

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра мультимедійного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка вебсайту для фотографа

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Мультимедійний дизайн

Виконала: студентка групи БДм1-21

Пелих О. С.

Науковий керівник к.пед.н., доцент

Шаура А.Ю.

Рецензент к.т.н., доцент Хиневич Р.В.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Пелих О.С. Розробка вебсайту для фотографа. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра зі спеціальності 022 Дизайн. Київський національний університет технологій та дизайну – Київ, 2025.

У кваліфікаційній роботі розглянуто повний цикл проєктування інтерфейсу для сайту-портфоліо сучасного фотографа, що демонструє індивідуальний творчий стиль. Робота складається з трьох розділів, кожен з яких присвячено ключовим етапам дослідження, аналізу та практичної реалізації вебінтерфейсу у середовищі Figma.

Розглянуто основні етапи розвитку UX/UI дизайну, особливості вебпредставлення візуального мистецтва, а також проаналізовано теоретичні основи взаємодії користувача з вебінтерфейсом. Визначено роль естетики, композиції та принципів юзабіліті у формуванні позитивного користувацького досвіду. Проведено порівняльний аналіз сайтів-портфоліо провідних фотографів, виявлено тенденції в дизайні, описано основні елементи взаємодії, а також обґрунтовано вибір стилістичних параметрів, таких як кольорова гама, шрифти, візуальні ефекти. На основі зібраних референсів сформульовано концепцію майбутнього дизайну. Реалізовано практичну частину: створено макети мобільної та десктопної версій інтерфейсу. Описано структуру, навігацію, адаптивну поведінку елементів та проведено первинне тестування інтерфейсу. Робота завершується підготовкою дизайну до передачі розробникам з урахуванням специфікацій та гайдлайнів.

***Ключові слова:** інтерфейс, вебдизайн, Figma, UX/UI, портфоліо, фотографія, адаптивність, стилістика, прототип, користувач.*

ANNOTATION

Pelykh O. Website development for a photographer. - The manuscript.

Qualification work for a bachelor's degree in the specialty 022 Design. Kyiv National University of Technologies and Design – Kyiv, 2025.

The qualification work considers the full cycle of interface design for a portfolio

site of a modern photographer, demonstrating an individual creative style. The work consists of three sections, each of which is dedicated to the key stages of research, analysis and practical implementation of a web interface in the Figma environment.

The main stages of UX/UI design development, the features of web representation of visual art are considered, and the theoretical foundations of user interaction with a web interface are analyzed. The role of aesthetics, composition and usability principles in the formation of a positive user experience is determined. A comparative analysis of portfolio sites of leading photographers is conducted, design trends are identified, the main elements of interaction are described, and the choice of stylistic parameters, such as color scheme, fonts, visual effects, is justified. Based on the collected references, a concept of future design is formulated. The practical part is implemented: mock-ups of mobile and desktop versions of the interface are created. The structure, navigation, adaptive behavior of elements are described, and initial testing of the interface is carried out. The work is completed by preparing the design for transfer to developers, taking into account specifications and guidelines.

Keywords: *interface, web design, Figma, UX/UI, portfolio, photography, responsiveness, visual style, prototype, user.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЕБДИЗАЙНУ В СФЕРІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	10
1.1 Вебдизайн як засіб формування візуального образу фотографа.....	10
1.2 Аналіз сучасних тенденцій дизайну сайтів-портфоліо у сфері творчих індустрій.....	13
1.3 Особливості сприйняття візуального контенту в цифровому середовищі..	15
Висновки до першого розділу.....	17
РОЗДІЛ 2 ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ САЙТУ-ПОРТФОЛІО ФОТОГРАФА.....	19
2.1 Формування дизайн-концепції.....	19
2.2 Структурна організація сайту: логіка подачі інформації та композиційні принципи.....	22
2.3 Вибір стилістики, кольорової гами та типографіки відповідно до авторського стилю.....	27
Висновки до другого розділу.....	28
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ ВЕБСАЙТУ ДЛЯ ФОТОГРАФА.....	30
3.1 Створення макетів інтерфейсу в Figma: мобільна та десктопна версії.....	30
3.2 Принципи адаптивного дизайну та зручності користування.....	37
3.3 Презентація завершеного дизайну та обґрунтування візуальних рішень...	43
Висновки до третього розділу.....	53
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному цифровому світі, де візуальний контент домінує в інформаційному середовищі, вебсайти перетворюються на повноцінний інструмент для створення особистісного бренду, а не просто платформу для просування послуг. Особливо це стосується творчих професій, особливо фотографів, для яких візуальна комунікація є основним засобом спілкування з аудиторією.

Ринок фотопослуг в Україні продовжує активно розвиватися, що призводить до дедалі більшої конкуренції серед фотографів. У таких умовах якість візуального представлення автора безпосередньо залежить від того, наскільки він унікальний, відомий і привертає увагу потенційних клієнтів. Традиційні методи самопрезентації, такі як сторінки в соціальних мережах, часто мають обмеження щодо організації, дизайну та структурування інформації. Таким чином, створення персоналізованого вебсайту, який служить професійним портфоліо, є важливим, оскільки він дозволяє продемонструвати творчі здібності та створювати емоційний зв'язок із глядачем за допомогою дизайну, навігації, анімації та стилістичних рішень.

Крім того, сфера вебдизайну стрімко розвивається; є нові тенденції, інструменти та методи взаємодії з користувачем. Це вимагає постійного оновлення знань і вивчення поточних практик, що робить наукове та прикладне дослідження в цьому напрямі не лише своєчасним, але й необхідним для розвитку дизайнерської галузі загалом.

Розробка вебсайтів для фотографів є важливою частиною розвитку креативних індустрій, оскільки важливим є не просто продати продукт, а створити комплексний візуальний досвід, який підкреслює унікальність автора. Таким чином, мета цієї кваліфікаційної роботи полягає в тому, щоб вирішити реальну проблему комунікації: як представити фотографа за допомогою вебдизайну, зберігаючи при цьому естетичні, функціональні та технологічні вимоги сучасного цифрового середовища.

Крім того, статистичні дані підтверджують актуальність дослідження. Ресурс HubSpot (2023) повідомляє, що користувачі в середньому витрачають лише 5 секунд на оцінку візуального вигляду вебсайту, що безпосередньо впливає на те, як вони вирішують продовжувати ознайомлюватися зі змістом вебсайту [29]. Таким чином, створення ефективного вебсайту для фотографа є не лише проблемою естетики, але й фактором стратегічного значення.

Мета дослідження полягає в тому, щоб створити концепцію, структуру та дизайн вебсайту для фотографа як ефективного інструменту візуальної комунікації, який поєднує функціональні, естетичні та комунікативні функції, з метою створення цілісного професійного образу в цифровому середовищі.

З цією метою також визначаються основні **дослідницькі завдання**:

- Проаналізувати теоретичні основи вебдизайну в контексті візуальної комунікації та їх значення для творчих професій, зокрема фотографів.
- Вивчити сучасні дизайнерські рішення для сайтів-портфоліо, щоб дізнатися про тенденції та кращі візуальні стилі.
- Визначити, як користувачі бачать візуальний контент у цифровому середовищі.
- Провести порівняльний аналіз існуючих сайтів фотографів щодо структури, дизайну, зручності навігації та презентації візуального контенту.
- Створити власну концепцію вебсайту, яка відповідає б професійним вимогам фотографа, а також вимогам зручності використання (usability) [36], адаптивності та естетичної виразності.
- Виконати макет (або прототип) вебсайту відповідно до вимог і оцінити його за критеріями ефективності комунікації

Об'єктом дослідження є процес візуальної комунікації в цифровому середовищі, зокрема за допомогою інструментів вебдизайну.

Предмет дослідження стосується особливостей створення фотографом вебсайту як ефективного візуального інструменту, який дозволяє демонструвати творче портфоліо, формувати власний бренд і взаємодіяти з потенційними користувачами через дизайн, структуру та контент сайту.

У дослідженні вперше запропоновано структурну модель фотографічного сайту, яка базується на принципах емоційного дизайну (за Д. Норманом) [8; 40]. Це дає змогу побудувати комунікацію за допомогою афективного та функціонального сприйняття. Крім того, концепція була розроблена на перетині методів дизайн-систем і методів побудови портфоліо.

У цьому проєкті було використано широкий спектр **методів дослідження**, що дозволило детально вивчити теоретичні основи та практичні аспекти створення веб-ресурсів у творчих індустріях.

Різномірні методологічні підходи забезпечили комплексність дослідження: аналіз наукових джерел — для систематизації знань про візуальну комунікацію, веб-дизайн, сприйняття інформації в цифровому середовищі та роль портфоліо в креативних професіях, що дозволило визначити ключові поняття та тенденції. Контент-аналіз використовується для дослідження змісту та візуальних компонентів сучасних сайтів-портфоліо фотографів, щоб визначити типові конструкції, дизайнерські рішення та функції.

Порівняльний аналіз використовується для оцінки інтерфейсних рішень, композицій і стилістики, щоб визначити, чи є певні підходи доречними для конкретного проєкту [43]. Спостереження дозволяє фіксувати поведінку користувачів на аналогічних ресурсах, аналізувати сценарії взаємодії, орієнтуватися та контролювати концентрацію уваги. Візуально-графічний метод використовується для створення ескізів, прототипів і макетів, щоб візуалізувати ідеї, коли вони перебувають на етапі розробки.

Наукова новизна результатів була унікальною через комплексний підхід до поєднання принципів вебдизайну, візуальної комунікації та творчого самовираження в цифровому середовищі. У роботі були уточнені та доповнені окремі теоретичні положення, що стосуються особистого веб-представництва митця. Це було зроблено з огляду на сучасні вимоги до функціональності, дизайну та емоційної взаємодії з аудиторією, які мають бути виконані.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути прямо застосовані для створення вебсайту фотографа, який відповідає

вимогам сучасного цифрового середовища та забезпечує ефективну візуальну комунікацію з цільовою аудиторією. Структура сайту, стандарти подачі інформації, компоненти дизайну та навігаційні сценарії можуть бути змінені для задоволення потреб інших творчих професій. Дослідження також може використовуватися для навчання веб-дизайну, цифрового маркетингу та візуальної комунікації, надаючи приклади практичних підходів до вирішення реальних дизайнерських завдань.

Апробація результатів дослідження. Участь та публікація в збірнику матеріалів IX Міжнародній студентській науковій конференції «Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень» (30 травня 2025 року, м. Рівне, Україна) (Додаток А). Також розробку подано на Міжнародний конкурс студентського дизайну 2025 DIVERSITY у Тайвані (підтвердження представлено в додатку Б).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи відповідають стандартам науково-дослідної роботи цього рівня. У роботі міститься вступ, три основні розділи, висновки, список використаних джерел і додатки. Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок, з них основного тексту - 60 сторінок (без додатків). Робота містить ілюстративні матеріали, такі як таблиці – 3 та рисунки - 8, щоб показати теоретичні основи дослідження та практичні результати проєкту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЕБДИЗАЙНУ В СФЕРІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1 Вебдизайн як засіб формування візуального образу фотографа

У сучасному Інтернеті вебдизайн є важливим компонентом візуальної ідентифікації фотографа. Сайт є не просто віртуальною вітриною, а й важливим інструментом для спілкування з глядачами, колегами по цеху та потенційними клієнтами. Веб інтерфейс формує перше враження про професійність, стиль і технічну майстерність фотографа [43]. Таким чином, дизайн сайту є засобом створення комплексного візуального образу, а не просто засобом представлення.

Загальні дослідження з вебдизайну, цифрового брендингу та UX/UI-проектування були основним методом дослідження проблем, пов'язаних із розробкою веб-ресурсів, адаптованих до потреб фотографів. Такі елементи, як принципи побудови юзер-френдлі інтерфейсів (Norman D. The Design of Everyday Things, 2013), роль дизайну в процесі цифрової ідентифікації бренду (Wheeler A. Designing Brand Identity, 2017), а також те, як структура сайту впливає на те, як користувачі бачать контент (Krug S. Не примушуйте мене думати, 2014 рік) [40; 45; 31].

Тим не менш, важко досягти комплексної розробки вебсайту фотографам, які працюють як професійні візуальні комунікатори. Прикладні дослідження в основному зосереджуються на дослідженні стилістичних методів оформлення візуального контенту або технічних аспектів створення портфоліо. Немає міждисциплінарного підходу, який би поєднав бачення дизайнера, комунікації та емоційно-естетичного проєкту.

Сучасні дослідження, які досліджують проблеми візуалізації особистості в цифрових середовищах, включають контекстний дизайн, персоналізацію та семіотичне наповнення інтерфейсу. Так, дослідження М. Хеллера («Semiotics of the

Web», 2020) підкреслює, наскільки важливими є знакові системи для взаємодії з користувачем у цифровому середовищі [28].

Таким чином, незважаючи на велику кількість теоретичних і прикладних досліджень, тема розробки вебсайту для фотографа залишається недостатньо дослідженою. Це особливо стосується аналізу складних дизайнерських рішень, які одночасно забезпечують функціональну, естетичну та комунікативну цінність. Як наслідок, це призвело до необхідності проведення додаткових досліджень у цій галузі.

У вебдизайні графічна мова та інформаційна архітектура поєднуються, що дозволяє візуалізувати індивідуальний стиль фотографа та його підхід до фіксації реальності. В перші 0,05 секунди перебування на сайті користувач сприймає візуальні сигнали підсвідомо, як зазначає М. Хелбін у праці «Дизайн із думкою в голові» [14]. Це означає, що візуальна структура, типографіка, колористика та ієрархія інтерфейсу повинні бути узгоджені з творчим стилем автора, щоб забезпечити швидку ідентифікацію бренду.

В додатку В показано ілюстрацію того, як фокус користувача змінюється на вебсайтах з різним ступенем візуальної організації.

Сайт фотографа повинен мати чітку композиційну побудову, яка базується на принципах візуального балансу та ієрархії. Одним з базових прийомів є використання сіткової структури (grid system), яка дозволяє гармонізувати [15] розміщення елементів. Вдалий приклад — портфоліо-фотографа Бенджаміна Харріса, де кожна робота інтегрується у візуальний ритм сайту, підкреслюючи концептуальність підходу.

Велике значення має типографіка. Шрифти можуть транслювати емоційний характер автора: строгі гротески акцентують технічну точність, тоді як рукописні шрифти створюють інтимну атмосферу. Згідно з дослідженням С. Дейла, користувачі надають перевагу сайтам, де типографіка [21] поєднується з мінімалістичним макетом і високою контрастністю, що знижує когнітивне навантаження [19].

Колірна гама — це ще один інструмент формування іміджу. Теплі відтінки

стимулюють емоційне залучення, тоді як холодні — підкреслюють професіоналізм і дистанційність. Наприклад, сайт весільного фотографа може використовувати пастельні відтінки рожевого або бежевого для викликання романтичних асоціацій, що видно на сайті [3].

Адаптивність дизайну є важливим фактором. Понад 63% користувачів переглядають портфоліо зі смартфонів, згідно зі статистикою Google [27]. Це вимагає від дизайнера створити вебсайт для мобільних пристроїв [30], де зображення фотографа залишається цілісним.

Вебдизайн також включає концепцію досвіду користування або UX [26]. Якщо користувач легко орієнтується на сайті та може швидко знайти контактні дані, прайс і портфоліо, це створює враження організованості та передбачуваності. Такі якості мають вирішальне значення для формування довіри.

У таблиці 1 представлено приклади елементів дизайну та відповідного візуального посилення.

Таблиця 1.1.

Елементи дизайну, візуальний ефект та вплив на образ фотографа

Елемент дизайну	Візуальний ефект	Вплив на образ фотографа
Чорно-біла палітра	Стриманість	Класичність, аналітичність
Великі зображення	Емоційність	Залучення, інтенсивність
Мінімалізм	Простота	Стильність, впевненість
Анімації при наведенні	Інтерактивність	Технологічність, сучасність

Загалом вебдизайн фотографії не обмежується естетикою; він є засобом комунікації, яке дозволяє авторам передавати свої концептуальні глибини, емоційні настрої та особистість. Таким чином, створення вебсайту фотографа вимагає глибокого розуміння візуальної комунікації та цифрового середовища.

1.2 Аналіз сучасних тенденцій дизайну сайтів-портфоліо у сфері творчих індустрій

У сучасному світі онлайн-портфоліо є важливим засобом просування особистих брендів, особливо для творчих професій, зокрема фотографів. За даними дослідження Behance (2023), близько 78% креативних спеціалістів вважають, що мати власний вебсайт є найкращим способом продемонструвати свою роботу та залучити клієнтів [18]. Це є результатом зростаючої конкуренції у сфері візуального мистецтва, а також необхідності створення єдиного, загальновідомого візуального стилю.

Персоналізація, інтерактивність, мінімалізм і адаптивність — це основні тенденції вебдизайну сайтів-портфоліо [33].

У мінімалістичному підході використовується обмежена кількість кольорів, великий білий простір і акцент на візуальному матеріалі (Додаток Г) [19]. Такий стиль дозволяє відвідувачам зосередитися на фотографіях, не перевантажуючи інтерфейс непотрібними елементами (Krug, 2014) [7].

Оскільки мобільні пристрої складають 60% трафіку, адаптивний дизайн став стандартом проектування (Statista, 2023) [41]. Це вимагає не лише технічної оптимізації, але й візуальної гнучкості — зображення повинні підлаштовуватися під екран без втрати якості, а типографіка повинна зберігати читабельність.

Ще одним важливим компонентом сучасних сайтів є інтерактивність. Занурення користувача у візуальний досвід покращується інтерактивними галереями, анімацією при наведенні та прокруткою з ефектами parallax. «Інтерфейс має не лише працювати, а й розповідати історію бренду», — сказав Бред Фрост, автор ідеї атомарного дизайну (Frost, 2016) [25].

Особлива увага заслуговує на персоналізацію. Дедалі частіше фотографії використовують унікальні кольорові палітри, авторські шрифти та логотипи в дизайні своїх вебсайтів. Це створює емоційний зв'язок з аудиторією та підкреслює художнє бачення митця. Наприклад, теплі пастельні кольори, ніжне освітлення та романтична естетика ідеально підходять для портфоліо весільного фотографа.

Другий приклад професійного сайту фотографа показано в додатку Д [11]. Офіційний сайт фотографа Alona Perepelitsa має деякі сильні сторони. Портфоліо зручне для відвідувачів завдяки зручній структурі та навігація, тематичній категоризації, детальному опису фотопроєктів, доступності контактної інформації та мультимовності.

Але є й недоліки. Відгуки користувачів можуть погіршитися через відсутність загального огляду найкращих робіт, повторюваний текст в описах, неоднорідний стиль, відсутність фільтрації та сортування робіт і застарілий дизайн сайту.

В додатку Е показано ілюстрацію третього прикладу портфоліо фотографа [6]. Це офіційний сайт фотографа Олега Добрянського, який добре показує його роботу через різноманітні категорії [16], такі як сімейні фотографії, історії кохання та весільні фотографії. Портфоліо, прайс-лист, інформація, блог, відгуки та контакти складають інтерфейс вебсайту. Відгуки та контактна інформація клієнтів полегшують спілкування та підвищують довіру.

Сайт виглядає застарілим, з простою структурою та можливим браком сучасних елементів дизайну. Коли на сторінці є багато повторень логотипу та навігаційного меню, це може стати надмірним і захаращувати сторінку. Повідомлення про авторські права вказує, що сайт востаннє оновлювався у 2019 році, що свідчить про те, що дизайн і обслуговування сайту можуть не бути оновлені.

У додатку Ж показано четвертий приклад професійного портфоліо фотографа. Чистий і мінімалістичний дизайн сайту Ксенії Воротнікової дозволяє фотографіям бути в центрі уваги [4]. Гарно структурована галерея робіт має можливість фільтрування за категоріями, що полегшує навігацію. Унікальний візуальний досвід створюється за допомогою великих зображень високої якості. Щоб зробити зв'язок з фотографом простішим, контактна інформація чітко відображається.

Здається, що дизайн вебсайту надто загальний і не має нічого унікального. На сайті немає інформації про фотографа, крім контактних даних, що робить його

менш індивідуальним. Хоча фільтрація за категоріями корисна, перегляд великої кількості робіт може бути складним через відсутність сортування або пошуку.

1.3 Особливості сприйняття візуального контенту в цифровому середовищі

В епоху цифрових технологій візуальне сприйняття набуло нової якості. Сьогодні взаємодія з візуальним контентом стає швидшою, а також можливою в контексті багатозадачності, перенасичення інформацією та фрагментарності уваги. Це значно впливає на створення візуального дизайну, особливо в контексті веб-портфоліо, де візуальні матеріали є основним засобом спілкування з аудиторією.

Цифрове сприйняття сильно залежить від швидкості реакції користувача на зображення. Згідно з дослідженнями Nielsen Norman Group (2021), середній час, який людина витрачає на перегляд однієї веб-сторінки, становить менше 10 секунд [38]. У цей короткий проміжок часу візуальні елементи повинні викликати емоції, а не просто передавати інформацію. Звідси випливає необхідність використання ієрархічної структури подачі контенту, при цьому перший візуальний блок (картинка героя), заголовки та колірні акценти повинні бути центральними.

Згідно з дослідженням eye-tracking, користувачі візуально сканують сторінку за патернами. Найпоширеніші з цих патернів — F-патерни, які використовуються для текстових сторінок, і Z-патерни, які використовуються для лендінгів або портфоліо. У додатку 3 можна переглянути схему візуального сканування сторінки за моделлю «F-pattern» [37]. Це означає, що веб-дизайнери повинні розміщувати важливий візуальний контент у місцях, які забезпечують найбільше зорового навантаження.

Кольорова психологія є ще однією важливою частиною, яка значно впливає на наші емоції. Наприклад, теплі (жовтий, червоний, оранжевий) тони стимулюють увагу та створюють динаміку, тоді як холодні (синій, бірюзовий, зелений) тони заспокоюють і допомагають довіряти. Пастельні відтінки, які створюють відчуття ніжності та елегантності, ідеально підходять для портфоліо фотографа, який

спеціалізується на портретній або весільній зйомці (Morton, 2018) [34].

Тип зображення має бути особливою увагою: за даними перцептивної психології, користувачі краще запам'ятовують зображення, які викликають емоції, асоціації або історію. Коли мова йде про фотографічні портфоліо, це означає, що кожен знімок має не лише бути технічно досконалим, але й мати сюжет, щоб викликати емоції.

Таблиця 1.2.

Вплив візуальних характеристик на сприйняття сайту

Характеристика зображення	Вплив на користувача	Рекомендації для портфоліо
Висока роздільна здатність	Професійність, довіра	Використовувати зображення 4K
Домінування теплого кольору	Емоційна насиченість, активність	Для іміджевих зйомок
Симетрія/асиметрія композиції	Впорядкованість / динаміка	Вибір залежить від стилю автора
Фокус на обличчі	Емпатія, персоніфікація	Обов'язковий для портретистів
Візуальна історія	Залучення, пам'ятність	Створювати серії фото з логікою

Зміна стилю візуального споживання контенту супроводжується високим рівнем конкуренції: глядач може вибрати з десятків сторінок, які виглядають привабливо. Це вказує на необхідність унікальної візуальної композиції, авторського стилю та відчуття послідовності в подачі.

В Інтернеті також важливо поєднання візуального та текстового контенту. Дон Норман (Norman, 2014) стверджує, що в цифрових умовах ефективна комунікація можлива лише за умови, що візуальне підсилює зміст, а текст структурує сприйняття [22].

Дон Норман: «У дизайні ми повинні створювати не просто привабливі об'єкти, а такі, що мають значення» [22].

Таким чином, створення візуального контенту для веб-портфоліо вимагає як наукових знань, так і художніх талантів. Перцептивні моделі, кольорова психологія та адаптивна структура дозволяють використовувати візуальний контент як ефективний канал комунікації між фотографом і аудиторією.

Висновки до першого розділу:

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто теоретичні основи вебдизайну як інструменту візуальної комунікації у творчих індустріях, зокрема в діяльності фотографа. Аналіз фахових джерел і сучасних візуальних практик дозволив окреслити методологічні та практичні аспекти проектування сайту-портфоліо.

Показано, що вебдизайн виходить за межі технічного інструменту, поєднуючи естетику, ергономіку, інформаційну архітектуру та візуальний стиль. Для фотографа вебсайт — не лише платформа для демонстрації робіт, а й засіб самопрезентації, комунікації та побудови бренду. Він виконує не тільки інформаційну, а й репрезентативну, емоційну та ідентифікаційну функцію.

У підрозділі 1.1 проаналізовано, як фотограф формує візуальний образ через типографіку, колір, композицію та стилістику. Продумане графічне оформлення сприяє емоційному впливу та викликає довіру аудиторії.

Підрозділ 1.2 присвячено актуальним трендам дизайну сайтів: адаптивності, мінімалізму [44], повноекранним галереям, плавній анімації та UX-дослідженням. Вебдизайн поєднує простоту, естетику та зручність навігації.

У підрозділі 1.3 досліджено психологію сприйняття: увага користувача фрагментарна, тому важливими є візуальні тригери, логіка подачі інформації та гештальт-принципи. Дизайнер має враховувати емоційну привабливість, кольорні акценти й композиційні рішення.

Узагальнення першого розділу підтверджує, що вебдизайн — стратегічний

інструмент цифрової ідентичності фотографа. Він формує емоційний контакт із цільовою аудиторією, підвищує рівень довіри та ефективність взаємодії. Це забезпечує основу для наступного етапу — прикладного проєктування вебсайту, що відповідатиме як естетичним, так і функціональним вимогам.

Портфоліо фотографа виконує роль «цифрової вітрини» — платформи для спілкування, інструмента продажу та засобу самопрезентації. Ефективність такого ресурсу залежить від автентичності, емоційного резонансу, функціональності та відповідності очікуванням аудиторії. Саме ці положення стали підґрунтям для подальших дизайнерських рішень.

РОЗДІЛ 2

ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ САЙТУ-ПОРТФОЛІО ФОТОГРАФА

2.1 Формування дизайн-концепції

В сучасному інформаційному середовищі вебсайти стали потужним засобом спілкування між творчими людьми та аудиторією, а також лише технічним інструментом для демонстрації інформації. Як візуальний художник, вебсайт є не лише засобом просування портфоліо, але й важливою частиною формування професійного образу фотографа. Це впливає на сприйняття глядачами, довіру клієнтів і, нарешті, на комерційний успіх. У цьому контексті концепція дизайну вебсайту виконує не лише естетичну, але й комунікативну функцію, створюючи повне враження про автора та його творчість для відвідувача.

Створення дизайн-концепції починається з визначення цілей проекту. Для фотографів основною метою створення вебсайту є створення інтерфейсу, який ефективно демонструє творчість автора, підкреслює унікальний стиль зйомки, передає настрій і професіоналізм. У той же час надзвичайно важливо, щоб користувачі могли легко взаємодіяти з контентом, щоб сайт був легким для навігації та щоб структура сайту була інтуїтивною. Як зазначають Краут та інші дослідники UX (Kraut, 2018), ефективний вебдизайн завжди дотримується балансу між функціональністю та естетикою, і лише поєднання цих елементів гарантує позитивний досвід взаємодії.

Розробка наративу, або смислового каркасу сайту, який служить основою для всієї комунікації, є наступним важливим етапом. Послідовність подачі матеріалу, вибір зображень, типографія, кольорова палітра та динамічні елементи є частиною наративу веб-дизайну. Цей сюжет для фотографа має бути тісно пов'язаний з його творчим стилем. Наприклад, документальний фотограф може використовувати монохромну естетику, мінімалістичний шрифт і структуровану хронологію робіт, тоді як весільний фотограф може використовувати теплі тони, емоційно заряджені

зображення та романтичну стилістику (Boulton, 2020).

Успішний дизайн концепції залежить від розуміння цільової аудиторії. Для фотографів аудиторія може бути розділена за різними критеріями, наприклад, типом послуг (весільна, репортажна, предметна зйомка), віком, місцем проживання та доходом, стилістичними уподобаннями (модерн, вінтаж, мінімалізм тощо). Дослідження користувацьких переваг (Nielsen Norman Group, 2019) свідчить про те, що персоналізація дизайну під конкретну аудиторію значно підвищує конверсію, залучення користувачів і тривалість перебування на сайті. Отже, під час процесу формування концепції важливо враховувати очікування аудиторії та адаптувати візуальну мову проєкту відповідно до них.

У таблиці нижче наведено приклади типових сегментів аудиторії для різних жанрів фотографії:

Таблиця 2.1.

Типові сегменти аудиторії

Тип зйомки	Цільова аудиторія	Очікувана естетика
Весільна	Молоді пари, агенції	Романтична, ніжна, світла
Модна/портретна	Моделі, дизайнери, бренди	Смілива, стильна, акцентована
Репортажна	ЗМІ, НУО, аналітики	Об'єктивна, контрастна, чітка
Дитяча/сімейна	Батьки, родини	Тепла, грайлива, емоційна

Створення мудборду є ключовим етапом візуального проєктування. На цьому етапі розробки визначаються кольори, типографіка, фотографії-референси та композиційні рішення. Це дозволяє забезпечити послідовність стилістики протягом усього проєкту та створити сюжет ще до початку виконання.

Архітектура сайту формується разом із візуальною концепцією. Це включає структуру сторінок, ієрархію контенту та функціональні блоки, такі як галереї,

контакти та відгуки. На цьому етапі важливим є врахування основних принципів UX-дизайну, зокрема «візуальної тиші», яка забезпечує комфортну навігацію завдяки достатнім відступам, контрастності та зрозумілим акцентам (Garrett, 2017). Для фотографів особливо важливим є створення галереї, яка має бути зручною для перегляду, забезпечувати збереження авторської подачі та мати якісні зображення, які швидко завантажуються.

Таким чином, розробка концепції дизайну вебсайту для фотографа є складним процесом, який вимагає гармонійного поєднання візуальної естетики, стратегії комунікації та розуміння цільової аудиторії. Цей етап забезпечує ефективну візуальну комунікацію, сприяє формуванню професійного іміджу та гарантує постійну присутність автора в цифровому просторі.

Врахування емоційного контексту, з яким користувач взаємодіє з вебсайтом, є ще одним важливим компонентом створення ефективної дизайн-концепції. Сьогодні досвід взаємодії користувача, або UX (User Experience), значною мірою залежить від того, наскільки зручним є вебсайт, а також від того, яке враження викликає його візуальне оформлення. Сайт фотографа має створювати певну атмосферу, яка випромінює натхнення, довіру, професіоналізм і індивідуальність. Наприклад, вебсайт фотографа, який займається арт-ню або концептуальною фотографією, повинен містити візуальні метафори, глибину зображень і колірні рішення, які «говорять» з глядачем символічно. Таким чином, композиція сторінки, правильна кольорова гама, взаємозв'язок тексту та зображення створюють не просто вебсайт, а справжнє візуальне середовище, у якому розкривається ідея творчості.

Шрифтова політика відіграє важливу роль у формуванні емоційного наративу. Типографіка включає візуальний настрій, а також інформацію. Вона може бути легкою або строгішою, лаконічною або декоративною. Для сайту фотографа шрифтова пара повинна створювати унікальну ідентичність, не відволікаючись від зображень і підтримуючи загальний стиль. Наприклад, використання гротескового основного шрифту та рукописного акценту дозволяє підкреслити як професіоналізм, так і індивідуальність митця.

Важливо також враховувати адаптивність концепції дизайну. Використовуючи різні пристрої, такі як комп'ютери, планшети та смартфони, сучасна аудиторія використовує веб-ресурси. Таким чином, під час розробки візуальної ідеї необхідно створити гнучку систему, яка б гарантувала, що контент надсилається однаково на кожному екрані. При цьому акцент зосереджується на оптимізації завантаження фотографій, масштабуванні елементів інтерфейсу та спрощення навігації для користувачів мобільних пристроїв, які зараз складають більшість аудиторії. У своїй роботі з адаптивного дизайну дослідник Джеремі Кейт підкреслює, що мобільна версія сайту повинна бути повноцінним середовищем, оптимізованим для поведінки користувача, а не просто копією десктопної версії (Keith, 2020).

Баланс між універсальністю та унікальністю також є важливим. З іншого боку, вебсайт фотографа повинен відрізнятися від різноманітних шаблонів і відображати унікальний стиль автора. Однак користувачі вебсайтів звикли до певних правил поведінки: вони очікують знайти меню у верхній частині, логотип ліворуч і контактну інформацію у футері. Надмірно креативне розміщення або анімація може дезорієнтувати. Отже, важливо, щоб інтерфейс залишався зрозумілим і простим, зберігаючи при цьому оригінальність дизайну.

Основою дизайн-концепції сайту фотографа є визначення цілей, створення візуального нарративу, аналіз цільової аудиторії, емоційна архітектура сайту, вибір типографіки, адаптивність і баланс між унікальністю та зручністю. Ця ідея є не лише стилістичною основою, а й основою, на якій базується вся логіка дизайну, візуальна мова та взаємодія користувача з проєктом. На цьому етапі визначається ключова концепція візуального спілкування, яка згодом стане тією «мовою», за допомогою якої фотограф говоритиме зі своєю аудиторією.

2.2 Структурна організація сайту: логіка подачі інформації та композиційні принципи

Розробка чіткої структурної організації вебсайту для фотографа є важливим

етапом розробки. Це забезпечує зрозумілу логіку подачі інформації та ефективне використання композиційних принципів. Структура сайту впливає на те, як користувачі взаємодіятимуть із контентом, наскільки швидко вони знайдуть потрібну інформацію та чи отримають вони позитивний досвід, переглядаючи портфоліо.

Насамперед принцип ієрархічності повинен бути основою логіки побудови вебсайту. Головна сторінка повинна містити найважливіші дані та може бути відвідана за два-три кліки. У більшості випадків вебсайт фотографа складається з таких основних частин: головна сторінка, портфоліо, про себе, послуги, відгуки клієнтів, контактна інформація. Така структура відповідає очікуванням і зрозуміла більшості користувачів.

Важливо дотримуватися принципу «від загального до конкретного» під час розробки стратегії розповсюдження інформації на вебсайті фотографа. На головній сторінці має бути візуальне резюме стилю фотографа, включаючи кілька найвидатніших робіт, які викликають інтерес і створюють враження. Доцільно групувати роботи в портфоліо за тематиками, наприклад портрети, комерційні зйомки, весільні фотографії тощо. Це спростить пошук і дозволить користувачам швидше знайти приклади, що їх цікавлять.

Композиційна організація візуальних матеріалів є важливою. Принцип сітки, також відомий як схема сітки, є корисним методом, який дозволяє вирівнювати фотографії та текстові блоки в логічній і гармонійній послідовності (Рис. 2.1.). Сітка робить сайт більш організованим, а користувачам легше орієнтуватися в ньому. Згідно з дослідженням Брукса та Вірта (Brooks & Wirth, 2018), використання ефективної сіткової структури підвищує залученість користувачів до вмісту вебсайту на тридцять чотири відсотки. У додатку К можна переглянути приклад будови сітки сайту [13].

Застосування принципу візуальної ієрархії, коли основні акценти розставляються за допомогою розміру елементів, типографіки або контрасту кольорів, є важливим крім сітки. Більші шрифти або яскравіші кольори слід використовувати для виділення найважливіших даних, а другорядні дані повинні

бути менш помітні, але все ще читабельні. Це допомагає направляти погляд користувача в правильному порядку по сторінці.

Правило сканування сторінки типу «F» є ще одним важливим композиційним принципом. Згідно з дослідженням групи Nielsen Norman, люди зазвичай переглядають веб-сторінки з літерою «F» горизонтально зверху, трохи нижче, а потім вертикально вниз по лівому краю. Згідно з цим принципом, важливі матеріали повинні знаходитися ліворуч і у верхній частині сторінки.

Важливо також оптимальне використання білого простору (Додаток Л) [12]. Використовуючи його, можна розвантажити візуальне сприйняття сторінки, підкреслити окремі елементи дизайну та зробити вебсайт професійнішим і вишуканим. Білий простір не повинен сприйматися як порожнє місце; його функція полягає в тому, щоб надати елементам ритм і створити комфортний візуальний досвід.

Особливу увагу варто приділяти описам портфоліо щодо контенту. Короткі, але важливі підписи на кожній серії фотографій допомагають краще зрозуміти, що сталося під час зйомок, і розповісти історію або настрій, що стоїть за візуальним образом. Це підвищує зацікавленість потенційних клієнтів, додаючи глибину та емоційність роботам.

Логіка подачі інформації з точки зору взаємодії (UX-дизайну) повинна сприяти мінімізації зусиль користувача для досягнення своєї мети. Наприклад, кнопки заклик до дії, також відомі як СТА або Call to Action, повинні бути розміщені логічно та зручно. Це стосується таких завдань, як замовлення консультації, запис на фотосесію та завантаження прайсу. Їхнє розташування повинно відповідати тому, як користувач думає під час перегляду сайту.

Таким чином, ефективна структурна організація сайту фотографа залежить від поєднання логічної побудови контенту, чіткого структурування інформації за допомогою сіток і композиційних правил, уваги до патернів поведінки користувачів і пріоритету візуальної ієрархії. Це робить вебсайт потужним інструментом для спілкування з творчою особистістю фотографа, а також зручним для перегляду та використання.

Важливо забезпечити логічну послідовність взаємопов'язаних частин на вебсайті фотографа. Зокрема, сторінки повинні бути організовані таким чином, щоб вони були зручними для користувача, а не переповнені зайвими переходами. Побудова сайту за принципом «візуального тунелю» ефективно: кожен розділ дає відвідувачам більше інформації, поки вони поступово занурюються в контент, а конверсійна дія (наприклад, заповнення заявки на фотосесію) завершується в кінцевому розділі. Цей метод значно підвищує ймовірність того, що користувач завершить сесію конкретною дією.

Навігаційне меню також заслуговує уваги. Вебдизайнери часто стикаються з дилемою: зробити просте та мінімалістичне меню чи детальне та багаторівневе. Закріплене або «плаваюче» меню, яке залишається доступним під час прокрутки сторінки, ідеально підходить для сайтів фотографів. Воно повинно містити від п'яти до семи основних елементів, які логічно розташовані та легко зрозумілі. На досвід взаємодії погано впливає надлишок пунктів меню.

Організація портфолію, яке зазвичай є основною частиною вебсайту фотографа, є ще одним важливим елементом. Розподіл портфолію на тематичні серії або окремі категорії, кожна з яких має власну галерею, за словами багатьох дизайнерів і фахівців з UX/UI, дає найкращі результати. Це дозволяє зберегти логіку візуальної подачі, запобігаючи хаотичному сприйняттю зображень, і підвищує ймовірність того, що аудиторія, яка шукає певний стиль зйомки, буде зацікавлена. Так, потенційний клієнт весільної фотосесії може швидко перейти до відповідного розділу портфолію, не переглядаючи студійні чи дитячі зйомки.

Крім того, важливо звернути увагу на те, що розміщення текстової інформації має бути продуманим і поєднуватися з візуальним контентом. Фотографи часто не звертають уваги на текст, зосереджуючись лише на зображеннях. Однак практика показує, що короткі текстові блоки, такі як підписи, вступи до серій, цитати клієнтів або особисті коментарі фотографа, можуть значно підвищити залучення користувача. Ці тексти повинні бути легко читабельними, вільними від непотрібних слів і створювати загальну емоційну атмосферу на вебсайті.

Що стосується композиційних принципів, також варто згадати правило

«візуального ритму». Він використовує переміщення блоків і чергування великих і малих зображень, щоб створити динаміку та запобігти монотонності при перегляді. Наприклад, портфоліо може чергувати широкоформатні горизонтальні фотографії з вертикальними або квадратними, що полегшує сприйняття та створює візуальний інтерес. З іншого боку, важливо дотримуватися стилістичного балансу, тобто кожне зображення повинно мати єдиний колористичний настрій, контрастність і не містити зайвих візуальних шумів.

Не менш важливою частиною дизайну сайту є блоки соціального підтвердження, які включають відгуки споживачів, логотипи компаній-партнерів і приклади опублікованих матеріалів. Такі компоненти підвищують довіру та підтримують імідж фотографа. Згідно з дослідженням HubSpot (2021), додавання блоку з реальними відгуками збільшує ймовірність того, що користувач звернеться до послуги, на 42 %. Цей блок варто розташувати ближче до завершення структури сторінки або одразу після портфоліо.

Контактна форма є ще одним важливим компонентом. Він має бути простим і містити лише кілька полів: ім'я, телефон або e-mail, повідомлення тощо. Іконки соціальних мереж, кнопки для доступу до месенджерів, інтерактивна карта місця студії та можливість записатися на консультацію — це обов'язкові способи зв'язку. Всі ці компоненти повинні бути візуально видимими, але не нав'язливими.

Особливу увагу заслуговує адаптивна структура вебсайту. Сайт має добре відображатися на всіх пристроях, від смартфонів до планшетів і великих екранів, оскільки мобільний трафік постійно зростає. Блоки, розмір текстів і відстані між елементами повинні змінюватися відповідно до розміру екрана без порушення дизайну та логіки. У 2020-х роках адаптивна верстка стане не лише сучасним трендом, але й необхідною умовою ефективного функціонування вебсайтів.

Загалом, структура вебсайту фотографа має велике значення для сприйняття бренду людьми, зручності використання та ефективності комунікації. На сайті фотографа потенційні клієнти шукають відчуття завершеності, професіоналізму та довіри завдяки гармонійній структурі, продуманій логіці навігації та використанню композиційних принципів.

2.3 Вибір стилістики, кольорової гама та типографіки відповідно до авторського стилю

Дизайн візуального стилю фотографа є важливою частиною процесу розробки вебсайту, оскільки саме візуальна компонента формує перше враження користувача, викликає емоційний відгук і задає тон усієї взаємодії з брендом. Стилiстика, кольорова гама та типографіка повинні гармоніювати один з одним і відповідати стилю фотографа та очікуванням цільової аудиторії.

Обрана стилістика має залежати від жанру, у якому спеціалізується фотограф. Наприклад, романтичне, ніжне оформлення з використанням повітряних композицій, світлих текстур і акварельних декоративних елементів є ідеальним для весільної фотографії. З іншого боку, стилі модерну або мінімалізму з чіткою структурою, контрастними формами та динамічним розміщенням контенту більше підходять для фотографій моди та реклами. Обраний стиль повинен бути привабливим для користувачів сайту та підкреслювати індивідуальність автора [1].

Один із найважливіших інструментів для створення наративу сайту — кольорова палетка. Кожен колір несе емоційне навантаження. Наприклад, бежеві та пастельні відтінки створюють відчуття спокою, тепла й ніжності; насичені темно-сині або бордові відтінки демонструють драматичність і глибину; а яскраві та контрастні відтінки демонструють енергію, сучасність і стиль. Щоб не відволікати увагу глядача від основного візуального контенту, вибір кольорів повинен враховувати контрастність фону та фотографій. Вважається, що найкраще використовувати від двох до трьох основних кольорів і від одного до двох акцентних відтінків [32]. В додатку М проілюстровано зразки ніжної (Рис.М.1.) та ділової (Рис.М.2.) палітр.

Як важлива частина айдентики, типографія повинна не лише зробити текст зручним для читання, але й візуально підтримувати загальний стиль. Заголовки повинні бути написані декоративним або емоційно вираженим шрифтом, тоді як основний текст повинен бути написаний простим, добре читабельним гротеском або гуманістичним шрифтом. Хороше поєднання шрифтів покращує розуміння

інформації та створює чітку ієрархію [19].

Адаптивність до типографіки є ще одним важливим фактором. Коли ви розробляєте дизайн, вам потрібно передбачити можливості масштабування шрифтів для різних розмірів екранів. Наприклад, каліграфічний шрифт може бути чітким на десктоп-версії, але він може бути нечітким на мобільному пристрої, який має обмежений розмір екрану. Таким чином, було б розумно провести тестування типографіки на різних пристроях і створити стилі, які можна використовувати на мобільній платформі [31].

Додаткові графічні елементи, такі як декоративні блоки, кнопки, іконки чи роздільники, повинні підтримувати обрану стилістику. Наприклад, тонкі лінії, м'які анімації та плавні переходи є ідеальними для вишуканих вебсайтів. Натомість геометричні форми, контрастні межі та чітка сітка макету є ознаками урбаністичного стилю [17].

Нарешті, вибір типографіки, кольорової гами та стилю — це не просто питання естетики. Це стратегічне рішення, яке створює візуальну мову бренду фотографа та аудиторії. Завдяки гармонійній взаємодії цих компонентів можна створити унікальний і запам'ятовується вебсайт, який відображає досвід автора та викликає довіру, зацікавлення та бажання залишатися на ньому довше.

Висновки до другого розділу:

Проектування вебсайту для фотографа вимагає глибокого розуміння концепції, стилю та потреб аудиторії. Візуальна мова сайту — це спосіб передати індивідуальність автора, жанр і настрої робіт. Саме тому стратегічне планування, логічна структура та візуальна узгодженість відіграють ключову роль.

Формування концепції — це створення візуального нарративу, що розкриває світогляд митця. Завдяки ретельно підбраному стилю та сюжетності сайт перетворюється на історію, яка захоплює. Успіх ресурсу залежить також від врахування інтересів цільової аудиторії, її поведінкових звичок і візуальних очікувань.

Структурна логіка — основа зручності. Адаптивна верстка, модульні блоки, акценти та композиційні принципи — усе це покращує навігацію та візуальне сприйняття. Інформація має бути впорядкована, ієрархічна та доступна на будь-якому пристрої.

Стиль, кольори та типографіка повинні бути єдиною системою. Послідовна стилістика підкреслює авторську ідею, кольорова палітра впливає на емоції глядача, а гармонійна типографіка забезпечує комфорт сприйняття. Разом ці елементи не відволікають від головного — фотографії.

Особливу увагу слід приділяти адаптивності кожного елементу. Без належної оптимізації навіть ідеальна візуальна концепція втрачає ефективність на мобільних пристроях.

Загалом сайт фотографа — це не просто галерея, а частина бренду. Через нього формується враження про професіоналізм і естетику автора. Кожна деталь — від структури до міжряддя — має значення. Адже правильно реалізований дизайн здатен не лише вразити, а й залучити клієнтів і зміцнити репутацію.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ ВЕБСАЙТУ ДЛЯ ФОТОГРАФА

3.1 Створення макетів інтерфейсу в Figma: мобільна та десктопна версії

Використання спеціалізованих інструментів для прототипування стало важливою частиною сучасного цифрового дизайну. Figma — хмарний редактор інтерфейсів, який забезпечує високу інтерактивність, дозволяє одночасно працювати над проектами в команді та дозволяє створювати адаптивні макети для різних типів пристроїв — є однією з найпопулярніших платформ для цього призначення. У рамках цієї роботи були створені повні макети вебсайту фотографа як для десктопних, так і для мобільних пристроїв.

Створення макетів починається з розробки дизайн-системи, яка включає типографіку, палітру кольорів, сітки, відступи, компоненти, такі як кнопки, форми та іконки, а також інші візуальні елементи. Наявність дизайн-системи в Figma дозволяє зберігати візуальну цілісність проєкту та ефективно керувати змінами на кожному етапі розробки. Для десктопної версії була використана сітка з дванадцяти колонок, а для мобільної версії — від чотирьох до шести колонок. Це дозволяє чітко структурувати вміст і забезпечити зручну адаптацію до різних розмірів екранів.

Дизайн десктопної версії розроблений для широкоформатних екранів з роздільною здатністю від 1440 пікселів. Інтерфейс включає горизонтальне розміщення ключових елементів навігації, повноекранну галерею з високою роздільною здатністю, зручну фільтрацію робіт і секції з короткими текстовими описами. Відповідно до принципу «візуальної ієрархії» заголовки були виділені за розміром і кеглем, вторинні елементи використовувалися нейтральні кольори, а заклики до дії (СТА) використовувалися контрастні кольори відповідно до бренд-палітри. У верхній частині сайту є навігація, яка закріплена під час прокручування, що дозволяє легко отримати доступ до кожного розділу.

Мобільна версія була розроблена на основі принципу «мобільний перший», з урахуванням логіки взаємодії користувача на сенсорному екрані. У цьому випадку використовуються вертикальні блоки, адаптовані форми, галереї зі свайп-ефектами та спрощене меню з навігацією до гамбургерів. Особлива увага приділена адаптації типографіки. Для полегшення читання на малих екранах було використано пропорційне масштабування шрифтів, враховано контрастність тексту до фону та використано інтерліньяж.

Обидва макети були створені з точки зору компоновання та модульності. Усі повторювані елементи були створені у вигляді компонентів. Це дозволяє швидко змінювати інтерфейс і розширювати проект без втрати узгодженості. У Figma також є інтерактивні прототипи, з анімаціями при наведенні та натисканні та переходами між сторінками. Це дозволяє протестувати логіку взаємодії ще до початку етапу розробки.

Таким чином, використання Figma як інструменту макетування дозволило створити інтерфейс, який був гнучким, адаптивним і візуально цілісним. Це послужило основою для подальшої розробки вебсайту, щоб відповідати вимогам сучасного UX/UI-дизайну та зробити взаємодію користувача з брендом більш зручною.

Графічний контент має бути адаптований для різних версій інтерфейсу. З метою зменшення навантаження на мобільні пристрої та пришвидшення завантаження сторінки було прийнято рішення використовувати оптимізовані версії зображень із меншою роздільною здатністю під час створення мобільного макета. Натомість для десктопної версії залишається можливість переглядати зображення високої якості з функцією збільшення за кліком. Це відповідає очікуванням цільової аудиторії, яка цінує деталізацію та є любителями фотографії та замовниками фотозйомок.

Крім того, Figma має функцію автолейауту, також відому як Auto Layout. Ця функція дозволяє гнучко адаптувати блоки до змін контенту. При проектуванні галереї цей метод використовується, оскільки коли ви додаєте нові проекти до портфоліо, компоненти автоматично розташовуються відповідно до встановлених

параметрів, не потрібно ручно змінювати ці параметри. Це значно полегшує після запуску підтримку сайту.

Проведення попереднього тестування за допомогою інтерактивних прототипів було ключовим етапом створення макетів. Інтерактивні переходи між сторінками та сценарії користувацької взаємодії, також відомі як потоки користувача, були розроблені в Figma. Ці сценарії демонстрували типові дії користувача, такі як переглядати портфоліо, переходити до розділу «Послуги» та заповнити форму замовлення. Це дозволило оцінити логіку навігації до початку етапу верстки, щоб виявити потенційні недоліки юзабіліті.

На основі зібраного фідбеку були внесені зміни. Наприклад, у мобільній версії було додано спливаюче повідомлення після надсилання форми (повідомлення про перевірку), змінено положення кнопки «Замовити зйомку» для кращої видимості та переглянуто кольорову палітру, щоб підвищити контраст при денному світлі.

Кольорова гамма макетів була адаптована до авторського стилю фотографа, який включає поєднання чорного, жовтого та білого кольорів, монохромні та чисті тони. Для акцентів і фону використовували основну палітру, а для навігаційних елементів і тіней використовували допоміжні кольори. Це підвищує загальний настрій бренду, зосереджуючись на емоційності зображень. Зображення, які показують палітру:

- Палітра кольорів
- Десктопна версія сайту у Figma
- Мобільна версія сайту у Figma

Основним шрифтом для Figma є Inter, оскільки він універсальний і використовується у веб-просторі. Звичайний текст і підписи блоків, а напівжирне накреслення використовується для заголовків. Визначення стилів тексту (Heading 1, Body Text, Caption тощо) полегшує інтеграцію в HTML-структуру та допомагає зберегти типографічну єдність на всіх етапах розробки.

Фігма не лише створила візуально узгоджений макета, але й створила повноцінну дизайн-систему, яку можна використовувати під час розробки.

Інтерфейс, який відповідає сучасним вимогам UX-дизайну та забезпечує позитивний досвід взаємодії користувача з брендом незалежно від типу пристрою, було створено за допомогою адаптивного методу створення як десктопної, так і мобільної версії.

Використання спеціалізованих інструментів для прототипування стало важливою частиною сучасного цифрового дизайну. Figma — хмарний редактор інтерфейсів, який забезпечує високий рівень інтерактивності, дозволяє одночасно працювати над проєктом у команді та дозволяє створювати адаптивні макети для різних типів пристроїв — є однією з найпопулярніших платформ для цього призначення. У рамках цієї роботи були створені повні макети вебсайту фотографа як для десктопних, так і для мобільних пристроїв.

На початковому етапі розробки сайту було визначено основні функціональні елементи, які включають головну сторінку, портфоліо, інформацію про автора, контактну форму та сторінку з відгуками. У Figma було розроблено адаптивну дизайн-систему для кожної з цих сторінок, щоб враховувати, як користувач взаємодіє з інтерфейсом у різних розмірах екрана.

Десктопні макети мають розмір 1440 пікселів по ширині, що є стандартом для широкоформатних екранів. Основна мета полягала в тому, щоб забезпечити читабельність, чітку ієрархію контенту та логічну навігацію. Використовуючи 12-колонкову сітку, всі компоненти інтерфейсу гарантують візуальну узгодженість і адаптивність. Використання компонентів і авторамки дозволило швидко масштабувати елементи для різних пристроїв без втрати структури.

У макетах мобільної версії (ширина 375px) було змінено структуру навігації. Наприклад, головне меню перетворилося на «гамбургер-меню», яке відкривається зліва направо. Збільшені кнопки для зручного торкання пальцем, а змінені відступи між елементами для більш комфортної взаємодії. Особлива увага приділялася швидкому доступу до портфоліо; на мобільній версії воно розташоване вище у структурі, ніж на десктопній, через зміну сценаріїв користування.

У типографіці було внесено зміни, щоб відповідати розмірам екрану. Наприклад, у мобільній версії основний шрифт зменшено до 14 пікселів,

коригуючи міжрядковий інтервал, водночас зберігаючи контраст між заголовками та текстом. Іконки, які на десктопі служать допоміжними візуальними акцентами, на мобільних пристроях також служать функціональними тригерами.

Таким чином, за допомогою Figma було створено єдину адаптивну систему, яка не тільки зберігає цілісність авторського стилю на різних платформах, але й дозволяє швидку та зручну взаємодію з користувачем. Усі етапи прототипування та макетування були виконані відповідно до стандартів UX-дизайну, що значно покращило сприйняття контенту та загальну довіру до веб-ресурсу.

Проектування структури взаємодії користувача з інтерфейсом (User Flow) було важливим етапом процесу створення макетів інтерфейсу в Figma. Багато основних сценаріїв взаємодії були створені під час цієї роботи. Серед них було ознайомлення з портфоліо, перегляду певної колекції фотографій, звернення до форми зворотного зв'язку та перехід до сторінки «Про мене». Щоб зменшити кількість кроків, необхідних для досягнення цілі, сценарії були візуалізовані у вигляді діаграм.

Застосування функції Prototype Mode було значною перевагою Figma; це дозволило створювати інтерактивні прототипи з реалістичними переходами між екранами. Наприклад, коли ви натискаєте на прев'ю зображення в портфоліо, відбувається плавна анімація, яка збільшує зображення та переходить у режим перегляду для всього екрана. Такі зміни сприяють утриманню уваги на вебсайті та значно покращують користувацький досвід.

Особлива увага приділялася повторному використанню елементів і модульності. Бібліотека інтерфейсних блоків складалася з компонентів, які включали поля введення, кнопки, навігаційне меню, заголовки та підзаголовки. Це не лише спрощує процес оновлення стилістики, але й гарантує, що стиль узгоджений на кожній сторінці. Коли колір кнопки або стиль шрифту компоненту змінюється, ці зміни автоматично поширюються на всі його місця використання.

Адаптивність була важливою частиною процесу створення макетів. Адаптивні фрейми Figma дозволяють автоматично змінювати розташування елементів і розміри відповідно до ширини екрана. Наприклад, блок контактної

форми, представлений у двох стовпчиках на десктопній версії, на мобільній версії перетворюється на вертикальний блок із послідовним розташуванням елементів.

Для деяких підрозділів, зокрема для портфолію, було застосовано принцип «перше телефон» через те, що значна частина користувачів використовує свої смартфони для доступу до сайту. Відповідно до найкращих практик мобільної ергономіки, усі важливі виклики до дії (CTA) розташовані в зоні великого пальця.

Система візуальних маркерів забезпечує візуальне сприйняття макетів. Активні елементи можуть мати чіткі hover-ефекти, такі як зміна тону сірого фону або поява підкреслення, а стан завантаження або помилки може бути відзначений зміненням виглядом кнопки або повідомленням у відповідному стилі.

Таким чином, макети, розроблені Figma, не тільки відповідають функціональним і естетичним вимогам, але й забезпечують зручність, швидкість взаємодії та емоційний комфорт користувача під час роботи з вебсайтом.

У процесі створення макетів у Figma особлива увага була приділена типографічній ієрархії та сітковій системі, які є важливими для зручності візуального сприйняття контенту. Для створення мережі було використано дванадцятиколоночну систему з фіксованими полями (80 пікселів на десктопі ліворуч і праворуч) і гнучкими відступами в мобільній версії. Це дозволило зберегти баланс між щільністю контенту та «диханням» інтерфейсу, що є важливою характеристикою мінімалістичного дизайну.

Шрифт Inter був обраний для заголовків, оскільки він підтримує українську мову та має хорошу читабельність. Наступним було представлено основну структуру шрифтів:

- Заголовок H1 — Inter Bold, 48 pt
- H2 — Inter SemiBold, 32 pt
- H3 — Inter Medium, 24 pt
- Основний текст — Inter Regular, 18 pt
- Допоміжний текст — Inter Light, 14 pt з підвищеним міжрядковим інтервалом для зручності сприйняття

Всі блоки тексту гармонійно поєднуються між собою незалежно від

пристрою завдяки використанню білого принципу вертикального ритму. Це було досягнуто шляхом використання базового розміру шрифту та контролю висоти рядка, що є ознакою професійного підходу до типографіки в цифровому середовищі.

Велике значення приділялося контрасту між текстом і фоном під час створення макетів. Відповідно до стандартів WCAG, основний текст подавався в білому або світло-сірому відтінку (#F5F5F5 або #CCCCCC) на чорному або темно-сірому фоні. З іншого боку, можна було виділяти кольорові акценти, такі як кнопки або активні стани посилань, за допомогою поєднання білого з тонкою сірою рамкою або навпаки, чорного на білому.

Для забезпечення візуальної стабільності всі елементи інтерфейсу були вирівняні за внутрішніми грід-лініями. Це дозволяє зберігати візуальну симетрію між зображеннями, текстовими блоками та елементами навігації. Це підвищує довіру користувача до сайту, оскільки інтуїтивно сприймається як ознака завершеності та професіоналізму.

Крім того, функції автоматичного розміщення активно використовувалися у Figma для створення адаптивних блоків, які автоматично змінюють свої параметри залежно від вмісту або ширини екрану. Це гарантує швидкість редагування макетів і точність передачі дизайну розробникам.

Як для дизайнера, так і для фронтенд-розробника, усі завершені макети були згруповані та систематизовані на окремих сторінках Figma: «Desktop», «Mobile», «Components» і «Typography». Для кожної версії сторінки, включаючи головну, портфоліо, контактну форму та сторінку про себе, були створені окремі фрейми, які забезпечували повну реалізацію grid layout, включаючи всі адаптивні варіанти.

Така структура робить макети не тільки красивими та відповідають сучасним тенденціям мінімалістичного дизайну, але й технічно зручними для використання. Їхня структура повністю відповідає принципам дизайн-системи, що забезпечує масштабованість і можливість адаптації в майбутньому.

Узагальнюючи результати роботи над розробкою макетів інтерфейсу в Figma, можна сказати, що всі завдання були виконані відповідно до авторського

бачення, сучасних тенденцій веб-дизайну та вимог функціональності ресурсу. Візуальна гармонія, зручність навігації та висока читабельність контенту на різних пристроях були досягнені за допомогою мінімалістичної стилістики, чіткої сіткової структури, логічної типографіки та адаптивних рішень. Для ефективної організації роботи та створення системного підходу до побудови всіх компонентів сайту інструменти Figma були необхідні для подальшої якісної верстки та програмної реалізації проекту.

3.2 Принципи адаптивного дизайну та зручності користування

У сучасному веб-середовищі, де користувачі можуть переглядати вебсайти з різних пристроїв, від ноутбуків до смартфонів, зручність інтерфейсу користувача стає важливою частиною ефективності взаємодії користувача з цифровими продуктами. У сфері створення вебсайтів фотографів адаптивний дизайн є необхідним для безперебійного доступу до портфоліо незалежно від пристрою, який використовується.

Гнучка сітка є основою адаптивного дизайну, який змінює свої параметри відповідно до розміру екрана. Це можна зробити у Figma за допомогою функцій автоматичного розташування та обмежень, які дозволяють інтерфейсним елементам масштабуватися або розміщуватися відповідно до меж компонента, секції чи вікна перегляду. Наприклад, на мобільній версії сайту сітка змінюється з трьох колонок на одну. Це дозволяє зображенням бути оптимально розташованими без втрати читабельності чи загального стилю.

Спрощення навігації є ще однією важливою деталлю. На великих екранах краще доступне розгорнуте горизонтальне меню, але на мобільних пристроях це стандарт. Крім того, важливо зменшити кількість кліків, необхідних для доступу до основної інформації на сайті. Портфоліо повинно відкриватися за один-два кліки, оскільки це основна мета відвідувачів сайту.

Принцип «Mobile First» був основою дизайну, оскільки першочергово розроблялася мобільна версія, що дозволило зосередитися на функціональності та

уникнути зайвих компонентів. Це дозволило створити інтерфейс, який підтримує візуальну чистоту, швидке завантаження та простий у використанні на будь-якому пристрої.

Крім того, варто згадати тестування юзабіліті, яке оцінює прототип з точки зору користувацького досвіду. За рекомендаціями групи Нормана і Нільсена (Nielsen Norman Group), основні принципи юзабіліті були враховані під час створення макетів:

- Видимість статусу системи (наприклад, зворотній зв'язок при натисканні на кнопки),
- Сумісність з очікуваннями користувачів (розміщення логотипу у верхньому лівому куті, кнопка «Назад»),
- Превенція помилок (виключення зайвих дій у навігації),
- Гнучкість і ефективність (використання швидких шляхів до перегляду контенту).

Крім того, інтерфейс адаптується до сенсорного управління, оскільки розміри інтерактивних елементів повинні бути не менше 44 на 44 пікселів, згідно з рекомендацією Apple Human Interface Guidelines. Це запобігає випадковим натискачам.

У поєднанні ці принципи створюється вебсайт, який не тільки має приємний дизайн, але й є по-справжньому корисним і зручним для користувача. Цей вебсайт створює позитивний досвід для користувача та підтримує професійний імідж фотографа в цифровому світі.

Забезпечення послідовності користувацького досвіду (UX) між різними версіями інтерфейсу стало ключовою характеристикою реалізації адаптивного дизайну. Візуальні та функціональні компоненти сайту зберігають логіку, структуру та ієрархію, незалежно від того, переглядає його користувач на смартфоні, планшеті чи моніторі з роздільною здатністю 4K. Це досягається за допомогою гнучкого компонування секцій, використання відносних одиниць вимірювання (наприклад, %, rem, vw) і використання медіа-запитів у CSS під час реалізації адаптивного коду після етапу проєктування.

В роботі особливу увагу було приділено розробці стандартних брейкпоінтів, які відповідають найбільш поширеним розмірам екранів: 1440px для десктопів, 1024px для планшетів, 768px для вузьких планшетів і 375px для смартфонів. Для кожного з них були розроблені макети, які дозволяли масштабувати контент і враховувати, як різні пристрої взаємодіють з інтерфейсом. Наприклад, коли ви переходите до мобільної версії, елементи навігації стають більш простими, а доступ до портфоліо можна отримати за допомогою свайп-жести або прокрутки.

Вкрай важливо, щоб текст був контрастним і читабельним. Адаптивний дизайн дозволяє масштабувати шрифт, зберігаючи як розмір, так і міжрядковий інтервал, що покращує читання тексту на екранах з високою щільністю пікселів. Вибір кольорової гами з високим контрастом гарантує зручність читання в умовах змінного освітлення, особливо на мобільних пристроях.

Упровадження адаптивної типографіки, тобто шрифтів, які добре читаються в будь-якому масштабі, є не менш важливим. Для дизайну використовувався геометричний гротеск (наприклад, Montserrat або Inter), що надає сучасний вигляд і забезпечує високу читабельність. Шрифти адаптовані за допомогою системи модульного розміру, що дозволяє підтримувати візуальну ієрархію заголовків, підзаголовків і основного тексту без втрати ритму композиції на різних пристроях.

Оптимізація часу завантаження є важливою частиною зручності користування, окрім візуальної складової. Цей дизайн-підхід включає попереднє завантаження шрифтів, підготовку графіки в сучасних форматах (WebP) і мінімізацію використання важких декоративних елементів. Таке рішення є мінімалістичним і дозволяє користувачеві зосередитися на роботах фотографа.

Адаптивний дизайн також враховує доступність. Підвищення доступності сайту для користувачів з порушеннями зору або моторики досягається за допомогою використання ARIA-атрибутів, правильної семантики HTML-структури (яка буде використана в наступному етапі верстки) та логічної послідовності фокусування. Це не лише моральний підхід, але й збільшить охоплення аудиторії.

Зрештою, поєднання вищезазначених принципів дозволяє створити

інтерфейс, який не лише виглядає адаптивно, але й поводить себе адаптивно, тобто змінюється відповідно до того, як використовується пристрій, очікування користувача та його можливості.

У рамках технічних аспектів адаптивний дизайн враховує поведінку користувача. Наприклад, на десктопі часто використовується наведення курсора для отримання додаткової інформації або активації підказок, але на мобільних пристроях цю функцію можна виконати за допомогою тапу або довгого натискання. Обидва сценарії були реалізовані в макетах сайту фотографа в Figma: ховер-ефекти для десктопу та більш виразні тап-зони для мобільної версії. Такий метод покращує взаємодію та дозволяє користувачеві швидко визначити, які елементи клікабельні.

Принцип прогресивного покращення — ще один важливий принцип. На етапі проектування передбачається, що основні функції сайту, такі як перегляд портфоліо, заповнення форми та навігація, будуть доступні навіть на застарілих або слабких пристроях із обмеженою підтримкою сучасних веб-технологій. Розширені візуальні ефекти, анімація та високоякісні зображення можна підключити лише за умови, що пристрій має достатню пропускну спроможність і можливості. Це гарантує широкий охоплення користувачів і стійкість сайту в різних умовах.

Крім того, важливим є оптимізоване завантаження ресурсів. Це означає, що макети включають використання сучасних форматів зображень (WebP), мінімізацію CSS/JS та динамічне завантаження поточного контенту. Для мобільних і десктопних версій Figma були створені різні зображення з різною роздільною здатністю, що дозволяє фронтенд-розробникам підключати найкращі файли залежно від пристрою.

Нарешті, дизайн-система — система компонентів, яка об'єднує всі повторювані елементи, такі як кнопки, поля введення та картки портфоліо — покращує зручність використання. Використання єдиного набору компонентів із чіткими правилами стилізації та поведінки дозволяє зберегти єдність інтерфейсу та спростити майбутню підтримку сайту.

Відповідність інтерфейсу різним пристроям і розмірам екранів є важливим

компонентом, який гарантує, що сайт буде комфортним для використання. Макет вебсайту був розроблений таким чином, щоб забезпечити бездоганне відображення на різних типах пристроїв, оскільки багато людей використовують різні пристрої, такі як смартфони, планшети та ноутбуки. Важливим принципом є система рідинних мереж, також відома як «рідка сітка», яка дозволяє розташовувати елементи на сторінці таким чином, щоб вони правильно відображалися на екранах з різними роздільними здатностями. Це гарантує, що інформація на сайті завжди є прозорою та зрозумілою для користувача, оскільки вона не «вилазить» з екрана.

У рамках адаптивного дизайну використовувався відповідальний контент, а також використання fluid grid. Це означає, що текст, зображення та інші елементи можуть змінювати розмір і розташування відповідно до розміру екрана, що дозволяє користувачеві комфортно переглядати інформацію без необхідності масштабувати сторінку або прокручувати її в горизонтальному напрямку.

Зручність навігації, яка повинна бути максимально простою, є ще одним важливим елементом адаптивного дизайну. Наприклад, мобільні пристрої потребують меню, які займають менше місця, таких як бургер-меню, або вкладок, щоб легко перейти до основних розділів сайту. У той же час для десктопних версій дуже важливо, щоб меню знаходилося у верхній частині екрану та містило категорії, які легко зрозуміти, щоб швидко орієнтуватися.

Швидкість завантаження сайту також вплине на користувацький досвід (UX). Для забезпечення цього важливо працювати не лише з контентом, але й з технікою, такою як оптимізація зображень, використання кешування та зменшення кількості запитів до серверів. У результаті такої оптимізації користувачі не повинні чекати довгих завантажень сторінок; це покращує зручність використання та зменшує ймовірність того, що користувачі покинуть сайт через тривалі завантаження.

Забезпечення доступності для людей з інвалідністю є важливим компонентом адаптивного дизайну. Вебсайт має бути доступним для людей з порушеннями зору чи слуху. Щоб досягти цього, необхідно включити альтернативні тексти в зображення, забезпечити правильний контраст між текстом і фоном і використовувати функції ARIA (Accessible Rich Internet Applications).

Однак особлива увага була приділена забезпеченню інтерактивних елементів, таких як кнопки, форми для запиту послуг або зворотного зв'язку, щоб їх було легко знайти та використати. Важливо, щоб форма для запиту послуг була доступна на кожній сторінці вебсайту фотографа, оскільки її мета полягає в спілкуванні з потенційними клієнтами та демонстрації їхніх робіт. Це особливо актуально на мобільних телефонах, де її можна заповнити за допомогою кількох простих кроків.

Динамічна зміна контенту відповідно до пристрою та контексту є ключовим елементом адаптивного дизайну. Доступ до портфоліо було оптимізовано для мобільних пристроїв, згрупувавши великі зображення, які є основним контентом сайту, у каруселі. Це дозволяє користувачам легко переглядати зображення з мінімальним навантаженням. На відміну від цього, більші зображення на десктопі є статичними і займають більшу частину екрану, що дозволяє користувачеві зосередитися на кожному зображенні.

Розділ 3.2 містить обґрунтування основних принципів адаптивного дизайну та зручності користування, які використовуються при розробці вебсайту фотографа. У Figma, по-перше, реалізовано гнучку сіткову систему та адаптивні фрейми, що дозволяє відображати контент чітко на мобільних, планшетах і десктопах.

По-друге, «Mobile First» підхід дозволив оптимізувати навігацію та пріоритетність портфоліо для користувачів мобільних пристроїв.

По-третє, для покращення юзабіліті було створено стандарти контрастності та читабельності, що включає ергономічні розміри інтерактивних елементів і знайомі патерни навігації.

Нарешті, були враховані технічні аспекти, такі як оптимізація ресурсів, використання сучасних форматів графіки та забезпечення доступності. Це разом гарантує швидке завантаження, просту взаємодію та велику аудиторію користувачів.

3.3 Презентація завершеного дизайну та обґрунтування візуальних рішень

У цьому розділі детально розглядається завершений дизайн вебсайту фотографа, зокрема основні дизайнерські рішення, які були використані під час розробки. Усі візуальні компоненти, від кольорової гами до типографіки, розроблені таким чином, щоб бути мінімалістичними та зручними для користувача.

Головна сторінка вебсайту показана на рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Головна сторінка вебсайту фотографа

Основною метою створення головної сторінки було зробити фотографії, які є основним контентом сайту, зрозумілими та прозорими. Вебсайт виконаний у стилі мінімалізму, що дозволяє зосередитися на фотографіях, уникаючи зайвих елементів.

На головному екрані розміщено великий банер із фотографією, яка займає всю доступну площу без рамок і підписів. Це дозволяє користувачеві відразу залучити себе до візуального контенту. Всі деталі були ретельно підібрані, щоб

створити найкраще враження. Щоб легко визначити бренд фотографа, логотип знаходиться у верхньому лівому куті. Навігаційна панель, яка є надзвичайно простою та легко зрозумілою, розташована в правій частині екрана.

Чорно-біла палітра головної сторінки не відволікає увагу від основного контенту та підкреслює елегантність і сучасність дизайну. Білий текст покращує видимість і чіткість, а чорний фон додає глибини.

Структура головної сторінки була розроблена таким чином, щоб користувачі могли легко переміщатися по сайту та швидко знайти портфоліо фотографа. Для мобільних пристроїв також є адаптивна версія сайту, яка покращує взаємодію, змінюючи розташування елементів відповідно до розміру екрану.

Важливими компонентами дизайну є великі кнопки навігації, які спрощують доступ до основних розділів сайту. Рішення використовувати мінімалістичний дизайн допомогло створити інтерфейс, який підкреслює майстерність фотографа та одночасно є зручним для користувача. Використання чорного та білого кольорів також допомагає створити елегантний вигляд. Цей вигляд повністю відповідає потребам фотографа та його творчому підходу.

Цей дизайн зберігає функціональність і простоту навігації, дозволяючи зосередитися на контенті та демонструвати найкращі фотографії.

У центральному блоці вебсайту представлено портфоліо фотографа у вигляді чотириколонкової сітки, яка автоматично адаптується до ширини екрану (Рис. 3.2.). Кожна картка містить лише зображення без текстових підписів, що підтримує концепцію мінімалізму та дозволяє користувачеві зосередитися на візуальному контенті. При наведенні на мобільний екран курсора (hover) або дотику (tap) картка плавно затемнюється. Після цього з'являється іконка збільшення, яка вказує на те, що ви можете перейти в режим перегляду збільшеної фотографії.

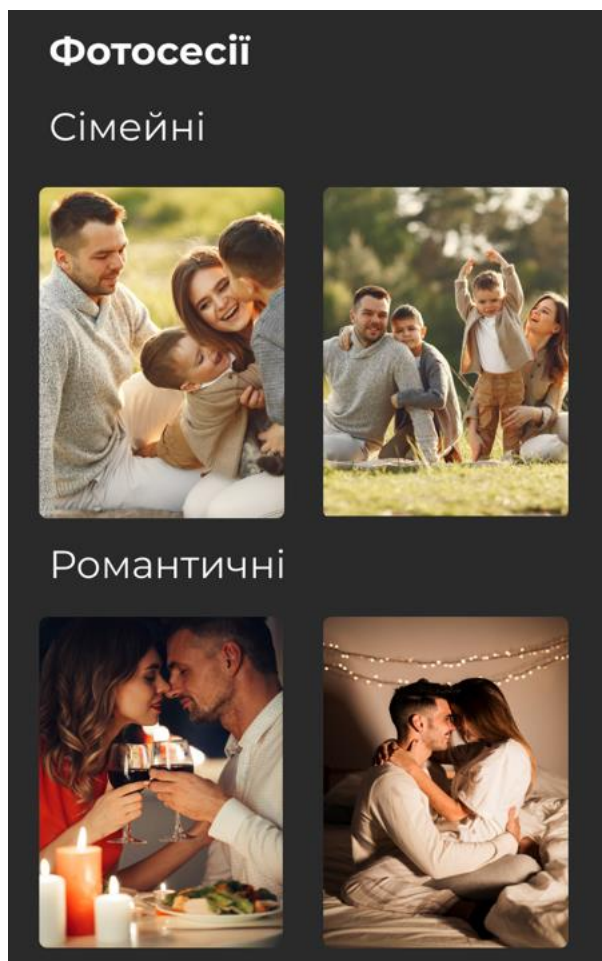


Рис. 3.2. Галерея портфоліо з чотириколонковою сіткою

Для портфоліо-зображень використання швидкого завантаження забезпечує швидке завантаження початкового контенту, а повільне підвантаження залишку галереї відбувається відповідно до скролу користувача. Це скорочує навантаження на канал зв'язку та прискорює час першого відображення сторінки. Переходи між етапами завантаження та плавні анімації не створюють відчуття затримки та зберігають інтуїтивність інтерфейсу.

У цьому портфоліо кольори відповідають чорно-білій палітрі: фон залишається білим, а картки світло-сірими. Слайд відображається на темному напівпрозорому фоні (#1A1A1A, opacity 0.8), що підвищує контраст і фокус світлини. Цей метод зберігає візуальну чистоту сторінки та підвищує емоційну залученість.

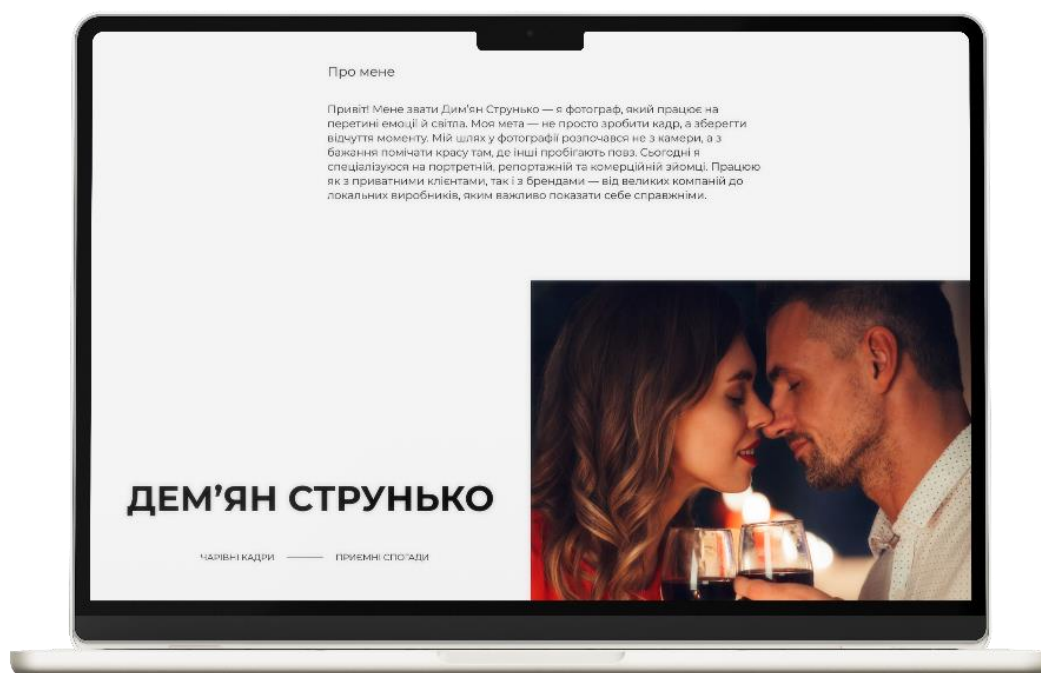


Рис. 3.3. Сторінка «Про автора» з контактною формою

На десктопі сторінка «Про автора» розроблена як двоколонкова, так і одноколонкова (Рис. 3.3.). Для підвищення читабельності в лівій колонці міститься короткий текст-резюме, написаний шрифтом Inter Regular із міжрядковим інтервалом 1,5. Під портретним зображенням фотографа є права колонка, де можна збільшити зображення, а також підпис із ім'ям і професійним слоганом.

Контактна форма включена прямо під основним описом і містить поля «Ім'я», «Email» і «Повідомлення». Кнопка «Відправити» обведена чорним і білим фоном, що контрастує з загальною палітрою та привертає увагу негайно. Для візуального зворотного зв'язку поля введення мінімалістичні з однотонним підкресленням, яке перефарбовується в темно-сірий (#333333) під час фокусу.

Короткий лого-текст і іконки соціальних мереж у монохромному стилі розташовані в футері. Відповідно до рекомендацій Apple Human Interface Guidelines, усі інтерактивні елементи, включаючи кнопки та посилання, мають цільову зону розміром 48 на 48 пікселів. Це гарантує, що кожен користувач,

незалежно від пристрою та віку, буде відчувати себе комфортно під час взаємодії.

Удосконалення дизайну та оптимізації мобільних пристроїв зображено на рисунку 3.4:

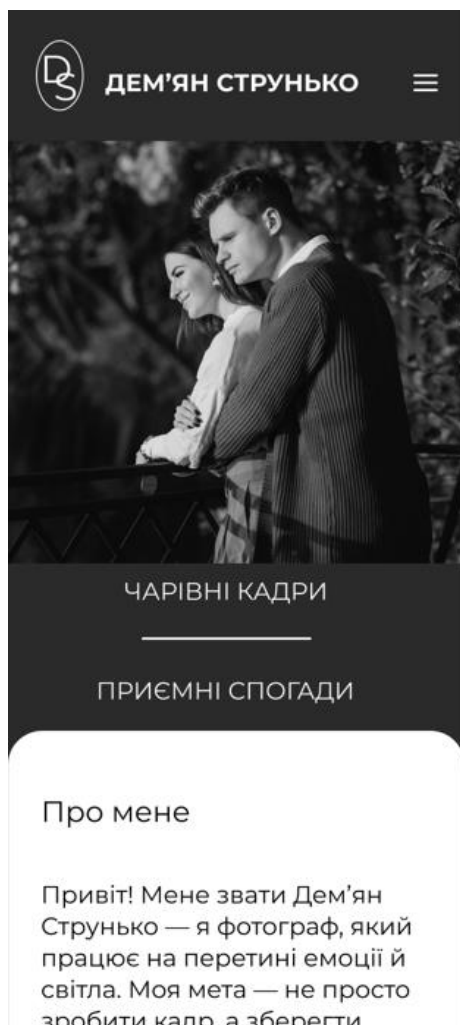


Рис. 3.4. Скріншот мобільної версії головної сторінки

Адаптивність вебсайту є важливою частиною завершеного дизайну, оскільки це дозволяє відображати сторінку правильно на різних типах пристроїв, зокрема на смартфонах і планшетах. Для цього використовується Grid CSS і Flexbox, які дозволяють гнучко змінювати розміри контенту відповідно до екрану. Головна сторінка, меню, портфоліо та сторінка «Про автора» можуть автоматично змінювати свої компонування, зберігаючи при цьому функціональність і вигляд.

Меню перетворюється на гамбургер-меню на мобільній версії, що полегшує навігацію та заощаджує місце на екрані для важливішого контенту.

Портфолію на мобільних пристроях перетворюється на однорядний слайдер із можливістю прокрутки, що дозволяє зручно переглядати зображення одне за одним, не відволікаючи користувача від основного завдання.

Стиль і безшовний досвід користувача між різними пристроями зберігаються, оскільки колірні рішення залишаються ідентичні десктопній версії. Наприклад, коли ви переглядаєте вебсайт на своєму мобільному пристрої, ви все ще бачите чорно-білий фон із сірими елементами в допоміжних функціях, таких як меню та кнопки. Це запобігає дисонансам у сприйнятті, незалежно від того, чи людина користується комп'ютером чи смартфоном.

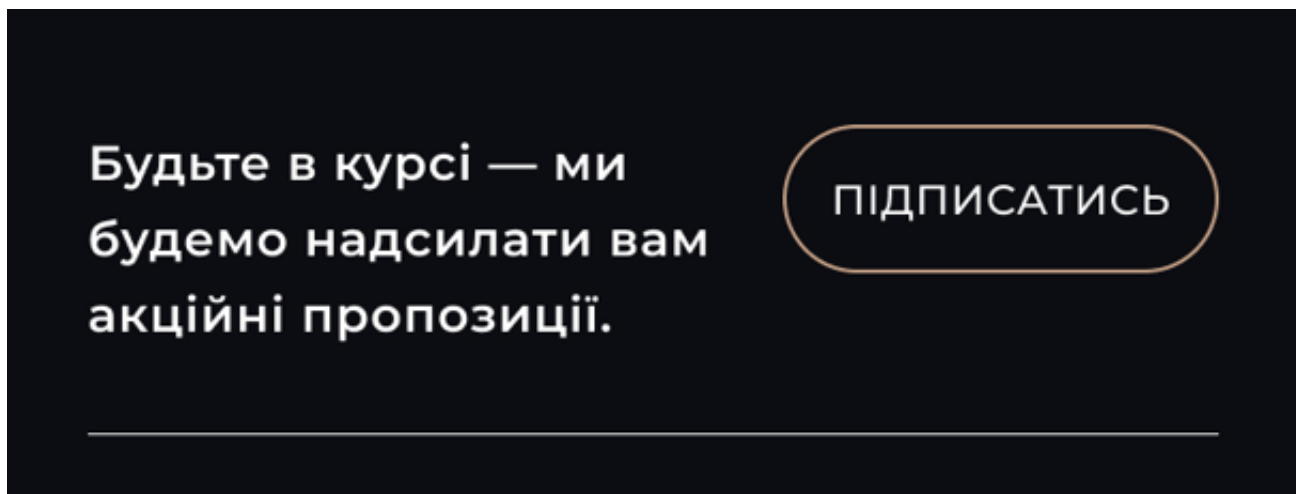


Рис. 3.5. Скріншот інтерфейсу кнопки «Підписатись» на мобільному пристрої

Інтерактивні елементи сайту, такі як кнопки, форми та перехідні елементи, такі як посилання та іконки, розроблені з огляду на те, наскільки легко їх використовувати. Кнопки вебсайту мають достатній розмір, щоб легко натискати їх на мобільних пристроях, одночасно зберігаючи привабливий дизайн. Наприклад, на сторінці «Контакти» кнопка «Відправити» зображена в чорному кольорі, а білий текст виділяється на світлому фоні. Це полегшує орієнтацію користувача на сторінці та дозволяє швидко знайти необхідні елементи.

Цю кнопку можна побачити на мобільній версії сайту, як показано на рисунку 3.5. Крім того, кнопка адаптується до різних типів екранів і має

можливості гарантувати правильне відображення на різних типах пристроїв. Крім того, кнопки мають чіткий зворотний зв'язок у вигляді анімацій, які змінюють кольори при натисканні, що робить їх більш інтерактивними та дає користувачам відчуття впевненості в тому, що вони роблять.

Оптимізація навігаційних елементів є ще однією важливою частиною процесу. Кожен компонент сайту, включаючи кнопки, меню та іконки соціальних мереж, легко доступний на мобільних пристроях, і інтерфейс не перегрівається. Наприклад, натискання «гамбургер» у меню відкриває широкий список категорій, що дозволяє легко перейти до різних розділів вебсайту, не перевантажуючи головний екран. Підсумок візуальних рішень та дизайн-концепції зображено на рис. 3.6.

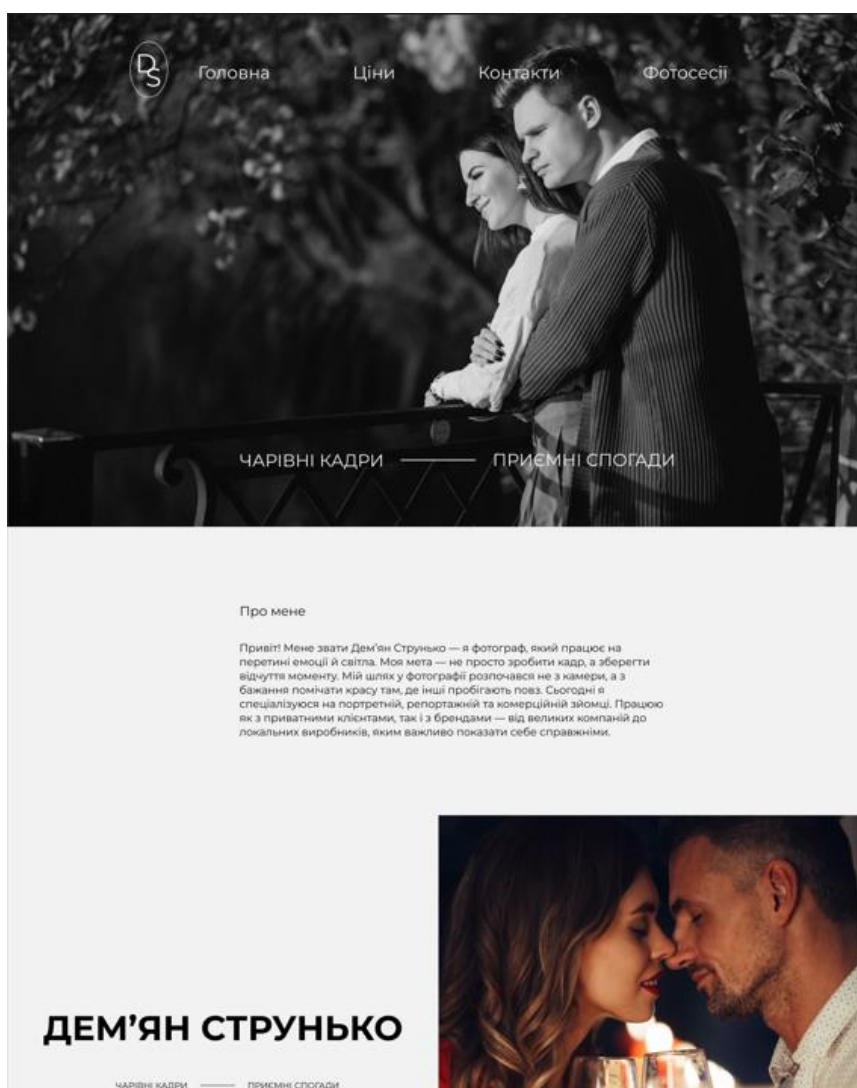


Рис. 3.6. Презентація фінального макету вебсайту

Завершений дизайн вебсайту фотографа є результатом комплексного підходу до вибору стилістики, кольорової гами, типографіки та інших елементів інтерфейсу, які створюють гармонійний візуальний досвід користувача. Кожен компонент сайту, від шрифтів до кнопок, був підібраний таким чином, щоб підкреслити професіоналізм фотографа, зберігаючи при цьому мінімалістичну концепцію.

Чорний, білий і сірий — це три основні кольори, які були обрані не випадково. Ці кольори підкреслюють фотографії, які є основним контентом вебсайту, створюючи атмосферу, яка є елегантною та стильною. Чорний фон зосереджує увагу на зображеннях, а сірі та білі елементи створюють гармонію та полегшують сприйняття інформації. Палітра кольорів не відволікає від основної мети сайту, яка є переглядом портфоліо фотографа. Приклад використання шрифтів на мобільній версії сайту можна побачити на рис. 3.7.



Рис. 3.7. Приклад використання шрифтів на мобільній версії сайту

Типографіка вебсайту також важлива. Вибір шрифтів був спрямований на створення вигляду, який був елегантним, але одночасно читабельним. Основний текст написаний простим, сучасним шрифтом без засічок, що робить його зручним читати на будь-яких пристроях. Заголовки написані за допомогою шрифту з особливостями, щоб підкреслити стиль і особливості сайту.

Сайт був розроблений таким чином, щоб він виглядав однаково на всіх типах пристроїв, від комп'ютерів до мобільних телефонів, з точки зору адаптивності дизайну. Основні компоненти інтерфейсу, такі як кнопки та меню, оптимізовані для зручності використання на смартфонах із обмеженим екраном. У мобільній версії сайту користувачі можуть легко знайти основні розділи завдяки зручному меню гамбургерів, яке не перевантажує інтерфейс.

Для забезпечення стійкості та зручності подальшої реалізації дизайн-системи було підготовлено документацію зі стилю та компонентів. Документація містить всі необхідні специфікації, такі як токени кольору, типографічні масштаби та відступи, а також перелік компонентів із їх варіантами станів, такими як за замовчуванням, при наведенні та натисканні. На рисунку 3.8 показано фрагмент документу зі стилями та компонентами.

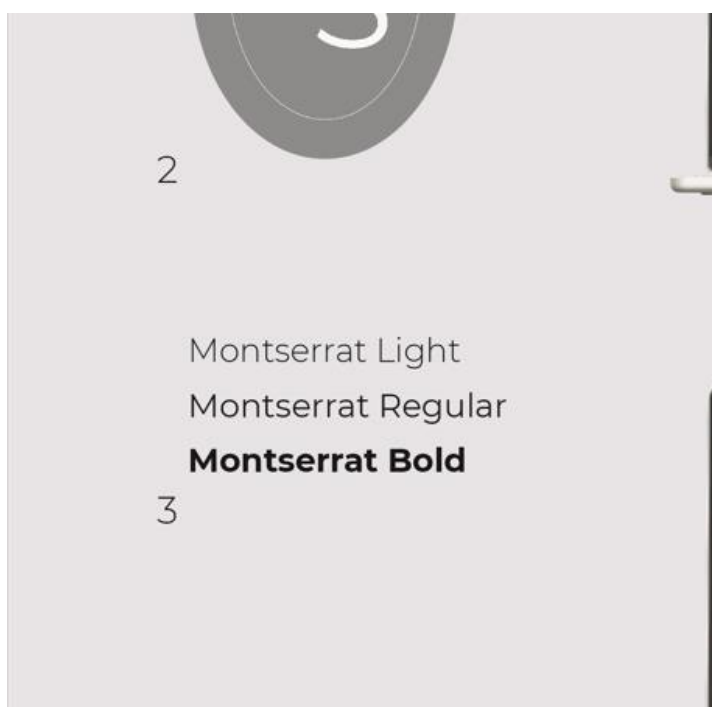


Рис. 3.8. Фрагмент документу зі стилями та компонентами

У файлі кожен колір позначений HEX-кодом і описано, як його можна використовувати для фону, тексту або акценту. Таблиця для типографії містить інформацію про сімейство шрифтів, розміри, накреслення, міжрядковий інтервал і кольорові значення. Елементи навігації, картки портфоліо, кнопки, форми та повідомлення про стан (успіх/помилка) містяться в різних категоріях компонентів.

Перед передачею проєкту фронтенд-розробникам важливим кроком є підготовка такої детальної документації. Вона гарантує, що код, який буде реалізовано, відтворюватиме дизайн максимально точно, використовуючи мінімум правок і додаткових узгоджень. Це сприяє швидкості розробки, зменшує ризик втрати візуальної цілісності та дозволяє легко масштабувати сайт у майбутньому.

У розділі 3.3 представлено завершені макети вебсайту фотографа, а також обґрунтування кожного важливого візуального рішення. Мінімалістична стилістика з використанням чорно-білої палітри та відтінків сірого дозволила створити чистий інтерфейс, у якому фотографії виступають центральним елементом. Логічність структури та послідовність сприйняття контенту були забезпечені за допомогою використання 4-колонкової сітки для галереї портфоліо, повноекранного блоку героя та чіткої ієрархії заголовків.

Поєднання шрифтів Inter та Playfair Display у типографіці підкреслило сучасний і водночас елегантний характер вебсайту. Кольорові акценти на кнопках і інтерактивних елементах візуально виділяють основні дії, а ефекти hover і tap покращують взаємодію. Комфортне користування на будь-якому пристрої гарантується адаптивним «гамбургер-меню», оптимізованими картками портфоліо та ергономічними зонами натискання.

На додаток до макетів була підготовлена докладна інструкція стилю, яка включала токени кольорів, типографічні масштаби, відступи та описи компонентів. Це гарантує розробникам точну передачу стилю, тривалу підтримку проєкту та можливість масштабування дизайну в майбутньому. Закінчений дизайн, який відповідає сучасним стандартам UX/UI та авторському баченню, є гармонійним поєднанням естетики, функціональності та зручності.

Висновки до третього розділу:

У трьох розділах розглянуто практичні аспекти створення вебсайту фотографа — від адаптивних макетів у Figma до обґрунтування візуальних рішень. Макети поєднують функціональність і мінімалізм, а використання Figma забезпечило централізоване управління компонентами, підвищивши продуктивність і масштабованість.

У підрозділі 3.1 створено ключові сторінки (головна, портфоліо, «Про автора», контакти), адаптовані для десктопу (12-колонкова сітка) й мобільних пристроїв (1-колонкова структура). «Мобільний перший» підхід акцентував на портфоліо й зручності навігації. Інтерактивні прототипи з анімаціями та жестами дозволили протестувати користувацький сценарій.

Підрозділ 3.2 описує принципи адаптивності: брейкпоінти 375–1440 px, відповідність стандартам WCAG і Apple HIG, комфортні зони натискання (44×44 px), гнучкі сітки та Flexbox — усе це гарантує стабільність дизайну на різних пристроях.

У підрозділі 3.3 наведено зображення інтерфейсів та обґрунтовано вибір: монохромна палітра, типографіка, документація з токенами й специфікаціями компонентів для ефективної передачі розробникам. Представлено завершені макети вебсайту фотографа, а також обґрунтування кожного важливого візуального рішення.

Мінімалістична стилістика з використанням чорно-білої палітри та відтінків сірого дозволила створити чистий інтерфейс, у якому фотографії виступають центральним елементом. Логічність структури та послідовність сприйняття контенту були забезпечені за допомогою використання 4-колонкової сітки для галереї портфоліо, повноекранного блоку героя та чіткої ієрархії заголовків.

Загалом, системний підхід забезпечив баланс естетики й зручності, а адаптивність гарантує комфорт користування. Підготовлена документація сприяє точній реалізації дизайну у вебсередовищі. Проєкт демонструє ефективність мінімалізму, технічної гнучкості та уваги до UX — це зміцнює репутацію

фотографа через якісний цифровий образ.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У трьох розділах кваліфікаційної роботи розглянуто практичні аспекти створення вебсайту фотографа — від аналізу літературних джерел та сучасних тенденцій у вебдизайні до створення макетів у Figma, в тому числі адаптивних, та обґрунтування візуальних рішень. Макети поєднують функціональність і мінімалізм, а використання Figma забезпечило централізоване управління компонентами, підвищивши продуктивність і масштабованість.

У першому розділі розглянуто теоретичні основи вебдизайну як інструменту візуальної комунікації у творчих індустріях, зокрема в діяльності фотографа. Проведено аналіз фахових джерел і сучасних візуальних практик, що дозволило окреслити методологічні та практичні аспекти проєктування сайту-портфоліо.

Вебсайт для фотографа — це засіб самопрезентації, комунікації та побудови бренду, а не лише платформа для демонстрації робіт. Він виконує як інформаційну, так і репрезентативну, емоційну та ідентифікаційну функцію.

Також проаналізовано, як фотограф формує візуальний образ через типографіку, колір, композицію та стилістику. Продумане графічне оформлення сприяє емоційному впливу та викликає довіру аудиторії.

Досліджено актуальні тренди дизайну сайтів: адаптивності, мінімалізму, повноекранним галереям, плавній анімації та UX-дослідженням. Вебдизайн поєднує простоту, естетику та зручність навігації. Теж було розглянуто психологію сприйняття: увага користувача фрагментарна, тому важливими є візуальні тригери, логіка подачі інформації та гештальт-принципи.

Вебдизайн виступає стратегічним інструментом цифрової ідентичності фотографа. Він формує емоційний контакт із цільовою аудиторією, підвищує рівень довіри та ефективність взаємодії.

Проєктування вебсайту для фотографа вимагає глибокого розуміння концепції, стилю та потреб аудиторії. Візуальна мова сайту — це спосіб передати індивідуальність автора, жанр і настрій робіт. Саме тому стратегічне планування, логічна структура та візуальна узгодженість відіграють ключову роль.

Формування концепції — це створення візуального нарративу, що розкриває світогляд митця. Завдяки ретельно підбраному стилю та сюжетності сайт перетворюється на історію, яка захоплює. Успіх ресурсу залежить також від врахування інтересів цільової аудиторії, її поведінкових звичок і візуальних очікувань.

Структурна логіка — основа зручності. Адаптивна верстка, модульні блоки, акценти та композиційні принципи — усе це покращує навігацію та візуальне сприйняття. Інформація має бути впорядкована, ієрархічна та доступна на будь-якому пристрої.

Стиль, кольори та типографіка повинні бути єдиною системою. Послідовна стилістика підкреслює авторську ідею, кольорова палітра впливає на емоції глядача, а гармонійна типографіка забезпечує комфорт сприйняття. Разом ці елементи не відволікають від головного — фотографії.

Особливу увагу слід приділяти адаптивності кожного елементу. Без належної оптимізації навіть ідеальна візуальна концепція втрачає ефективність на мобільних пристроях.

Загалом сайт фотографа — це не просто галерея, а частина бренду. Через нього формується враження про професіоналізм і естетику автора. Кожна деталь — від структури до міжряддя — має значення. Адже правильно реалізований дизайн здатен не лише вразити, а й залучити клієнтів і зміцнити репутацію.

В роботі було створено ключові сторінки (головна, портфоліо, «Про автора», контакти), адаптовані для десктопу (12-колонкова сітка) й мобільних пристроїв (1-колонкова структура). «Мобільний перший» підхід акцентував на портфоліо й зручності навігації. Інтерактивні прототипи з анімаціями та жестами дозволили протестувати користувацький сценарій.

Розроблено та наведено зображення інтерфейсів та обґрунтовано вибір: монохромна палітра, типографіка, документація з токенами й специфікаціями компонентів для ефективної передачі розробникам.

Загалом, системний підхід забезпечив баланс естетики й зручності, а адаптивність гарантує комфорт користування. Підготовлена документація сприяє

точній реалізації дизайну у вебсередовищі. Проєкт демонструє ефективність мінімалізму, технічної гнучкості та уваги до UX — це зміцнює репутацію фотографа через якісний цифровий образ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич В. Веб-дизайн. Основи проєктування інтерфейсів користувача. Київ: ArtHuss, 2016. 248 с.
2. Булахова Л. А. Дизайн цифрових продуктів: UX, UI, Usability. Київ: ДІА, 2021. 312 с.
3. Весільний сайт. URL: <https://weddingstories.com/> (Дата звернення: 02.05.2025).
4. Воротнікова К. Портфоліо. URL: <https://vorotnikova.com.ua/#> (Дата звернення: 05.05.2025).
5. Дейл К. Web Typography: елементи типографічного стилю застосовані до Web – 2-е вид. SitePoint, 2019. 224 с.
6. Добрянський О. Серії фотографій. URL: <https://uk.olegdobriansky.com/series> (Дата звернення: 18.05.2025).
7. Круг С. Не примушуйте мене думати. Київ: ArtHuss, 2024. 198 с.
8. Норман Д. Дизайн звичайних речей. Харків: КДС, 2023. 320 с.
9. Онлайн-генератор кольорових палітр. URL: <https://paletter.beloweb.name/pastelnyy-kosmos/> (Дата звернення: 18.05.2025).
10. Онлайн-генератор кольорових палітр. URL: <https://coolors.co/palette/0f0f0f-232323-445d48-d6cc99-e7e7e7> (Дата звернення: 18.05.2025).
11. Перепелиця А. Портфоліо. URL: <https://aperepelitsa.com.ua/ua/portfolio/> (Дата звернення: 14.04.2025).
12. Сайт подорожувальників. URL: https://ld-wp73.template-help.com/wordpress/prod_17875/v1/#section_1 (Дата звернення: 15.04.2025).
13. Сітки в інтерфейсах. URL: <https://cases.media/en/article/sitki-v-interfeisakh> (Дата звернення: 15.05.2025).
14. Хелбін М. Дизайн із думкою в голові. Київ: ArtHuss, 2020. 240 с.
15. Черкашин В. А. Мистецтво типографіки в цифровому середовищі. Харків: ВНТУ, 2020. 198 с.

16. Adobe. Portfolio examples & inspiration. URL: <https://www.adobe.com/creativecloud/portfolio.html> (date of access: 20.05.2025).
17. Beaird J., George J. The Principles of Beautiful Web Design. SitePoint, 2014. 220 c.
18. Behance. Creative Portfolio Survey 2023. URL: <https://www.behance.net/> (date of access: 02.05.2025).
19. Bringhurst R. The Elements of Typographic Style. Hartley & Marks, 2012. 400 c.
20. Brown D. Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning. – 2nd ed. New Riders, 2010. 312 p.
21. Canva. Typography in Web Design: What Works and Why. URL: <https://www.canva.com/learn/typography-web-design/> (date of access: 22.05.2025).
22. Donald A. Norman. The Design of Everyday Things. [MIT Press Ltd](#), 2014. 368 p.
23. Dribbble. Best Photography Portfolio Examples 2024. URL: <https://dribbble.com/stories/2024/portfolio-examples> (date of access: 22.05.2025).
24. Eiseman L. Color: Messages and Meanings. Hand Books Press, 2006. 160 c.
25. Frost B. Atomic Design. CreateSpace, 2016. 156 c.
26. Garrett J. J. The Elements of User Experience. New Riders, 2010. 208 c.
27. Google. Mobile Playbook. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gee/tools/mobile-playbook/> (date of access: 02.05.2025).
28. Heller M. Semiotics of the Web. London: Routledge, 2020. 229 c.
29. HubSpot. Marketing Statistics 2023. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-statistics> (date of access: 10.05.2025).
30. Interaction Design Foundation. Portfolio Guidelines for UX/UI Designers. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/ux-portfolio-best-practices> (date of access: 08.05.2025).
31. Krug S. Don't Make Me Think. New Riders, 2014. 216 p.
32. Lidwell W., Holden K., Butler J. Universal Principles of Design. Rockport Publishers, 2010. 272 c.

33. Marcotte E. Responsive Web Design. A Book Apart, 2011. 150 c.
34. Morton J. Design Theory for Photographers. Focal Press, 2018. 192 c.
35. Neumeier M. The Brand Gap. New Riders, 2006. 144 c.
36. Nielsen J. Usability Engineering. San Francisco: Morgan Kaufmann, 1993. 362 p.
37. Nielsen Norman Group. Intranet Design Annual 2021. URL: <https://www.nngroup.com/reports/intranet-design-annual-2021/> (date of access: 12.04.2025).
38. Nielsen Norman Group. F-Pattern Revisited. 2021. URL: <https://www.nngroup.com/articles/f-pattern/> (date of access: 02.05.2025).
39. Norman D. Emotional Design. Basic Books, 2005. 272 c.
40. Norman D. The Design of Everyday Things. Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books, 2013. 368 p.
41. Statista. Mobile website traffic worldwide. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/277125/share-of-website-traffic-coming-from-mobile-devices/> (date of access: 10.05.2025).
42. Smashing Magazine. UX Design Process Best Practices. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2023/03/ux-design-process-best-practices/> (date of access: 15.04.2025).
43. Tidwell J. Designing Interfaces. O'Reilly Media, 2019. 448 c.
44. UXPin. Web Design Trends 2023: The Rise of Minimal Interfaces. URL: <https://www.uxpin.com/studio/blog/web-design-trends-2023/> (date of access: 07.05.2025).
45. Wheeler A. Designing Brand Identity. – 5th ed. – Wiley, 2017. 336 c.

ДОДАТКИ

Додаток А

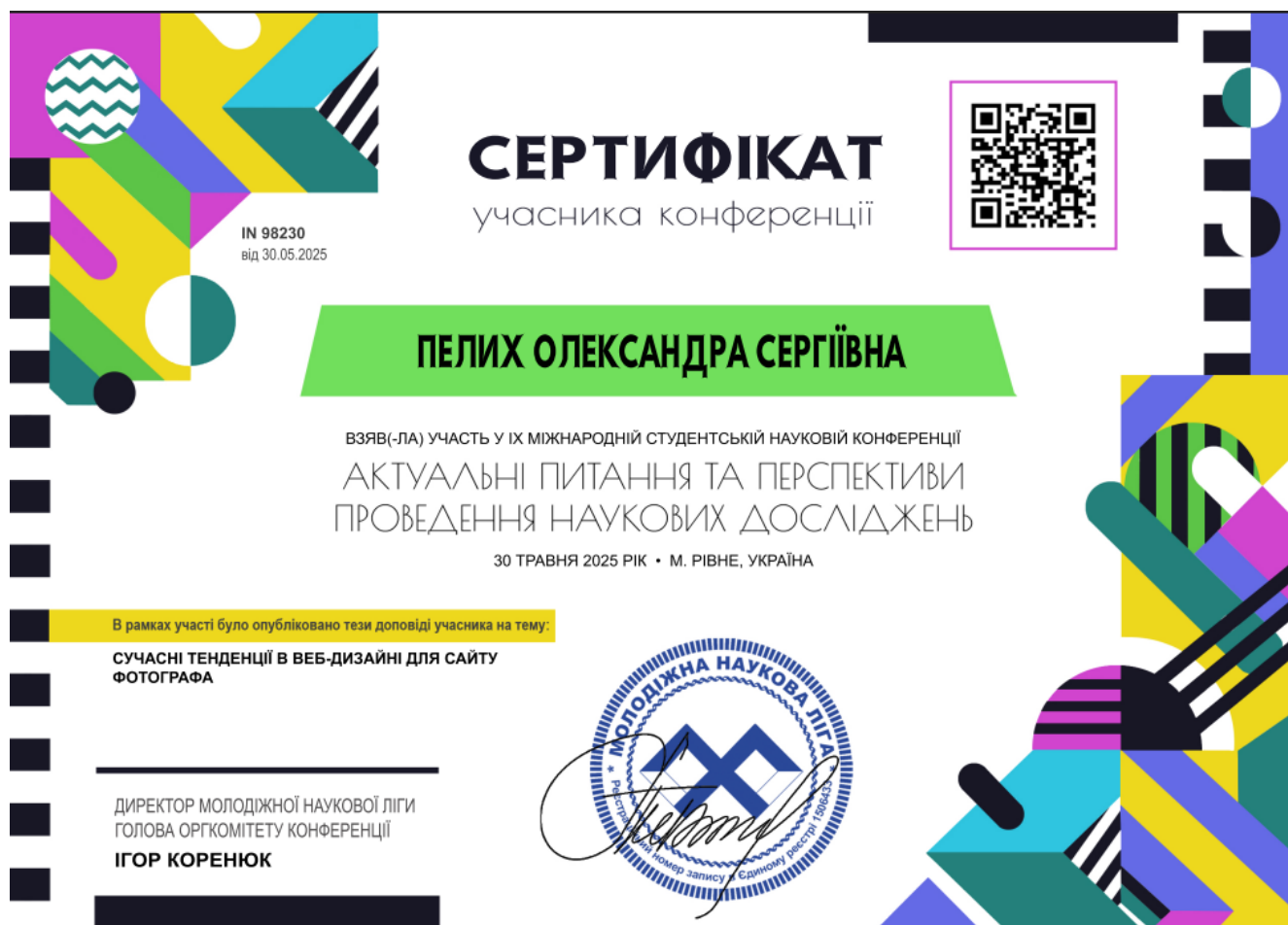


Рис. А.1. Сертифікат учасника конференції



Рис. А.2. Збірник матеріалів конференції

**УДК 082:001
А 43**



Голова оргкомітету: Корзник І.О.

Вірстка: Білоус Т.В.

Дизайн: Бондаренко І.В.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Інституту науково-технічної інтеграції та співпраці. Протокол № 21 від 29.05.2025 року.



Конференцію зареєстровано Державною науковою установою «УкрІНТЕІ» в базі даних науково-технічних заходів України та бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення № 78 від 06.01.2025).

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0).

А 43

Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень: матеріали ІХ Міжнародної студентської наукової конференції, м. Рівне, 30 травня, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. — 840 с.

ISBN 978-617-8312-59-6

DOI 10.62732/liga-inter-30.05.2025

Викладено матеріали учасників ІХ Міжнародної мультидисциплінарної студентської наукової конференції «Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень», яка відбулася 30 травня 2025 року у місті Рівне, Україна.

УДК 082:001

© Колектив учасників конференції, 2025

© ГО «Молодіжна наукова ліга», 2025

© ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025

ISBN 978-617-8312-59-6

Рис. А.3. Збірник матеріалів конференції

30 травня 2023 рік • Рівне, Україна • Молодіжна наукова ліга

РОЗРОБКА ЕЛЕКТРОННОГО ГОДИННИКА НА БАЗІ ARDUINO Сердюков К.В., Науковий керівник: Томак В.В.	464
РОЗРОБКА ЕЛЕКТРОННОГО ЦИФРОВОГО ЗАМКА НА БАЗІ ARDUINO Мац Ю.Є., Науковий керівник: Томак В.В.	466
РОЗРОБКА ТЕЛЕГРАМ-БОТА ДЛЯ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ДІАГНОСТИКИ ІНТЕРНЕТ-З'ЄДНАННЯ Скалівенко Д.О., Науковий керівник: Томак В.В.	468
РОЛЬ «РОЗУМНОГО МІСТА» В РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТУ Оскорбіна М.Д., Науковий керівник: Бикова Т.А.	470
СИСТЕМА НЕЧІТКОЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЗОБРАЖЕНЬ ІНТЕР'ЄРІВ НА БАЗІ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ Коваль М.Р.	473
СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЖЕРЕБКУВАННЯ СПОРТСМЕНІВ НА ОСНОВІ МОВИ ПРОГРАМУВАННЯ PYTHON Золотов Я.В.	475
СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БІБЛІОТЕКОЮ З ВИКОРИСТАННЯМ РЕЛЯЦІЙНОЇ БАЗИ ДАНИХ Уманський С.О.	477
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ВЕБ-ДИЗАЙНІ ДЛЯ САЙТУ ФОТОГРАФА Пелих О.С., Науковий керівник: Шаура А.Ю.	479

СЕКЦІЯ 19. ТРАНСПОРТ ТА ТРАНСПОРТНІ ТЕХНОЛОГІЇ

ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ Хиленко В.В., Науковий керівник: Дима О.О.	482
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕЗПЛОТНИХ ЛІТАЛЬНИХ АПАРАТІВ Сайко Я.В., Науковий керівник: Комаров В.О.	485

СЕКЦІЯ 20. ФІЛОЛОГІЯ ТА ЖУРНАЛІСТИКА

DISCURSIVE FORMATIONS OF ESCHATOLOGICAL WORLDVIEW IN THE MANGA-DYSTOPIA «ATTACK ON TITAN» Pichkova O., Scientific supervisor: Fokina S.O.	489
LINGUISTIC ANALYSIS OF EMOTIONALITY IN SPEECHES Chop A.V., Scientific supervisor: Karpina O.O.	493
THE FANTASY ELEMENTS AND STYLISTIC DEVICES IN PATRICK ROTHFUSS'S "THE NAME OF THE WIND" Ivantsyk L., Scientific supervisor: Bernar G.B.	496
THE LINGUISTIC AND STYLISTIC REPRESENTATION OF INTELLECTUAL DISABILITY IN THE NOVEL "FLOWERS FOR ALGERNON" BY DANIEL KEYES Dzoba D., Scientific supervisor: Bernar G.B.	497
THE LINGUISTIC PECULIARITIES OF DAN BROWN'S IDIOSTYLE IN THE NOVEL "ANGELS AND DEMONS" Dorosh A., Scientific supervisor: Bernar G.B.	499

Рис. А.4. Збірник матеріалів конференції

30 травня 2023 рік • Рівне, Україна • Молодіжна наукова ліга

Пелих Олександра Сергіївна, здобувач вищої освіти факультету дизайн
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Науковий керівник: Шаура Аліна Юріївна, канд. пед. наук,
доцент кафедри мультимедійного дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ВЕБ-ДИЗАЙНІ ДЛЯ САЙТУ ФОТОГРАФА

В сучасному Інтернеті веб-сайт є не лише візитною картою фотографа, а й важливим засобом спілкування з аудиторією, партнерами та потенційними клієнтами. Однак нові вимоги до дизайну та функціональності веб-сайтів виникають завдяки прогресу технологій, змінам у стилях дизайну та зростаючим потребам користувачів. У зв'язку зі стрімкими змінами візуальної культури виникає проблема адаптації сучасних дизайнерських тенденцій до специфічних потреб професійної ніші, як-от особистих сайтів фотографів.

Фотографічне портфоліо в Інтернеті повинно не лише показувати якість робіт, але й забезпечувати естетичну цілісність, просту навігацію та емоційне залучення користувача, що підтверджують сучасні дослідження з психології цифрового сприйняття [2]. Тим не менш, створення ефективного дизайну таких сайтів ускладнюється відсутністю єдиного підходу до організації таких сайтів, а також відсутністю гармонії між дизайном і функціональністю кожного проекту.

Таким чином, необхідно знайти, вивчити та систематизувати поточні тенденції у дизайні фотографічних сайтів. Це дозволить створити практичні поради щодо створення сучасного, ефективного та візуально привабливого веб-сайту, який відповідає як технічним вимогам користувача, так і художнім цілям автора.

Останнім часом тема адаптивного, естетично збалансованого та користувацько орієнтованого веб-дизайну отримала значну увагу в академічних і професійних джерелах, зокрема в працях С. Бондаренка, який підкреслює важливість сучасних трендів у UX/UI [1]. Дослідження Б. Андерсона [7] зосереджується на зміні принципів UX/UI у мобільному перегляді — це особливо актуально для веб-сайтів фотографів-портфоліо, де зображення повинні зберігати якість і композиційну виразність на різних екранах [1]. Питання мобільної адаптації також розглядає І. Мельничук, звертаючи увагу на технічні інструменти для реалізації адаптивних інтерфейсів [3].

Дж. Тан підкреслює роль наративної структури у візуальному представленні творчості у своїй роботі «Visual Storytelling in Portfolio Design» [8]. Він стверджує, що сучасні фотографічні веб-сайти повинні поєднувати технічну грамотність і естетичне задоволення глядачів через послідовне розміщення робіт, візуальні акценти та гармонію кольорів [2]. Подібну думку висловлює й Ю. Хомяк, яка акцентує увагу на сторітелінгу як важливому елементі побудови особистого бренду фотографа [4].

Крім того, важливим є огляд тенденцій, представлених у щорічних звітах таких платформ, як Behance, Awwwards і Smashing Magazine, які демонструють зміну естетичних уподобань — від складної графіки до мінімалізму, впровадження темного режиму, мікроанімацій і нестандартних сіток [6].

Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень

Як зазначає Дж. Нільсен, зручність використання сайтів залишається ключовим фактором у 2020-х роках. Його підходи до usability визначають сучасні практики у створенні веб-інтерфейсів [5], і вони набувають особливого значення у проектуванні сайтів творчих спеціалістів.

Для того, щоб забезпечити ефективну візуальну комунікацію з цільовою аудиторією, важливо ретельно вивчити та узагальнити сучасні тенденції веб-дизайну в контексті зростаючої ролі цифрової присутності творчих фахівців, особливо в галузі фотографії. Основною метою цієї роботи є пошук, класифікація та аналіз сучасних дизайнерських підходів до створення веб-сайтів для фотографів, щоб допомогти покращити зовнішній вигляд, функціональність і емоційну привабливість цифрового портфоліо.

Сучасний дизайн веб-сайтів для фотографів є результатом постійного діалогу між новими технологіями, вимогами до дизайну та зростаючими потребами користувачів. Сьогодні веб-сайти фотографів можуть служити більше, ніж просто портфоліо; вони також можуть використовувати їх для просування свого бренду та залучення цільової аудиторії. У цьому контексті основні тенденції, які формують сучасні підходи до дизайну таких веб-сайтів, включають мінімалізм, адаптивність, персоналізацію, інтерактивність і візуальний сторітелінг.

1. Мінімалізм як основа сучасної естетики

Візуальний мінімалізм є однією з основних тенденцій. Дизайнери зосереджуються на роботах фотографа, уникаючи зайвих декоративних елементів. Домінують світлі або темні монохромні фони, лаконічна типографіка, вільний простір або «білий простір» і мінімум інтерфейсних елементів. Це дозволяє забезпечити комфортне сприйняття портфоліо та забезпечити візуальний баланс між дизайном і контентом.

2. Адаптивність і мобільна оптимізація

У зв'язку з тим, що більшість користувачів переглядають веб-сайти зі смартфонів, адаптивний дизайн став стандартом. Гнучкі сітки (мережеві системи), масштабовані зображення високої якості, спрощена навігація та мобільні меню (hamburger-меню) є корисними дизайнерськими рішеннями, які гарантують швидке завантаження та зручність перегляду на будь-якому пристрої.

3. Візуальний сторітелінг і наративна структура

Принцип візуального оповідання стає все більш поширеним на сайтах фотографів. Дедалі більше людей звертають увагу на структуру сторінки, яка включає послідовність зображень, їх поєднання за темами чи настроями, використання великих заставок (hero images) з мінімальним текстовим супроводом, а не просто перелік робіт. Це дозволяє передати творчий стиль і унікальну атмосферу.

4. Інтерактивність і мікроанімації

Інтерактивні елементи, такі як анімації при наведенні курсора (ефекти hover), плавне прокручування (гладке прокручування), швидке завантаження фотографій та інтерактивні галереї, додають додаткову глибину взаємодії з веб-сайтом. Ці компоненти підвищують ефект візуалізації, не перевантажуючи інтерфейс.

5. Персоналізація та авторський підхід

Сучасний веб-сайт фотографа має відображати індивідуальний стиль автора, а не слідувати шаблону. Дизайн адаптується до жанру. Наприклад, весільний

30 травня 2023 рік • Рівне, Україна • Молодіжна наукова ліга

фотограф використовує ніжну пастельну палітру та романтичну типографіку, тоді як комерційний фотограф використовує стримані кольори, строгий шрифт і чітку сітку.

6. Інтеграція соціальних мереж і онлайн-сервісів

Instagram, TikTok і Behance часто пропонують додатки, які дозволяють автоматично оновлювати контент на своїх сайтах. Крім того, сайт перетворюється на повноцінний інструмент для бізнесу, якщо він підтримує онлайн-реєстрацію, форму зворотного зв'язку, календар подій або копик замовлень.

Отже, дослідження показало, що дизайн веб-сайтів фотографів спрямований на створення технологічно зручних, естетично виразних і персоналізованих цифрових просторів. Наразі основні тенденції розвитку в цій галузі включають мінімалізм, інтерактивність, мобільну адаптивність, візуальний сторітелінг, мікроанімацію та глибоку персоналізацію відповідно до творчої індивідуальності автора.

Увага приділяється фотографіям як основному компоненту контенту за допомогою використання мінімалістичних методів. Щоб залучити аудиторію через смартфони, адаптивний дизайн робить сайт універсальним на різних пристроях. З іншого боку, інтерактивні елементи, такі як анімації, динамічні галереї та паралакс-ефекти, не лише оживляють інтерфейс, але й залучають користувача.

Візуальний сторітелінг є особливо важливим, оскільки він дозволяє фотографу створювати власну історію, а не просто показувати знімки. Персоналізація дизайну, яка включає структуру контенту та вибір кольорової гами, забезпечує автентичність і ідентичність авторського бренду, що є важливим фактором конкурентоспроможності.

Таким чином, можна створити низку практичних рекомендацій щодо створення функціональних, ефективних і естетично привабливих онлайн-портфоліо шляхом вивчення сучасних тенденцій у дизайні фотографічних веб-сайтів. Успішне поєднання дизайну, простоти використання та візуальної комунікації сприяє професійному зростанню та комерційному успіху фотографа в цифровому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко С. В. Веб-дизайн: сучасні тренди та їх вплив на UX/UI / С. В. Бондаренко // Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2021. – № 3. – С. 45–48.
2. Коваленко Т. М. Психологія сприйняття веб-дизайну в цифровому середовищі / Т. М. Коваленко // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство. – 2022. – Вип. 45. – С. 102–108.
3. Мельничук І. С. Мобільна адаптація веб-інтерфейсів: новітні технології та інструменти / І. С. Мельничук // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2020. – Т. 78, № 4. – С. 99–110.
4. Хомяк Ю. П. Сторітелінг у візуальній презентації особистого бренду фотографа / Ю. П. Хомяк // Дизайн. Візуальна культура. – 2023. – № 2. – С. 61–67.
5. Nielsen J. Web usability in 2020s: best practices and evolving trends. Nielsen Norman Group. 2022. URL: <https://www.nngroup.com/articles/web-usability-trends/> (date of access: 18.05.2025).
6. Behance. UX/UI trends 2024: portfolio website inspiration. 2024. URL: <https://www.behance.net/galleries/web-design> (date of access: 18.05.2025).
7. Anderson B. Adaptive UX: design principles for mobile / B. Anderson. – [Б. м. : 6. в.], 2021. – 145 p.
8. Tan J. Visual storytelling in portfolio design / J. Tan. – [Б. м. : 6. в.], 2020. – 112 p.

No.	Status	Work Information Status	Work Number	Title of Work	Work Preview	Work Information
1	Complete	Work	6182285	Photographer Portfolio Website		Edit 
		✓ Information				
		✓ Work Image				
		✓ Question				
		Answering				
		✓ Identification				
		Document				
		Half-figure				
		✓ Photo				
		✓ Affidavit				

Рис.Б.1. Особиста сторінка учасника творчого конкурсу з дизайну



Рис. В.1. Порівняння поведінки користувачів на сайтах із різним візуальним дизайном [37]



Рис. Г.1. Приклад мінімалістичного сайту-портфоліо фотографа [19]

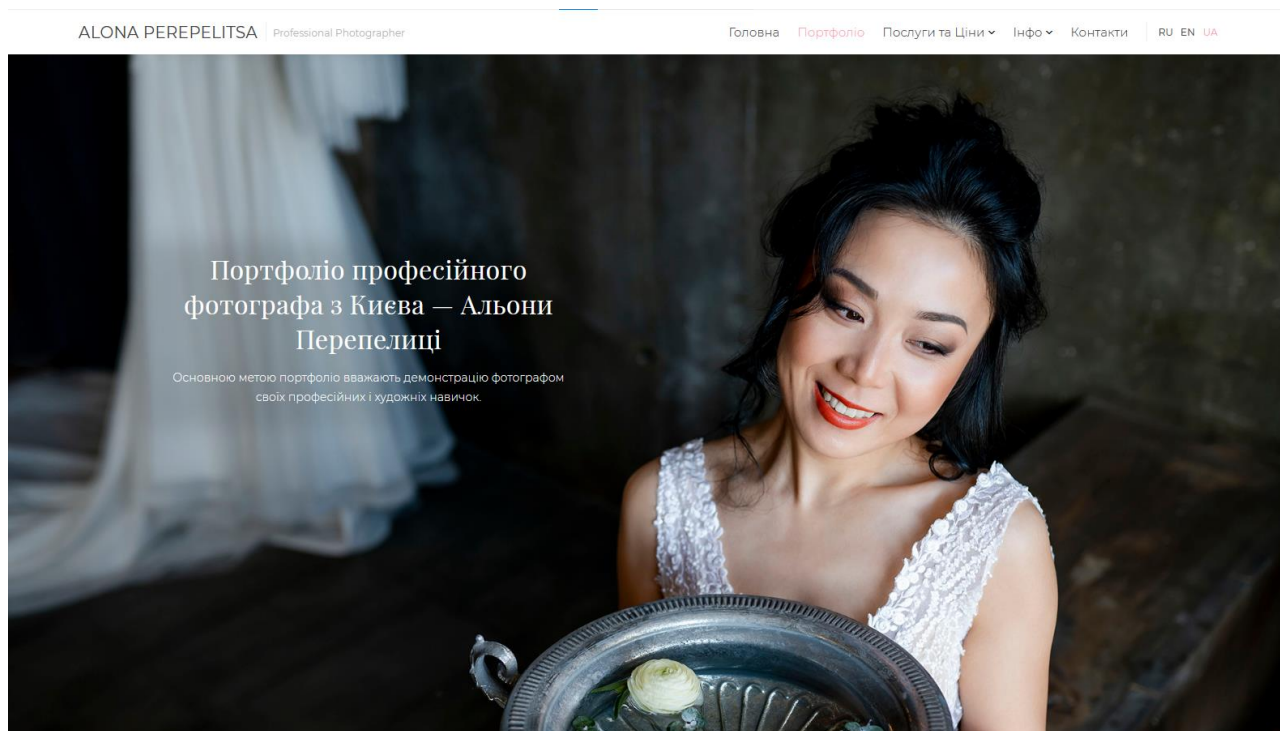


Рис. Д.1. Офіційний сайт фотографа Alona Perepelitsa [11]

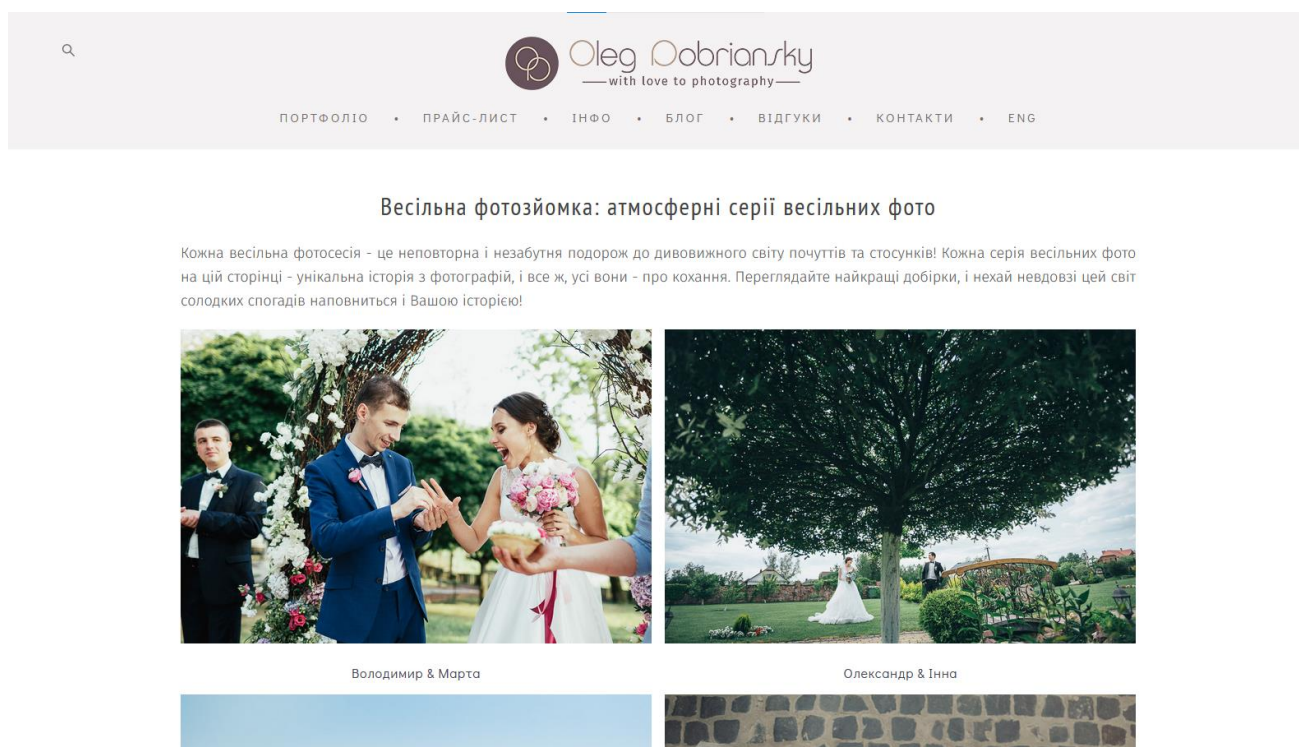


Рис. Е.1. Офіційний сайт фотографа Oleg Dobriansky [6]

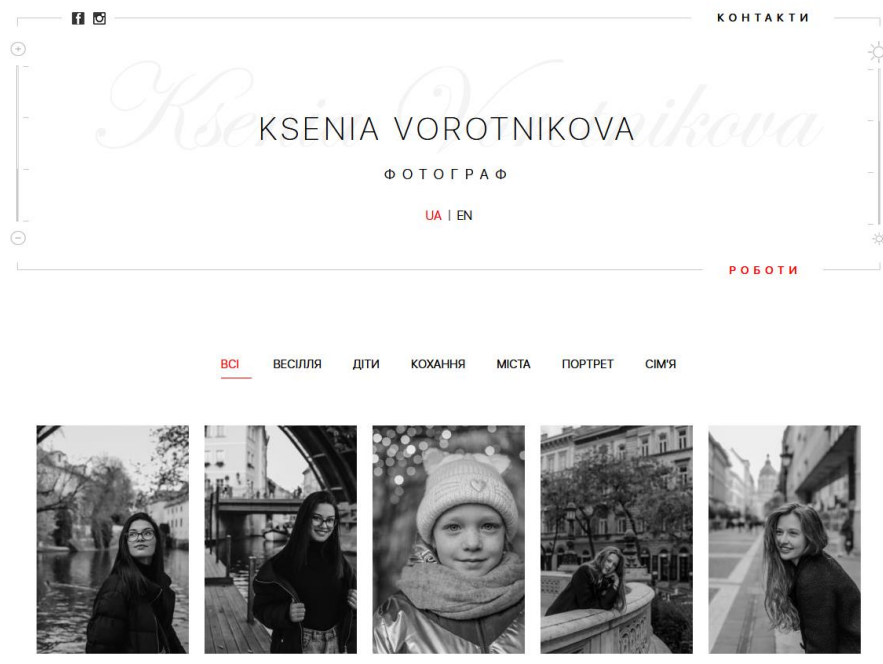


Рис. Ж.1. Офіційний сайт фотографа Ksenia Vorotnikova [4]



Рис. 3.1. Схема візуального сканування сторінки за моделлю «F-pattern» [37]

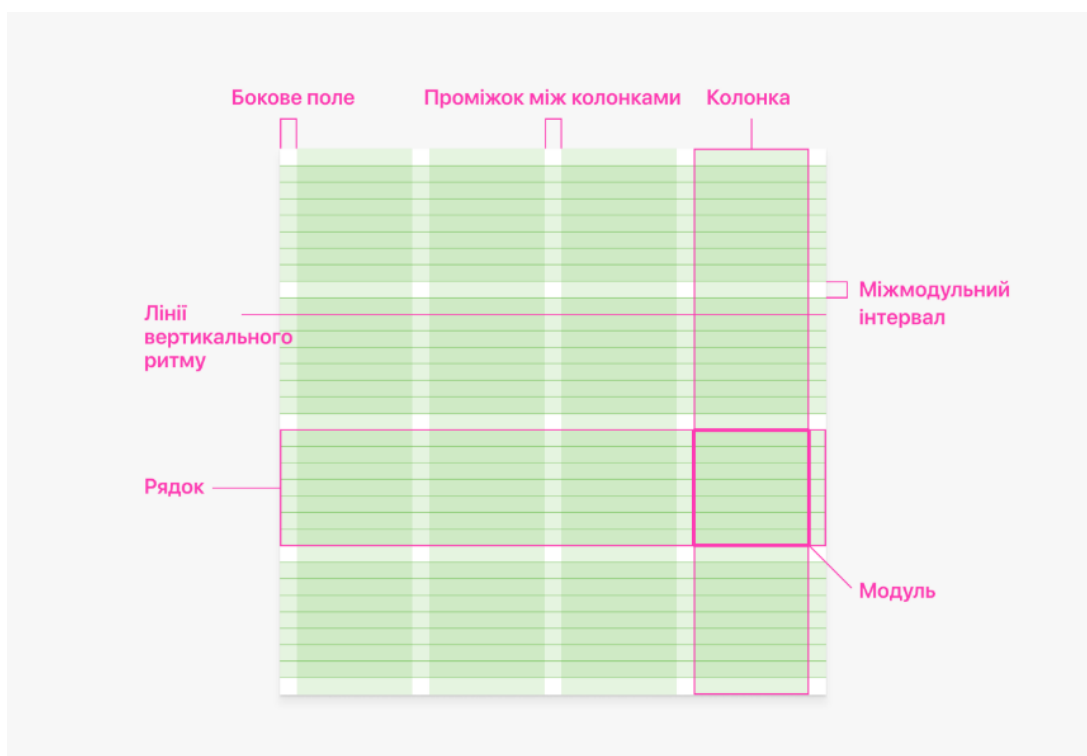


Рис. К.1. Будова сітки сайту [13]

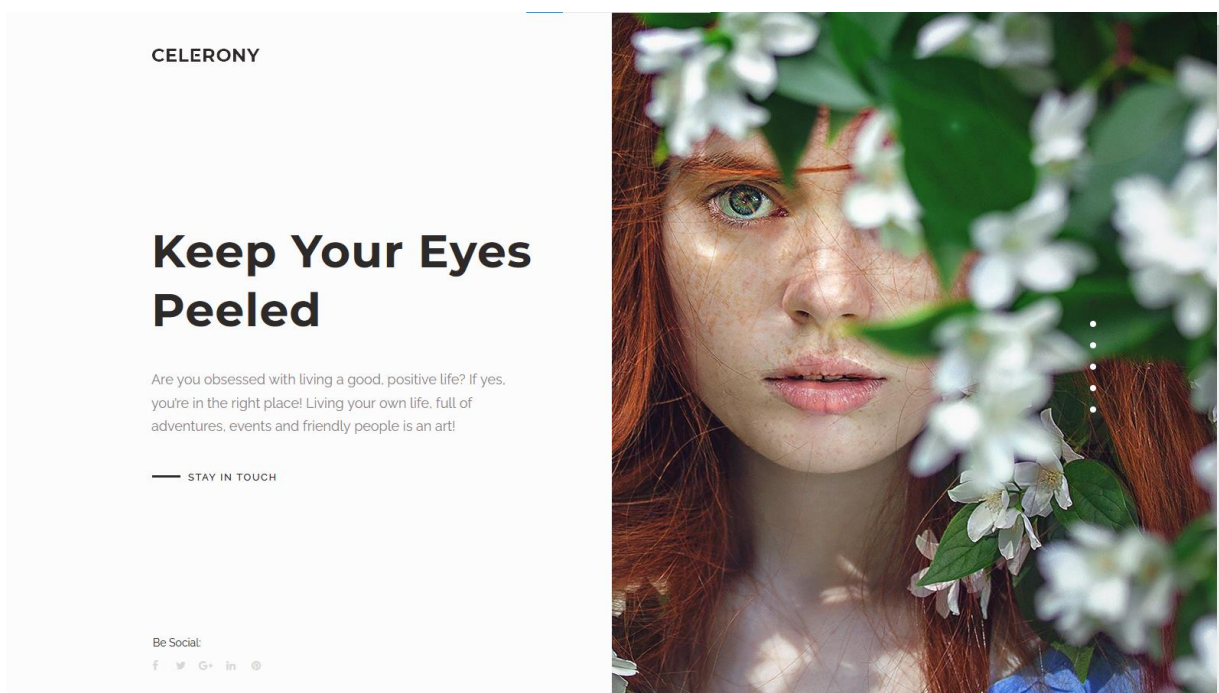


Рис. Л.1. Використання білого простору у вебдизайні [12]

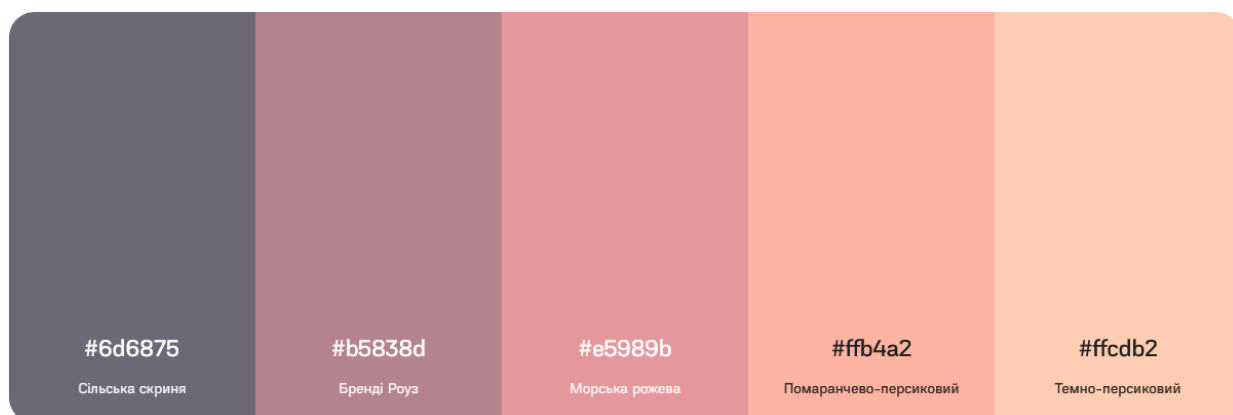


Рис. М.1. Ніжна палітра [9]

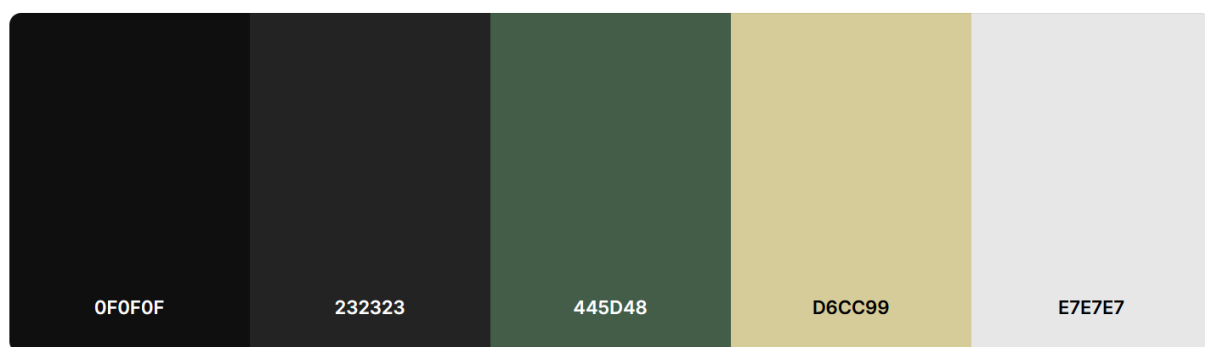


Рис. М.2. Ділова палітра [10]