗАСОБИ У МЕТОДОЛОГІЇ ПРОЕКТУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ САЙТІВ

### 3.1. Критерії вибору та обґрунтування вибору програмного забезпечення для проектування соціально-інформаційних платформ

Розвиток сучасних технологій та розробка новітніх застосунків для вебдизайну створює умови сьогодення для дизайнерів, що обумовлює вибір програмного забезпечення. Програма, яку використовують для розробки прототипів та дизайну загалом диктує певні особливості розробки, оскільки обмежений інструментарій застарілих ПЗ (програмне забезпечення) може не давати змоги реалізувати повноцінно задумку авторів та концепцію. Натомість більш сучасні варіанти програм, що постійно оновлюються розробниками повністю підходять та активно використовуються дизайнерами для проектування сучасних та вдалих проєктів, мають розширений та оновлений набір інструментів (Рис.3.1).

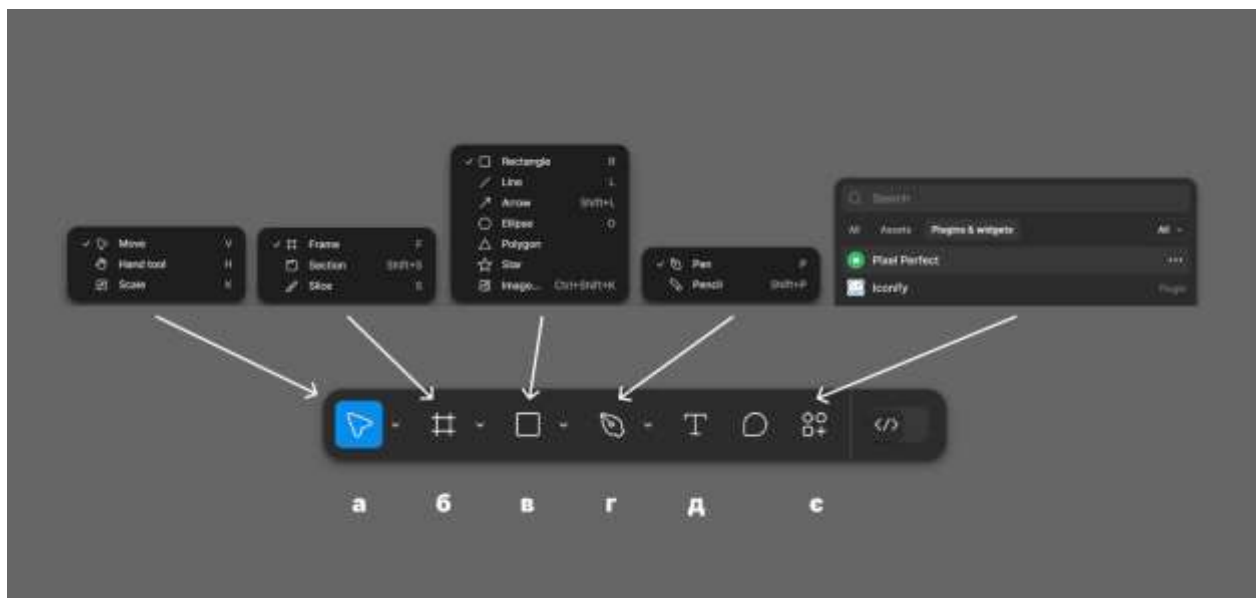


Рис.3.1 зображення переліку базових інструментів Figma; а: група «переміщення»; б: інструменти «регіону»; в: група «форми»; г: інструменти групи «створення»; д: інструмент тексту; е: плагіни та віджети. Знімок екрана з програмного забезпечення Figma. 2024 рік.

На основі цього нами було вирішено використати програмне забезпечення Figma для розробки сучасного дизайну соціально-інформаційного вебсайту, виходячи з його численних переваг перед традиційними інструментами, такими як Adobe Photoshop та іншими графічними редакторами, які частіше використовувались до 2016 року. З огляду на швидкий розвиток технологій, вимоги до інтерактивності та зручності користувацького інтерфейсу зростають, а Figma забезпечує більш гнучкі й ефективні засоби для проектування інтуїтивних і динамічних дизайнів.

Однією з ключових переваг Figma є її орієнтованість на спільну роботу. Це веб-додаток, що дозволяє команді дизайнерів, розробників і клієнтів працювати над проектом у реальному часі, що є суттєвим поліпшенням порівняно з традиційними програмами для дизайну, які обмежуються локальним зберіганням файлів і вимагають відправлення їх для кожного учасника окремо. Завдяки хмарному підходу Figma значно спрощує процеси редагування та узгодження дизайну, а також дозволяє миттєво вносити зміни, які стають доступними для всіх учасників проекту.

Також Figma має інтегровані інструменти для створення прототипів, що забезпечує можливість перевірки інтерфейсу на етапі проектування. Це дозволяє оцінити функціональність та зручність користування ще до початку етапу розробки. На відміну від Adobe Photoshop, який орієнтований переважно на редагування графіки і менш придатний для створення інтерактивних прототипів, Figma підтримує додавання інтерактивних елементів, що значно покращує розуміння кінцевого результату.

З точки зору інтерфейсу та логіки роботи, Figma демонструє високу зручність і задоволення від користування, що також доведено дослідженнями [51, 55, 56]. Серед багатьох дизайнерських інструментів, таких як Adobe XD і Sketch, користувачі надають перевагу Figma через більш зручну організацію інтерфейсу, зрозумілу логіку роботи та кращу інтеграцію з іншими інструментами дизайну. Внаслідок цього, інтерфейс Figma дозволяє

дизайнерам працювати більш ефективно, скорочуючи час на пошук необхідних функцій і зосереджуючи увагу на створенні якісного продукту [52, 53].

Крім того, Figma забезпечує високий рівень доступності та відповідності стандартам, що важливо для соціально-інформаційних сайтів, призначених для широкої аудиторії. Дизайнери, використовуючи Figma, мають можливість більш ефективно адаптувати інтерфейси до вимог доступності, таких як контрастність та маркування інтерактивних елементів, що дозволяє покращити користувацький досвід для людей з обмеженими можливостями.

Виходячи з наведених переваг, нами було обрано Figma як основний інструмент для проектування дизайну вебсайту. Це програмне забезпечення надає більш інтегровані рішення, дозволяє швидше адаптувати дизайн до вимог ринку, забезпечує високу ефективність командної роботи та є більш відповідним для розробки інтерактивних і сучасних веб-інтерфейсів. Під час розробки проєкту активно використовувались такі інструменти Figma як: frame, набір геометричних фігур, текстові інструменти, вставлення зображень, візуальні ефекти, були використані плагіни iconify та pixels perfect та інші (рис.3.1).

### **3.2. Сучасні тренди як основа створення дизайну соціально-інформаційних вебсайтів**

Дослідження показали, що візуальні комунікації у процесі створення художньо-образних рішень вебсайтів тісно пов'язані зі змістом графічного повідомлення, яке формується за допомогою організації простору. Трансформація візуальних комунікацій у дизайні вебсайтів пов'язана зі здатністю створювати динамічні простори, які оновлюються завдяки новим графічним зображенням. Ці зображення відіграють не лише інформативну роль, але й слугують декоративним елементом або засобом дослідницької діяльності. Одним із варіантів створення актуальних дизайнерських рішень є

використання модульних елементів для формування композиційної структури соціально-інформаційних вебсайтів, що постійно змінюються і розвиваються. Еволюція технологій, зміни споживчих уподобань та нові модні тренди впливають на естетику вебсайтів і задають вектори розвитку.

Основні тенденції включають мінімалізм, адаптивність до мобільних пристроїв, інтерактивність, анімацію та відео-контент, інклюзивність, а також застосування штучного інтелекту, VR та AR технологій [40, 41]. Ці фактори є ключовими напрямками розвитку сучасного вебдизайну та соціально-інформаційних вебсайтів включно. Технологічний прогрес забезпечує нові можливості в розробці дизайну вебсайтів. Одним із найважливіших нововведень останніх років стало впровадження штучного інтелекту, який використовується для персоналізації контенту, аналізу поведінки користувачів та допомоги та консультації користувачів і пропонування індивідуалізованого контенту. У майбутньому це дозволить створювати унікальний дизайн, орієнтований на конкретні потреби користувачів.

Зміни у вподобаннях користувачів суттєво впливають на дизайн соціально-інформаційних вебсайтів. Сучасні користувачі надають перевагу простим, функціональним і зручним у використанні вебсайтам. Мінімалізм стає провідною тенденцією у розвитку таких вебсайтів. Основними ознаками цього напрямку є лаконічність, простора організація елементів, спрощена типографіка, мінімалізм у колірних рішеннях, контрастність елементів і відсутність зайвого декору [39]. Крім того, значна увага приділяється інклюзивності, що виражається у врахуванні потреб різних верств населення шляхом додавання спеціальних інструментів для людей з обмеженими можливостями. Це є важливою складовою для державних та соціально-інформаційних вебсайтів.

Відповідно до цілей дослідження, проведеного в рамках кваліфікаційної роботи, було встановлено доцільність створення простого і зрозумілого дизайну, що сприятиме розвитку соціально-інформаційних та державних вебсайтів як засобів інформування та підтримки населення. Увага

акцентується на змісті комунікаційного посилання та візуальній складовій контенту, що забезпечує його функціональність та інклюзивність. Такі вебсайти вирізняються своєю зручністю, естетичною стриманістю та водночас притримуються трендів вебзайну. До прикладів сучасних соціально-інформаційних вебсайтів, що відповідають цим критеріям, можна віднести Урядовий портал, портал "Дія.Освіта", вебсайт громадської організації Точка Опори та Сфера, а також вебсторінки та продукти компаній Microsoft, Google та Apple, які визначають нові тренди у дизайні вебплатформ та застосунків.

Комплекс попередніх досліджень підтверджує, що стилістика вебсайту невідривно пов'язана з його функціональним призначенням. Разом з цим, важливими залишаються композиційно-естетичні прийоми, які були закладені під час досліджень ринку і аудиторії та безпосередньо створення і реалізації практичної частини ресурсу. У цьому контексті спостерігається поєднання сучасних технічних, інклюзивних та технологічних стандартів із емоційно-образним сприйняттям користувачів соціально-інформаційних вебсайтів. Важливо також враховувати соціально-психологічні фактори, зокрема специфіку роботи державних та соціальних структур, націлених на забезпечення підтримки та інформування населення.

В ході дослідження нами було доведено, що простота у використанні вебсайтів має свої власні художні прийоми. Концепція асинхронної доступності не лише стосується технологічних аспектів, але й передбачає застосування художніх засобів для досягнення цього ефекту. Інклюзивність стає не просто модним трендом, а необхідністю, яка має задовольняти потреби різних категорій населення, включно з людьми з обмеженими можливостями. Врахування інклюзивності, що включає підвищення контрастності, оптимізацію шрифтів та простору між елементами для забезпечення доступності для користувачів з обмеженими можливостями стає не тільки сучасним принципом дизайну, але й необхідністю сьогодення. Додавання таких елементів робить платформу доступною для більш широкої аудиторії,



що позитивно позначається на її загальній ефективності, користувацькому досвіді та привабливості.

Яскравим прикладом мінімалістичного дизайну є державний вебсайт Урядового порталу України, де використовується багато вільного простору, білий, сірий та темно-синій кольори, лаконічний шрифт без зарубок високоякісні зображення, посилання на інші урядові вебсторінки та головні положення. Також серед прикладів можна навести вебсайт громадської Сфера, який містить у собі яскравий фіолетовий колір, що робить сторінку менш «офіційною» та водночас осучаснює естетичне рішення. Гарним прикладом інструментів інклюзивності, що дають змогу перемкнути сайт на версію для людей, що мають зорові обмеження є сторінка платформи Дія.Освіта. Інструментарій інклюзивності включає перемикання з кольорового оформлення на відтінки сірого, підвищення контрасту, збільшення простору між буквами (кернінгу) та підкреслювання посилань. Серед провідних міжнародних компаній хотілося б виділити такі відомі бренди як: Google, Microsoft та Apple, що диктують тренди не тільки в технологіях, а й в дизайні так само. Ці чинники у своїй єдності створюють підґрунтя для розвитку та трансформації дизайну соціально-інформаційних вебсайтів.

Суттєвим принципом в дизайні є збереження та активне використання елементів навігації у дизайні вебсайтів соціально-інформаційного спрямування: надалі залишаються актуальними інструменти пошуку «збільшувальне скло», позначені відповідною іконкою лупи. Їх активно використовують на більшості десктопних версій урядових платформ та на вебсайтах вищих навчальних закладів, оскільки великі обсяги інформації на подібних ресурсах не дають можливості винести головні пункти в бокове меню «гамбургер» позначені іконками з трьома горизонтальними смужками, адже це б перевантажило бокове меню розділами. Такі інструменти полегшують та пришвидшують пошук потрібної інформації користувачами та створюють приємне враження від UX дизайну.

У сучасному вебдизайні спостерігається тренд на використання мінімалістичних анімацій для залучення користувачів до інтеракції з інтерфейсом та утримання їх на вебсайті. Цей підхід ґрунтується на принципах, подібних до тих, що використовуються в кінематографі для створення шейпової анімації, які були досліджені Дар'єю Козак-Нечаєвою у її роботі з анімації для кіно. Анімовані елементи, зокрема шейпові анімації, є важливою частиною кіноіндустрії та сприяють створенню інтерактивного досвіду для глядача [24, 33]. Цей підхід відображається і в вебдизайні, де анімація додає глибини і динамічності інтерфейсам, привертаючи увагу користувачів до ключових елементів вебсторінок. Під час дослідження контенту для вебсайтів було з'ясовано, що використання мультимедійних технологій та інтерактивних елементів сприяє покращенню сприйняття інформації різними категоріями користувачів. В той же час оптимізації контенту для різних платформ резонує із сучасними підходами до створення анімацій у вебдизайні, зокрема для мобільних пристроїв, що також повертає нас до тренду адаптивності у створенні вебсайтів і соціально-інформаційних платформ зокрема.

### **3.2.1. Принципи інклюзивності та веб-юзабіліті як основа для розробки проєкту**

У сучасних умовах глобалізації, зростання конкуренції та активного розвитку бізнесу і торгівлі, у сфері вебдизайну постійно реалізуються різноманітні засоби для залучення уваги користувачів. Зокрема, раніше були популярними проєкти, перенасичені функціональними можливостями, графічними елементами та іншими візуальними компонентами, що часто призводило до створення надмірного візуального шуму [38]. Проте практика показала, що надто складні й перевантажені сайти негативно впливають на користувацький досвід, що призводить до відтоку відвідувачів. Отже,

ключовим аспектом сучасного вебдизайну стає створення зручних для використання вебресурсів.

Юзабіліті вебсайту — це багатокomпонентне поняття, що охоплює різні аспекти, пов'язані із зручністю взаємодії користувачів з ресурсом. До нього відносяться такі елементи, як зручність інтерфейсу, якість контенту, швидкість завантаження сторінок та інші важливі характеристики, що забезпечують ефективну навігацію та комфортне користування ресурсом [46].

Зі збільшенням простоти та інтуїтивної зрозумілості сайту, зростає відвідуваність ресурсу, а також підвищується конверсія. Якщо ж користувачам доводиться витратити значний час на орієнтацію в інтерфейсі, існує значний ризик втрати потенційного користувача. Це обумовлено тим, що на паралельних вкладках можуть бути відкриті аналогічні вебсайти з подібним набором послуг, але з більш зручним і зрозумілим інтерфейсом.



Рис. 3.2 – інфографіка юзабіліті вебсайту та його складових

В представленій інфографіці (рис. 3.1) зображені основні принципи юзабіліті вебсайту, що мають значний вплив на користувацький досвід. Детальний аналіз цих показників дозволяє краще зрозуміти важливі аспекти

функціональності соціально-інформаційних ресурсів. Ефективність визначає швидкість, з якою користувач здатний орієнтуватися на вебсайті та знаходити необхідну інформацію. Для вебсайтів соціально-інформаційного спрямування цей показник є одним із ключових. Важливо, щоб інтерфейс був мінімалістичним і не перевантаженим спливаючими вікнами або зайвими елементами, які можуть викликати роздратування у користувачів. Запам'ятовуваність вказує на те, наскільки легко користувачеві повторно звертатися до ресурсу після першого візиту. Висока запам'ятовуваність свідчить про добре продуману платформу, яка сприяє формуванню позитивного користувацького досвіду. Сайт повинен спрямовувати відвідувачів і допомагати їм уникати критичних помилок під час взаємодії з інтерфейсом. Задоволеність є суб'єктивним показником, який відображає загальні враження користувача від використання ресурсу. Вона залежить від багатьох чинників, таких як ієрархічність структури вебсайту, його естетичні якості, відповідність оформлення сучасним тенденціям та звичний користувацький досвід. Навіть за наявності позитивного користувацького досвіду, відсутність актуальної та корисної інформації може негативно вплинути на загальне враження від ресурсу та призвести до зниження його ефективності.

В якості ще одного важливого компоненту юзабіліті, який також має характерні художні рівні, треба назвати веб-доступність (web accessibility). Зазначений параметр у проектуванні досвіду користувача спрямований на врахування як когнітивних, так і емоційно-чуттєвих ефектів сприйняття контенту, що актуалізує питання ролі та місця виражальних засобів [28]. Як показують попередні дослідження [49], веб-доступність може бути структурована за чотирма основними групами факторів: емоційні фактори, фактори користування контентом, зрозумілість повідомлень та надійність структури сайту. Усі ці групи факторів безпосередньо стосуються художньо-виразних компонентів веб-контенту, які реалізуються через дизайн-проекти. Оперування контентом та техніка його використання є ключовим елементом

веб-доступності, зокрема для людей з особливими потребами. Це включає навігаційні альтернативи та інтерфейс, орієнтований на тактильне, аудіальне та візуальне сприйняття. Технічні рішення в дизайні часто реалізують виразність через контроль часу користування певними елементами інтерфейсу або навігації, що включає художньо-образні аспекти, такі як іконки, графічні кнопки тощо.

Веб-доступність є ключовим аспектом розробки сучасних веб-ресурсів, що полягає в створенні сайтів, інструментів та технологій, які є доступними для широкого кола користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями. Це важлива складова інклюзивного дизайну, що охоплює всі форми обмежень, пов'язаних із сенсорними, когнітивними, фізичними та неврологічними порушеннями. Веб-доступність спрямована на забезпечення рівного доступу до інформації та послуг для кожної людини, незалежно від її індивідуальних особливостей. Одним з основних міжнародних стандартів, що регулює веб-доступність, є «Настанови з доступності вмісту вебсторінок» (WCAG - Web Content Accessibility Guidelines). WCAG надає рекомендації щодо розробки веб-контенту таким чином, щоб він був доступним для користувачів з різними видами обмежень. Стандарти WCAG включають аспекти контрастності кольорів, альтернативних текстів для зображень, доступність навігації за допомогою клавіатури та субтитрів для аудіовізуальних матеріалів. Ці рекомендації також мають на меті полегшення доступу до інформації для інших груп, таких як літні люди або люди з тимчасовими обмеженнями.

Розробка веб-сайтів, що враховує потреби різних груп користувачів, зокрема людей з обмеженими можливостями, є не тільки соціально відповідальним завданням, але також має правове обґрунтування. Згідно з багатьма міжнародними законами та нормами, організації зобов'язані забезпечити доступність своїх веб-ресурсів для всіх користувачів. Окрім того, створення доступних веб-ресурсів відображає повагу до людського різноманіття, підвищує рівень користувацького досвіду та іміджу бренду.

На основі аналізу таких сайтів як Урядовий портал України, ДІА, Microsoft тощо, нами було розроблено ряд впроваджень, що допоможуть дизайнерам створювати інклюзивні проєкти. Цей алгоритм диктує чіткі та в той же час універсальні поради, щодо створення доступного середовища у веб-просторі для користувачів та потенційних клієнтів. Відповідно до статистичних даних організації ПРООН [21] з 2022 року спостерігається тенденція до збільшення осіб з порушенням зору в Україні. Це збільшує актуальність інтеграції технологій і рішень, які роблять веб-контент доступним для людей із візуальними обмеженнями. Для людей із порушеннями зору важливо забезпечити високу контрастність кольорів на веб-сайті, використовувати масштабовані шрифти та передбачити альтернативні описи зображень (альтернативний текст). Яскравим прикладом гарного інклюзивного дизайну є Урядовий портал України. Відповідна функція переведення сайту з кольорової версії на чорно-білу додана на головний екран сайту. Одна з найпомітніших інклюзивних функцій Урядового порталу — це спеціальна кнопка, яка дозволяє активувати версію для людей із порушенням зору. Після натискання на цю кнопку, сайт автоматично змінює свій дизайн та оформлення, надаючи користувачам з порушенням зору більш читабельний інтерфейс. Текстові блоки на сторінках стають значно більшими, що полегшує їх читання людям із слабким зором. Кольорова гама змінюється на висококонтрастну. Як правило, це передбачає використання темного фону з білим або яскравим текстом, що дозволяє полегшити сприйняття інформації для людей з порушеннями кольоросприйняття чи низькою здатністю до розрізнення кольорів. Деякі декоративні елементи, такі як тіні, складні фонові зображення чи анімації, можуть бути видалені або мінімізовані, щоб не відволікати користувачів і не створювати додаткових візуальних перешкод. Урядовий портал оптимізовано для коректної роботи з різними програмами-читачами (наприклад, JAWS або NVDA), які допомагають людям із порушенням зору орієнтуватися в текстовому контенті вебсайту. Це дає можливість користувачам слухати опис текстів та навігаційних елементів.

Завдяки функціоналу для слабозорих користувачі можуть отримувати доступ до важливої урядової інформації без додаткових труднощів. Це забезпечує рівний доступ до інформації та послуг, які надаються державою, і сприяє інклюзивності.

Продовжуючи говорити про важливість інклюзивної складової в кожному продукті варто звернути увагу на потреби людей із порушеннями слуху. Виходячи з аналізу українських державних сайтів було зроблено висновок, що державні вебсайти не можуть надати можливість людям із порушенням слуху безбар'єрну можливість користуватись своїми послугами. Нами було запропоновано надавати текстові альтернативи до всього аудіо- та відеоконтенту, як-от транскрипції або субтитри. Це дозволяє користувачам з обмеженим слухом отримувати ту саму інформацію, що і інші користувачі, забезпечуючи повну доступність контенту. Користувачі із певними обмеженнями можуть використовувати додаткові сервіси та плагіни для створення субтитрів, але це докорінно змінює шлях користувача та його користувацький досвід. Слід звертати увагу на продумування інклюзивності в період проєктної розробки вебплатформ. Яскравим прикладом продуманості інклюзивності є компанія Microsoft. Одним із провідних рішень, яке Microsoft пропонує для людей з порушенням слуху, є автоматичні субтитри, які можна використовувати в таких продуктах, як Microsoft Teams, PowerPoint та Stream. Технологія автоматично перетворює мову, що звучить під час відео- або аудіоконференцій, у текст, що дозволяє користувачам із вадами слуху сприймати інформацію в текстовій формі. Автоматичні субтитри не лише покращують доступ до аудіоконтенту, але й сприяють більш ефективному використанню цифрових продуктів Microsoft серед людей із порушеннями слуху. Microsoft також розробляє можливості для інтеграції жестової мови в свої продукти, зокрема в Microsoft Teams. Компанія активно працює над використанням штучного інтелекту для розпізнавання жестової мови, що є важливим кроком у розвитку інклюзивних технологій. Це дає змогу

користувачам мати доступ до інформації за допомогою інтерпретаторів жестової мови під час відеоконференцій.

Ретельно продуманий інклюзивний дизайн також має включати функції та технології для користувачі з руховими та когнітивними обмеженнями. Використанням традиційних пристроїв введення, таких як миша може викликати труднощі у користувачі з руховими обмеженнями. Тому веб-дизайн має підтримувати навігацію за допомогою клавіатури або сенсорних екранів, що забезпечить людям із руховими порушеннями можливість ефективно взаємодіяти з веб-сайтом. Для людей із когнітивними порушеннями важливо створювати сайти з простим і зрозумілим інтерфейсом, уникати зайвої візуальної інформації та використовувати чіткі інструкції. Спрощення мови та уникнення складних графічних елементів може значно покращити користувацький досвід для цієї групи.

Таким чином, поради з веб-доступності, описані нами вище, є комплексним завданням, що вимагає глибокого розуміння потреб різних користувачів та впровадження технологічних рішень, які забезпечують рівний доступ до цифрових ресурсів для всіх. Тільки через інтеграцію стандартів доступності на всіх етапах розробки веб-ресурсів можливо створити справді інклюзивний інтернет-простір, що задовольнятиме потреби кожної людини.

### **3.3. Алгоритм та проєктна модель розробки дизайну соціально-інформаційного вебсайту**

За результатами проведеного аналізу цільової аудиторії методом опитування (Додаток В) було встановлено, що аудиторія веб-сайту має широкий віковий діапазон, охоплюючи осіб віком від 18 до 60 років. Це вимагає розробки універсального та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, який би забезпечував зручність користування для представників старшої вікової групи, одночасно підтримуючи естетичну привабливість для молодшої аудиторії. Таке поєднання функціональності та візуальної привабливості є



необхідним для ефективної комунікації з різними сегментами користувачів, що підкреслює важливість адаптивного дизайну у сучасних соціально-інформаційних платформах.

У межах завдань дослідження та з урахуванням сучасних тенденцій розробки вебсайтів соціально-інформаційного спрямування, представлено алгоритм створення інноваційних проектних рішень. На основі проектних вимог, ми розробили загальні підходи та визначили основні етапи дизайн-процесу, що включає послідовність дій від проектування внутрішньої структури вебсайту до реалізації кінцевого продукту.

Процес проектування починається з передпроектних досліджень, які передбачають аналіз напрямку роботи вебсайту, його мети, визначення архетипу, характеристик цільової аудиторії та прогнозування структури сайту на основі аналітичних досліджень та опитувань (додаток В). Систематизація елементів композиційно-графічних рішень дозволяє створити візуальну гармонію між складовими частинами вебсайту. Це включає визначення кількості та назв категорій сторінок, а також розробку основних елементів естетичної ідентифікації (прототип, логотип, кольорова палітра, шрифти, композиція).

### **3.3.1. Розробка прототипу як підґрунтя для розробки соціально-інформаційного вебсайту**

Розробка прототипу сайту, який відповідає критеріям якості дизайну та побажанням клієнтів, є вирішальним кроком у створенні ефективного та привабливого веб-сайту. Прототип є початковою концептуальною моделлю вебсторінки, що представляє її основну структуру, композицію та просторове розташування елементів. Прототипування дозволяє розробникам та дизайнерам чітко уявити, як буде виглядати вебсторінка, а також заздалегідь врахувати її функціональні особливості. Це дає можливість уникнути великих

змін на пізніх стадіях розробки, забезпечуючи чітке бачення кінцевого продукту.

У ході виконання даної роботи нами був розроблений прототип головної сторінки у відтінках сірого, що являє собою концептуальну модель та приблизний просторово-композиційний вигляд вебсторінки. Прототип зосереджується на структурі розміщення основних елементів інтерфейсу та контенту, але зберігає можливість подальшого редагування на етапі додавання кольорів та графічних зображень. Це дозволяє створити основу для візуального сприйняття вебсторінки, при цьому зберігаючи її адаптивність до майбутніх змін у дизайні. Малюнок, що представлений в додатку В, демонструє прототип основної сторінки у відтінках сірого. На прототипі ми можемо побачити, що майбутній дизайн матиме достатню контрастність, що відповідає описаними нами вище принципам доступності та інклюзивності. Також вже на цьому етапі верхнє меню вебсторінки поділяється на розідли, підготовлене місце під логотип та бокове меню. Трохи нижче розташована композиція, яка вміщатиме УТП (унікальна торгівельна пропозиція) [2].

Унікальна торгова пропозиція (УТП) є одним із ефективних засобів продемонструвати лідерські позиції компанії в конкретній галузі. У рамках УТП компанія може акцентувати увагу на таких ключових аспектах, як першість на ринку, наявність у складі команди провідних спеціалістів, найбільший асортимент товарів в онлайн-магазині на території країни тощо. Для посилення ефекту від УТП доречно використовувати точні кількісні показники. Наприклад, зазначення року заснування компанії підкреслить її тривалий досвід та авторитетність, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню рівня довіри з боку клієнтів. Вдалими прикладами таких тверджень можуть бути: "Наша клініка працює вже понад 50 років" або "Більше 1500 відділень банку розташовані по всій країні".

Структурно УТП зазвичай складається з текстової пропозиції, підкріпленої конкретними фактами. На основі проведених досліджень та в процесі допроектної підготовки були відібрані декілька статистичних даних,

що репрезентуватимуть УТП на головній сторінці вебсайту. Вони включають такі показники: "30 000 безкоштовних юридичних консультацій надано; 250 тренінгів проведено; 14 хабів підтримки створено по всій країні". Дані, представлені таким чином, виступатимуть як підтвердження професіоналізму компанії та створюватимуть у нових користувачів враження високого рівня експертності від вебплатформи вже на головній сторінці.

### **3.3.2. Сутність розробки логотипу для соціально-інформаційного вебсайту**

Наступним етапом розробки стало проектування логотипу та візуального знаку компанії. Розробка логотипу для соціально-інформаційного вебсайту була зосереджена на створенні символічного та дружнього образу, що сприяє встановленню довіри та почуття безпеки у користувачів. При цьому важливим принципом залишалось збереження мінімалістичності дизайну, що прослідковується у всіх складових дизайн-системи проекту. Для цього нами була обрана модель людини, яка зображена з розпростертими руками, ніби запрошуючи в обійми, що викликає асоціацію з підтримкою, спокоєм та відкритістю. Такий підхід забезпечує емоційну прив'язаність до вебресурсу та відчуття взаєморозуміння з боку проекту.

Логотип включає заокруглені кути та лінії, що пом'якшують загальне враження, надаючи логотипу легкості та доброзичливості. Над зображенням людини знаходиться графічний елемент у вигляді напівмісяця, який символізує чисте біле небо та уособлює надію на світле майбутнє України та кожного користувача особисто. Це графічне рішення має на меті не тільки створення візуального ефекту, а й передання певного філософського послугу, який підкріплює місію та цінності проекту.

Логотип був розроблений в декількох колірних варіаціях, що дозволяє адаптувати його до різних елементів вебдизайну та створювати візуальне різноманіття. На доданому малюнку представлені кілька кольорових варіантів

логотипу. Як ми зазначали вище, останні тенденції вказують на те, що найбільш вдалим видом логотипу для соціально-інформаційних платформ на сьогодні є змішаний тип логотипу. Тобто той, що складається з графічного елементу та типографічного. В нашому проєкті логотип платформи «Ми поруч» поєднує в собі ці елементи утворюючи гармонійну композицію з назви бренду та графічного знаку. Синергія даних елементів проявляється у простоті зображувального елементу, що буде легко сприйматись користувачами, та зрозумілим слоганом/назвою бренду, що в свою чергу несе простий, але в той же час необхідний сенс для користувачів, які звертатимуться до даного проєкту.

Важливе значення має назва вебсайту, що часто асоціюється з його сферою діяльності або спрямовується на виклик позитивних емоцій у користувачів. Назва "Ми поруч" була обрана нами для вебресурсу, який надає соціальну, психологічну та юридичну підтримку постраждалим від війни українцям, на основі досліджень [30], що висвітлюють важливість словесної підтримки та ефекту присутності для подолання стресових та травматичних ситуацій. Вибір такої назви не випадковий і ґрунтується на психологічних та соціальних аспектах сприйняття підтримки, близькості та довіри, що є критично важливими для цільової аудиторії, яка потребує допомоги у кризових ситуаціях.

### **3.3.3. Вибір естетичних складових проєктної розробки вебсайту**

На цьому етапі визначається кольорова гама вебсайту, що часто відповідає кольорам бренду або напряму діяльності. Виходячи з результатів аналізу, проведеного у другому розділі даної роботи, нами було розроблено дизайн трьох сторінок вебсайту соціально-інформаційного спрямування «Ми поруч». Фіолетово-зелене кольорове оформлення для вебсайту соціально-інформаційної ініціативи "Ми поруч", яка займається наданням соціальної, психологічної та юридичної підтримки постраждалим від війни українцям,

було обрано з огляду на психологічні аспекти сприйняття кольорів і їх вплив на емоційний стан відвідувачів сайту. Дослідження [37] з психології кольору демонструють, що різні відтінки здатні викликати певні асоціації, емоції та підсвідомі реакції, що є особливо важливим у роботі з вразливою аудиторією, яка потребує підтримки та відчуття безпеки. Фіолетовий колір асоціюється з мудрістю, спокоєм і внутрішньою силою. У контексті соціальної підтримки, цей колір створює атмосферу довіри та надає користувачам відчуття, що вони знаходяться в безпечному просторі, де можуть отримати професійну допомогу. Фіолетовий також сприяє глибшому емоційному зв'язку і підкреслює важливість емпатії та розуміння, що є основою психологічної підтримки. Крім того, фіолетовий може символізувати надію та натхнення на відновлення, що особливо важливо для людей, які пережили травматичні події.

Зелений колір у дизайні вебсайту доповнює фіолетовий та додає елемент заспокоєння та стабільності. Згідно з дослідженнями [37], зелений колір має заспокійливий ефект, сприяє зниженню рівня стресу та викликає асоціації з природою і відновленням. Для користувачів, які пережили стресові події, зелений створює підсвідомий сигнал безпеки та надії на повернення до нормального життя. Він символізує баланс і гармонію, що підтримує психологічний комфорт під час користування ресурсом. Поєднання фіолетового і зеленого кольорів утворює візуально привабливу композицію, яка має збалансований ефект на емоційне сприйняття. У комбінації ці кольори створюють гармонію між спокоєм і емпатією, що резонує з цілями платформи "Ми поруч" як місця, де люди можуть знайти підтримку у важкі моменти. Фіолетово-зелене оформлення сигналізує про компетентність та довіру, що є важливими якостями для платформи, яка надає юридичну підтримку. Користувачі, які шукають допомоги, можуть сприймати ці кольори як візуальну обіцянку стабільності та професійності.

Незважаючи на дослідження, фіолетово-зелена гама не є типовою для більшості вебсайтів соціального та інформаційного спрямування, що робить

платформу "Ми поруч" візуально унікальною і більш впізнаваною. Це поєднання дозволяє виділити вебсайт серед інших ресурсів, привертаючи увагу до соціально важливої місії. Фіолетово-зелене оформлення також відповідає принципам доступності, оскільки контраст між цими кольорами забезпечує легкість сприйняття тексту і візуальних елементів навіть для людей з порушеннями зору.

Тенденції у дизайн-розробці українських вебсайтів зумовлюють використання шрифтів без зарубок, щоб не порушувати візуальний досвід користувачів та максимально пом'якшити процес вивчення сайту та перегляду інформації. Розміри тексту і заголовків варіюються (14-16 pt), основні заголовки виділяються за принципом контрасту, роблячи в 3 рази більшими за основний текст, а підзаголовки нижчих рівнів – в 1,5-2 рази більшими, що створює візуальну ієрархію та дозволяє користувачам відрізнити головне від другорядного та не дає заплутатись у великому обсязі інформації, оскільки специфічне спрямування сайту зумовлює розміщення великої кількості інформації у вигляді, переважно, тексту на вебсторінках. Такий підхід сприяє полегшенню сприйняття великої кількості текстової інформації, характерної для соціально-інформаційних вебсайтів.

Відповідно до тенденцій використання типографіки у цій сфері нами було обрано шрифт Proba Pro, що був розроблений українським графічним дизайнером Андрієм Константиновим. Вибір шрифту Proba Pro для соціально-інформаційного вебсайту "Ми поруч" ґрунтується на його відповідності завданням, вимогам та естетичним принципам платформи, орієнтованої на підтримку постраждалих від війни українців. Шрифт Proba Pro належить до категорії шрифтів без засічок, що робить його сучасним, мінімалістичним і легким для читання, особливо на цифрових платформах. Відсутність засічок забезпечує легкість сприйняття тексту на екрані, що є ключовим для ресурсу, де користувачі споживають великий обсяг текстової інформації. Дизайн шрифту має чіткі та м'які форми, що викликає асоціацію з доброзичливістю і доступністю, а також знижує рівень тривожності у користувачів, що є

важливим у роботі з людьми, які шукають емоційної підтримки. Крім того, Proba Pro дозволяє ефективно створювати візуальну ієрархію на вебсторінках завдяки різним варіантам товщини та стилю шрифту. Це сприяє зручній навігації та виділенню ключової інформації, забезпечуючи логічне структурування контенту. Можливість акцентувати увагу на важливих елементах сприяє полегшенню орієнтації на сайті, що є важливим для забезпечення позитивного користувацького досвіду.

Відповідно до спрямування вебсайту, обирається тип композиційно-графічного рішення. Для українських вебсайтів доцільно використовувати мінімалістичний або картковий підхід із використанням шрифтів без зарубок, тоді як європейські платформи (додаток А: г.) часто орієнтовані на журнально-газетний стиль із використанням виключно античних шрифтів. Кожен із типів має свої особливості розташування основних блоків інформації, таких як логотип, навігація та контент, що враховується при розробці макетів вебсторінок.

#### **3.4. Формування композиційної цілісності візуальних елементів та дизайн структури соціально-інформаційної платформи**

На даному етапі здійснюється створення окремих складових візуального контенту, які узгоджуються між собою за функціональністю, естетикою та композиційною цілісністю та утворюють повноцінне представлення проєкту. На всіх сторінках вебсайту забезпечується єдність елементів, зокрема однакові знаки для ідентифікації однакових функцій, шаблонне розташування інформаційних блоків та застосування уніфікованих колірних і шрифтових рішень, яке можна побачити на ілюстративних матеріалах з додатку Г. Цей етап також передбачає визначення й розробку інтерактивних елементів, які забезпечують взаємодію з користувачем, таких як анімовані кнопки, піктограми, індикатори виконання завдань, екрани помилок (404) або екрани завантаження інформації. Крім того, здійснюється створення фото- та

відеоматеріалів для ефективної презентації контенту, а також розробка карток із представленням фахівців, промо для подій або заходів тощо, із врахуванням вимог до мінімізації візуального шуму та відповідності специфіці вебсайтів цього спрямування. Важливим є використання адаптивного дизайну. Він гарантує оптимізацію сайту для всіх пристроїв, включаючи настільні ПК, планшети та мобільні пристрої. Це передбачає використання гнучких макетів і зображень, а також розробку для сенсорної взаємодії [34]. Паралельно з цим рекомендується застосування найкращих практик забезпечення доступності вебсайтів, що є пріоритетом протягом всього процесу розробки. Доступність включає використання оптимальних кольорових або ахроматичних контрастних схем, надання альтернативних текстів для зображень та забезпечення можливості навігації через клавіатуру, що дозволяє зробити сайт доступним для всіх користувачів, включаючи осіб з обмеженими можливостями та старшу вікову категорію цільової аудиторії проекту. Зважаючи на ці рекомендації нами був розроблений дизайн проект, що складається з трьох екранів.

Створення дизайну постійних (хедери, футери) та умовно постійних блоків (каталоги) соціально-інформаційних вебсайтів робиться наступним. Проектування здійснюється з урахуванням типу композиційно-графічного рішення та особливостей цільової аудиторії. Також передбачена розробка банерів, з врахуванням сучасних тенденцій до адаптивного дизайну, а також стилістичних особливостей різних товарних категорій. Останній етап передбачає проектування інтеракції та створення анімації банерів, що відповідають вимогам соціально-інформаційного сегменту.

У ході проектування цієї платформи було розроблено макети з урахуванням описаних вище композиційно-просторових особливостей, обраного кольорового рішення, архетипу бренду та інших принципів, які сприяють створенню привабливого та функціонального інтерфейсу. Зокрема, для досягнення високої інклюзивності та зручності користування, в хедери вебсайту були спроектовані та додані відповідні кнопки з можливістю



перемикання між українською та англійською мовами. Це рішення забезпечує доступність для різномовної аудиторії та відповідає вимогам сучасних соціально-інформаційних платформ, сприяючи інтернаціоналізації ресурсу та підвищуючи його функціональність. Крім того, у розробці цих елементів було приділено увагу забезпеченню доступності для користувачів з обмеженими можливостями та розроблено відповідний інструментарій, що був доданий на хедер вебсайту у вигляді ока та вміщає в собі налаштування доступності для відповідних груп користувачів. Такий підхід передбачає використання чітких та контрастних ахроматичних кольорів, можливість збільшення розміру тексту та простору між буквами, інструмент «великий курсор», функцію озвучування тексту на який наведено курсор тощо. Це робить платформу зручною для ширшої аудиторії.

Для подання важливої інформації та підтримання зацікавленості користувача було обрано контрастні підложки фіолетового та зеленого кольорів. Використання таких кольорів сприяє виділенню важливих блоків інформації на загальному білому тлі веб-сторінки, що допомагає користувачам швидко орієнтуватися у структурі сайту. Зміна фону в контрастних кольорах також підтримує увагу користувача, роблячи навігацію привабливою і легкою для сприйняття. Фіолетовий та зелений кольори не тільки створюють візуальні акценти, але й сприяють ефективному розподіленню уваги, що є важливим аспектом дизайну, орієнтованого на зручність користування.

Всі кнопки на сайті були виконані в єдиному стилі з використанням шрифту ProbaPro, що забезпечує гармонійність і цілісність інтерфейсу. Єдиний стиль кнопок сприяє інтуїтивності взаємодії та покращує користувацький досвід, оскільки користувачі можуть легко ідентифікувати елементи управління і розуміти їх функціонал без додаткових інструкцій. Шрифт ProbaPro був обраний завдяки його читабельності та сучасному дизайну, що ідеально підходить для соціально-інформаційної платформи.

Для підвищення довіри до платформи та створення людяного враження було використано якісні зображення волонтерської діяльності, а також

консультацій психолога та юриста. Вибір цих ілюстрацій базується на їх здатності викликати у користувачів емоційну прив'язаність та формувати позитивне сприйняття платформи. Такі візуальні елементи не лише забезпечують естетичну привабливість сайту, але й створюють додатковий контекст для користувачів, посилюючи їхню зацікавленість у наданій інформації.

Для виділення важливих даних було застосовано графічні елементи у вигляді горизонтальних стрілок, які привертають увагу користувачів завдяки своїй динамічності та інтерактивності, буквально «вказуючи» на матеріал, який запропоновано прочитати. Це сприяє кращому засвоєнню інформації, оскільки забезпечують користувачам легкість мікро-навігації.

У розділі «Фото подій» було розроблено галерею фото з можливістю перемотування фотографій. Карусельна галерея дозволяє користувачам зосередитися на основному фото, яке розташоване в центрі, тоді як попереднє та наступне фото стають світлішими та менш контрастними, ніби «пропадаючи» в фон. Такий підхід забезпечує ефективну подачу візуального контенту та акцентує увагу на центральному зображенні, не відволікаючи користувачів від основного фокусу.

У розділі «Корисні матеріали» було представлено шаблони оформлених документів, що враховують різноманітність форматів певних видів документів. Це рішення дозволяє уникнути візуального шуму на сайті, зберігаючи його естетичний і мінімалістичний вигляд. Розробка єдиних шаблонів для різних видів документів сприяє легкому доступу до потрібних матеріалів та підвищує зручність використання платформи. Такий підхід забезпечує чіткість і структурування інформації, що полегшує користувачам процес знаходження потрібних матеріалів і забезпечує високий рівень задоволеності від користування платформою.

Усі зазначені елементи підкреслюють важливість проведеної роботи над дизайном платформи та демонструють системний підхід до створення композиційної цілісності, функціональності та естетичності веб-сайту.

### Висновки до розділу 3

У даному розділі кваліфікаційної роботи було реалізовано та описано головні етапи проєктної розробки вебсайту соціально-інформаційного спрямування. Для виконання цього завдання було обрано програмне забезпечення Figma, яке завдяки своїм широким функціональним можливостям та інструментарію, можливості командної роботи завдяки зберіганню проєктів у хмарному середовищі забезпечило ефективний процес створення та тестування візуальних рішень. Важливим етапом стала розробка прототипу, що дозволив окреслити базову структуру та композиційне розташування елементів вебсайту.

Проєктування основних елементів дизайну, таких як логотип і візуальний знак, спрямованих на створення позитивного і дружнього образу платформи, надало вебсайту необхідну ідентичність, що сприяє довірі користувачів. Обрані кольорові рішення – фіолетовий та зелений – були підібрані з урахуванням психологічного впливу на користувачів, що посилює емоційний зв'язок із платформою. Заокруглені лінії та кути також простежуються на всіх екранах розробленого дизайну, що сприяє довірі користувачів до ресурсу та пом'якшує враження під час користуванням ним.

Особливу увагу було приділено юзабіліті та інклюзивності вебсайту. Інструменти, такі як налаштування доступності, двомовність, можливість налаштування інтерфейсу під потреби користувачів з особливими потребами, створили умови для зручного використання сайту різноманітною аудиторією. Додатково були впроваджені інтерактивні елементи, як-от галерея фото та стрілки для виділення важливих даних, що сприяють підвищенню користувацької задоволеності та спрощують навігацію.

Загалом, проведена робота над проєктом дозволила створити структурований, естетичний та функціональний дизайн вебсайту, який відповідає сучасним вимогам до соціально-інформаційних платформ та надає користувачам зручний і привабливий інструмент для взаємодії.



## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Відповідно до поставлених завдань, у процесі виконання кваліфікаційної роботи було здійснено комплексний аналіз, проведено опитування користувачів, здійснено дослідження та розробку, що дозволили досягти основної мети та реалізувати всі передбачені етапи і виконати поставлені завдання:

1. Нами було охарактеризовано ієрархічну структуру дизайн-системи з урахуванням специфіки соціально-інформаційного вебсайту. У межах цього завдання досліджено структурні елементи, що формують художньо-естетичний образ вебресурсу, а також їхню організацію та взаємодію в межах єдиної системи. Особлива увага була приділена принципам композиційної цілісності, гармонії кольорової палітри та вибору типографіки, що забезпечують естетичність і візуальну привабливість платформи;

2. було досліджено знаки візуальної комунікації, актуальні для вебсайтів соціально-інформаційного спрямування, а також сучасні тенденції в їхньому графічному представленні. Під час аналізу були виявлені основні тренди візуальної комунікації, зокрема, мінімалістичний підхід, інтерактивні елементи, інклюзивність, адаптивність до мобільних пристроїв та використання відеоконтенту. На основі цих даних визначено основні характеристики, які сприяють ефективній комунікації та формуванню позитивного користувацького досвіду;

3. було систематизовано тенденції розвитку та особливості розробки дизайну соціально-інформаційних вебсайтів. Аналіз показав, що сучасні соціально-інформаційні платформи надають перевагу юзабіліті, мінімалістичному інтерфейсу, чіткій навігації та інструментам для забезпечення доступності. Це забезпечує зручне користування ресурсом та підвищує рівень залученості користувачів. Було також визначено значення елементів навігації, таких як пошукові іконки та кнопки «гамбургер», які дозволяють оптимально організувати великий обсяг інформації;

4. відповідно до останнього завдання, нами було розроблено алгоритм та проектну модель створення соціально-інформаційного вебсайту. Зокрема, виконано повний цикл проєктування, включно з передпроектними дослідженнями, створенням прототипів, розробкою логотипу, вибором кольорової гами та типографіки, а також проєктуванням окремих сторінок вебсайту. На основі цієї моделі було сформовано структуровану, функціональну та естетичну платформу, що відповідає сучасним вимогам до соціально-інформаційних ресурсів і здатна забезпечити якісну взаємодію з користувачами.

Таким чином, проведена робота повністю відповідає поставленим завданням, а отримані результати демонструють високий рівень потенційної реалізації проєкту, що має практичну цінність і може бути використаний для подальшої реалізації вебсайту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 12 архетипів брендів: які вони і для чого потрібні в маркетингу. Базилік.медіа. URL: <https://bazilik.media/12-arkhetypiv-brendiv-i-aki-vony-i-dlia-choho-potribni-v-marketynhu/> (дата звернення 14.10.2024).
2. Бабій Н., Губаль Б. Композиція в дизайні. Особливості емотивного конструкту. *Арт-платФОРМА*. 2023. Т. 7, № 1. С. 170–188. <https://doi.org/10.51209/platform.1.7.2023.170-188> (дата звернення: 15.11.2024).
3. Бабченко Я. Графічний дизайн у просторі інформаційно-комунікативних технологій сучасності. Проблеми пластичного та ужиткового мистецтва. 2019. № 36. <https://doi.org/10.32461/190670>.
4. Безсонова Л. Морфологія логотипа в системі ідентифікаційної знакової. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Харків : ХДАДМ, 2011. № 3. С. 4-7.
5. Безугла Р. Концептуалізація веб-дизайну в мистецтвознавчому дискурсі: досвід теоретичного опрацювання. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2020. №34, С. 94-100.
6. Боднар Л. Методичні рекомендації щодо створення Інтернет-сайту освітнього закладу; Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського». Одеса, 2019. 52 с.
7. Болдирева О. Сучасні тенденції в айдентиці та рекламі компаній з розробки ігор : дипломна магістерська робота за спеціальністю 022 Дизайн; наук. кер. О. Колісник ; рец. А. Дубрівна. Київ : КНУТД, 2022. 119 с.
8. Вакуленко О. Вільний простір у веб-дизайні. Вісник Львівської національної академії мистецтв. Львів, 2017. № 32. С. 209-227. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1068908>.
9. Вакуленко О. Колірні тренди в сучасному веб-дизайні. Культура України. Харків, 2017. № 56. С. 204-214.

10. Вакуленко О. Періоди та технологічні передумови розвитку вебдизайну. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Мистецтвознавство». Київ : КНУКіМ, 2017. № 36. С. 139-149. DOI: [doi.org/10.31866/2410-1176.36.2017.157686](https://doi.org/10.31866/2410-1176.36.2017.157686) (дата звернення: 14.02.2023).
11. Васильєв О. Дизайн вебсайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти : дис. . д-ра філософії : 022 – Дизайн : захист 28.08.24 / Васильєв Олександр; КНУТД. Київ, 2024. 390 с.
12. Васильєв О. Особливості дизайну логотипів маркетплейсів / О. Васильєв. Modern research in world science : proceedings of XI International Scientific and Practical Conference, Lviv, Ukraine, 29-31 January 2023. SPC "Sci-conf.com.ua", Lviv, Ukraine, 2023. P. 934-940.
13. Васильєв, О., Васильєва, І. Дизайн інтернет-магазину вагома складова його успішності. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості, (с. 467-472). Київ: КНУТД.
14. Василюк О. Логотип компанії як відображення корпоративної культури. *Мова і культура*. 2016. Вип. 18, т. 4 (179). С. 177–184.
15. Використання білих просторів у веб-дизайні. ІТ Рейтинг України. URL: <https://it-rating.ua/vikoristannya-bilih-prostoriv-u-veb-dizayni> (дата звернення 22.10.2024)
16. Глазунова О. Центр з веб-дизайну з дослідженням особливостей підготовки контенту для книжкової продукції для різних категорій читачів : магістерська дис. : 186 Видавництво і поліграфія. Київ, 2022. 87 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/61060> (дата звернення 09.10.2024)
17. Графічний дизайн як проблема мистецтвознавства / В. Греськова та ін. *Вісник науки та освіти*. 2023. № 7(13). [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-7\(13\)-1012-1023](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-7(13)-1012-1023) (дата звернення: 15.11.2024).
18. Гула Є. Сучасний графічний дизайн: специфіка інтегральної природи творчості. *Art and design*. 2020. № 3. С. 25–33. URL: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.3.1> (дата звернення: 15.11.2024).



19. Дослідження технологій підготовки контенту для електронних та мультимедійних видань / Я. Зоренко, В. Воробей, Б. Канєвський, В. Мазурчак. Технологія і техніка друкарства : збірник наукових праць. 2020. Вип. 3(69). С. 71–86. [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(69\).2020.218752](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(69).2020.218752).

20. Дядюх-Богатько Н. Знак і символ – піктограми крізь століття: соціокультурне та прикладне значення. Cultural studies and art criticism: things in common and development prospects: матеріали конференції, січень 2020 р. DOI:10.30525/978-9934-26-004-9-85.

21. Кількість людей з порушенням зору в Україні зростає: як ініціативи UNDP сприяють якісній реабілітації. ПРООН. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/news/kilkist-lyudey-z-porushennyam-zoru-v-ukrayini-zrostaye-yak-initsiatyvy-undp-spryyayut-yakisniy-reabilitatsiyi> (дата звернення 10.09.2024).

22. Коваленко М. Логотип у графічному дизайні / М. Коваленко ; наук. кер. Т. Кугай, О. Мазніченко. Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів 18-19 квітня 2019 р., Київ). - Київ : КНУТД, 2019. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 492-493.

23. Коваленко М. Логотип у графічному дизайні : thesis. 2019. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/13414> (дата звернення: 14.11.2024).

24. Козак-Нечаєва, Д. Принципи та підходи реалізації шейпової анімованої графіки при створенні сцен кіно : магістерська дис. : 171 Електроніка . Київ, 2022. 77 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/63670> (дата звернення 09.10.2024)

25. Кокорева А. Логотип як основна складова торгової марки . Наукові розробки молоді на сучасному етапі: тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28

квітня 2017 р., Київ). Київ: КНУТД, 2017. Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. С. 363-364.

26. Колісецька, А. Вебстудія з дослідженням процесу розробки дизайну : магістерська дис. : 186 Видавництво і поліграфія / Колісецька Анастасія. Київ, 2021. 163 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/61083>.

27. Кузнецова І., Буравська А. Класифікація логотипів. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Харків : ХДАДМ, 2010. Вип. 6. С. 23–26.

28. Курцева О. Особливості дизайну освітніх сайтів та порталів: художньо-образні засоби виразності : дис. ... канд. мистецтвознавства : 022 Дизайн / Олена Курцева ; Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2024. 235 с.

29. Лопухова С. Дизайн – мистецтво художника і розрахунок аналітика . Технологія і техніка друкарства : збірник наукових праць. 2011. Вип. 2(32). С. 153–158. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/5309>.

30. Максименко, С., Карамушка, Л., Чепелева, Н., Кокун, О. Про діяльність інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України щодо психологічної підтримки населення України під час воєнного стану: За результатами наукової доповіді на засіданні Президії Національної академії педагогічних наук України 23 лютого 2023 р. Вісник Національної академії педагогічних наук України, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.37472/v.naes.2023.5108>

31. Моїсєєва, Н. Соціально-комунікаційна діяльність як історико-суспільна практика: монографія. Х. : ХНТУСГ, 2015. 392 с.

32. Олійник В. Моушн-дизайн у контексті українського сучасного медіарту: зміст і перспективи. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. Візуальні комунікації. Київ: КНУКіМ, 2022. Т. 5(2). С. 261-269. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.5.2022.266917>.

33. Олійник В., Болтенков А. Шляхи підвищення ефективності засвоєння функціоналу графічних редакторів (на матеріалах навчального практикуму з дисципліни «Комп'ютерні технології в дизайні»). Деміург: ідеї,

технології, перспективи дизайну. Дизайн-освіта. Київ: КНУКіМ, 2021. Т. 4(2). С. 276-290. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246853>.

34. Панковець С. Кваліфікаційна робота за освітнім ступенем «Бакалавр» на тему «Дослідження впливу якості WEB-дизайну на ефективність інтернет продажів» / С. Панковець. Київ, 2023. 70 с.

35. Проценко Я. Типографіка як напрямок інформаційного дизайну / Я. Проценко ; наук. кер. О. Васильєва. Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28 квітня 2017 р., Київ). Київ: КНУТД, 2017. - Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. - С. 436-437. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/9225>.

36. Психологічна характеристика кольору. Всеосвіта.юа. URL:<https://vseosvita.ua/library/embed/001wfp-e5c8.docx.html> (дата звернення 01.11.2024)

37. Психологія кольору. Dissidend Agency. URL: <https://dissidend.com/journal/psychology-color/> (дата звернення 20.10.2024).

38. Сотник Л. Історія методів викладання рисунка. Вісник ХДАДМ. Мистецтвознавчі та культурологічні аспекти дизайну. Харків, 2015. № 7. С. 138-142.

39. Сотник Л. Колір і його значення у мистецтві. Вісник ХДАДМ. Теорія мистецтва. Харків, 2015. № 6. с. 32-36.

40. Фоміна К. Дизайн систем доповненої реальності: типологія інтерфейсів і принципи проектування : дис. ... д-ра філософії : 022 - Дизайн / Фоміна Каріна; Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2023. 200 с. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-301-2-111>

41. Чемерис, Г. Застосування принципів композиції у проектуванні користувацького інтерфейсу Веб-сайтів. Інформаційні технології в освіті та науці (11). с. 323-326. <http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/7265/>

42. Чирчик С. Сучасний веб-сайт як інтерактивно-комунікативна структури. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2018 р., м. Київ) : у 2-х т. Київ : КНУТД, 2018. Т. 2. С. 92-93.

43. **Чугунов Р.** Графічний дизайн: сучасні тенденції. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : Матеріали VI Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 25 квіт. 2024 р. / наук. керівник О. Колісник. Київ: КНУТД, 2024. Т.2, С. 262–265.

44. **Чугунов Р.** Сучасні тренди дизайну іконок вебсайтів. *Дизайн та мистецтво в контексті соціокультурного розвитку* : Матеріали X Міжнар. науково-практ. конф., м. Хмельницький: (ХНТУ, 9–11 жовт. 2024 р.) 2024.

45. **Чугунов Р., Єжова О.** Інноваційні підходи в дизайні соціально-інформаційних вебсайтів. Матеріали V Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*. 2024. Київ: КНУТД.

46. Юзабіліті сайту: основні принципи, критерії та правила. WebTune. URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/yuzabiliti-sajtu/> (дата звернення 19.05.2024).

47. Яменко К. Дизайн інтерфейсів: тенденції проектувань. Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів 18-19 квітня 2019 р., Київ. - Київ : КНУТД, 2019. - Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. - С. 498-499.

48. Яценко, В. Адаптивний дизайн та його використання при розробці веб-ресурсу (на прикладі розробки веб-порталу) : бакалавр. робота В. Яценко ; науковий керівник О. Семеніхіна. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2021. 73 с.

49. Acosta-Vargas, P., Acosta, T., Lujan-Mora, S. (2018). Challenges to assess accessibility in higher education websites: A comparative study of Latin America universities. *IEEE Access*, 6, 36500–36508.

50. Ajslev, J. Z. N., Nimb, I. E. E. (2022). Virtual design and construction for occupational safety and health purposes - A review on current gaps and directions for research and practice. *Safety Science*, 155, 105876. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2022.105876>
51. Anindha Arsyah, Hasniatasya Azzahra, Miranda Dwi Diana, Zulfa Afifah Rohmaniyah, Inez Hafizhah Febrina, Ronggo Alit. Perancangan Ulang Desain Website Responsive PT. PPI dengan Menggunakan Figma. Universitas Negeri Surabaya. DOI: <https://doi.org/10.62017/tektonik.v1i2.206>.
52. Collaud R., Reppa I., Défayes L., McDougall S., Henchoz N., Sonderegger A. Design standards for icons: The independent role of aesthetics, visual complexity and concreteness in icon design and icon understanding. *Display*, 2022. DOI:10.1016/j.displa.2022.102290.
53. Grayson K. the icons of consumer research. In *Representing Consumers*. 1st ed. Routledge, 1998. Pages: 17. eBook ISBN: 9780203380260.
54. Ji, T., Huang, H., Xu, X. Digital Twin Technology-A bibliometric study of top research articles based on Local Citation Score. *Journal of Manufacturing Systems*, 64, 2022, 390–408. <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2022.06.016>
55. Júlia Holanda Muniz, Daniel Mesquita Feijó Rabelo, Windson Viana. Assessing Accessibility Levels in Mobile Applications Developed from Figma Templates. *PETRA '24: Proceedings of the 17th International Conference on PErvasive Technologies Related to Assistive Environments*. 2024. C. 316-321. DOI: <https://doi.org/10.1145/3652037.3652075>.
56. Junfeng Wang, Zhiyu Xu, Xi Wang, Jingjing Lu. A Comparative Research on Usability and User Experience of User Interface Design Software. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. 2022. Tom 13, №8. DOI: 10.14569/IJACSA.2022.0130804.
57. Liu, H., Han, S., Zhu, Z. Blockchain Technology toward Smart Construction: Review and Future Directions. *Journal of Construction Engineering and Management*, 2023, 149(3), 03123002. <https://doi.org/10.1061/JCEMD4.COENG-11929>.

58. Merie O., Halyshych R., Vnukova S. Typography of slogans in commercial advertising on the territory of Ukraine. *Scientific Analytics*, 2023, 5(1): 138-146. DOI: <https://doi.org/10.23939/sa2023.01.138>.
59. Ozerol, G., Selcuk, S. A. Machine learning in the discipline of architecture: A review on the research trends between 2014 and 2020. *International Journal of Architectural Computing*, 2023, 21(1), 23-41. <https://doi.org/10.1177/14780771221100102>.
60. Skliarenko N. V., Kolosnichenko M. V., Didukh A.S., Kolosnichenko O. V., Remenieva T. V. Living Visual Communication Design Toward to Sustainable Development: Conceptual Framework and Ecological Strategies. *International Journal of Design and Nature and Ecodynamics.*, 2022. 17(6). P. 875–882. DOI: <https://doi.org/10.18280/ij dne.170607>.
61. Zhou T., Yezhova O. Contemporary research trends in human-computer interface design. *Art and Design*. 2024. №2 (26). C. 90-101. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2024.2.9>.
62. Zhu, D., Al Mahmud, A., Liu, W. A Taxonomy of Idea Management Tools for Supporting Front-End Innovation. *Applied Sciences-Basel*, 2023, 13(6), 3570. <https://doi.org/10.3390/app13063570>.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Дослідження ринку дизайну соціально-інформаційних платформ

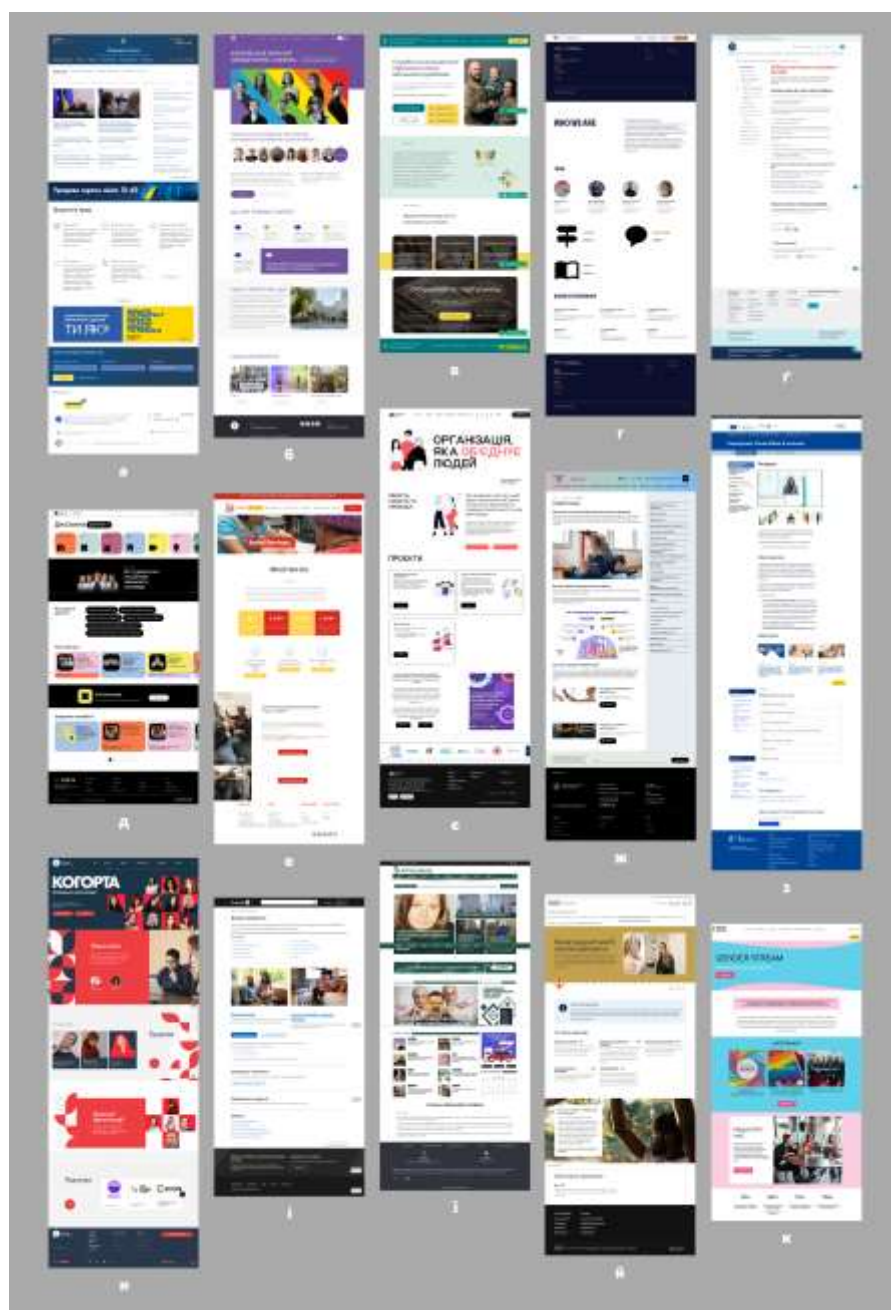


Рис. А.1. Огляд естетично-композиційних рішень вебсайтів соціально-інформаційного спрямування на прикладах:

а) Урядовий портал, джерело: [<https://www.kmu.gov.ua/>]; б) ХЖО Сфера, джерело: [<https://sphere.org.ua/>]; в) Служба психосоціальної підтримки сімей військовослужбовців, джерело: [<https://pidtrymka.in.ua/>]; г) *European Social Insurance Platform*, джерело: [<https://esip.eu/>]; ґ) *USA.gov*, джерело: [<https://www.usa.gov/>]; д) Дія.Освіта, джерело: [<https://osvita.diia.gov.ua/>]; е) *Chinese Mutual Aid Association*, джерело: [<https://www.chinesemutualaid.org/>]; є) ГО Точка Опори, джерело: [<https://www.t-o.org.ua/>]; ж) Міністерство Охорони Здоров'я України, джерело: [<https://moz.gov.ua/uk/>]; з) *European Commission*, джерело: [[https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en)]; и) ГО Когорта, джерело: [<https://cohort.com.ua/>]; і) *Ontario.ca*, джерело: [<https://www.ontario.ca/page/government-ontario>]; ї) Соціальна інформаційна платформа, джерело: [<https://social.com.ua/>]; й) *City of Helsinki*, джерело: [<https://www.hel.fi/en>]; к) ГО *Gender Stream*, джерело: [<https://genderstream.org/>].



## Додаток Б

## Дослідження логотипів соціально-інформаційних платформ



Рис. Б.1. Огляд логотипів вебсайтів соціально-інформаційного спрямування:

- 1) Урядовий портал, джерело: [<https://www.kmi.gov.ua/>];
- 2) European Commission, джерело: [[https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en)];
- 3) USA.gov, джерело: [<https://www.usa.gov/>];
- 4) European Social Insurance Platform, джерело: [<https://esip.eu/>];
- 5) ХЖО Сфера, джерело: [<https://sphere.org.ua/>];
- 6) Міністерство Охорони Здоров'я України, джерело: [<https://moz.gov.ua/uk>];
- 7) Chinese Mutual Aid Association, джерело: [<https://www.chinesemutualaid.org/>];
- 8) ГО Gender Stream, джерело: [<https://genderstream.org/>];
- 9) City of Helsinki, джерело: [<https://www.hel.fi/en>];
- 10) Дія.Освіта, джерело: [<https://osvita.diia.gov.ua/>];
- 11) ГО Точка Опори, джерело: [<https://www.t-o.org.ua/>];
- 12) Ontario.ca, джерело:

*[<https://www.ontario.ca/page/government-ontario>]; 13) Соціальна інформаційна платформа, джерело: [<https://social.com.ua/>]; 14) ГО Когорта, джерело: [<https://cohort.com.ua/>]; 15) Служба психосоціальної підтримки сімей військовослужбовців, джерело: [<https://pidtrymka.in.ua/>].*

## Додаток В

## Оприлюднення результатів опитування представників цільової аудиторії



Рис. В.1. Зображення результатів дослідження цільової аудиторії проекту методом опитування

## Додаток Г

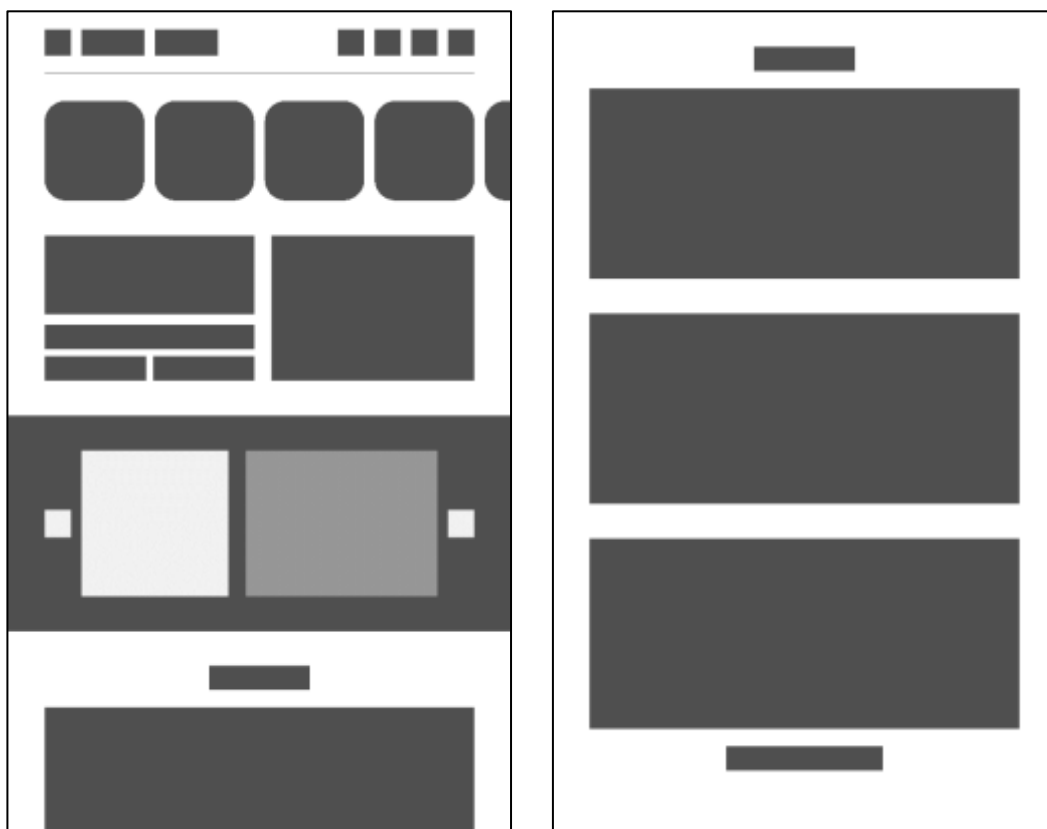
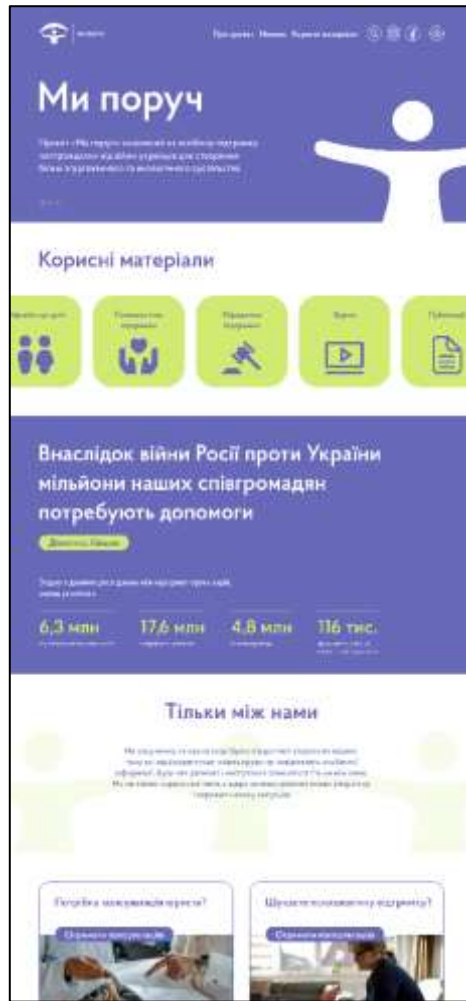
**Ілюстрації композиційної цілності візуальних елементів та  
дизайн структури розробленого дизайн-проекту**

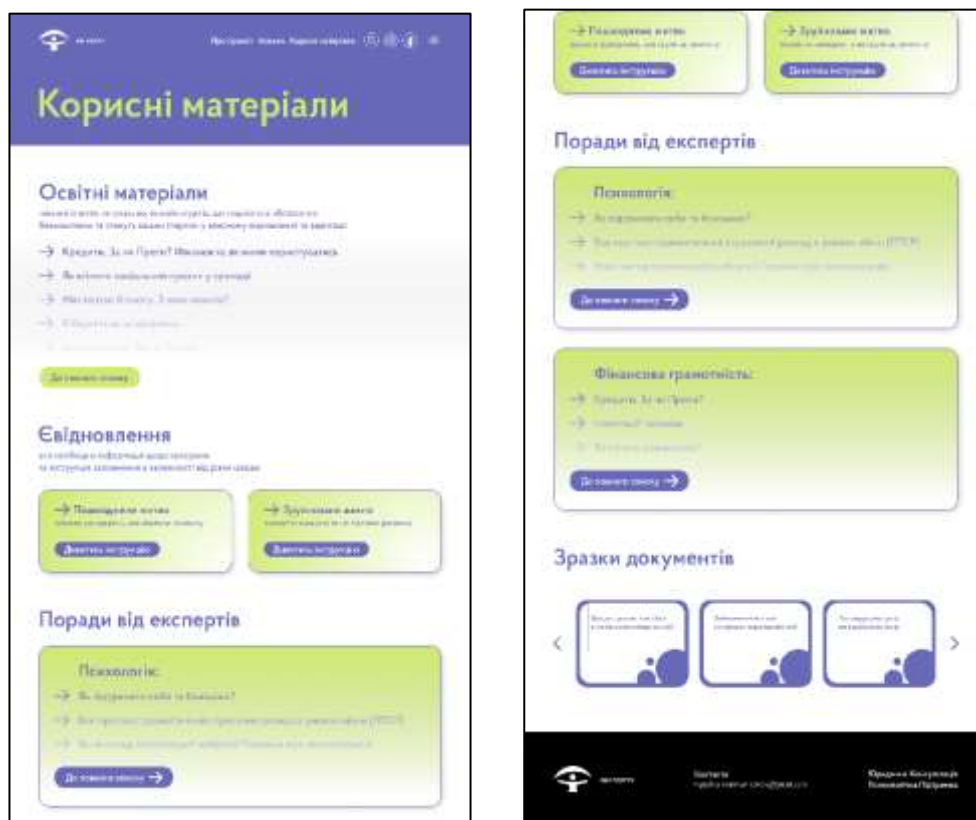
Рис. Г.1. Прототип вебсайту «Ми поруч» у відтінках сірого; зображення просторово-композиційного рішення



a)



b)



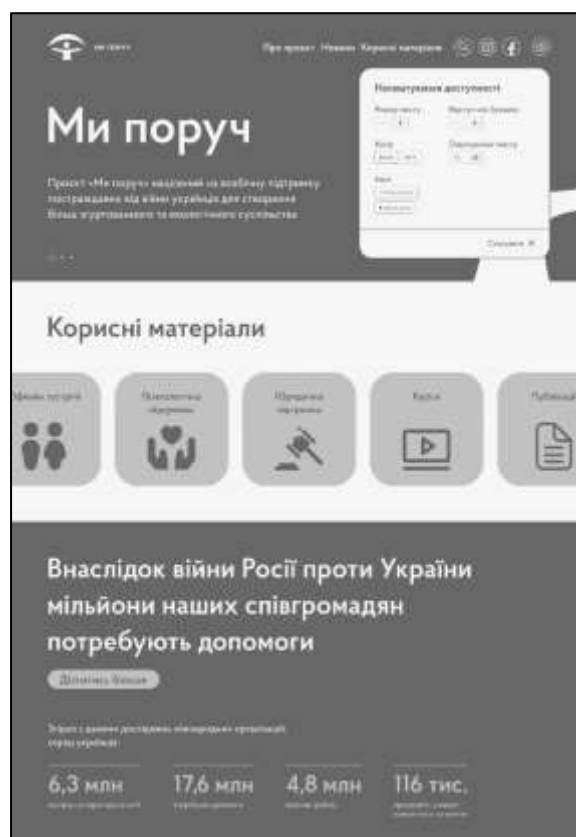
в)

Рис. Г.2. Дизайн розроблених сторінок вебсайту «Ми поруч»; зображення реалізованих художньо-естетичних рішень:

- а) головна сторінка; б) сторінка «про проєкт»; в) сторінка «корисні матеріали»



а)



б)

Рис. Г.3. Зображення розробленого дизайну «налаштувань доступності» та його реалізація: а) стандартні налаштування кольору; б) інклюзивні налаштування кольору для покращення сприйняття людьми із обмеженими зоровими можливостями

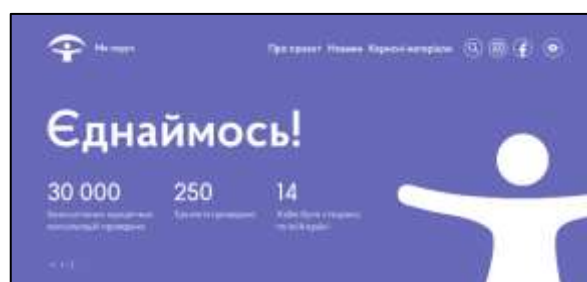
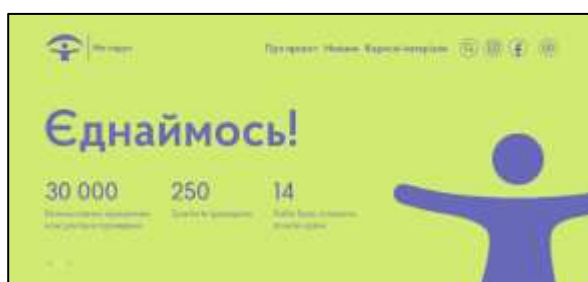


Рис. Г.4. Демонстрація варіацій переключення екранів та кольору головної сторінки вебсайту «Ми поруч»



## Додаток Д

## Апробація результатів дослідження



Джерело: [43]



Джерело: [44]





Джерело: [45]