

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра мультимедійного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка елементів дизайну веб-сайту керамічної майстерні

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Мультимедійний дизайн

Виконала: студентка групи БДм 2-21

Бескоровайна Є.М.

Науковий керівник к.т.н., доц.

Хиневич Р.В.

Рецензент к.т.н., доц.

Слітюк О.О.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Бескоровайна Є. М. Розробка елементів дизайну веб-сайту керамічної майстерні.– Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

В кваліфікаційній роботі було розроблено візуальну айдентичку та елементи дизайну сайту для керамічної майстерні «Beskoeffy ceramics». У процесі роботи було розроблено логотип бренду, рекламні банери, авторський орнамент, дизайн головної сторінки комп'ютерної та мобільної версій та сторінка товару. Проаналізовано історія розвитку WEB-дизайну, розвитку керамічного мистецтва та тенденції в оформленні дизайну сайтів керамічних майстерень. Проведено аналіз конкурентів та розглянуті сучасні дизайнерські підходи до створення дизайну сайтів.

Результатом роботи є комплексна розробка елементів дизайну сайту, який поєднує естетику традиційної кераміки з актуальними вимогами та візуалом сучасного WEB-дизайну.

Ключові слова: *WEB-дизайн, кераміка, айдентика, орнамент, логотип, банери, структура сайту.*

SUMMARY

Beskorovaina Y. M. Development of Web Design Elements for a Ceramics Workshop Website. – Manuscript.

Bachelor's Qualification Work for the Degree of Bachelor in Specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

The qualification work presents the development of a visual identity and website design elements for the ceramics workshop "Beskoeffy ceramics." As part of the project, a brand logo, promotional banners, a custom ornament, the design of the homepage (in both desktop and mobile versions), and a product page were created. The work analyzes the history of web design, the development of ceramic art, and current trends in the design of websites for ceramic workshops. A competitor analysis was conducted, and modern design approaches to website creation were reviewed.

The result of the project is a comprehensive development of website design elements that combines the aesthetics of traditional ceramics with the visual language and requirements of contemporary web design.

Keywords: *web design, ceramics, identity, ornament, logo, banners, website structure.*

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ WEB-ТЕХНОЛОГІЙ ТА КЕРАМІЧНОГО РЕМЕСЛА.....	8
1.1. Історія розвитку WEB-дизайну	8
1.1.1. Банери в WEB-дизайні	13
1.2. Історія керамічного мистецтва та орнамент.....	16
1.2.1. Скандинавський орнамент та його роль у дизайні.....	21
1.3. Сучасні керамічні майстерні та їх представлення онлайн.....	24
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ПІДГОТОВКА ДО СТВОРЕННЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ	27
2.1. Аналіз програмного забезпечення для створення дизайну	27
2.2. Сучасні дизайнерські підходи та конкурентний аналіз	31
2.3. Тенденції в оформленні сайтів керамічних майстерень	37
Висновки до розділу 2	39
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ САЙТУ «BESKOEFFY CERAMICS»	41
3.1. Структура сайту та дизайн-складові	41
3.2. Розробка ескізів, макетів сайту і банерів.....	42
3.2.1. Створення логотипу.....	45
3.2.2. Створення банерів.....	46
3.3. Розробка дизайну сайту: кольорова палітра, типографіка, орнаментика	47
Висновки до розділу 3	50
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сьогодні WEB-сайти є важливим інструментом для бізнесу, включаючи керамічні майстерні, оскільки вони дозволяють значно розширити аудиторію клієнтів, представляти продукцію та вести продажі онлайн. У контексті керамічного ремесла, яке має давню історію, сайт є засобом популяризації та збереження традицій, водночас надаючи нові можливості для просування в сучасному цифровому просторі.

Багато дослідників звертали увагу на розвиток веб-технологій, що зумовило стрімке поширення інтернет-ресурсів та сприяло еволюції дизайну WEB-сайтів. У сфері керамічного мистецтва є численні наукові дослідження, які вивчають його історію та сучасний розвиток. В українському контексті питання використання інформаційних технологій у ремісництві регулюється Законом України "Про електронну комерцію".

Отже, проблема поєднання WEB-технологій і керамічного ремесла є недостатньо вивченою, що й зумовило вибір дипломного проєкту за темою «Розробка елементів дизайну сайту керамічної майстерні «Beskoeffy ceramics».

Мета дослідження: розробити сучасний WEB-сайт для керамічної майстерні, який дозволить збільшити кількість клієнтів та підвищити популярність керамічного мистецтва.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукову літературу з історії WEB-технологій та керамічного мистецтва.
2. Дослідити вимоги до WEB-сайту керамічної майстерні.
3. Окреслити сучасні технології для створення сайту.
4. Розробити структуру та дизайн сайту для майстерні.

Об'єкт дослідження: процес створення WEB-сайту для малого бізнесу.

Предмет дослідження: методи та технології розробки дизайну

WEB-сайту.

Методи дослідження. Було використано такі методи: теоретичні: аналіз і порівняння наукової літератури з WEB-технологій та історії керамічного мистецтва, узагальнення результатів досліджень; емпіричні: спостереження за сучасними WEB-сайтами керамічних майстерень, аналіз дизайнерських рішень та візуального оформлення розробленого сайту.

Елементи наукової новизни. У межах кваліфікаційної роботи було зібрано й систематизовано основні підходи до створення WEB-сайтів для керамічних майстерень, з урахуванням особливостей українського інтернет-простору. Особливу увагу приділено обґрунтуванню доцільності використання сучасних технологій WEB-дизайну для підтримки й популяризації українських традицій у сфері керамічного ремесла.

Практичне значення одержаних результатів: запропоновані методи розробки сайту можуть бути застосовані не тільки для керамічних майстерень, але й для інших малих бізнесів, які потребують цифрового представництва.

Апробація результатів дослідження.

Результати дослідження були апробовані під час участі у IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації», що відбулася 26–27 вересня 2024 року в місті Київ.

Отримано свідоцтво №136395 від 20.05.2025 р. про реєстрацію авторського права на логотип бренду «Beskoeffy ceramics» (рис. А.1)

Публікації:

Бескоровайна Є. М. Гейміфікація навчання: як використовувати елементи ігор для підвищення ефективності навчання в різних сферах. *Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації», м. Київ, 26–27 вересня 2024 р.* Одеса: Одеський національний технологічний університет; Вінниця: Вінницький національний технічний

університет; Київ : Інститут комп'ютерної інженерії, 2024. С. 373–375.
(рис. А.2).

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (54 найменування) та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ WEB-ТЕХНОЛОГІЙ ТА КЕРАМІЧНОГО РЕМЕСЛА

1.1. Історія розвитку WEB-сайтів

Перші сайти, створені в 90-х роках, були простими текстовими сторінками, призначеними для передачі інформації без складних графічних елементів (рис.1.1). Ці сайти використовували базовий HTML, що дозволяв лише формувати текст та прості гіперпосилання. Перші WEB-сайти слугували переважно для наукових цілей та інформування, а їхній дизайн був обмежений у своїх можливостях. З того часу індустрія WEB-дизайну стрімко розвивалася, перетворюючи статичні WEB-сторінки на інтерактивні WEB-додатки. Сайти почали включати елементи мультимедіа, а згодом і анімацію, що значно покращило взаємодію з користувачами. Це стало можливим завдяки розвитку CSS, що дозволило дизайнерам більше контролювати стилі та оформлення WEB-сторінок [15].

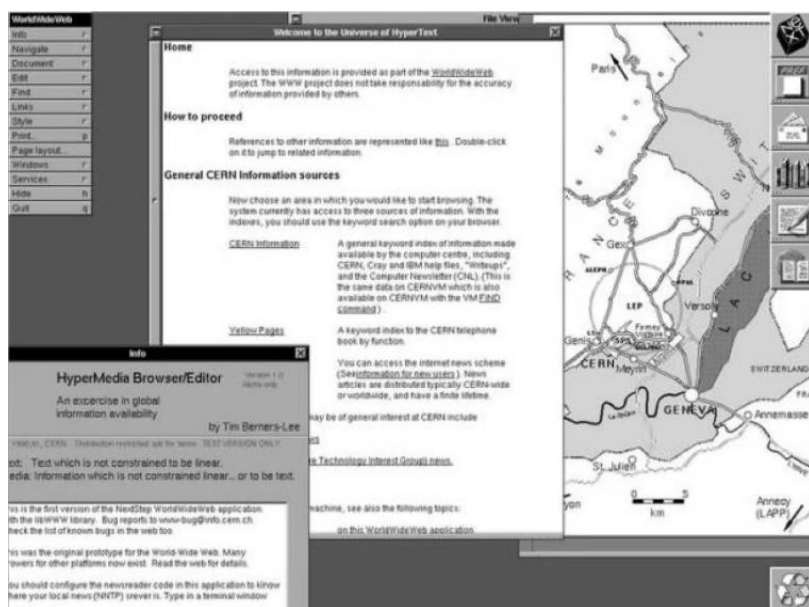


Рис.1.1 Скріншот першого сайту. У заголовку сторінки написано:

«Ласкаво просимо у Всесвіт гіпертексту» [2]

Отже, початок WEB-дизайну визначив основні принципи, які залишаються актуальними й сьогодні, та заклав основу для подальших

змін у дизайні та технологіях, що підтримують інтерактивність та естетику WEB-ресурсів.

Протягом 2000-х років технології WEB-розробки продовжували вдосконалюватися. HTML-таблиці були основним методом створення сайтів, хоча вони часто створювали зайвий код і погіршували швидкість завантаження сторінок. Нові підходи до верстки, такі як CSS і JavaScript, стали стандартом, дозволяючи розробникам створювати більш складні і функціональні сайти. Використання фреймів стало популярним, але вони ускладнювали навігацію та індексацію пошуковими системами [13]. Графічні ефекти та анімації стали популярними, проте їх надмірне використання могло призвести до перевантаженості сайту. У цей час почали з'являтися перші системи управління контентом (CMS), які спростили процес створення та управління сайтами.

Отже, вдосконалення WEB-технологій у 2000-х роках підкреслює важливість переходу від простих до більш комплексних рішень, демонструючи, що ефективний WEB-дизайн вимагає балансу між естетикою, функціональністю та зручністю використання.

До 2010-х років дизайн став ще більш універсальним та адаптивним. Мобільна версія сайту стала стандартом, а використання резинового дизайну дозволило WEB-сайтам підлаштовуватися під різні розміри екранів. Плоский та мінімалістичний дизайн зробили акцент на простоту і чистоту форм, що стало трендом того часу. Сучасні WEB-сайти активно використовують великі фонові зображення та відео, інтерактивність, мікроанімації та паралакс-ефекти для покращення досвіду користувача. Соціальна інтеграція також стала стандартною функцією. WEB-аналіз та SEO (оптимізація для пошукових систем) стали невід'ємною частиною WEB-дизайну, що допомогло власникам сайтів досягати більшої видимості в інтернет [6].

Отже, адаптивний дизайн і мінімалізм стали основними тенденціями 2010-х років, звертаючи увагу на користувацькому досвіді,

що підкреслює необхідність розробки сайтів, які є не тільки привабливими та стильними, але й функціональними та зручними, забезпечуючи адаптивність використання на різних пристроях.

Історія розвитку WEB-технологій показує кілька ключових етапів, кожен з яких відрізняється своїми інноваціями. Від перших спроб глобалізації інформаційних мереж до сучасних інтерактивних платформ, WEB розвивався у напрямку все більшої взаємодії між користувачами та інтернетом. Спершу з'явився WEB 1.0, де користувачі могли лише читати статичні сторінки, не маючи можливості взаємодіяти з сайтом та контентом на ньому. Це була перша ітерація WEB, яка обмежувала можливості для взаємодії [43].

Наступний етап, WEB 2.0, дозволив користувачам створювати й ділитися контентом, що стало революційним для соціальних мереж і блогів [45]. У цей період WEB став простором спільноти, де кожен міг брати участь у наповненні інтернету. Це призвело до величезного зростання кількості соціальних платформ, які заохочують участь та зворотний зв'язок.

Отже, історія WEB показує еволюцію від статичних сторінок до інтерактивних платформ, що суттєво змінило підхід, яким користувачі спілкуються та діляться інформацією, звертаючи увагу на важливість участі спільноти в процесі створення контенту.

Далі виник WEB 3.0 – семантичний WEB, де комп'ютери почали краще розуміти зміст інформації та взаємодіяти з нею більш ефективно [47]. Це забезпечило новий рівень пошуку й персоналізації контенту, що дозволило сайтам пропонувати більш корисну та чітку інформацію користувачам.

У WEB 4.0 з'являється «розумний Internet», в якому штучний інтелект і Internet речей (IoT) стають невід'ємною частиною повсякденного життя [35]. Це відкриває нові можливості для введення технологій у всі сфери, включаючи бізнес і освіту. WEB 5.0 приносить

емоційний частину у WEB-простір, дозволяючи системам розпізнавати емоції користувачів і відповідати на них [54]. Ця фаза залучає нейротехнології та обіцяє ще більше зв'язку між людиною та технологіями, що може суттєво змінити взаємодію користувачів з WEB-ресурсами.

Тобто, еволюція WEB триває, переходячи від семантичних технологій до розумного інтернету з емоційною взаємодією, підкреслюючи важливість розвитку інновацій, що роблять інтернет більш персоналізованим і адаптованим до потреб користувачів.

Отже, такий розвиток WEB показує, як технології постійно змінюють наші можливості та способи взаємодії з інформацією. Початок ХХІ століття починається з бурхливого розвитку науки та техніки, що обумовлено значним прискоренням науково-технічного прогресу. Перші електронно-обчислювальні машини (ЕОМ), створені в першій половині ХХ століття, не змогли закрити зростаючі потреби науковців у нових механізмах організації спільної роботи над інформацією. Це призвело до ідеї об'єднання ЕОМ у одну мережу, яка була запропонована психологом та американським Джозефом Ліклайдером у 1960 році [15].

Таким чином, історія WEB відображає еволюцію від статичних сторінок до інтерактивних платформ, що суттєво змінило способи, якими користувачі спілкуються та діляться інформацією, підкреслюючи важливість участі спільноти в процесі створення контенту.

Важливою частиною цієї сфери стало поняття гіпертексту, яке було вперше сформульоване Веніваром Бушем у 1945 році. Гіпертекст дозволяє подавати інформацію у вигляді посилань, що з'єднують різні сторінки та документи в єдину інформаційну мережу. Це, в свою чергу, стало основою для створення всесвітньої мережі (WWW), запропонованої Тімом Бернерсом-Лі у 1989 році. Створення HTML та HTTP змінило спосіб взаємодії користувачів з інформацією, ставши основою для сучасних WEB-додатків [12].

Отже, ідея гіпертексту стала основою для всесвітньої мережі, що покращила обмін інформацією, підтверджуючи важливість концепту гіпертексту у WEB-дизайні, що зумовило нові підходи до створення WEB-ресурсів.

WEB-дизайн продовжує розвиватися з розвитком нових технологій, включаючи штучний інтелект, машинне навчання та адаптивний дизайн, що дозволяє створювати більш зрозумілі та зручні для користувачів WEB-сайти. Технології, які дозволяють автоматизувати процес та роботу, активно впроваджуються в WEB-дизайні, що зменшує час на створення і оптимізацію сайтів. Це підвищує ефективність роботи дизайнерів та покращує якість кінцевих продуктів [13].

Таким чином, сучасні технології активно змінюють процес WEB-дизайну, роблячи його більш ефективним і зручним для користувачів, що підкреслює необхідність постійного вдосконалення інструментів та підходів у цій сфері.

Розвиток технологій сайтобудування позитивно впливає на архівне копіювання WEB-сайтів, сприяючи покращенню якості збереження інформації.

Отже, це свідчить про важливість постійного вдосконалення технологій у сфері WEB-дизайну, яке необхідно для збереження цінності даних у глобальному масштабі.

Зміни у WEB-дизайні відбуваються під впливом швидкого розвитку технологій та потреб користувачів. Ключовими компонентами ефективного WEB-сайту є його структура, дизайн та контент [15].

Тобто, ефективна структура, дизайн та контент є критично важливими для успіху WEB-сайтів, які стали важливими платформами для інформаційного обміну, підтверджуючи важливість цих компонентів у створенні якісних WEB-ресурсів.

Розуміння цих елементів допомагає створювати WEB-сайти, які задовольняють потреби користувачів та відповідають сучасним вимогам.

WEB-дизайн, як процес, передбачає чіткий підхід до планування, проектування та реалізації WEB-сайтів, що враховує потреби та очікування користувачів.

Отже, комплексний підхід до WEB-дизайну дозволяє створювати сайти, які відповідають потребам користувачів, підтверджуючи важливість врахування користувацьких вимог для успішного WEB-дизайну.

1.1.1. Банери в WEB-дизайні

Дизайн банерів є невід’ємною частиною сучасної реклами. Для його створення необхідно мати високий рівень професійних знань і навичок у сфері графічного дизайну та реклами. Незважаючи на художню складову, дизайн банера має чіткі правила яких треба дотримуватися, адже він виконує в першу чергу рекламну функцію, а саме привертає увагу потенційного клієнта та формує перше враження про продукт або бренд.

Дизайн банера залежить від місця його розміщення, цільової аудиторії та особливостей платформи, тому навіть у межах одного и того ж рекламного банера можуть бути потрібні різні візуальні рішення. Банери відіграють одну з найважливіших ролей у побудові бренду та просуванні товарів і послуг через рекламу. Їхнє створення вимагає часу, досвіду та ретельного планування, однак результатом є зростання охоплення та зацікавленості аудиторії [34].

При розробці банера важливо чітко і правильно підібрати кольорову гаму, шрифти та розміщення елементів. Колір впливає на емоційне сприйняття, тому він має відповідати тематиці, естетичності бренду та рекламного повідомлення. Графічні елементи, зображення, текст та кольорова гамма має важливе значення в дизайні рекламного баннеру, а саме донести до клієнта головний меседж та привернути увагу до бренду та товару.

Для сучасного WEB-дизайну банери є важливим елементом, який

робить комунікацію з користувачами більш інтерактивною та інформативною. Вони поєднують у собі функції інформування, реклами та візуальної айдентики. Банер у WEB-дизайні може містити не лише статичні елементи — зображення, текст, логотипи та графіку — але й інтерактивні елементи, такі як анімації, відео або динамічні переходи тексту. Завдяки інтерактивності банери роблять сайт більш насиченим та привабливим [34].

Банери часто використовують у бокових панелях, на головній сторінці сайту, а також всередині контенту. Їхній дизайн має бути не лише естетично привабливим, а й функціональним: банер має дуже чітко передавати ідею бренду чи рекламного повідомлення та викликати інтерес у потенційних клієнтів.

Оскільки банери стали невід'ємною частиною в WEB-дизайну, багато дизайнерів використовують шаблони, що пришвидшують процес їх створення. Крім того, сучасні технології, зокрема нейромережі, дозволяють автоматизувати цей процес, роблячи його ще швидшим та зручнішим.

Таким чином, банери є не лише засобом візуальної ідентифікації бренду, а й ефективним інструментом взаємодії з користувачами, реклами та важливою складовою WEB-ресурсів. Банерна реклама наразі є одним із найефективніших засобів просування товарів і послуг в інтернеті. Вона належить до візуальних форматів інтернет-реклами й працює за принципом привернення уваги користувача через зображення або анімацію, що містять заклик до дії. Основна мета — зацікавити потенційного клієнта, спонукати його перейти на сайт бренду або ознайомитися з пропозицією. Банер виконує одразу кілька функцій: інформативну, рекламну й мотиваційну [27]. Він сприяє формуванню й підвищенню впізнаваності бренду, популяризації нових продуктів і послуг, повідомленню про акції та направленню трафіку на WEB-сайти або застосунки.

Залежно від технічних характеристик, способів взаємодії з користувачем і візуального стилю банери поділяють на різні типи. Статичні банери — це зображення без анімації та інтерактивності, зазвичай з текстом, логотипом і закликом до дії. Анімовані банери створюються у форматах GIF або HTML5 і мають рухомі елементи, зміну зображень чи відеофрагменти. Інтерактивні банери дозволяють взаємодію — наприклад, у вигляді ігор, опитувань, кнопок або реакції зображення на наведення курсора. Pop-up банери — це спливаючі вікна, які з'являються поверх вмісту сторінки й хоча мають високу помітність, можуть викликати роздратування. Стійкі або липкі банери закріплюються на екрані під час прокрутки сайту, завдяки чому складно не помітити їх. Expand-банери показуються при взаємодії з користувачем, надаючи більше інформації без перевантаження дизайну. Interstitial-банери — це повноекранна реклама, яка з'являється між переглядом сторінок або перед відкриттям контенту, є дуже помітною, але також може дратувати [34].

До переваг банерної реклами можна віднести велику варіативність форматів, можливість художнього й креативного підходу, зручну аналітику взаємодії (перегляди, кліки), гнучке таргетування аудиторії, масове охоплення, ефективне підвищення впізнаваності бренду та використання різних мультимедійних елементів — тексту, графіки, відео, анімації.

Проте банерна реклама має і свої недоліки. Найпоширеніші проблеми — банерна сліпота, коли користувачі свідомо або несвідомо ігнорують банери, програми, що блокують реклами в браузерях, надмірно нав'язливий дизайн, що дратує користувачів і псує їхній досвід користування сайтом, а також високі вимоги до якості дизайну й адаптивності для різних екранів і пристроїв [27]. Отже, у сучасному світі, де мобільні й комп'ютерні пристрої стали невід'ємною частиною повсякденного життя, важливою тенденцією розвитку банерної реклами є її адаптація до різних форматів, особливо мобільних. Така реклама

потребує особливої уваги до розміру, швидкості завантаження, дизайну, зручності та взаємодії. Завдяки гнучкості, технологічності та здатності адаптуватися до нових платформ банерна реклама залишається важливим інструментом сучасного маркетингу й дизайну WEB-сайтів, хоча вона підходить не всім і потребує виваженого підходу.

1.2. Історія керамічного мистецтва

З давніх часів люди використовували кам'яні ємності, проте з появою випаленої глини ці вироби швидко зайняли головне місце у побуті. Посуд та інші предмети з глини стали незамінними завдяки своїм практичним властивостям, зокрема міцності та здатності зберігати рідини й їжу. Окрім цього, глиняні вироби прикрашали орнаментами, рельєфами та розфарбовували в різні кольори, що додавало їм ще й естетичної цінності [19]. Ще в епоху палеоліту глина використовувалася для створення фігурок людей і тварин, що мали релігійно-магічне значення (рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Кераміка часів неоліту [3]

Важливим проривом став винахід випалу глини, який дозволив робити вироби більш міцними і довговічними. Цей процес заклав основи матеріалознавства, оскільки хімічні зміни, що відбувалися під час випалу, значно впливали на фізичні властивості керамічних виробів. Випал глини був однією з перших технологічних інновацій, що показувала здатність людини контролювати вогонь і використовувати його для створення нових матеріалів. У Стародавньому Єгипті, де жерці були носіями хімічних знань, кераміка стала важливою складовою ритуальних і побутових практик. Єгиптяни не лише виготовляли посуд та статуетки, але й створювали кольорове скло, яке стало одним із символів їхньої цивілізації [19].

Роль кераміки у релігійних та ритуальних обрядах відображала важливість цього матеріалу для єгипетської культури, підкреслюючи не лише практичне, але й символічне значення глини [19]. Перехід до неолітичного періоду, який розпочався в Україні близько VII тисячоліття до н.е., відзначився значними змінами у організації соціуму та господарства. Цей період ознаменувався переходом від мисливства та збирання до землеробства й скотарства, що призвело до розвитку ремесел, зокрема гончарства. Вироби з глини не лише задовольняли побутові потреби, але й відображали культурні та релігійні уявлення тогочасних спільнот. Саме гончарство стало однією з перших форм ремесла, яке швидко розвивалося завдяки новим технологіям обробки глини. Для запобігання усадці під час випалу, до глини додавали домішки, такі як пісок, черепашка або половина. Цей підхід дозволяв створювати більш стійкі вироби, що мали не лише побутове, але й ритуальне призначення.

Кераміка була тісно пов'язана з релігійними та магічними ритуалами, а також з естетичними традиціями, що виражалися у використанні різних орнаментальних технік. Різьблені та розфарбовані орнаменти на керамічних виробах несли символічне значення і відображали світогляд тогочасних спільнот.

Це робило кераміку важливим джерелом для етнографічних та археологічних досліджень, дозволяючи реконструювати культурні й соціальні процеси давнини. Зокрема, орнаментальні мотиви, техніки випалу та хімічні процеси, пов'язані з обробкою глини, надавали кераміці високої культурної та історичної цінності. Саме завдяки її збереженості кераміка отримала назву «хліба археології», адже вона залишається одним з головних джерел для досліджень стародавніх культур [19].

Таким чином, розвиток керамічного мистецтва від палеоліту до неоліту демонструє значний вплив технологічних інновацій та хімічних процесів на культурне та побутове життя стародавніх народів. Винайдення випалу глини та розвиток орнаментальних технік дозволили створювати вироби, що виконували як практичні, так і ритуальні функції. Глиняні вироби стали важливою частиною для вираження ідеологічних та релігійних уявлень, а також для ідентифікації етнічної приналежності громад. Вони також слугували важливим джерелом культурного самовираження, демонструючи зв'язок між матеріальною культурою та духовним світом стародавніх народів. Кераміка, завдяки своїй довговічності та розмаїттю орнаментальних технік, не лише полегшувала життя людей, але й стала основою для археологічних досліджень, дозволяючи нам краще зрозуміти культурні процеси минулих епох [19].

Орнамент – це візерунок з упорядкованих елементів, основою якого є повторювана частина, тобто ритм, який називається рапортом. Виходячи з досліджень етнографів, археологів та істориків, орнамент відноситься до народного мистецтва. Кожен орнамент формувався під впливом певної культури і використовувався для прикрашання одягу, побутових предметів, житла (рис.1.3.). Але, крім декоративної функції, орнамент також несе певну інформацію, символи й визначення територіальної належності.



Рис.1.3. Українські традиційні орнаменти [1]

Згідно з канонами мистецтва, рапорт – це своєрідна точка відліку, яка впорядковує орнамент, надає йому строгості та простоти сприйняття. Те, що закономірність присутня в орнаменті, було зрозуміло ще за часів палеоліту, однак інформація, яка передається ритмічно й чітко, краще сприймається людиною.

У процесі розвитку людства з'явилися нові орнаменти. Серед перших можна виділити технічний орнамент. Він створювався сам по собі, незалежно від бажання людини, у процесі виробництва чи праці. Після того, як митці й художники зрозуміли, що виходить такий малюнок, вони почали вкладати в орнамент певні символи, а саме релігійного, світоглядного чи декоративного значення.

Найпоширенішим символом в орнаменті було сонце. Найдавнішим за створенням геометричний орнамент. Він виник у результаті змінення символів на більш чіткі графічні форми, у яких акцент робиться на кольорі. Рослинний орнамент виявлений найпопулярнішим, оскільки його виконання є простим, він яскраво відображає різні культури й має привабливий вигляд. Також зустрічаються анімалістичні, антропоморфні та каліграфічні орнаменти, які виникли з розвитком писемності [16].

Орнамент є одним із елементів формування певного стилю,

оскільки завдяки художній та візуальній виразності можна безпомилково встановити належність твору до періоду, стилю декоративно-ужиткового мистецтва або територіального регіону впродовж віків та століть. Орнамент розвивався разом із культурою народу, як і сам народ. Історично змінювалося і місце розташування орнаментів — на одязі, речах побуту, оселях, малюнках [16].

Особливості орнаменту залежать від його функцій, від форми матеріалу, на який він носиться, від середовища та культурного сенсу. Залежно від етапу створення орнаменту, розрізняють замкнутий орнамент, символічний орнамент та орнаментальну стрічку. У замкнутому орнаменті використовуються прості форми — коло, квадрат, прямокутник — щоб показати динамічну напругу форми або, навпаки, її спокій. Щоб створити враження завершеності, візерунок наноситься на край форми або в кути, а щоб привернути увагу — в центрі. Для підсилення ефекту цілосності візерунок може розміщуватися і в середині, і по краях, і в кутах [16].

Західний орнамент є основою символічних композицій. Це, наприклад, герб, емблема, знак чи прапор. кожен такий орнамент зустрічається на кераміці, посуді, хустках, скатертинах, стінах, підлозі та в інтер'єрах. Символічний орнамент повторно використовується для оздоблення одягу та інтер'єру. Його елементи розміщуються по всій поверхні виробу.

Орнаментальними стрічками також прикрашають одяг, посуд, інтер'єри. Відмінність такого візерунка — це виражений ритмічний рух, що створює враження динаміки — тобто рухливий орнамент. Такий візерунок утворює ритмічний або контрритмічний ряд, подібний до стрічки [16].

Отже, орнамент не лише прикрашає, а й створює декоративну композицію та несе символізм. Незалежно від змісту композиції,

візерунок є цілним, складним, має певні пропорції, ритмічну впорядкованість і головне призначення — символічне значення. Саме це забезпечує пластичну побудову композиції та її декоративність з композиційним центром.

1.2.1. Скандинавський орнамент та його роль у дизайні

Скандинавський орнамент є важливою складовою культури північних народів, зокрема вікінгів, які у VIII–IX століттях мешкали на території сучасних Швеції, Данії, Ісландії та Норвегії. Вікінги були язичниками й воїнами, які активно вели завойовницький спосіб життя. Їхні набіги охоплювали території Англії, Ірландії, Франції та інших країн Європи.

Основу духовного світу цих народів становили війна, слава, віра в богів Одіна та Тора. Особливе місце в культурі вікінгів займала магічна символіка, яка виявлялася у вигляді орнаментів. Їх зображували на зброї, прикрасах, каменях, амулетах і предметах побуту. Такі символи називалися гальдрастами — вони виконували не лише декоративну, а й духовну функцію, слугуючи оберегами, символами захисту, сили та рівноваги [24].

Одним із найвідоміших символів був «Ейсгяльм» — шолом жаху(рис.1.4). Його наносили на щити або носили як амулет перед битвою. Його форма нагадувала променистий хрест, який, за віруванням, мав викликати у ворога страх і параліч [21].

Інший поширений знак — «Вегвісір»(рис.1.5), або рунічний компас [11]. Вважалося, що він допомагає знайти правильний шлях у складних умовах — не тільки фізично, а й духовно. Також популярним був амулет у формі молота Тора — «Мйольнір»(рис.1.6), що символізував захист, силу і боротьбу зі злом [24].

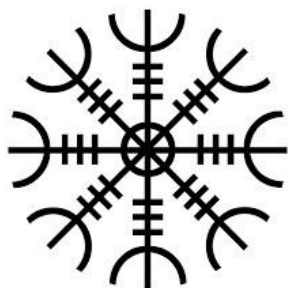


Рис.1.4. «Ейсгіальм»
- Мйольнір» [25]



Рис.1.5. «Вегвісір» [25] Рис.1.6. Молот Тора
- шолом жаху [25]



Ще одним важливим знаком був «Валькнут» — три переплетені трикутники, які поєднують три світи скандинавської міфології: Асгард, Мідгард і Хель. Усі ці символи тісно пов'язані з релігійними віруваннями північних народів [24].

Окрему роль відігравали руни. Найдавнішим алфавітом був старший футарк, що складався з 24 знаків. У IX столітті виник молодший футарк із меншою кількістю символів. Руни мали не лише писемне, а й магичне значення, часто використовувались у вигляді орнаменту [18].

Отже, скандинавський орнамент — це не просто прикраса та мистецтво. Він глибоко пов'язаний із віруваннями, міфологією та військовою культурою північних народів і має потужне символічне значення.

Скандинавський стиль є прикладом вдалого поєднання функціональності, строгості та естетики. Його популярність давно вийшла за межі Північної Європи завдяки геометричній простоті форм, мінімалістичній кольоровій гамі та натхненню природою. Цей стиль активно використовують не лише в інтер'єрному та архітектурному дизайні, а й у графічному, fashion-дизайні, упаковці та в WEB-дизайні [22].

Його витоки починаються з традицій Півночі ще з епохи вікінгів, а як самостійний напрям сформувався у XVIII столітті за часів шведського короля Густава III. У XX столітті скандинавський стиль отримав нове життя в Англії завдяки напрямку shabby chic. Це стиль, що показує філософію життя мешканців північних країн — це прагнення до затишку,

поваги та гармонія з природою, простору та любові до простих, але досконалих речей [53].

Основними рисами скандинавського стилю є спокійна кольорова палітра, природні матеріали, чітка геометрія та мінімалізм. Велика увага приділяється світлу, візуальній легкості та правильній структурованості. Для візуалізації цього підходу можна навести приклад постера, виконаного у світлих тонах з використанням натуральних текстур і простих форм. Такий дизайн створює відчуття легкості, гармонії та природності.

У графічному дизайні цей стиль відноситься до мінімалізму: прості композиції, обмежена кількість кольорів, ілюстрації з базових геометричних форм. Часто використовуються мотиви ручної праці такі як аплікації, вишивка, оригамі, різьба. Наприклад, сучасна обкладинка або буклет у скандинавському стилі вирізняється світлим фоном, простим шрифтом без зарубок та структурованим розміщенням елементів [52].

У WEB-дизайні та SMM скандинавський стиль вирізняється сааме чистими композиціями, природними текстурами, спокійними кольорами та великою кількістю світла. Це створює атмосферу затишку, професійності, довіри та якості. Один із прикладів — сторінка сайту, де домінує білий простір, натуральні фонові текстури та сучасна типографіка. Такий підхід ідеально підходить для брендів, пов'язаних із натуральними матеріалами, екотоварами, ручною працею, дизайном, wellness-напрямом або стильним повсякденним життям (рис.1.7).



Рис.1.7. Веб-сайт у скандинавському стилі [22]

Скандинавський стиль хоча й менш поширений в Україні, поступово набуває ще більшої популярності. Його додають у брендингу, дизайні інтер'єрів, упаковці та соціальних мережах. Це свідчить про зростання інтересу до природних, естетичних і традиційно-етнічних рішень у візуальній комунікації. Завдяки універсальності, скандинавський стиль легко підходить до нових культурних контекстів і залишається актуальним у глобальному дизайні [22].

Отже, скандинавський стиль у графічному та WEB-дизайні — це поєднання простоти, функціональності та естетики, що базується на природних формах і кольорах. Він створює відчуття гармонії, затишку та довіри, що робить його ідеальним для сучасних брендів, орієнтованих на екологічність, мінімалізм і комфорт. Його універсальність дозволяє легко адаптувати стиль до різних форматів і культурних контекстів.

1.3. Сучасний розвиток керамічних майстерень та їх популяризація в інтернеті

Сучасний розвиток керамічних майстерень в Україні відбувається на фоні глобальної цифровізації та глобалізації, що суттєво розширює можливості для майстрів і художників, зокрема керамістів. Сьогодні відкриття керамічної майстерні неможливе без активного використання соціальних мереж для просування власної роботи, виробів та проведення майстер-класів. Соціальні платформи, такі як Instagram, Facebook, Pinterest, надають можливість швидко і ефективно поширювати інформацію про себе, свої роботи та майстерню, залучати аудиторію і формувати спільноти [9].

Цифрові трансформації впливають не лише на маркетинг бізнесу, але й змінюють культурно-мистецький простір. Цифровізація сприяє креативним та інформаційно-комунікативним трансформаціям у сфері мистецтва, відкриваючи нові можливості для взаємодії між митцями та

споживачами їхньої творчості, створюючи умови для більш динамічного, емоційного обміну ідеями і творчого розвитку [20].

Дослідження підтверджують, що використання соціальних мереж як інструменту просування ремісничих виробів, зокрема кераміки, допомагає майстрам розширити ринок збуту не лише на локальному рівні, але й виходити на міжнародні майданчики [50].

Крім того, сучасні цифрові платформи формують онлайн-спільноти, де художники можуть ділитися процесом створення своїх робіт, отримувати зворотній зв'язок і натхнення, що сприяє розвитку творчості та популяризації ремесла [41].

Отже, розвиток керамічних майстерень в Україні сьогодні неможливий без використання цифрових інструментів і соціальних мереж, які значно розширюють можливості для творчості та продажу виробів.

Висновки до розділу 1

У першому розділі здійснено комплексний аналіз історії розвитку WEB-сайтів, керамічного мистецтва, історії орнаменту, а також сучасних тенденцій у популяризації керамічних майстерень в інтернеті.

У процесі дослідження проаналізовано історичну еволюцію WEB-дизайну. Встановлено, що на ранніх етапах сайти мали ще спрощену структуру й були текстовими, без графічного оформлення та інтерактивних елементів. Із розвитком технологій — HTML5, CSS, JavaScript — з'явилася можливість створювати динамічні, адаптивні, функціональні ресурси, орієнтовані на користувача.

З'ясовано, що керамічне мистецтво має глибокі історичні корені, які сягають доісторичних часів. Від найпростіших утилітарних форм кераміка еволюціонувала до художнього явища з розмаїттям технік і стилів. У сучасності спостерігається поєднання традиційних підходів із цифровими технологіями, що відкриває нові можливості для митця художників.

Також описано загальну історію розвитку орнаменту як базового елементу декоративного мистецтва. Встановлено, що орнамент формувався протягом століть у різних культурах, відображаючи символічне мислення, релігійні вірування та естетичні уявлення епох. Особливу увагу приділено скандинавському орнаменту, який вирізняється простотою, геометризмом, природною символікою, глибокою філософією та мінімалізмом. Його вплив видно й у сучасному дизайні, зокрема у формуванні скандинавського стилю — стриманого, функціонального, естетично вивіреного.

Окреслено сучасні тенденції розвитку керамічних майстерень та їх популяризації через інтернет. Встановлено, що ремісники активно використовують WEB-сайти та соціальні мережі для презентації своєї продукції, комунікації з клієнтами та розширення цільової аудиторії. Цифрові платформи дозволяють поєднувати авторський підхід до виробництва з можливостями online-продажу, сприяючи розвитку локального бренду на глобальному рівні

Проаналізовано сучасні тенденції розвитку керамічних майстерень та їх популяризації через інтернет. Встановлено, що ремісники активно використовують WEB-сайти та соціальні мережі для презентації своєї продукції, комунікації з клієнтами та розширення цільової аудиторії. Цифрові платформи дозволяють підключати авторський підхід до виробництва з можливостями online-продажу, допомагаючи розвитку локального бренду на глобальному рівні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ПІДГОТОВКА ДО РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ САЙТУ ТА БАНЕРІВ

2.1. Аналіз програмного забезпечення для створення дизайну

Під час виконання кваліфікаційної роботи з розробки дизайну елементів сайту «Beskoeffy ceramics» було використано кілька програмних інструментів. Кожна програма була вибрана для певної задачі, яка закриває потреби для створення того чи іншого дизайну.

Основною програмою, яка використовувалася для створення дизайну сайту, стала Figma(рис.2.1). Саме в цій програмі були розроблені макети головної сторінки, внутрішні сторінки сайту, а також структурні й інтерфейсні елементи.

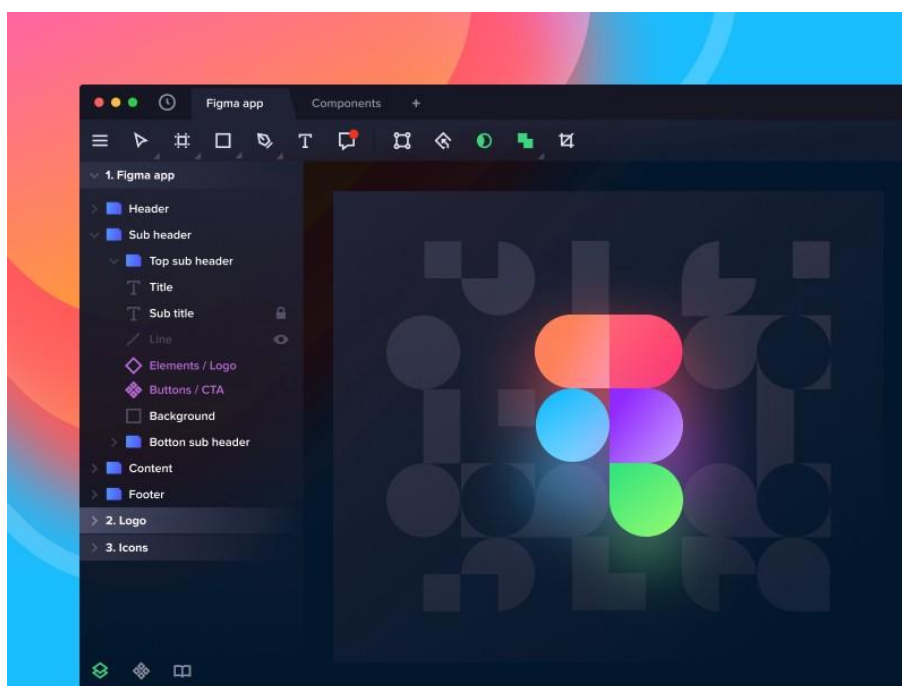


Рис.2.1. Інтерфейс програми Figma.[14]

Figma — це сучасний хмарний застосунок для роботи з векторною графікою, який дозволяє створювати прототипи, зображення, елементи інтерфейсів, а також повноцінні WEB-дизайни [28]. Це один з найпопулярніших додатків для дизайнерів різних сфер таких як:WEB-

дизайн, контент-мейкери та інші digital-спеціалісти Серед переваг Figma — доступність у WEB-версії (не потребує інсталяції), можливість спільної роботи в режимі реального часу, підтримка прототипування та наявність широкого вибору готових компонентів.

Програма була обрана для реалізації проекту за допомогою її потужного інструментарію, вільного доступу до багатьох функцій та гнучких можливостей адаптації макетів під різні формати пристроїв. У Figma можна створювати інтерактивні кнопки, анімацію, тестувати структуру сайту, працювати з векторними зображеннями, використовувати сітки та гідри [36].

Одна из якостей Figma-це плагіни які роблять цей додаток універсальним та різностороннім. Вони допомагають витратити менше часу та автоматизувати роботу. Плагінів дуже багато і вони закривають дуже широку низку проблем дизайнерів. Плагіни знаходяться в бібліотеці на основній сторінці додатку [48].

Крім того, платформа надає доступ до великої кількості готових безкоштовних макетів, які можна використовувати як шаблони та адаптувати до потреби проекту. Це значно полегшує роботу та підтримується єдиною стилістикою в нашому дизайні. У Figma також є зручна система організації шрифтів, палітр, іконок та інших базових елементів дизайну [40].

Отже, Figma — це універсальний інструмент, який ідеально підходить для створення дизайну сучасного сайту та інших потреб. У цьому застосунку можливо реалізувати повноцінну візуальну концепцію бренду, створити дизайн-систему, візуал-контент та цілісну структуру сайту відповідно до поставлених завдань.

Для розробки окремих елементів дизайну, зокрема рекламних банерів для сайту «Beskoeffy ceramics», було використано онлайн-застосунок Canva [7]. Ця програма є універсальним графічним редактором, який підходить як для професійних дизайнерів, так і для початківців. Її

особливістю є простий інтерфейс, заснований на принципі перетягування (drag and drop), а також велика бібліотека шаблонів, елементів та інструментів для створення різноманітних візуальних матеріалів.

Canva дозволяє створювати як растрову, так і векторну графіку. У застосунку доступні шаблони для презентацій, дописів у соціальних мережах, флаєрів, меню, постерів, документів та інших форматів. Програма має більш ніж 1000 безкоштовних макетів [8]. Це значно полегшує процес роботи, особливо якщо необхідно швидко створити лаконічний і влучний графічний об'єкт. Саме тому рекламні банери для даного проєкту були створені в Canva — задля економії часу, простоти виконання і дотримання загальної стилістики бренду.

Серед основних можливостей Canva — зручний редактор зображень, різноманітні шрифти, текстові стилі, графічні елементи, а також вбудований відеоредактор. Також Canva підтримує функцію спільної роботи над дизайном, що дозволяє декільком користувачам працювати над одним макетом в реальному часі [46].

Canva надає доступ до великої кількості професійно розроблених шаблонів, які легко налаштовуються та адаптуються під потреби конкретного проєкту. У Pro-версії користувач має змогу змінювати розміри шаблонів без втрати якості — ця функція особливо корисна для адаптації графіки під різні формати пристроїв та платформ [49]

У Canva також реалізовано вбудоване редагування фотографій, що дозволяє коригувати зображення безпосередньо в інтерфейсі: змінювати розміри, обтинати, накладати ефекти, працювати з фільтрами та прибирати фон. Текстовий інструментарій програми дає змогу використовувати як безкоштовні, так і платні шрифти, які розділені за стилями та категоріями.

Ще однією важливою перевагою Canva є велика бібліотека графічних елементів — іконок, ілюстрацій, фігур, фонових зображень. Навіть у безкоштовній версії доступна велика кількість якісного контенту. Крім того, у Canva реалізовано інструменти для відеоредагування —

користувач може створювати прості відео, анімації, слайди, додавати текст, переходи та ефекти [31].

Серед основних переваг Canva варто відзначити інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, велику кількість шаблонів, зручну систему навігації, підтримку співпраці та багатий вибір графічних ресурсів. Водночас, існують і деякі обмеження: програма працює тільки при наявності доступу до інтернету, а деякі функції доступні лише в платній Pro-версії [8].

Отже, Canva — це зручний, інтерактивний і функціональний інструмент, який значно спрощує процес створення рекламного, візуального та презентаційного контенту. У рамках даного проекту він дозволив швидко і якісно реалізувати банери та графічні елементи сайту, дотримуючись обраної стилістики та дизайнерських принципів.

Однією з основних програм сайту, що використовувалися під час реалізації елементів дизайну «Beskoeffy ceramics», став Adobe Illustrator. Цей застосунок був обраний для створення авторського логотипу бренду, а також для роботи з окремими графічними елементами.

Illustrator – базова програма для дизайну різних спеціалізацій. Вона активно використовує професійні графічні дизайнери, проте вона також підходить і для WEB-дизайнерів, маркетологів, менеджерів візуального контенту та інших фахівців у сфері дизайну [30]. Програма має зрозумілий інтерфейс, який спрощує її вивчення навіть для початківців. Робота в Illustrator побудована на шаровій структурі, що дозволяє легко керувати складними макетами, використовувати маски, комбінувати елементи та зберігати точність у композиції.

Програма включає в себе багато інструментів для малювання таких як: пензлі, фігури, олівець, градієнти та інше. Завдяки підтримці формату виробництва створені елементи можуть масштабуватися без втрати якості, що особливо важливо для розробки логотипів і фірмового стилю [17].

Adobe Illustrator має можливість інтеграції з іншими програмами Adobe (Photoshop, Indesign та інші). Програма підтримує великий перелік

форматів: AI, SVG, EPS, PDF, JPEG, PNG та інші [4]. Крім того, Illustrator має засоби для простого 3D-моделювання, створення типографіки, патернів, постерів, іконок, макетів упаковок, презентаційних слайдів і навіть графіки для анімації.

Серед переваг Adobe Illustrator — функціональність, професійна точність, багатий набір інструментів і можливість створення будь-яких графічних продуктів: від логотипу до складного бренд-оформлення.

Програма також пропонує розширене форматування тексту, роботу з кривими, ефектами, можливість створення фірмових шрифтів і стилізованих написів [17].

У сьогоденні час в Illustrator є можливість генерації за допомогою ші, що робить роботу більш автоматизованою та простою.

До недоліків можна віднести досить високу вартість ліцензій, викликаючи онлайн-доступ без інсталяції, а також тривале навчання для новачків, остання програма має великий функціонал, який потребує часу для повного освоєння [30].

Отже, саме Adobe Illustrator було обрано для створення логотипу керамічної студії, після чого він є оптимальним інструментом для створення високоякісної векторної графіки, що дозволяє реалізувати індивідуальний художній стиль, точність форми та професійну презентацію бренду.

2.2. Сучасні дизайнерські підходи та конкурентний аналіз

Серед найцікавіших сучасних прийомів — нестандартне розташування блоків. Асиметричні композиції, блоки різної форми та розміру, динамічні макети можуть відходити від шаблонів та створювати індивідуальну візуальну структуру, яка краще відповідає особливостям бренду. Наразі цю тенденцію можна побачити на багатьох сучасних сайтах, а також на сайтах пов'язаних з керамікою [29].

Сучасні технології, розвиток технологій та цифрові інновації мають

сильний вплив на сучасні тренди та тенденції в WEB-дизайні. WEB-сайти, мобільні застосунки та онлайн-платформи вже давно перестали бути лише інструментами — вони стали невід'ємною частиною нашого щоденного життя. Зі зростанням ролі цифрових продуктів виникає необхідність їх адаптації до нових умов і вимог.

Головним елементом цієї трансформації наразі є мобільна версія, яка активно проникає в усі сфери цифрової взаємодії. Все більше користувачів щоденно обирають смартфони й планшети замість ком'ютерів та ноутбуків для доступу до контенту та послуг, що підкреслює актуальність якісного мобільного дизайну. Сучасний цифровий продукт без мобільної версії часто втрачає конкурентоспроможність і довіру користувачів [5].

Із моменту появи перших мобільних пристроїв із невеликими екранами мобільна версія стала невіддільною складовою WEB-сайтів. На сьогодні складно уявити популярний та ефективний сайт чи застосунок без адаптації до мобільних платформ — відсутність такої підтримки призводить до втрати користувачів [23].

Дивлячись, що понад половина світового трафіку вже припадає на мобільні пристрої (згідно зі Statcounter — 55% проти 44% для десктопів у листопаді 2021 року), питання оптимізації дизайну під смартфони набуло стратегічного значення. Багато компаній досі не створюють мобільні версії або недостатньо інвестують у них, що негативно відзначається на їх прибутках та успіху.

Серед основних викликів: не відзначення важливості мобільного дизайну, обмеження технічних можливостей мобільних пристроїв, потреба в постійному оновленні під нові моделі та тренди, а також складність розробки адаптивного й ефективного інтерфейсу.

Згідно з дослідженням Google, 70% користувачів полишають сайт, якщо він не підлаштований під мобільні пристрої, а 53% — якщо завантаження триває більше трьох секунд. Nielsen Norman Group вказує,

що мобільні користувачі переглядають контент на 25% швидше, ніж комп'ютерні. Forrester Research свідчить: компанії з мобільною версією продукту отримують на 30% більше продажів [44].

Statista оцінює, що у 2023 році 7,5 мільярда людей використовували мобільні пристрої — це 63% населення планети. Крім того, 92% часу в інтернеті користувачі проводять саме з мобільних гаджетів, і 80% віддають перевагу застосункам замість WEB-сайтів [5,44].

Отже, мобільний доступ є критично важливим каналом комунікації. Ігнорування цього аспекту веде до втрати клієнтів і прибутків.

WEB-дизайн використовує повноекранні відео, які демонструють продукт, атмосферу бренду чи його цінності. Такий формат дозволяє максимально захопити увагу користувача та створити ефект занурення. Особливо ефективно це працює, коли відео стилістично відповідає загальному візуальному тону сайту і тільки ще сильніше заохочує цим споживачів. Але такий формат має мінуси такі як візуальне перевантаження сторінки та виклик дратування у деяких споживачів [51].

Цього року значно зросла популярність геометричних форм та орнаментальних форм, застосування яких не тільки підкреслює фірмову стилістику та естетику, а й дозволяє створювати унікальні та авторські візуальні ритми, включаючи 3D-ефекти. Це особливо актуально для брендів, пов'язаних із керамікою, ремеслом і декоративно-прикладним мистецтвом.

У меншому тренді залишаються гіфки та анімовані зображення, які можуть швидко отримати повідомлення без перезавантаження тексту. Але вони все таки залишаються в трендах WEB-дизайну. Актуально також використання нестандартної авторської графіки — яскравої, емоційної, часто з гротескними або художніми елементами, що показує особистість та унікальність.

Окремо варто виділити 3D-зображення, які створюють ефект

об'ємності, сучасності та футуризму у віртуальному середовищі. Їх використання дозволяє виглядати бренду технологічно просунутим, креативним та сучасним [51].

Щодо кольорових рішень, актуальними залишаються теплі теракотові, пісочні, оливкові, попелясто-сірі та ніжно-рожеві відтінки, а також набувають популярність акцентні кольори, такі як: електричний синій, фіолетовий, кораловий або м'ятний. Ці кольори можуть створити як і спокійний та ніжний дизайн, так і яскравий та бурхливий [44].

Отже, застосування сучасних тенденцій WEB-дозволяє зробити сайт не лише естетично привабливим, а й ефективним інструментом взаємодії з користувачем, що особливо важливо для студії «Beskoeffy Ceramics», яка прагне поєднувати традиції з сучасністю.

У межах дослідження ринку керамічного дизайну було проаналізовано шість WEB-сайтів керамічних студій та брендів: GUNIA, Чебрець, Giselle Hicks Ceramics, Kust, Studio Arhoj та Frama. Мета аналізу — знайти плюси та мінуси структури та дизайну цих сайтів та проаналізувати наскільки ці сайти працюють на аудиторію та винести висновки для створення сайту для керівної майстерні «Beskoeffy ceramics».

GUNIA Project — це український бренд, який продає не тільки кераміку, а й інші товари такі як: одяг, прикраси та речі для декору [39]. Дизайн сайту витримано в пастельних відтінках, з великою кількістю білого простору та акцентом на візуальну презентацію продукту. Вся візуальна картинка побудована навколо мінімалізму та натуральності, що відповідає запитам цільової аудиторії — а саме поціновувачам українського ремесла та традицій. (рис.2.2.) Структура сайту зручна, проте можна відзначити дещо розмиту айдентику: логотип та візуальні елементи бренду не завжди залишають впізнаване враження.

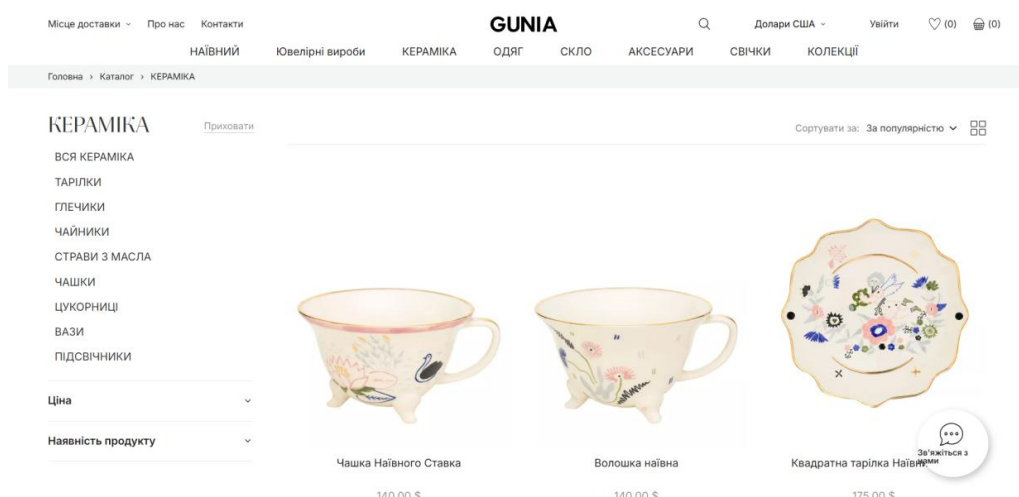


Рис.2.2. Сторінка кераміки сайту GUNIA Project.[39]

Чебрець — українська керамічна майстерня з лаконічним сайтом, де акцент зроблено саме на продукції [33]. Проте бракує візуальної цілісності: логотип виглядає як текстова назва без графічного стилю, що робить його невпізнаваним для споживача, типографіка не підтримує брендову індивідуальність. Кераміка візуально приваблива, але візуальна подача не залишає яскравого враження. Айдентика слабка або відсутня, що ускладнює позиціонування студії серед конкурентів.

Giselle Hicks Ceramics — американський бренд, який має естетику мінімалізму та стилю сучасності [38]. Сайт відразу створює враження сучасного, продуманого середовища з асиметричними галереями, великими зображеннями та ідеальною просторовою композицією (рис.2.3.).



Рис.2.3. Головна сторінка Giselle Hicks Ceramics [38]

Айдентика глибока та стримана, що повністю відповідає продукції бренду. Недоліки практично відсутні — сайт демонструє сильний приклад візуальної стратегії.

Kust Ceramics — ще один сучасний сайт для керамічної студії. В основі дизайну чітка сітка, пастельні відтінки та чистий шрифт [42]. Продукція представлена лаконічно, з фокусом на деталі. Цей сайт може служити прикладом добре організованої структури з витриманим стилем, але, можливо, він шлюбє видимої “родзинки”, що зробила б бренд більш пізнаваним.

Studio Arhoj — данська студія, відома поєднанням дитячої наївності, яскравих кольорів та експериментального підходу [32]. Сайт надзвичайно живий, кольоровий, але при цьому дуже зручний у навігації. Структура побудована навколо великих фотографій продукції, коротких текстів і інтуїтивної логіки. Айдентика — сильна і впізнавана, а відео- і графічний контент одразу створює у користувача емоційний зв’язок з брендом (рис.2.4.). Цей сайт — один із найкращих прикладів повноцінної реалізації візуальної мови керамічної студії.

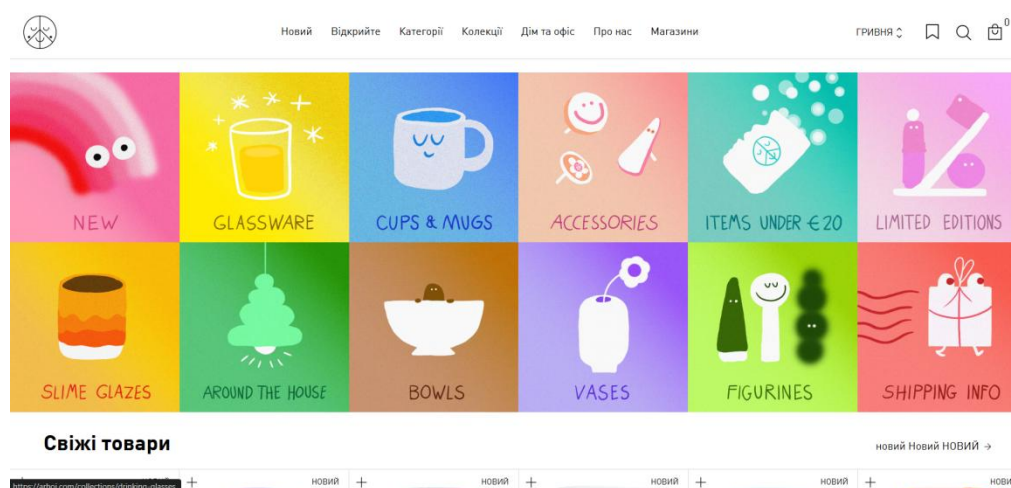


Рис.2.4. Ілюстрації сайту Studio Arhoj [32]

Frama — скандинавський бренд, що працює з інтер'єром, меблями та керамікою [37]. Сайт витриманий у дуже стриманій, мінімалістичній

стилістиці, що відображає філософію бренду. Проте велика кількість тексту, відсутність виразної візуальної айдентики та скупий візуальний контент можуть зробити сайт складним для сприйняття. Цей приклад показує межу мінімалізму, після якої сайт втрачає емоційність.

Отже, проведений аналіз показав, що найефективнішими є ті сайти, де поєднано якісну структуру, впізнавану айдентичку, естетичну подачу продукції та зручність для користувача. Ці фактори лягли в основу розробки власного дизайну для студії «Beskoeffy Ceramics».

2.3. Тенденції в оформленні сайтів керамічних майстерень

У цьому попередньому розділі було здійснено аналіз сайтів керамічних брендів, що дозволило проаналізовані ключові сучасні візуальні тенденції в оформленні сайтів для керамічних майстерень. Однією з найвиразніших характеристик є тренд до мінімалізму, що проявляється як використання великої кількості білого простору, чіткої сітки, пастельної нейтральної палітри, а також геометричних, гострих фігур та відсутністю окремих зайвих декоративних елементів. Прямий приклад можна побачити на багатьох сучасних сайтах керамічних студій. Білий колір у цьому контексті виконує не лише естетичну, а й ще композиційну функцію — це створює відчуття простору, чистоти та спокою. Ще однією характерною складовою є логотип. У кінцевому підсумку керамічних брендів він не є просто шрифтовим написом, а стає частиною візуальної айдентики. Наприклад, логотип «GUNIA project» виглядає сучасно, лаконічно, але водночас естетично — з відсилками до культурного спадка [39]. Натомість у бренду «Чебрець» логотип виглядає як простий заголовок, без виразного характеру чи ідентичності, що послаблює ефект упізнаваності та індивідуальності бренду.

Також на WEB-сайтах активно виготовлені декоративні елементи, подібні до орнаментів. У «GUNIA project» це естетичне посилання на українську традицію та культуру, а в «Чебрець» — візуалізація

натуральності й ручної роботи [33]. Орнамент тут виконує як ідентичну, так і емоційну та художню функцію, формуючи культурну айдентичку бренду.

На закордонних сайтах, наприклад Giselle Hicks Ceramics, можна спостерігати іншу важливу тенденцію — асиметрію в структурі сторінках [38]. Такий дизайн базується на нестандартному розміщенню зображення, великих фотографіях керамічних виробів на головному екрані та зміщених блоках з інформації. Візуально це виглядає динамічно, експериментально і водночас графічно. Крім того, тексти тут мають інтерактивну частину— вони можуть бути анімованими або оформленими у вигляді графічних блоків, що разом із темною палітрою створює естетику сучасного арт-простору.

Сайт «Arhoj» яскраво показує креативний підхід у дизайні — тут використовують насичені кольори, унікальні авторські ілюстрації та анімовані гіф-елементи, а загальний візуальний стиль поєднує ігрову та дитячу естетику, що підкреслює ручну крафтову та веселу природу бренду [32]. Такий підхід створює емоційний контакт із користувачем і формує відчуття близькості до бренду. Використання гіфок і демонстрація процес створення виробів є не лише ефектним, але й дуже трендовим прийомом, що відповідає тенденціям сучасного візуального дизайну.

Окремо варто виділити ключовий бренд «UClay», створений студією «Tubik»[54]. Цей проект показує, як можна вдало поєднати традиційні ремісничі елементи з сучасною графічністю. У дизайні використовують теплі природні кольори — коричневий, зелений, темно-сірий — що асоціюються з глиною, землею та природою. Логотип бренду — це поєднання округлого символу та шрифтової частини, яке виглядає елегантно, сучасно та адаптивно. Уся айдентика розроблена як система, що охоплює сайт, упаковку, друковану продукцію, фірмовий товар.

У сучасному дизайні сайтів керамічних брендів важливе місце займає анімація та мікроанімація. Елементи, що реагують на наведення

курсору, плавні переходи, інтерактивні кнопки — усе це покращує користувацький досвід і формує «живе» враження від сайту. Крім того, головну роль виконують високоякісні фотографії виробів. Більшість брендів використовує фото з природним освітленням, текстурою та акцентом на деталях, що дозволяє повноцінно показати продукт навіть у цифровому середовищі [45].

Таким чином, сучасні сайти керамічних брендів одночасно розвиваються в кількох основних візуальних напрямках. Серед них — мінімалізм, акцент на фотографії та структуровану подачу контенту, графічність та асиметрія, поєднання традицій із сучасними прийомами, інтерактивність, емоційність, яскраві елементи, фірмові шрифти, анімація та айдентика як гнучка система. Усе це в комплексі формує нову візуальну культуру у сфері керамічного дизайну, яка балансує між автентикою, технологічністю та естетикою.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проведено аналіз програмного забезпечення, що використовувалось для створення дизайну сайту «Beskoeffy Ceramics». Основною програмою для створення дизайну елементів сайту майстерні стала Figma.

Для розробки рекламних банерів використовувалась Canva, а Adobe Illustrator було обрано для створення авторського логотипу та орнаменту. Також було досліджено сучасні дизайнерські підходи у WEB-дизайні: мобільна адаптація, сторітейлінг, великі зображення, акцент на типографіку, анімації, природна палітра.

Проведено аналіз сайтів конкурентів, таких як «GUNIA Project», «Kust», «Чебрець», «Studio Arhoj», «Giselle Hicks», де розглянуто структуру, кольори, логотипи, подачу контенту та айдентики. Окремо проаналізовано кейс бренду «UClay», як приклад сучасного та візуально продуманого оформлення.

Отже, на основі дослідженого матеріалу були зроблені висновки щодо найкращих підходів до оформлення сайту для керамічної студії, які й стали базою для подальшої розробки дизайну власного проєкту.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ САЙТУ

3.1. Структура сайту та дизайн-складові

Перед створенням фінального дизайну було створено структуру сайту. Головний орієнтир був на класичну логіку побудови базового сучасного сайту, адаптовану до потреб і естетики бренду «Beskoeffy Ceramics». Було вирішено створити і десктопну, і мобільну версію сайту, але саме структура була розроблена тільки для комп'ютерної версії.

Початок сайту — це хедер, на якому з лівого боку буде розміщено логотип, а також з іншої сторони іконки особистого кабінету, пошуку та кошика. Меню буде у вигляді «бургеру» — воно відкривається й закривається за кліком і містить основні розділи: Home, Shop, Workshops, Gallery та інші. Одразу під хедером розміщується банер — це буде саме рекламний банер, який привертає увагу користувача і задає настрій усьому сайту.

Після цього було заплановано зробити блок, який показує естетику та атмосферу бренду. Там буде текст, що пояснює ідеї та цінності майстерні, і для кращого візуального сприйняття він буде оточений декоративним авторським орнаментом. Далі йде секція з товарами. У ній три категорії — посуд, вази та фігурки. До кожної додається фото, короткий опис і вказана початкова ціна.

Наступний блок — про майстер-класи. Було обрано три основні напрями: ліплення вручну, гончарний круг та розпис. У кожному випадку буде невеликий опис, фото прикладу, а також кнопка «Дізнатись більше», яка веде на окрему сторінку. Усе оформлено з урахуванням фірмового стилю — використані кола як декоративні елементи, і кольори, які було підібрано ще на етапі створення логотипу та стилістики бренду.

Після цього йде розділ «Про нас» — тут буде описано історію бренду. Далі — ще один банер, уже більш загального характеру, що

рекламує сайт загалом та має посилання на сайт.

Після банера буде форма для підписки. Користувач може ввести свою електронну пошту, вибрати статтю, натиснути кнопку і отримати знижку на перше замовлення. Далі йде блок із галереєю.

Завершується все третім банером, останнім горизонтальним орнаментом, відгуками та футером. У футері: категорії товарів, контакти, соцмережі, посилання на допомогу. У самому низу — назва бренду і прапор України, щоб підкреслити ідентичність бренду.

Ця структура продумана так, щоб користувач легко зорієнтувався на сайті, міг швидко знайти потрібну інформацію, а також візуально відчув атмосферу та естетику бренду.

Отже, запропонована структура сайту враховує як функціональні потреби користувача, так і естетику бренду. Вона логічно і правильно побудована, щоб послідовно ознайомити користувача з цінностями студії, асортиментом продукції, можливостями участі у майстер-класах, а також зручного середовище для комунікації з клієнтом. Завдяки гармонійному поєднанню блоків і візуальних акцентів, WEB-сайт має всі умови для того, щоб не лише інформувати, а й залучати, надихати та формувати спільноту навколо бренду «Beskoeffy Ceramics».

3.2. Розробка ескізів, макетів і банерів

Перший етап створення дизайну елементів сайту — це розробка ескізів та макетів. Було розроблено ескізи логотипу, макет структури сайту та ідеї та начерки банерів. Проаналізовано тенденції та тренди в створенні різних елементів дизайну.

Спочатку було створено макет сайту, а саме головної сторінки комп'ютерної версії. (рис 3.1.)

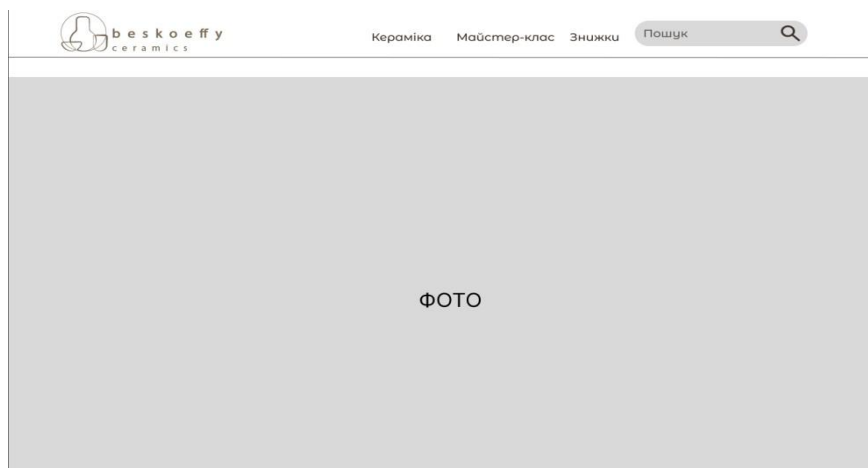


Рис.3.1. Макет головної сторінки сайту

Макет головної сторінки став основою для побудови дизайну сайту загалом. Він був систематично структурований: визначено розташування логотипа, фотографії, пошуку, категорій товарів та текстових блоків. На базі цього макету також створювалися сторінки товару та майстер-класу з ліплення.

Перед тим як перейти до фінального варіанту логотипу, було створено серію ескізів.(рис.3.2.) Було вивчено логотипи інших керамічних студій, проаналізовано форми, кольори та стилі. Метою було створити емблему, яка б відображала керамічний та природній характер бренду. Перші начерки виконувалися вручну, після чого перенесені в Adobe Illustrator. Розроблено кілька варіантів, із різною палітрою та композицією ліній і кольору. Фінальний варіант було обрано у темно-коричневому кольорі з плавними керамічними формами.

Ідеї банерів також розроблялися поетапно. Планувалося створити два основні банери: один для реклами майстер-класу, інший — для представлення продукції. Потім було додано ще третій банер, він рекламує саме сайт. Для усіх було створено один макет з урахуванням візуальної ієрархії: заголовок великим шрифтом, другорядна інформація — меншим

та інформація з примусом до дії, логотип, зображення виробу, QR-код. До вже готового банеру по макету було додано фактурний фон та деякі графічні елементи. Один з банерів став базовим зразком, за яким створювалися наступні варіанти.



Рис.3.2. Ескізи логотипу.

Окремою частиною став авторський орнамент (рис.3.3.) Після пошуку референтів рис. Було вирішено зосередитися на скандинавських геометричних формах, вони найкраще передають цінності бренду та сайту. Було створено ескізи, які згодом були опрацьовані в Illustrator. Орнамент став одним з ключових елементом у дизайні сайту, його було використано між блоками сторінок та як фоновий елемент для текстів і зображень.



Рис.3.3. Елемент авторського орнаменту.

Отже, у процесі створення макетів, ескізів і банерів було враховано не лише естетичні, але й функціональні аспекти. Ретельна підготовка, послідовне якісне планування та використання авторських графічних елементів дали змогу досягти високого рівня візуальної цілісності проєкту, яка підтримує загальну концепцію бренду «Beskoeffy Ceramics».

3.2.1. Створення логотипу

Після створення ескізів логотипу: було обрано основний ескіз і розпочалася його деталізація. Сам логотип складається з трьох елементів: керамічної вази, керамічного стаканчика та тарілки, розміщених на тлі кола. Основний колір логотипа — холодний темно-коричневий, що підсилює асоціацію з глиною та ремеслом, але логотип є мобільним і може мати різні кольори з палітри сайту. Було розглянуто пару варіантів оформлення: перший варіант— це лінійна композиція, але вона виявилась надто простою для створення логотипу, наступний варіант— створення повністю залитого логотипу це також виявилось надто просто і не цікаво візуально. Тому у фінальному варіанті було вирішено вдало поєднати контур і заповнення: частина елементів залишається порожньою, частина має товщі лінії, що створює баланс і глибину.

Вибір назви бренду відбувався між «Beskoeffy ceramics» та «Mudra ceramics». Остаточного обрано «Beskoeffy ceramics» як більш персоналізовану назву для просування авторського бренду. Основна назва виконана шрифтом Century Gothic (Regular) з інтервалом 200, нижній підзаголовок «ceramics» — шрифтом Montserrat (Regular) з інтервалом 647. Така типографіка гарно поєднує елементи логотипу та візуальну концепцію бренду. рис

Отже, логотип бренду керамічної студії «Beskoeffy ceramics» передає керамічну сутність через форму, колір та типографіку, відображаючи естетику бренду, його концепцію та легко інтегрується в загальний візуальний стиль сайту і друкованої продукції.

3.2.2. Створення банерів

Було створено три банери у двох форматах: горизонтальний (1920x1080 пікселів) для комп'ютерної версії сайту та квадратний (1080x1080) для мобільної. Перший банер рекламний — для майстер-класу. Він містить три тексти за ієрархією, фото чашки і рюмки із глянцевою глазур'ю, яка гарна вписується в дизайн банера, QR-код із посиланням на макет сайту у Figma та логотип у світло-бежевому кольорі. Фон має темно-коричневу текстуру, схожу на глину або цемент. Банер містить два графічних елементи: квітку зроблену із глини та дві лінії, які підкреслюють форму квітки. Створено також анімований варіант, у якому квітка й лінії обертаються в одну сторону, а текст і зображення з'являються за допомогою ефектів «Чорнило» в за стосунку Canva — з м'яким затемненням і розширенням. Текст з'являється по літері, створюючи ефект друкованого висвітлення, а сам об'єкт виникає з легким зсувом і прозорістю, посилюючи візуальний вплив.

Другий банер — це загальна реклама сайту. Він також містить QR-код, логотип, фото з трьома вазами, темно-коричневі круги з текстурою глини та обертові смугасті елементи, які нагадують форму гончарного кола. В анімованій версії додається легкий паралакс між шарами, а також з'являються тексти по черзі.

Третій банер — це знову реклама майстер-класів. Логотип вже темно-коричневого кольору, текст також за ієрархією, світло-бежевий фон, декоративні смуги, фото дівчини в процесі ліплення. Анімований варіант включає обертання кола, поетапну появу тексту і динамічне відображення зображення через ефект чорнила, який переходить у чітку картинку із збереженням кольорового балансу.

Усі банери були створені в програмі Canva, статичні збережено у форматі JPEG, а анімовані — у форматі GIF платформи. Банери виконують як естетичну, так і функціональну рекламну роль, покращують взаємодію користувача з сайтом підкреслюють стиль бренду і створюють

емоційний зв'язок.

3.3. Розробка дизайну сайту: кольорова палітра, типографіка, орнаментика

У межах дипломного проєкту був створений фінальний дизайн сайту для керамічної студії «Beskoeffy Ceramics». В фінальному результаті були створені такі сторінки : головна сторінка комп'ютерної версії сайту, головна сторінка адаптована під мобільну версію, сторінка з інформацією про майстер-клас , сторінка однієї з категорії товарів та сторінка товару, а саме вази. Головна концепція сайту — це стиль мінімалізм з нотками етнічності, яку підкреслює використання орнаменту, природніх текстур та кольорів глини.

Для тексту було використано шрифти Montserrat та Montserrat Alternates. Заголовки набрані курсивом, з більшим інтервалом між літерами, у шрифті Montserrat Alternates, Italic. Решта текстів — Montserrat Regular. Кольорова палітра сайту складається з коричневих та бежевих кольорів та їх відтінків. Основний колір фону сайту світло-бежевий.

Логотип в темно-коричневому кольорі було розміщено зверху сторінки в правому кутку, посередині вверху сторінки назва бренду курсивом «Beskoeffy» та в лівому кутку іконка особистого кабінету, яку було використано з плагіну Figma—Iconify (рис.3.5.).



Рис.3.5. Хедер сайту.

Меню представлено у вигляді бургер-іконки. (три риски) Кнопка меню є робочою, тобто якщо на неї натиснути з'являється меню темно-коричневого кольору з бежевим текстом, з усіма категоріями які ми маємо

на сайті. Якщо знову нажати на меню, то воно сховається назад. Головна сторінка починається з банера, у якому передбачено зміну зображень (реалізовано прототип лише одного банера з індикатором — три точки, активна з яких виділена). Було використано баннер розроблений в канві, який рекламує саме майстер-класи. Після баннера розміщено лінійний авторський орнамент, який підкреслює естетику бренду та етнічність сайту. Він виконаний в темно-коричневому кольорі.

Потім розміщено текст, який показує цінності бренду та його естетику (рис.3.6.). Сам текст з двох сторін обрамлений орнаментами для максимально звернення уваги на нього.

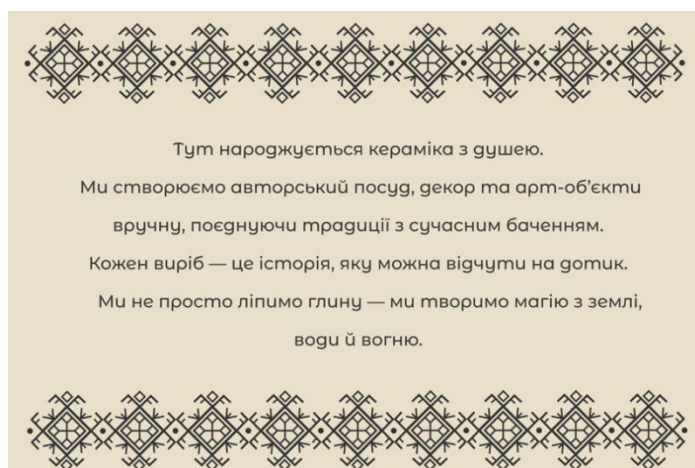


Рис.3.6. Елемент дизайну сайту та орнамент.

Наступними йдуть керамічні вироби, в цій категорії присутні три види товарів такі як: «Посуд», «Вази» та «Фігурки». Під ними написана ціна від якої починається вартість за товар. Задній фон — орнамент на теплокоричневому тлі з бежевим візерунком, який акцентує увагу на керамічній тематиці.

Секція майстер-класів ділиться на три майстер-класи. Кожний має назву та короткий опис, під описом йде кнопка дізнатися більше та навпроти фото з елементами роботи на майстер-класі. Фон — це текстура під

мрамур чи глину темно-коричневого кольору і дизайн доповнений колами для розширення візуальної картини секції. У розділі «Про нас» розміщено опис концепції майстерні, її цінностей та супровідне зображення вази у стилі мінімалізму. Далі йде другий розроблений раніше баннер з рекламою сааае сайту «Beskoeffy ceramics», після масштабований орнамент на темно-коричневому тлі та секція з підпискою на знижку. Тут розміщено фото на текстурованному фоні з різним посудом та плашку з реєстраційною формою, вводом email, вибором статті та кнопкою «Підписатися». Рис Окремо є лінійна плашка з підпискою на розсилку на пошту та кнопкою «Підписатися».

У розділі «Галерея» показано пару робіт з майстер-класів на текстурованному фоні. Нижче — третій баннер, на якому реклама знову сааае майстер-класів . Сайт завершується орнаментальною смугою, секцією з відгуками, аватарами, які можна обрати на сайті на мраморному фоні і традиційним футером з категоріями, контактами та соцмережами. У самому низу розміщено прапор України і напис «@beskoeffy ceramics».

Для банерів було реалізовано два формати — 1920x1080 для десктопу і 1080x1080 для мобільних пристроїв. Приділено увагу для зменшення навантаження візуальної айдентики для мобільної версії сайту . Клікання в розділі «Майстер-клас» на кнопку «Дізнатися більше» веде на відповідну сторінку, наприклад, «Ліплення вручну». На ній розміщено логотип, пошук, (зверху) далі на самій сторінці заголовок, короткий опис, тривалість заняття, ціна, кнопка купівлі, лайк, для додавання майстер-класу до «Вподобання» і фото самого процесу. Нижче розписані варіанти оплати (готівка/онлайн карткою/термінал) та кнопка купівлі сертифікату як подарунку . Нижче описано деталі майстер-класу , що входить у вартість та, що отримає клієнт після майстер-класу.

Все оформлено колами для доповнення дизайну та завершується сторінка традиційним футером. У категорії «Керамічні вироби» при натисканні на «Вазу» відкривається сторінка з 4 товарами, що розміщені

по два в ряд, всього два ряди. Над кожним товаром написана назва знизу вказана ціна та кнопка «купити». З іншої сторони є іконки корзини та лайку. Між рядами простір заповнено орнаментом темно-коричневого кольору, а за самими вазами орнамент та коричневому фоні бежевого кольору. Під час вибору конкретної вази, наприклад «Керамічна ваза Бордо», відкривається нова сторінка з товаром, на якій присутній сам товар,(фото) назва, опис товару , наявність , ціна та кнопка «Купити».

Нижче описані способи доставки та оплати. Далі йде ще один розділ такий як «характеристики» де описано розмір ,матеріал і т.д.. Сторінка прикрашена текстурованим фото та колами. Снизу також футер.

Отже, проаналізувавши й вивчивши сайт, можна зробити висновок, що використання стилістики мінімалізму й тепло-коричневих кольорів є найвдалішим рішенням для дизайну керамічної майстерні. Структура, кольорова гама, типографіка та графічні елементи сайту точно відображають естетику бренду Beskoeffy Ceramics. Усі елементи продумані, сучасні та витончені, при цьому зберігають характер бренду і підтримують емоційний зв'язок з користувачем.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було розроблено як структуру сайту, так і його фінальне візуальне оформлення. В основі структури лежить чітка логіка побудови: всі блоки продумані і розташовані з урахуванням зручності для користувача та підкреслення головних елементів бренду. Було створено логотип, графічні елементи, банери, макети сторінок для десктопної та мобільної версії, а також оформлення окремих функціональних елементів, таких як меню, кнопки, карточка товару та сторінка майстер-класів.

Усе візуальне рішення складається з поєднання природної кольорової гама, мінімалістичних форм та декоративних орнаментів, які гармонійно перетворюється в етнічні мотиви з сучасними тенденціями в дизайні. Типографіка, кольори, орнаменти — усе це працює на створення

цілісного образу студії «Beskoeffy Ceramics». Усі сторінки мають логічну побудову, де кожен блок виконує як естетичну, так і функціональну роль.

Таким чином, сайт вийшов не просто презентаційним, а глибоко продуманим — з індивідуальним характером та атмосферою, чіткою айдентикою та зручною навігацією. Він передає емоцію та естетику бренду та водночас виконує всі технічні завдання, що ставились у рамках дипломного проекту.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломної роботи було досліджено процес створення WEB-дизайну для керамічної студії «Beskoeffy ceramics». Також, було вивчено історію розвитку WEB-дизайну, етапи розвитку інтерфейсів, роль цифрових технологій у дизайні та сучасні принципи UX/UI. Окрему увагу приділено дослідженню історію розвитку керамічного мистецтва та історію орнаменту загалом. Вивчено особливості скандинавського геометричного орнаменту як джерела натхнення для декоративних елементів сайту, а також особливості популяризації керамічного ремесла в цифровому середовищі.

Також було проведено конкурентний аналіз вітчизняних і зарубіжних сайтів керамічних студій, що дозволило визначити найбільш ефективні стилістичні та технічні рішення, які було адаптовано відповідно до задач бренду. Досліджено сучасні програмні засоби для створення WEB-дизайну, зокрема Canva, Figma та інші графічні редактори, які дали змогу реалізувати дизайн з урахуванням адаптивності та інтерактивності. На основі аналізу було сформовано логічну структуру сайту, продумано його функціональне наповнення, розроблено макети головної сторінки, сторінок товару, майстер-класів і галереї в десктопній та мобільній версіях. Також було створено логотип, що поєднує мінімалізм, етнічну стилістику та впізнавані керамічні форми.

Розроблено три рекламні банери в анімованій і статичній версіях для різних форматів, з урахуванням правил створення рекламних банерів: візуальної ієрархії, акцентів і правильної кольорової палітри. Розроблено авторський орнамент, який використано в декількох варіантах у дизайні сайту для побудови чіткої айдентики. Весь візуальний стиль базується на коричневих природніх кольорах та відтінках, що асоціюються з глиною, деревом і ручною працею. Типографіка підібрана відповідно до ідеї простоти, чистоти та сучасних візуальних трендів.

У підсумку, кваліфікаційна робота довела, що WEB-дизайн може стати потужним засобом для передачі цінностей бренду та формування емоційного контакту з аудиторією. Завдяки поєднанню дослідження культурного контексту, графічних розробок та чіткого планування вдалося створити сайт, який гармонійно відображає естетику «Beskoeffy ceramics», відповідає сучасним вимогам WEB-простору та слугує ефективною візуальною платформою для просування керамічної студії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 12 головних геометричних символів української вишивки.
URL: <https://vseosvita.ua/blogs/12-holovnykh-heometrychnykh-symvoliv-ukrainskoi-vyshyvky-69274.html> (дата звернення: 2025-06-05).
2. 28 років тому запустили перший у світі вебсайт. URL: <https://babel.ua/texts/23307-28-rokiv-tomu-zapustili-pershiy-u-sviti-veb-sayt-mi-pokazali-yak-viglyadav-bi-thebabel-v-1990-roci> (дата звернення: 2025-06-05).
3. Стецюк В. Етногенетичні процеси в Східній Європі та Азії від неоліту до епохи бронзи. URL: <https://www.v-stetsyuk.name/uk/Alterling/Neolithic.html> (дата звернення: 2025-06-05).
4. Бережна К. Використання Adobe Illustrator в розробці бренд буків. Матеріали студентської наукової конференції. ХДАДМ, 2022. С. 53–56. URL: https://ir.ksu.ks.ua/bitstream/123456789/15934/1/Berezhna_K_Illustrator_Brandbook.pdf (дата звернення: 2025-05-17).
5. Боровік М.С., Пасько О.М. Важливість мобільної версії для цифрових продуктів. Молодь, освіта, наука та мистецтво : зб. матер. IX Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Умань, 23-24 лист. 2023 р.) Умань : Візаві, 2023. С. 33–35. URL: https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Molod_osvita_nauka_duhovnist/23molod_zbirka_tez.pdf
6. Бурла В., Гаврилюк М. Responsive Web Design Techniques. Збірник наукових праць «Knowledge-Based Organization». 2017. Т. 23, № 3. С. 37–42. DOI: 10.1515/kbo-2017-0153 (дата звернення: 2025-04-07).
7. Canva : офіційний сайт. URL: https://www.canva.com/uk_ua/ (дата звернення: 2025-05-10).
8. CapCut : огляд застосунку Canva. URL: <https://www.capcut.com/uk-ua/resource/reviews-of-canva-app> (дата звернення: 2025-05-11).
9. Демчина Д. Відкриття керамічної майстерні: що потрібно для гончарства. 2024. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/vidkryttia->

[keramichnoi-majsterni-shcho-potribno-dlia-honcharstva/](#) (дата звернення: 2025-05-02).

10. Дущенко О. С. Огляд історії розвитку Web. Фізико-математична освіта. 2018. Вип. 2. С. 46–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/fmo_2018_2_11 (дата звернення: 2025-04-04).

11. Символ «Вегвізир». Історія, знахідки та значення. 2024. URL: <https://www.dmazko.com/simvol-vegvizir-istoriya-znahidki-ta-znachennya/> (дата звернення: 2025-04-14).

12. Купрунець Т. Я. Тенденції та перспективи розвитку сайтобудування, їх вплив на архівне копіювання веб-сайтів. Архіви України. 2013. № 6. С. 95–104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ay_2013_6_10 (дата звернення: 2025-04-21).

13. Лісовська А., Калита А. Контент веб-сайтів і їхня структура. Молодий вчений. 2019. № 10 (74). С. 166–170. http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_10%281%29_41 (дата звернення: 2025-04-23).

14. Можливості Figma: сервіс для розробки вебдизайну. URL:<https://hyperhost.ua/info/uk/mozhливosti-figma-servis-dlya-rozrobki-veb-dizaynu> (дата звернення: 2025-06-05).

15. Молодь, освіта, наука та мистецтво = Youth, Education, Science and Art : зб. матер. IX Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Умань, 23–24 лист. 2023 р.) / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; редкол.: І. Г. Терешко [та ін.]. Умань : Візаві, 2023. 347 с. С. 107. URL:https://uu.edu.ua/upload/Nauka/Molod_osvita_nauka_duhovnist/23molod_zbirka_tez.pdf (дата звернення: 2025-04-02).

16. Панасенко Я. Д. Історія розвитку орнаменту як елементу декоративно-прикладного мистецтва. Current problems of mankind and ways to solve them : зб. тез. Варшава : Sp. z o.o. “Consulting Publishing”, 2024. С. 59. URL: <https://eu-conf.com/wp-content/uploads/2024/10/CURRENT-PROBLEMS-OF-MANKIND-AND-WAYS-TO-SOLVE-THEM.pdf#page=59> (дата звернення: 2025-04-30).

17. Радзієвський В. А. Сучасні векторні редактори у графічному дизайні : порівняльний аналіз. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Інформатика. 2021. № 38. С. 91–97. URL: <https://periodicals.karazin.ua/informatics/article/view/17789/16040> (дата звернення: 2025-05-16).
18. Руни таємниці старшого футарку. AMLT. URL: <https://www.amlt.in.ua/руни/руни-таємниці-старшого/> (дата звернення: 2025-04-16).
19. Савцова О. В., Воронов Г. К., Фесенко О. І., Смирнова Ю. О., Покроєва Я. О. Історія та розвиток керамічного виробництва : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 220 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/62141/1/2021%20печат.%2011Н%20Фесенко.pdf> (дата звернення: 2025-04-29).
20. Савченко О. Сучасний культурно-мистецький простір : креативні та інформаційно-комунікаційні трансформації : зб. матеріалів Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Київ, 2023 р.). Київ : НАКККиМ, 2023. С. 15–18.
21. Символіка вікінгів та її значення. UAModna. URL: <https://uamodna.com/articles/symvolika-vikingiv-ta-yiyi-znachennya/> (дата звернення: 2025-04-18).
22. Скандинавський стиль : мінімалізм і функціональність. WeLoveBrands. URL: https://welovebrands.com.ua/ua/blogs/_skandinavskyj-style/ (дата звернення: 2025-04-22).
23. Сомів В. Тренди веб-дизайну 2024. MEGASITE. 2024. URL: <https://megasite.ua/ua/trendi-veb-dizaynu-2024> (дата звернення: 2025-05-21).
24. Українська LibreTexts. Вікінги : культура та історія. URL: https://ukrayinska.libretexts.org/.../6.10%3A_%D0%92%D1%96%D0%BA_%D0%B2%D1%96%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B3%D1%96%D0%B2 (дата звернення: 2025-04-20).
25. UAModna. URL: <https://uamodna.com/articles/symvolika-vikingiv-ta-yiyi-znachennya/> (дата звернення: 2025-06-05).

26. Що таке банерна реклама. Elit-Web. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-bannernaja-reklama> (дата звернення: 2025-04-27).
27. Що таке Figma та для чого вона потрібна. Cases. URL: <https://cases.media/article/sho-take-figma-ta-dlya-kogo-vona-potribna> (дата звернення: 2025-05-06).
28. Impulse Design. Основні тренди веб-дизайну 2018. URL: <https://impulse-design.com.ua/ua/osnovnye-trendy-veb-dizajna-2018.html> (дата звернення: 2025-05-19).
29. Adobe Illustrator : Official product page. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html> (дата звернення: 2025-05-15).
30. Alyoussef I. A. Using Canva to Enhance Students' Engagement in Vocational Education : A Case Study in Saudi Arabia. URL: <https://www.researchgate.net/publication/371497331> (дата звернення: 2025-05-14).
31. ARHOJ Ceramics. URL: <https://arhoj.com/?srsltid=AfmBOopW2O600WfuEshpF6cNw-79glDniErzFrrbWLmn60gwc3VPzfpN> дата звернення: 2025-05-28).
32. Chebrec Studio. URL: <https://www.chebrec.com/?srsltid=AfmBOoqNiIzvKyIBbiBENSdXEd44agKvZRdRjGV6ghikbAX3wR7tysd-> (дата звернення: 2025-05-25).
33. Design Approaches for Art & Web. arXiv.org. 2023. URL: <https://arxiv.org/pdf/2303.10325> (дата звернення: 2025-04-25).
34. Evolution of the Internet — Web 1.0–5.0. Medium. URL: <https://medium.com/lbank/evolution-of-the-internet-web-1-0-2-0-3-0-4-0-and-5-0-1d5749e62e2c> (дата звернення: 2025-04-17).
35. Figma : офіційний сайт. URL: <https://www.figma.com> (дата звернення: 2025-05-07).
36. Frama Ceramics. URL: <https://framacph.com/collections/ceramics> (дата звернення: 2025-05-29).

37. Giselle Hicks Ceramic Artist. URL: <https://www.gisellehicks.com/> (дата звернення: 2025-05-26).
38. GUNIA Project. URL: https://guniaproject.com.ua/?srsltid=AfmBOopqpSxX0AbqmcECHjKidcameACAZGph-V_Ih5paqcCLTGhDhN7W (дата звернення: 2025-05-24).
39. How to Use Figma Templates for Your Design Projects. FigmaFy. URL: <https://figmafy.com/how-to-use-figma-templates/> (дата звернення: 2025-05-09).
40. Kim J., Agrawala M., Bernstein M. S. Mosaic : Designing online creative communities for sharing works-in-progress. Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW '17). New York : ACM, 2017. С. 246–258. URL: <https://arxiv.org/pdf/1611.02666> (дата звернення: 2025-05-05).
41. KUST Ceramics. URL: <https://www.kustceramics.com/ua/ home/> (дата звернення: 2025-05-27).
42. Leiner B. M., Cerf V. G., Clark D. D., Kahn R. E., Kleinrock L., Lynch D. C., Postel J., Roberts L. G., Wolf S. A Brief History of the Internet. arXiv.org. 1999. URL: <https://arxiv.org/abs/cs/9901011> (дата звернення: 2025-04-10).
43. Nielsen Norman Group. Mobile UX Research and Trends 2023. URL: <https://www.nngroup.com/articles/mobile-ux/> (дата звернення: 2025-05-23).
44. Pacelt O. Story of the Internet. From Web 1.0 to Web 4.0. Botland. 2021. URL: <https://botland.store/blog/story-of-the-internet-from-web-1-0-to-web-4-0/> (дата звернення: 2025-04-12).
45. Pertiwi I. P. The Influence of Social Media Use Toward Students' Creative Product Using Canva. KnE Social Sciences. 2022. DOI: 10.18502/kss.v7i18.12391 (дата звернення: 2025-05-12).

46. Pörner A. Web 1.0, 2.0, 3.0 and 4.0: The evolution of the internet. SEEBURGER. 2025. URL: <https://blog.seeburger.com/the-evolution-of-the-internet-web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-4-0/> (дата звернення: 2025-04-15).
47. 20 Best Figma Plugins for Designers. ProtoPie. URL: <https://www.protopie.io/blog/best-figma-plugins> (дата звернення: 2025-05-08).
48. Rachmadtullah R., Syaodih E., Frasandy A. & Martono T. The Effectiveness of Canva Application as Learning Media in Digital Era. Proceedings of the 2nd International Conference on Education, Language and Art (ICELA 2020). 2020. DOI: 10.4108/eai.28-10-2020.2315334 (дата звернення: 2025-05-13).
49. Rahadi D. R., Abdillah L. A. The utilization of social networking as promotion media (Case study : Handicraft business in Palembang). Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (SESINDO 2013). 2013. URL: <https://arxiv.org/pdf/1312.3532> (дата звернення: 2025-05-04).
50. Smashing Magazine. Web Design Trends 2024. URL: <https://www.smashingmagazine.com> (дата звернення: 2025-05-22).
51. A Study on the Manifestation of Humanistic Thought in Scandinavian Home Design. Wuhan Textile University. 2021. URL: <https://www.researchgate.net/publication/348412658> (дата звернення: 2025-05-01).
52. Teilmann-Lock S. History and Current Status of Design in Scandinavia. SSRN. 2020. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3691070> (дата звернення: 2025-04-24).
53. Web3 O'clock. Evolution Of Web – Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 & Web 5.0. Medium. 2023. URL: <https://web3oclock.medium.com/evolution-of-web-web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-5-0-905c6dbdecf1> (дата звернення: 2025-04-19).
54. Yalanska M. Case Study: UClay. Identity and Packaging Design for Ceramics and Pottery Brand. Tubik Blog. URL: <https://blog.tubikstudio.com/identity-packaging-design-ceramics-and-pottery-brand/> (дата звернення: 2025-06-09).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір

Продовження додатку А

Матеріали конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації - 2024»

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Вінницький національний технічний університет
Інститут комп'ютерної інженерії, автоматизації,
робототехніки та програмування ім.П.Н.Платонова



МАТЕРІАЛИ

IV ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО – ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ, АСПІРАНТІВ
ТА СТУДЕНТІВ

«КОМП'ЮТЕРНІ ІГРИ І МУЛЬТИМЕДІА
ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД
ДО КОМУНІКАЦІЇ - 2024»

26-27 вересня 2024 р.
ОДЕСА

Матеріали конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації - 2024»

ПРЕЗИДІЯ ТА ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

ГОЛОВА ПРЕЗИДІЇ

Богдан Сторов, Президент ОНТУ, академік НААН України, д.т.н., професор

ЧЛЕНИ ПРЕЗИДІЇ

Надія Ден, к.т.н., доцент, в.о.ректора Одеського національного технологічного університету
Ольга Ольшеска, к.т.н., доцент, проректор з наукової роботи і міжнародних зв'язів Одеського національного технологічного університету.

ГОЛОВА ОРГКОМІТЕТУ

Сергій Котлик, к.т.н., доц. каф. Інформаційних технологій і кібербезпеки, ОНТУ

ЗАСТУПНИК ГОЛОВИ ОРГКОМІТЕТУ

Сергій Шестопазов, к.т.н., доц., каф. Комп'ютерної інженерії, ОНТУ

ЧЛЕНИ ОРГКОМІТЕТУ

Олексій Ізвалов, регіональний координатор Global Game Jam в Східній Європі, ЕП ім.Ельварті,
Сергій Артеменко, зав.каф. Комп'ютерної інженерії, ОНТУ,
Михайло Кисленко, Unity Developer, DALS Games,
Олександр Романюк, зав.каф. Програмного забезпечення, ВНТУ,
Ольга Чалюшкіна, директор Інституту комп'ютерно-інформаційних технологій і дизайну, МАУП,
Олександр Терешин, Unity 3d developer, BlueGaji,
Павло Івасюк, Senior Snapchat JS Developer, BeV'isioned,
Петро Горват, зав.каф. Комп'ютерних систем і мереж, ДВНЗ "Ужгородський національний університет".

Матеріали конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації - 2024»

АДАПТАЦІЯ ХМАРНОЇ КРОСПЛАТФОРМНОЇ РОЗРОБКИ ІГОР У РІЗНИХ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗОНАХ. Снітко А.О., Сердюк Н.М. (Харківський національний університет радіоелектроніки)	337
ІШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ВОРОГІВ ДЛЯ 2D-ІГРИ НА UNITY. Соколюк А. К. (Національний університет «Одеська політехніка»)	338
ПРИСТРОЇ З ВБУДОВАНИМ ІШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ. Сопотницький О.Є., Катсьяков Д.І. (Вінницький національний технічний університет)	341
ОБґРУНТУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МОДУЛІВ БОРТОВОГО КОМП'ЮТЕРА ПРОМІСЛОВОГО СМАРТКОНТЕЙНЕРА НАКОПИЧЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАДАНЬ. Д. Сторожук (Українська академія друкарства)	343
МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗБЕРІГАННЯ ВЕЛИКИХ МАСИВІВ ДАНИХ У БАЗАХ ДАНИХ. Терешко Д. С., Бабюк Н. П. (Вінницький національний технічний університет)	346
РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ОСВІТИ ЗА ДОПОМОГОЮ ІШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ. Уманець В.О., Роліутня Б.М. (Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського)	347
ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ІШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РІЗНИХ СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ. Черепаша М.О. (Харківський національний університет радіоелектроніки)	350
СИСТЕМА МОНИТОРИНГУ ВОЛОГОСТІ І ТЕМПЕРАТУРИ ПРИМІЩЕННЯ. Чистяков Д. С. (Вінницький національний технічний університет)	351
ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНАТОМІЇ. Швиденко А.О., Сердюк Н.М. (Харківський національний університет радіоелектроніки)	353
ВІПЛИВ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ НА ОСНОВНІ СФЕРИ ЖИТТЯ ЛЮДИНИ. Шевченко Д.Г., Прокопович М.К., Денисюк А.В. (Вінницький національний технічний університет)	355
ТИПОВІ АЛГОРИТМИ ІНШУВАННЯ ТА АВТЕНТИКАЦІЇ В СИСТЕМАХ ІОТ. Шкілов А.А. (Відкритий міжнародний університет розвитку людини «УКРАЇНА»)	357
ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ ГЕЙМІФІКАЦІЇ НА ОСНОВІ ІШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ. Юсикевич-Жуковська В.І., Лоток Ю.Г., Водничий В.М. (Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янука»)	358
ІМЕРСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИВЧЕННІ ПРОГРАМУВАННЯ. Яковченко В.О., Тітова Л.О. (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини)	361
Розділ 5. Дизайн (геймдизайн, дизайн рівнів, саунддизайн, арт)	
ВИКОРИСТАННЯ UNITY ДЛЯ ПРОЄКТУВАННЯ 2D ІГРОВИХ РІВНІВ: ДОСВІД ОПТИМІЗАЦІЇ. Алісова Ю.В., Пономарьова С.В. (Харківський національний університет радіоелектроніки)	364
РОЛЬ ІЛЮСТРАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ІГРОВОЇ АТМОСФЕРИ: ДОСЛІДЖЕННЯ НА ПРИКЛАДІ ІНДІ-ІГОР. Андрущенко Т.Ю. (Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця)	366
ПЕРЕВАГИ ХМАРНИХ ОБЧИСЛЕНЬ ДЛЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ. Бабенко Д.С., Сердюк Н.М. (Харківський національний університет радіоелектроніки)	368
ІНКЛЮЗИВНИЙ ДИЗАЙН ТА ДОСТУПНІСТЬ В ІНТЕРФЕЙСАХ КОРИСТУВАЧА. Батюгов О.В., Романюк О.В. (Вінницький національний технічний університет)	369
ІГРОВИЙ ДИЗАЙН DARK SOULS 2 ЯК ТЕРАПЕВТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ПОДОЛАННЯ ДЕПРЕСІЇ. Безхренний О. С. (Вінницький національний технічний університет)	372
ГЕЙМІФІКАЦІЯ НАВЧАННЯ: ЯК ВИКОРИСТОВУВАТИ ЕЛЕМЕНТИ ІГОР ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ В РІЗНИХ СФЕРАХ. Бескоровайна С.М.	373

Матеріали конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації - 2024»

Dark Souls 2 також пропонує унікальний досвід соціальної взаємодії. І гравці можуть залишити один одному повідомлення, повідомлення про небезпеку або підказки щодо проходження. Це створює відчуття спільноти, навіть якщо взаємодія відбувається опосередковано. Для людини, що переживає депресію і відчуває ізоляцію, це може стати важливою частиною досвіду — знати, що є інші, хто проходить ті ж самі виклики, це може допомогти або навіть потребує допомоги. Цей елемент гри створює відчуття зв'язу з іншими людьми, навіть якщо вони не бачать один одного в реальному житті.

Тематика гри, яка обертається навколо викликання в темному, похмурому світі, наповненому небезпеками, може також стати символічною для людей, які відчувають себе пригніченими. У Dark Souls 2 герої продовжують боротися, незважаючи на численні поразки і втрати. Ця стійкість персонажа, його небажання здатися, може служити натхненням для гравців, які також стикаються з викликами в реальному житті. Така метафора життя і боротьби резонує з тими, хто намагається знайти сенс і спокій в ситуації, де здавалося б, все втрачено.

Також, одним із ключових аспектів Dark Souls 2 є теми, порушені в гри, як-от смерть, відродження, втрата сенсу і пошук себе, відображають багато внутрішніх переживань людей із депресією. Сюжет гри торкається екзистенційних питань, які можуть допомогти гравцям осмислити власний життєвий шлях і знайти підтримку у важких періодах.

Висновок

Проаналізувавши Dark Souls 2, можна навести такі ключові аспекти геймдизайну для гри як терапевтичного інструменту:

- ігровий процес як метафора подолання труднощів;
- філософська глибина сюжету;
- тематика гри як відображення життєвого шляху;
- символічне сприйняття світу гри;
- ком'юніті та соціальна взаємодія.

Дослідження терапевтичного потенціалу комп'ютерних ігор, зокрема Dark Souls 2, демонструє, що геймдизайн може бути ефективним засобом комунікації у боротьбі з психічними розладами, такими як депресія. Унікальна механіка гри, заснована на концептах подолання складнощів, поразки та досягнення успіху через наполегливість, створює емоційну модель, яка резонує з реальними викликами гравців, що страждають на депресивні стани.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Winning The Game Against Depression: A Systematic Review of Video Games for the Treatment of Depressive Disorders [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11920-022-01314-7>
2. "I'm simply not there." How Dark Souls 2 helped me through my depression [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.reddit.com/r/DarkSouls2/comments/kk427s/im_simply_not_there_how_dark_souls_2_helped_me/
3. Chushu Ye. Exploring Resilience Building in Soulsborne Games [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1762862/FULLTEXT01.pdf>

ГЕЙМІФІКАЦІЯ НАВЧАННЯ: ЯК ВИКОРИСТОВУВАТИ ЕЛЕМЕНТИ ІГОР ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ В РІЗНИХ СФЕРАХ
БЕСКОРОВАЙНА С.М. (lizaretw@gmail.com)
Київський національний університет технологій та дизайну

Гейміфікація стала потужним інструментом для підвищення ефективності навчання в різних сферах. Вона використовує елементи ігрової механіки, такі як системи бачів, рівнів, досягнень, нагород та конкуренції для створення інтерактивних навчальних процесів. Це підвищує залученість та мотивацію учнів, сприяє розвитку чи користуванню, роблячи процес навчання цікавішим і результативнішим.

Матеріали конференції «Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації» - 2024»

У навчальних закладах гейміфікація допомагає розвивати критичне мислення та навички вирішення проблем. Наприклад, в школах використовуються платформи, такі як **Kahoot!** і **Duolingo**, де учні отримують миттєвий зворотний зв'язок та винагороди за прогрес. Це сприяє підвищенню їхньої мотивації та покращенню результатів навчання. У бізнес-середовищі гейміфікація часто застосовується для навчання працівників та підвищення продуктивності. Такі платформи, як **Salesforce** та **Microsoft Dynamics**, використовують гейміфіковані тренінги для навчання персоналу та підвищення їхньої залученості до процесу. Це сприяє більш ефективному освоєнню нових навичок та вдосконаленню роботи. Гейміфікація також сприяє соціальним змінам, зокрема через ініціативи, спрямовані на вирішення глобальних проблем. Наприклад, додатки на кшталт **Foldit**, де користувачі вирішують складні наукові задачі в ігровій формі, залучають громадськість до активної участі у вирішенні питань наукового та екологічного характеру. Важливим аспектом гейміфікації є її здатність стимулювати не тільки когнітивний, але й емоційний інтерес. Згідно з дослідженнями, проведеними **Karl Kapp**, гейміфікація може значно підвищити мотивацію учнів шляхом залучення до завдань, що базуються на викликах та досягненнях. У процесі навчання, ігрові елементи дозволяють учням отримувати відчуття прогресу та досягнення, що сприяє довготривалому запам'ятовуванню та підвищенню ефективності навчання. Наприклад, в освітніх закладах використовуються сервіси типу **Classcraft**, які дозволяють учням об'єднуватися в команди для виконання завдань, заробляючи бали та винагороди за досягнення, що в свою чергу сприяє розвитку командної роботи і підвищує рівень соціалізації серед учнів.

Kahoot! — це інтерактивна платформа для створення вікторин, призначена для використання в освітніх закладах. Учителі створюють запитання з варіантами відповідей, які відображаються на екранах учнів у режимі реального часу. Важливим елементом є те, що учні отримують бали за правильні відповіді і швидкість реакції, що додає азарту і змагання. Це сприяє більш активній участі в процесі навчання, розвиває критичне мислення, а також поліпшує пам'ять, оскільки матеріал представлений у динамічній ігровій формі. **Kahoot!** використовується в школах, університетах і для корпоративного навчання. **Duolingo** — одна з найпопулярніших платформ для вивчення іноземних мов, яка також застосовує принципи гейміфікації. У користувачів є можливість вивчати понад 30 мов через виконання коротких завдань і тестів, за які вони отримують "корони" або "золото". Додатково, прогрес учнів відображається у вигляді рівнів, що підтримує інтерес до навчання і створює відчуття досягнення. Важливо, що платформа використовує принципи повторення та адаптивного навчання, пристосовуючи завдання під рівень знань користувача, що дозволяє ефективно засвоювати нові знання.

Salesforce — це комплексна платформа управління відносинами з клієнтами (CRM), яка дозволяє компаніям керувати взаємодіями з клієнтами та автоматизувати бізнес-процеси. Salesforce активно інтегрує гейміфікаційні елементи в робочі процеси, наприклад, системи лідербордів (таблиць лідерів), значків і винагород за досягнення певних показників продуктивності. Працівники можуть отримувати бали або відзнаки за досягнення в роботі, що підвищує мотивацію до виконання завдань і підтримує змагальний дух всередині команди.

Microsoft Dynamics — це ще одна потужна CRM-платформа, яка допомагає компаніям у продажах, маркетингу та обслуговуванні клієнтів. Вона використовує гейміфіковані елементи, такі як нагороди за успішне виконання завдань або завершення навчальних курсів для співробітників. Завдяки цим елементам, система стимулює користувачів до більш активного навчання і покращення своїх професійних навичок. Наприклад, працівники можуть отримувати бали або віртуальні значки за проходження тренінгів чи виконання проєктів. **Foldit** — це онлайн-гра, яка поєднує в собі науку та гейміфікацію. Користувачі грають у роль дослідників, вирішуючи складні завдання зі складання білків. Оригінальність цієї гри полягає в тому, що завдання, які здавалися науковцям складними, можуть бути вирішені звичайними гравцями завдяки їхній інтуїції та креативному підходу. Учасники шукають нові способи структурування білків, що може допомогти у створенні ліків або у вивченні біологічних процесів. Це наочний приклад того, як гейміфікація сприяє реальним науковим досягненням. Кожна з цих платформ використовує різні підходи до гейміфікації, але всі вони мають спільну мету — підвищити залученість і мотивацію користувачів через ігрові елементи.

Гейміфікація має потенціал значно підвищити мотивацію, залученість і результати навчання, що підтверджується численними дослідженнями. Вона робить навчання більш інтерактивним і цікавим, що може покращити академічні показники учнів і сприяти розвитку навичок ХХІ століття, таких як критичне мислення і креативність. Для успішного впровадження гейміфікації важливо враховувати дизайн, контекст і цільову аудиторію. Гейміфікація повинна бути добре продумана, збалансована з навчальним контентом, надавати зрозумілий зворотний зв'язок і бути персоналізованою. Надмірна гейміфікація або неправильно спроектовані ігрові елементи можуть відволікати від навчального матеріалу або не відповідати потребам учнів. Важливо також враховувати вартість впровадження гейміфікації. Гейміфікація має перспективи для подальшого розвитку, включаючи нові ігрові механіки, розширення застосування в різних сферах, таких як медицина та бізнес, і поглиблене вивчення її впливу на різні когнітивні процеси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. S. Deterding, D. Dixon, R. Khaled, and L. Nacke, "From game design elements to gamefulness: defining 'gamification'," *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 2011, pp. 9-15, doi: 10.1145/2181037.2181040.
2. J. Hamari, J. Koivisto, and H. Sarsa, "Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification," *Proceedings of the 2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2014, pp. 3025-3034, doi: 10.1109/HICSS.2014.377.
3. K. M. Kapp, *The Gamification of Learning and Instruction: Game-Based Methods and Strategies for Training and Education*, Pfeiffer, 2012.
4. G. Zichermann and C. Cunningham, *Gamification by Design: A Practical Guide to Adding Game Mechanics into Your Website, App, or Online Community*, O'Reilly Media, 2011.
5. McKinsey & Company, "Gamification in business: The new frontier of employee engagement," 2018. [Online]. Available: <https://www.mckinsey.com/industries/organization/our-insights/gamification-in-business>. [Accessed: Sep. 17, 2024].
6. Deloitte, "The future of learning: How gamification can improve learning outcomes," 2020. [Online]. Available: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/public-sector/gamification-learning.html>. [Accessed: Sep. 17, 2024].
7. C. Anderson, "How gamification is changing the landscape of education," *Medium*, 2020. [Online]. Available: <https://medium.com/@anderson/how-gamification-is-changing-education>. [Accessed: Sep. 17, 2024].
8. Y.-K. Chou, *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*, Octalysis Media, 2015.

УДК 004.93:371.33:794.05

Рис.А.2. Тези IV Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації»,
м. Київ, 26–27 вересня 2024 р.

Додаток Б



Рис. Б.1. Логотип.

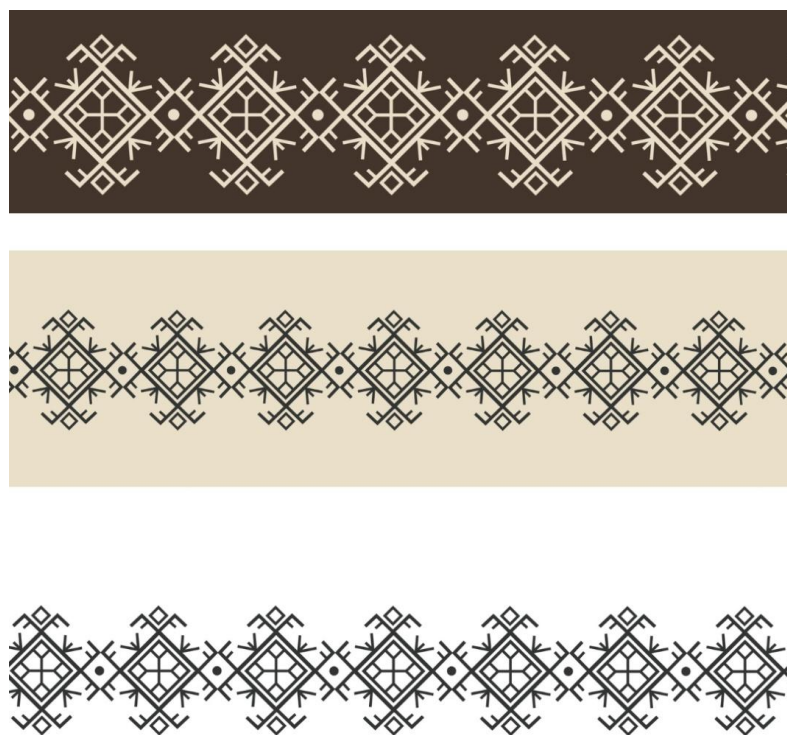


Рис. Б.2. Орнамент

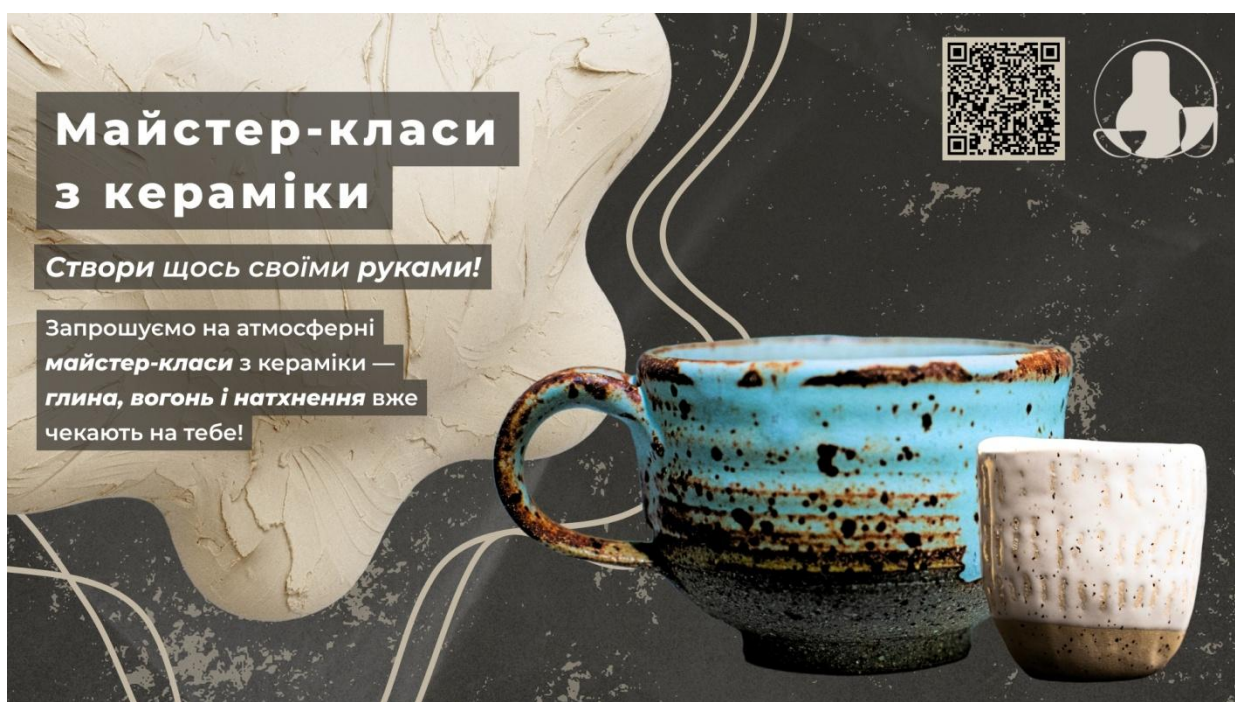


Рис. Б.3. Перший баннер



Рис. Б.4. Другий баннер

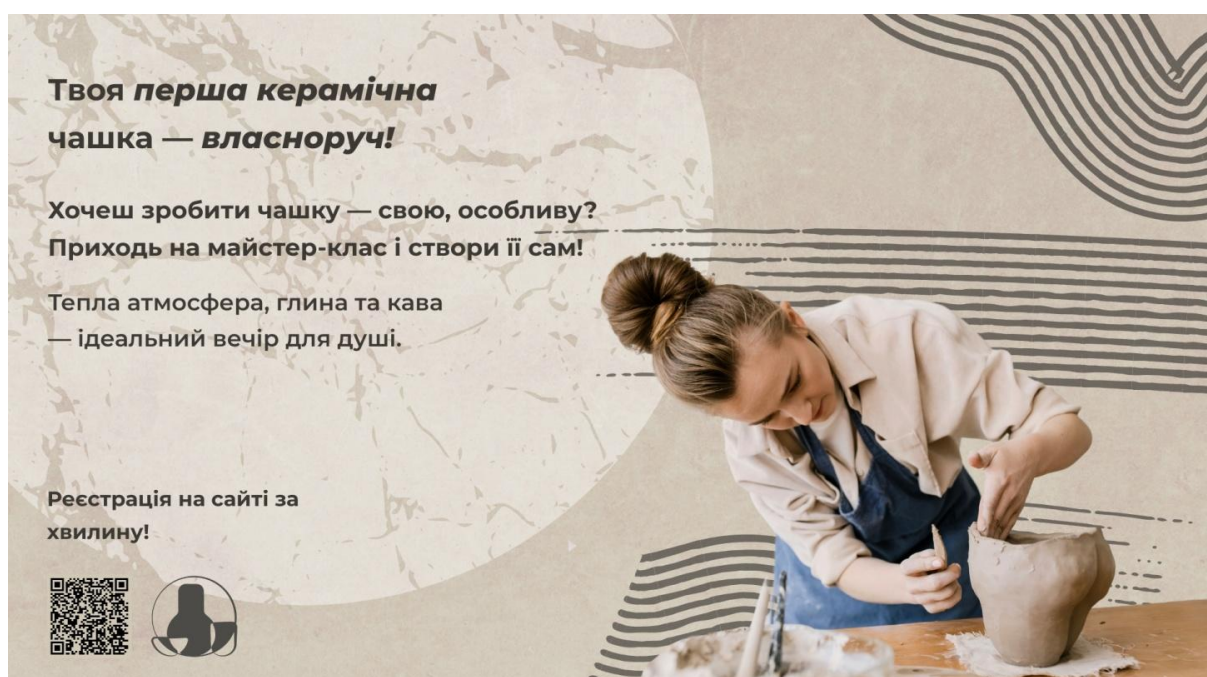


Рис. Б.5. Третій баннер



Рис. Б.6. Елемент головної сторінки

Майстер-класи

Ліплення вручну

Створіть чашку чи вазу з глини без досвіду

Дізнатись більше



Гончарний круг

Відчуйте магію глини в русі

Дізнатись більше



Розпис і глазурування

Розпишіть виріб у власному стилі

Дізнатись більше



Про нас

Керамічна майстерня «Beskoeffy Ceramics» — це простір, де глина оживає в унікальних формах. Ми створюємо авторські вироби вручну, вкладаючи в кожную деталь тепло, увагу та естетику. У нашій майстерні кераміка — це не просто посуд чи декор, а жива частина щоденного життя, яка наповнює дім затишком і сенсом.

Ми працюємо з натуральними матеріалами, цінуємо простоту, текстуру та індивідуальний підхід. Асортимент включає як практичні речі для кухні чи інтер'єру, так і декоративні елементи — усе з душевною історією та сучасним дизайном. Наша мета — зробити кераміку ближчою, зрозумілою та бажаною для кожного.



Рис. Б.7. Сектор з майстер-класами

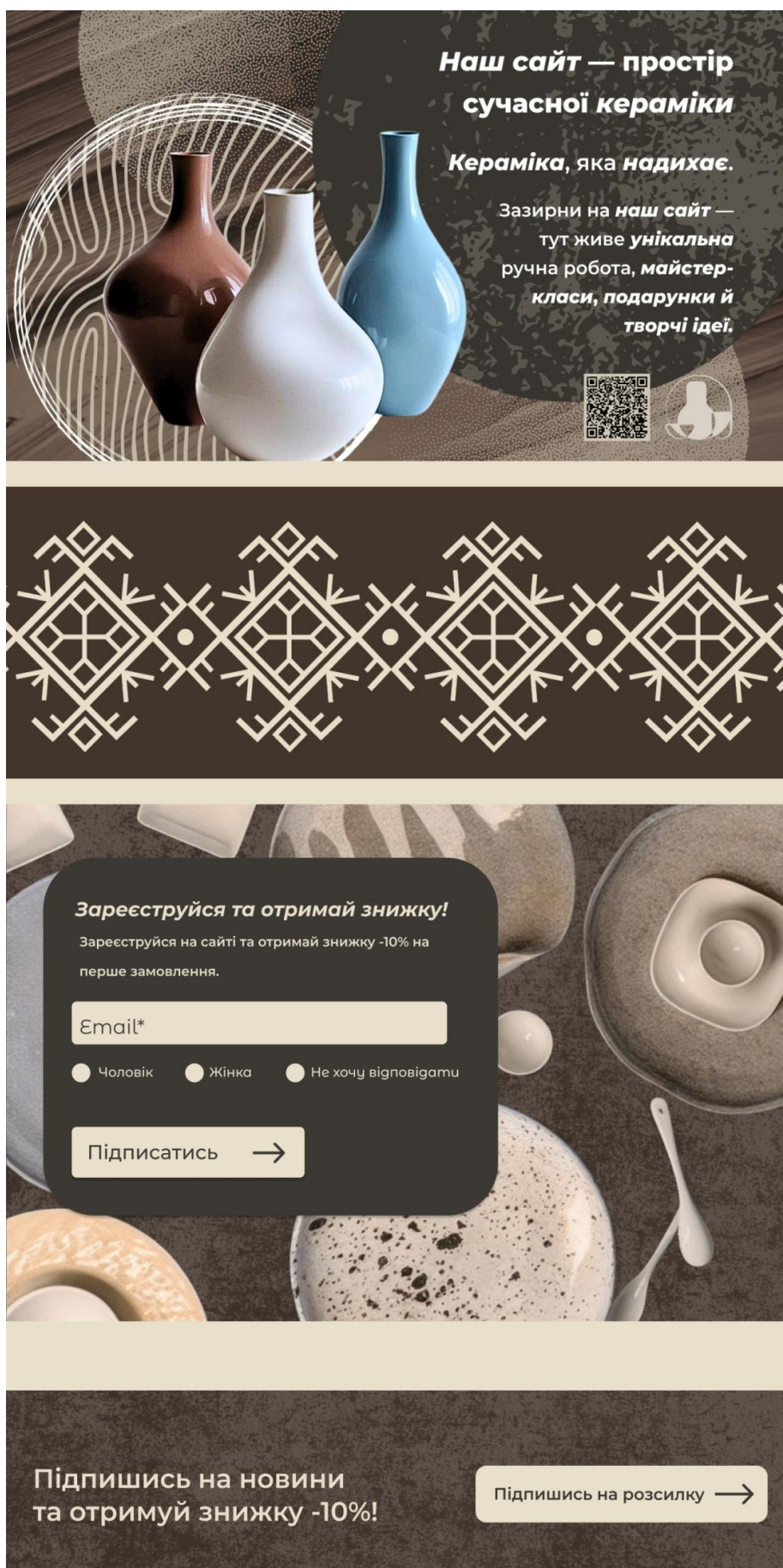


Рис. Б.8. Елемент головної сторінки

Галерея



Твоя перша керамічна чашка — власноруч!

Хочеш зробити чашку — свою, особливу?
Приходь на майстер-клас і створи її сам!

Тепла атмосфера, глина та кава
— ідеальний вечір для душі.

Ресстрація на сайті за хвилину!




Віггуки



Олена П.

Замовила набір чашок — просто закохалася! Дуже якісна робота, все акуратно, приємно тримати в руках. Обов'язково замовлю ще!



Ігор М.

Чудова майстерня! Видно, що все зроблено з душею. Отримав своє замовлення швидко, упаковка на висоті, нічого не пошкодилось.



Катерина Л.

Вироби неймовірні! Кожна річ має свій характер і тепло. Дякую за можливість мати вдома щось справжнє й унікальне.

Категорії	Контакти	Про компанію	Допомога
Керамічні вироби	Instagram	Про нас	Доставка
Майстер-клас	Facebook	Співробітництво	Повернення
Акcesуари	Tik Tok	Кодекс поведінки	Скасування замовлення
Популярне			

Слідкуй за нами



Україна @beskoeffy ceramics

Рис. Б.9. Нижня частина головної сторінки


BESKOEFFY


 Home




Майстер-класи/Ліплення вручну

Ліплення вручну

Створіть чашку чи вазу з глини без досвіду

Тривалість 80 хв

1000 грн [Купити](#)






Оплата:

- Оплата в майстерні готівкою
- Карткою онлайн
- Терміналом

[Купити подарунковий сертифікат для усмішки найрідніших!](#)

Майстер-клас із ручного ліплення з глини

Цей формат майстер-класу присвячений ручному формуванню глини без використання гончарного круга. Протягом 80 хвилин учасники працюють із натуральною глиною, вивчаючи її фактуру, пластичність та можливості для формотворення.

Підходить як для початківців, так і для тих, хто вже має досвід роботи з керамікою.

Майстер-клас проходить у просторі студії серед робіт, матеріалів та зразків, які можуть надихнути. Кожен учасник створює власний виріб — це може бути об'єкт побутового призначення (чаша, тарілка, підставка) або предмет декоративного характеру.

Після завершення сесії всі роботи залишаються в студії для сушіння та випалу.

Через деякий час можна:

- забрати готовий виріб у базовому стані
- або продовжити роботу з ним на наступному етапі — декорування, підглазурний розпис, покриття прозорою або кольоровою глазур'ю

Всі матеріали, інструменти, випал та базове консультування входять у вартість. Участь можлива за попереднім записом.

Категорії	Контакти	Про компанію	Допомога
Керамічні вироби	Instagram	Про нас	Доставка
Майстер-клас	Facebook	Співробітництво	Повернення
Акcesуари	Tik Tok	Кодекс поведінки	Скасування замовлення
Популярне			

Слідкуй за нами





Україна @beskoeffy ceramics

Рис. Б.10. Сторінка майстер-класу



Рис. Б.11.Сторінка категорії товарів


BESKOEFFY


 Home




Керамічні вироби/Вазы/Керамічна ваза «Бордо»

Керамічна ваза «Бордо»

Ця керамічна ваза — не просто посудина для квітів, а справжній арт-об'єкт. Завдяки насиченому бордовому кольору й витонченій формі вона стане центром уваги у вашому просторі. Ідеально підходить для подарунка або як стильне доповнення до будь-якої кімнати.

Є в наявності

495 грн [Купити](#) 





Доставка:

- Нова Пошта / Укрпошта
- Самовивіз з магазину
- Кур'єром по місту

Оплата:

- Готівкою при отриманні
- Карткою онлайн
- Переказом на рахунок

Характеристики

Матеріал:	кераміка
Колір:	бордовий (матовий)
Висота:	25 см
Діаметр:	12 см
Вага:	~900 г
Тип:	ручна робота
Стиль:	модерн, класика, еко
Виробник:	Україна



Категорії	Контакти	Про компанію	Допомога
Керамічні вироби	Instagram	Про нас	Доставка
Майстер кла	Facebook	Співробітництво	Повернення
Акcesуари	Tik Tok	Кодекс поведінки	Скасування замовлення
Популярне			

Слідкуй за нами





 Україна
 @beskoeffy ceramics

Рис. Б.12. Сторінка товару

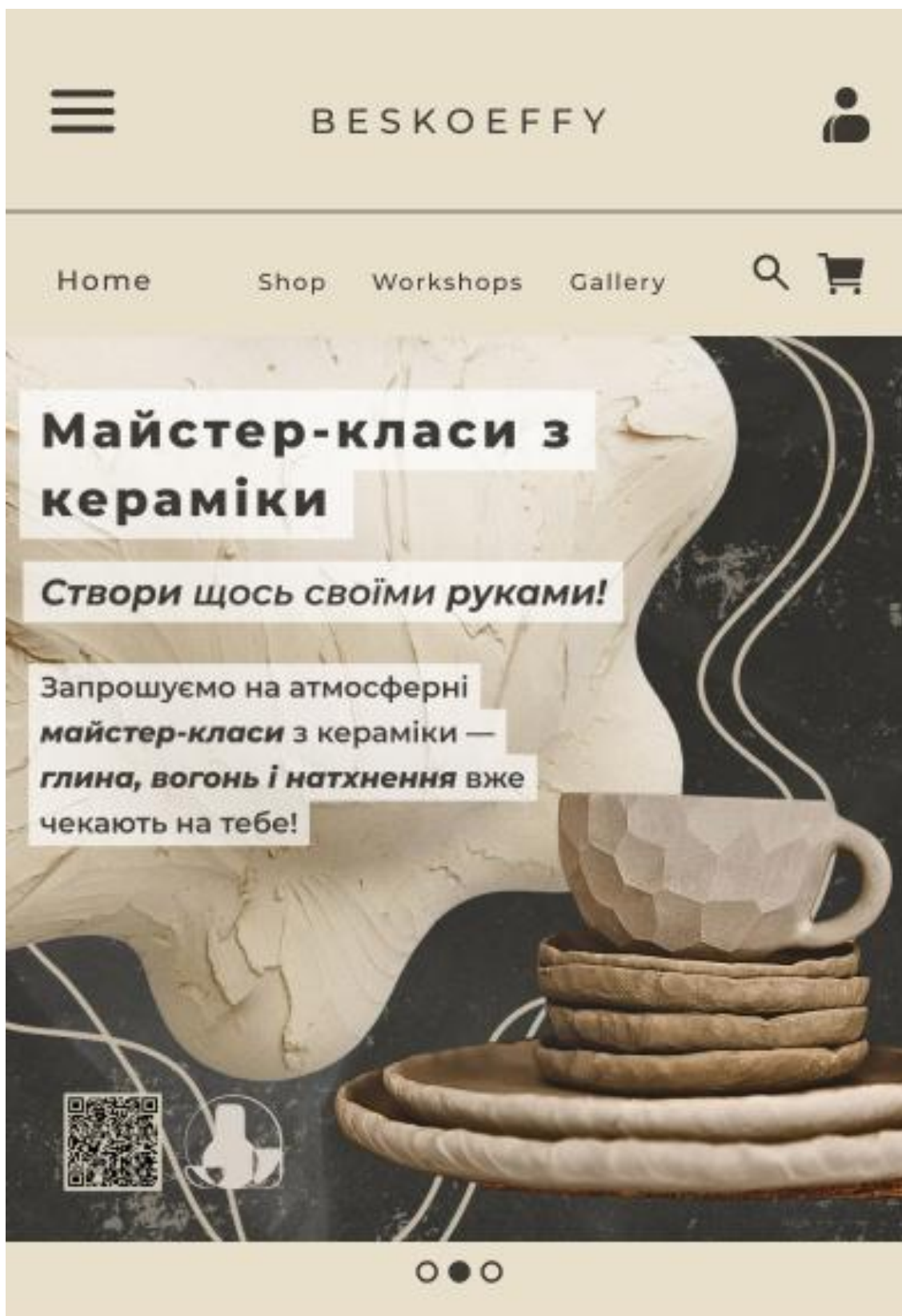


Рис. Б.13. Хедер головної сторінки мобільної версії