

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМИ
КАФЕДРА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього рівня магістр на тему:

**СУЧАСНІ ТРЕНДИ ДИЗАЙНУ САЙТІВ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ
(НА ПРИКЛАДІ ДИТЯЧОЇ ШКОЛИ МИСТЕЦТВ ІМ. М. ПРИМАЧЕНКО)**

Виконала: здобувачка II курсу

Групи МДЗ-022-23з

Спеціальності: 022 «Дизайн»

Заболотна Кароліна Геннадіївна

Керівник: кандидат філос. наук, доцент

Слівінська Аліна Францівна

Рецензент:

доктор мистецтвознавства,

доцент Безугла Руслана Іванівна

Допустити до захисту

Протокол № 5 засідання кафедри

від «25» листопада 2024 р.

Завідувач кафедри графічного дизайну

(_____) Л. С. Журавель-Змєєва

Київ – 2024

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
Навчально-науковий інститут дизайну та реклами
Кафедра графічного дизайну
Освітній рівень «магістр»
Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітня програма «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Журавель-Змєєва Л.С.

«20» вересня 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

Заболотної Кароліни Геннадіївни

1. Тема роботи: «Сучасні тренди дизайну сайтів освітніх закладів (на прикладі Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко)».

Керівник роботи: Слівінська Аліна Францівна, кандидат філософських наук, доцент.

2. Строк подання здобувачем роботи: «25» листопада 2024 р.

3. Мета та завдання кваліфікаційної роботи:

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження сучасних трендів у дизайні сайтів освітніх закладів та їхнє практичне застосування, проектування сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко. Створення функціонального, зручного, естетичного в користуванні ресурсу, який відповідатиме сучасним тенденціям.

Відповідно до поставленої мети було визначено наступні завдання:

- дослідити актуальні тенденції дизайну сайтів;
- провести аналіз вже існуючих сайтів у сфері освіти зарубіжних та вітчизняних закладів;

- з'ясувати та проаналізувати вимоги цільової аудиторії до естетики й функціональності сайту освітнього закладу;
- розробити концепцію дизайну для сайту, що відобразить цінності закладу та відповідатиме сучасним трендам;
- розробити вайрфрейми десктопної та мобільної версій сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко;
- розробити макети десктопної та мобільної версій дизайну сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко;
- провести оцінювання створеного концептуального дизайну серед цільової аудиторії закладу;
- запропонувати концепцію просування Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко в мережі Інтернет за допомогою візуального контенту.

4. Перелік графічного матеріалу:

Три плакати формату А1 (594 x 841 мм), мультимедійна презентація проєкту.

5. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ І. Аналіз сучасних трендів у вебдизайні	доц. Слівінська А. Ф.	20.09 2024 р.	05.10.2024 р.
Розділ ІІ. Особливості вебдизайну для освітніх закладів	доц. Слівінська А. Ф.	05.10.2024 р.	20.10.2024 р.
Розділ ІІІ. Основні етапи проєктування сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко	доц. Слівінська А. Ф.	20.10.2024 р.	05.11.2024 р.

6. Дата видачі завдання «20» вересня 2024р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Складання програми кваліфікаційної роботи.	20.09.2024 р.	Виконано
2.	Вибір об'єкту проектування. Формулювання мети, завдання.	20.09.2024 р.	Виконано
3.	Визначення концепції, етапів проектування.	28.09.2024 р.	Виконано
4.	Збір та опрацювання загального теоретичного матеріалу предметної області з різних джерел.	09.10.2024 р.	Виконано
5.	Написання першого розділу кваліфікаційної роботи, формулювання висновків.	21.10.2024 р.	Виконано
6.	Дослідження візуальних рішень зарубіжних та вітчизняних аналогів освітніх закладів.	01.10.2024 р.	Виконано
7.	Написання другого розділу кваліфікаційної роботи, формулювання висновків.	05.11.2024 р.	Виконано
8.	Передзахист готових етапів проектування (50-60%).	06.11.2024 р.	Виконано
9.	Дослідження цільової аудиторії, розробка концепції, створення вайрфреймів сайту мобільної та десктопної версії.	12.11.2024 р.	Виконано

10.	Розробка макетів сайту мобільної та десктопної версії.	21.11.2024 р.	Виконано
11.	Передзахист готових етапів проєктування (75-80%).	22.11.2024 р.	Виконано
12.	Розробка візуального контенту промоції.	22.11.2024 р.	Виконано
13.	Написання третього розділу кваліфікаційної роботи, формулювання висновків.	23.11.2024 р.	Виконано
14.	Візуалізація проєктної графіки за допомогою мультимедійної презентації, плакатів А1.	25.11.2024 р.	Виконано
15.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно до вимог.	26.11.2024 р.	Виконано
16.	Захист кваліфікаційної роботи	20.12.2024 р.	Виконано

Магістрант

Заболотна К. Г.

Керівник проєкту

доц. Слівінська А. Ф.

АНОТАЦІЯ

Заболотна Кароліна Геннадіївна є здобувачкою вищої освіти другого рівня на II курсі заочної форми навчання, групи МДЗ-022-23з.

Тема кваліфікаційної роботи: Сучасні тренди дизайну сайтів освітніх закладів (на прикладі Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко).

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 022 «Дизайн». К.: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2024 р.

Дипломна робота присвячена дослідженню сучасних трендів вебдизайну та їх впровадженню у розробці сайту для Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко.

Актуальність теми обумовлена потребою у модернізації сайтів освітніх закладів, більшість з яких не відповідає сучасним стандартам функціональності, естетики та користувацького досвіду. Особливу увагу приділено адаптивності, інтерактивності, мінімалізму та застосуванню інклюзивних рішень у дизайні.

Для роботи над проектом було вивчено сучасні тренди вебдизайну, проаналізовано вітчизняні та зарубіжні аналоги сайтів освітніх закладів, а також досліджено потреби цільової аудиторії. У процесі проектування розроблено інформаційну архітектуру, вайрфрейми, макети мобільної та десктопної версій сайту, а також запропоновано стратегії SEO-просування.

Результатом роботи стало створення концепції сучасного сайту, що репрезентує цінності та особливості Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко, сприяє її популяризації та відповідає сучасним вимогам вебдизайну.

Ключові слова: вебдизайн, тренди дизайну, користувацький досвід, адаптивність, Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко, освітній сайт, інформаційна архітектура.

SUMMARY

Zabolotna Karolina Hennadiivna is a second-level higher education student of the second year, group MDZ-022-23z.

Theme of qualification work: Modern trends in the design of educational institutions' websites (on the example of the Primachenko Children's School of Arts).

Qualification work for the educational degree 'Master' in speciality 022 'Design'. K.: National Academy of Culture and Arts Management, 2024.

The thesis is devoted to the study of modern web design trends and their implementation in the development of a website for the Primachenko Children's School of Arts.

The relevance of the topic is due to the need to modernise the websites of educational institutions, most of which do not meet modern standards of functionality, aesthetics and user experience. Particular attention is paid to adaptability, interactivity, minimalism, and the use of inclusive design solutions.

To work on the project, we studied modern web design trends, analysed domestic and foreign analogues of educational institutions' websites, and researched the needs of the target audience. During the design process, we developed information architecture, web frames, layouts for the mobile and desktop versions of the site, and proposed SEO promotion strategies.

The result of the work was the creation of a modern website concept that represents the values and features of the Primachenko Children's Art School, promotes its popularisation, and meets modern web design requirements.

Keywords: web design, design trends, user experience, adaptability, Primachenko Children's School of Arts, educational website, information architecture.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ I. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ У ВЕБДИЗАЙНІ	5
1.1. Еволюція вебдизайну: від статичних сторінок до інтерактивних платформ..	5
1.2. Основні тренди сучасного вебдизайну.....	9
1.3. Користувацький досвід як головний пріоритет.....	19
Висновки до I розділу.....	23
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ВЕБДИЗАЙНУ ДЛЯ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ	25
2.1. Цільова аудиторія: особливості комунікації та врахування їхніх потреб.....	25
2.2. Аналіз аналогів освітніх зарубіжних сайтів.....	30
2.3. Аналіз аналогів освітніх вітчизняних сайтів.....	40
Висновки до II розділу.....	50
РОЗДІЛ III. ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОЄКТУВАННЯ САЙТУ ДИТЯЧОЇ ШКОЛИ МИСТЕЦТВ ІМ. М. ПРИМАЧЕНКО	51
3.1. Дизайн дослідження інтересів та потреб цільової аудиторії.....	51
3.2. Концепція сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко.....	55
3.3. Розробка інформаційної архітектури сайту.....	61
3.4. Створення вайрфреймів, макетів сайту і його тестування.....	64
3.5. Стратегії просування сайту через SEO та соціальні мережі.....	71
3.6. Використання візуального контенту в промоції.....	76
Висновки до III розділу.....	81
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ	97

ВСТУП

Актуальність. Стрімкість життя, інновації, трендоутворення є взаємопов'язаними процесами, що формують нові реалії сучасного світу. Здатність швидко реагувати на зміни, впроваджуючи та виявляючи тренди, стильність стає ключовим фактором успіху для компаній, організацій та соціуму в цілому. Дизайн сайтів постійно еволюціонує, відображаючи новітні технічні та технологічні можливості, а також зміни у поведінці користувачів. Мінімалізм, адаптивність, інтерактивність та увага до користувацького досвіду є кількома з трендів, що впливають на сучасний дизайн в цілому.

Швидкоплинність та розвиток цифрових технологій мають значний вплив на функціонування освітніх навчальних закладів, що прагнуть надавати якісні знання та взаємодіяти з різними категоріями аудиторії через мережу інтернет. Сайт освітнього закладу – це інструмент комунікації, інформаційної підтримки користувачів і відвідувачів, що навчаються, отримують необхідні навички та в подальшому зможуть віднайти свій професійний шлях. Вебсторінка дозволяє створити позитивне враження про загальну атмосферу закладу. Особливо це стосується спеціалізованих закладів, таких як школи мистецтв, де важливо підкреслити їхню ідентичність серед інших.

Постановка проблеми. Попри активну діджиталізацію нашого життя, значна кількість сайтів освітніх закладів все ще застосовують застарілі підходи в дизайні, що значно впливає на конкурентоспроможність та естетичні погляди користувачів. Присутня потреба у впровадженні сучасних трендів дизайну, зокрема в контексті розробки для освітніх установ, які будуть візитівкою закладу та орієнтовані на творчість потенційної цільової аудиторії. Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко – яскравий приклад закладу, який має унікальний потенціал, необхідно розробити дизайн сайту, який буде підкреслювати особливості діяльності та водночас буде транслювати культурні цінності. Тому проблема полягає в дослідженні трендів та аналізі аналогів освітніх закладів із

подальшим впровадженням інноваційних рішень в рамках розробки дизайну сайту даної школи.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є дослідження сучасних трендів у дизайні сайтів освітніх закладів та їхнє практичне застосування, проєктування сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко. Створення функціонального, зручного, естетичного в користуванні ресурсу, який відповідатиме сучасним тенденціям.

Завдання дослідження:

- дослідити актуальні тенденції дизайну сайтів;
- провести аналіз вже існуючих сайтів у сфері освіти зарубіжних та вітчизняних закладів;
- з'ясувати та проаналізувати вимоги цільової аудиторії до естетики й функціональності сайту освітнього закладу;
- розробити концепцію дизайну для сайту, що відобразить цінності закладу та відповідатиме сучасним трендам;
- розробити вайрфрейми десктопної та мобільної версій сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко;
- розробити макети десктопної та мобільної версій дизайну сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко;
- провести оцінювання створеного концептуального дизайну серед цільової аудиторії закладу;
- запропонувати концепцію просування Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко в мережі Інтернет за допомогою візуального контенту.

Об'єкт дослідження – дизайн сайтів сучасних освітніх художніх закладів.

Предметом дослідження є новітні тенденції у дизайні сайтів освітніх художніх закладів, а також практика їх врахування в дизайні сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко.

Методи дослідження включають:

- історико-аналітичний метод: дослідження історичного виникнення, розвиток вебдизайну у хронологічній послідовності;

- дослідження-моніторинг: збір та аналіз даних, спостереження за тенденціями; отримання актуальної інформації, виявлення змін;
- порівняльний аналіз: дослідження зарубіжних та вітчизняних аналогів; зіставлення характеристик аналогів, з метою визначення спільного та відмінного;
- описовий метод: хронологічність етапів проєктування об'єктів дизайну;
- метод оцінювання: збір інформації про цільову аудиторію, думки, бачення, потреб аудиторії; збір суб'єктивних думок та переведення на об'єктивні загальні висновки;
- кольоро-графічний метод: розробка концептуального, графічного, практичного рішень.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних і практичних принципів дизайну сайту для освітнього закладу, зокрема Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко, як важливого інструменту для підвищення комунікативності та візуальної презентації установи. Дана розробка є кроком до створення ефективного простору, що відповідає сучасним вимогам дизайну сьогодення.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання результатів аналізу дослідження для розробки ефективного сайту на прикладі Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко.

Апробація результатів та публікацій. Результати дослідження було представлено в матеріалах Всеукраїнської наукової конференції «Дизайн і мистецтво України у часи національного спротиву», з доповіддю на тему: «Рецепція творчості Марії Примаченко в сучасному дизайні», с. 55, 2024 р. Співавтор: Слівінська Аліна Францівна. Режим доступу до ресурсу: <https://res2.weblium.site/res/634ff5ae7fe688000e53c854/662241f061fa52000fa6f0b0>
Заболотна К. Г. РЕЦЕПЦІЯ ТВОРЧОСТІ МАРІЇ ПРИМАЧЕНКО В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ. Дизайн і мистецтво України у часи національного спротиву : зб. тез доп. II Всеукр. наук. конф., м. Київ, 4 квіт. 2024 р.

РОЗДІЛ I. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ У ВЕБДИЗАЙНІ

1.1. Еволюція вебдизайну: від статичних сторінок до інтерактивних платформ

Еволюціонування технологій та прихід мережі Інтернет сколихнуло багато сфер нашого життя. За даними щорічного глобального звіту «HootSuite» та «We are social», кількість користувачів Інтернету зросла до 5,44 мільярдів, причому 178 мільйонів нових користувачів за останній рік збільшили глобальний рівень «проникнення» Інтернету до 67,1 відсотка. Це означає, що понад 2/3 людей на Землі зараз перебувають в мережі. Кількість інтернет-користувачів також продовжує зростати, і останні дані вказують на збільшення на 3,4 відсотка в порівнянні з минулим роком[1].

Доктор мистецтвознавства, Безугла Р. І. у своїй праці пише, що глобальні процес впровадження комп'ютерів та діджиталізація сучасного суспільства помітно вплинули на зміни мислення дизайнерів, їхню уяву, рівень інтуїтивного чуття при моделюванні результатів практичних та проєктних дій. Також значного впливу зазнав розвиток дизайну, як феномен, що сприяв появі нових напрямів дизайну. Одним із таких напрямів, що виник під впливом формування процесів діджиталізації, став вебдизайн, що спирається на технологічність розвинених країн Америки та Європи. Головними ознаками глобальності у вебдизайні стали єдині технології системи Інтернету, стандартизовані інструменти, що допомагають створювати дизайн. Розробляються вебсайти разом з англійською мовою, що є загальноприйнятою мовою космополітного спілкування [2].

Ще в 1945 році американський інженер-винахідник Ванневар Буш у своїй статті «Як ми можемо думати» («As We May Think») опубліковану в часописі «The Atlantic Monthly», висвітлив концепцію розробки футуристичного протогіпертекстового пристрою – Мемекс (Memex). Задум автора полягав у тому, що даний механізм зберігав дані у вигляді мікрофільмів, кожен з яких містив спеціальний код, на який можна було б посилатись. Також за допомогою вводу можна знаходити потрібний мікрофільм. Тобто це б дало можливість

створити бібліотеку матеріалів, які пов'язані посиланнями. Ванневар Буш передбачав можливе майбутнє світу, в якому штучні машини почнуть мислити [3]. Саме ця концепція надихнула багатьох інженерів та науковців втілити ідеї поєднання між собою документів, що спричинило становлення інтернету, сайтів та етапів вебдизайну у світі.

Найперший вебсайт у всесвітній павутині створив Тім Бернерс-Лі, який розробив вебсайт швейцарського дослідницького центру CERN (Європейська організація ядерних досліджень). Все ще навіть можна отримати доступ до базового вебсайту CERN, який був розроблений з метою розповсюдження інформації серед інших дослідників. Бернерса-Лі не лише вважають першим вебдизайнером, він також створив мову гіпертекстової розмітки (HTML), за допомогою якої закодував сайт CERN. Згодом він заснував Консорціум Всесвітньої павутини, який і сьогодні наглядає за розробкою вебстандартів. На початку вебдизайну функція `<table>` в HTML була єдиним способом організації інформації шляхом розподілу даних по стовпчиках і рядках. Ніяких кольорових блоків, ніяких зображень, ніякої графіки, тільки текст. Далеко не те, що ми вважаємо «вебдизайном» сьогодні [4].

Веб-розробники все ще шукали спосіб краще структурувати інформацію. Це стало можливим після 1997 року, коли з'явилися таблиці HTML. Фактично, вони стали першою технікою побудови веб-верстки. Таблиці було легко реалізувати, і всі браузері почали їх підтримувати. Їх використовують і досі, здебільшого для створення інформаційних розсилок [5].

Табличний дизайн (table-based layout) став наступним етапом розвитку вебдизайну. Значна увага приділялася концепції періоду застосування таблиць, що допомагали структуровано розміщувати інформацію, доповнювати сторінки візуальним матеріалом. Можна було додавати таблиці всередину інших таблиць, так описано в книзі Девіда Зігеля «Creating Killer Sites» [6], що вважається класичним посібником з вебдизайну. Зігель Д. розглядає таблиці HTML як спосіб забезпечення точним контролем над розташуванням елементів на вебсторінці. Дизайн дозволяв, ніби фіксувати місце елементів у потрібних зонах. На той час

це було важко досягти іншими методами. За рахунок обмеженої гнучкості, можна було налаштовувати ширину колонок у відсотках, щоб надати сторінці адаптивність щодо різних розмірів вікон браузера. Також автор визнає, що табличний дизайн має вірогідність уповільнення завантаження сторінок і що можуть виникати проблеми з адаптацією макетів до майбутніх нововведень в мові програмування та вебдизайні [6].

Золотим віком анімації та будь-яких видів взаємодії у вебдизайні вважають появу інструменту Flash, що надав можливість дизайнерам малювати бідь-які форми, переходи, розмітки, анімацію, використовувати будь-які шрифти. Результат розробки формувався в окремий файл і посилався у браузер для подальшого відображення. Такий сайт працював доки користувач мав останню версію Flash та вільний час, щоб чекати поки завантажиться. Проте цей інструмент не був відкритим до пошуку та багато споживав від потужності процесорів. Коли компанія Apple вирішила відмовитися від такої технології у розробленому iPhone (2007), Flash почав занепадати. Наразі взагалі чимало браузерів не підтримують такий інструмент [7].

З настанням 2000-х років вебсайти часто створювалися за допомогою все ще таблиць HTML для верстки, що спричиняло перебір кількості непотрібного коду. Фрейми були популярними завдяки того, що слугували способом розділення сторінки на частини, хоч і створювали певні проблеми у навігації та індексації систем пошуку. Дизайн сайтів тих часів був відомий прагненням перебільшувати кількість графічних елементів, наприклад, блискавки, вибухи, яскрава анімація, що призводило до перевантаження та неестетичного вигляду сайту. Інтерактивність мала обмеження в основних HTML формах, а також скриптах JavaScript. Технологія Ajax підносилась на вищий рівень з розвитком вебзастосунків. «Резиновий» дизайн ставав трендовим для адаптивної розкладки сайтів, що пристосовувалася під різні розміри екранів близько в 2010-х роках. З більшим акцентом на чистоту вигляду, простих формах, набували популярності використання плоских та мінімалістичних елементів дизайну. У відео та аудіо

матеріалів з'являлося більше можливостей для використання у дизайнах сайтів, до того ж аудіоплеєри з відеофонами набули стандартності [8].

За словами Вакуленко О. В., період існування технологій JavaScript відбувався майже паралельно з початком періоду CSS (мова стилю верстки сторінок), відколи вебдизайнери почали відмовлятися від таблиць. Використовуючи JavaScript отримували змогу оживляти меню сторінки без допомоги технологій Flash та багато іншого. Основними рисами, що є характерними для періоду є поява та популяризація мультимедійних застосунків, поширення інтерактивного контенту та поява перших соціальних мереж. Також автор статті зазначає, що своє положення змінила і навігація: перемістилася вгору, до шапки сторінки. Відбулися і естетичні зміни періоду: покращення кольорового рішення вебсторінок у бік гармонізації поєднання кольорів. Було ширше застосування піктограм з іконками в меню навігації та в основному контенті. Порівняно з попереднім періодом, більше уваги приділяється типографіці, а також використовуються шрифти без засічок сімейства Гротеск. Відбуваються позитивні зміни у взаємодії користувача з інтерфейсом. Окрім появи інтерактивних форм для заповнення, дуже популярним способом навігації ставали елементи меню, що випадають, що їхня розробка поєднується із CSS. Все це дуже повпливало на візуал сайтів. Він ставав більш естетичним і продуманим, прибравши зайві елементи [9].

Вплив на свідомість людини вебреволюції є одним із найцікавіших результатів, так стверджує Олег Слюсанчук, відомий український вебдизайнер. З початку 90-х і до 2000-х років відбувся, умовно, своєрідний перехід користувачів від стану Інтернет – це розвага до Інтернет – це мій робочий простір. На сьогоднішній день все частіше створюються додаткові вебсервіси, що дозволяють виконувати найнеобхіднішу, спецроботу в мережі. Є можливість переглядати відео, креслити, слухати музику, малювати, писати і це все зберігається, так як користувацький робочий стіл комп'ютера переноситься до глобальної павутини. Таким чином зникає потреба у програмуванні десктопних

програм, щоб мати певні сервіси на особистому ПК (персональному комп'ютері). Наприклад, Google Docs [10].

На кінець 2000-их досягли розуміння, що сторінки в інтернеті вже не дають суспільству того, чого вимагають від контенту – користувачам вже недостатньо просто дивитися тексти з фотографіями. Люди прагнули до інтерактиву. Відповідно, вебдизайн почав переорієнтовуватися: так розвиваються переважно cloud-платформи, які просували бренди в інтернеті. Суть полягала в тому, що через надання послуг в мережі, водночас хотіли заробляти на цьому. Cloud-платформи – це про збільшення об'єму дискового простору у поштової скриньці чи суть дропбоксу (доплата), якщо людина бажала якісне відтворення відео чи музики – оплати та завантажуй [10].

Дизайн сторінок зазнав суттєвих змін від моменту свого виникнення, адже технологічний прогрес все більше набирає обертів. Завдяки ньому розширюється світосприйняття та збільшується кількість можливостей для втілення креативних і нестандартних віртуальних дизайнів. Еволюціонуючи від простих статичних сторінок до складних інтерактивних платформ. На сьогодні дизайни є дуже різноманітними, але є те, що об'єднує їх і надалі.

1.2. Основні тренди сучасного вебдизайну

Наша сучасність постійно еволюціонує, реагуючи на зміни в технологіях, потребах користувачів та культурних тенденціях. Кожного року з'являються нові тренди або вдосконалюються минулорічні. Тренди у вебпросторі визначають естетику інтерфейсів, а також змінюють досвід потенційної цільової аудиторії. Застосунки та вебсайти це вже не просто інформаційні платформи, а інтерактивні середовища, що підтримують емоційний зв'язок і надають зрозумілі інструменти для взаємодії. Основні тренди дизайну сайтів включають мінімалізм, що вже тримається на позиціях кілька років і не збирається відступати, так як постійно вдосконалюється та вносяться певні корективи. Це і про неоморфізм, адаптивні,

інклюзивні інтерфейси, гіперреалізм, градієнтність, застосування штучного інтелекту, інтерактивність, масивність елементів в дизайнах, візуальне перевантаження, але при цьому гармонійно комбіноване. Тренди сучасності – це результат безперервності в комунікації між дизайнерами з аудиторією та технологічним прогресом. Кожен тренд з'являється, як відповідь на виклики й можливості, що сколихають суспільство.

Ностальгія повертається на повну силу. Від великого тексту до ретро-ілюстрацій – є багато візуальних елементів, які повертаються у 2020-х роках. Дизайнери використовують графіку, натхненну тенденціями кінця 90-х та Y2K [11]. Естетика Y2K зародилася внаслідок культурного зсуву на межі тисячоліть, що символізувала оптимістичний погляд на подальше майбутнє. Назва, а саме це скорочення «Y2K» розшифровується як «Year 2000», що позначає період переходу до нового тисячоліття, коли інноваційність, особливо поява та розвиток Інтернету, стали невіддільною частиною повсякденного життя. До того ж створено простір для нових можливостей та стартапів. Основними елементами стилю стали неонові, фіолетовий (творчість та розкіш), рожевий (енергія молодості), синій (цифровізація) та зелені кольори, використання градієнтів в дизайні; проста анімація, графіка, що відображали ідеї тогочасного прогресу. Також це органічність форм з розмитими краями, що несуть в собі дизамізм; точки, що часто використовуватися як кнопки та сфери, які мають вигляд, ніби бульбашок або згустків ртуті; прозорі елементи створюють ефект багатовимірності та глибини, таким чином створюється футуристичний вигляд; металевість, а особливо срібло та хром, додавали сучасності та небанальності для тогочасного розвитку Інтернет сайтів. На сьогодні повернення до естетики Y2K пояснюється прагненням поностальгувати та пов'язано з бажанням повернути оптимізм в погляді на життя та світ, що є особливо актуальними у наш час [12].

Розширений прогноз кольорів WGSN прогнозує інтелектуальну прозорість на 2024-2025 роки. Цей напрямок стане більш інтелектуальним завдяки використанню динамічних матеріалів. Використання розумного скла, а саме матеріалу, який змішує світло так, що люди за напівпрозорим матеріалом стають

майже невидимими. Цифрові дизайнери просувають футуристичні переливи для створення, так би мовити, потойбічних, прозорих рідинних ефектів. WGSN пропонує поєднувати молочно-білий з переливчастим або маслянистим блиском. Використовувати плівки, пігменти, текстури та світло, щоб створити динамічну зміну кольору, яка проявляється в міру того, як матеріал змінює непрозорість [13].

Рейко Моррісон, керівниця відділу споживчих технологій WGSN, зазначає, що причини поширення привабливості тренду багатогранні. Голографічні, дихроїчні поверхні та матеріали мають футуристичний вигляд, що поєднуються з технологіями: таким поверхням притаманні якості, що спокушають органи чуття. Думка полягає в тому, що покоління Instagram та TikTok – це покоління технологій, а саме: блискучі футуристичні поверхні є частиною повсякденного світу цього покоління, але вони також відсилають нас до тренду Y2K, який спричинив величезну популярність у TikTok завдяки металевим та переливчастим тіням для повік і блискам для губ [14].

Стиль є трендовим, що підтверджується зверненням молоді (отримують натхнення від цього) до минулого, за допомогою соціальних мереж, де активно поширюється ностальгія за минулим, його романтизація. Якщо у соціальних мережах активно набувають популярності певні тренди у будь-чому: музика, одяг, фотомистецтво, графічний дизайн тощо. А отже ефективний і у дизайні сайтів, що викликатиме емоційний зв'язок з потенційною аудиторією.

Щодо звернення до минулого, наприклад, ретро стилю у вебдизайні, Васильєв О. С. зазначає, що сайти оформлені в ретро стилі, створюють атмосферу довіри та трансляції цінностей. Цей стиль зазвичай використовується для дизайну вінтажних інтернет-магазинів, виставок та аукціонів. Ретро дизайн завжди запам'ятовується коли використовуються ілюстрації та фотографії, що відображають тематику минулих епох. Наприклад, зображення людей у старовинному одязі, техніки, інтер'єрів. кольорова гама характеризується приглушеними пастельними відтінками, текстурами старого паперу, деревини та ефекти потертості. У типографіці використовуються шрифти із засічками,

рукописні та брускові шрифти, що нагадують часи друкарських машинок [15, с. 71].

Надихаючись різною естетикою життя поколінь, можна відобразити в дизайнах різне бачення. Це натхнення минулим створює занурення в історію століття, яким притаманні різні елементи.

Не новинка для вебдизайну – використання градієнтів. За допомогою даного інструменту можна надати ефекту глибини та об'єму, збагатити динамікою та зробити акцент на важливому. У модному дизайні сайтів складні та яскраві градієнти застосовуються як фон, їх накладають на фотографії, підкреслюють кнопки, меню чи форми, оформлюють тексти, ілюстрації, іконки та в анімації. Особливо добре поєднується зі складними градієнтами мінімалістичний дизайн сайту [16].

Олефіренко Н., Поліщук Л. у своїй праці зазначають, що мінімалізм проявляє характерні риси такі як лаконічність, простота, точність, ясність композиції, відмова від зайвих деталей – це мінімум зображень та тексту. Кожен елемент виконує певне завдання, а декор зведений до мінімуму або відсутній. Використовується вся палітра кольорів, але здебільшого обмежується 2-3 кольорами, поєднані гармонійними відтінками. Важливу роль відіграє «порожній» простір або «негатив», що створює відчуття легкості та підкреслює ключові деталі з акцентами [17, с. 272]. Дизайн активно використовує як градієнти, так і мінімалізм для розробки привабливих та зручних сайтів. Градієнти допомагають додати об'єм і динаміку, привертаючи увагу до важливих елементів інтерфейсу. У поєднанні з мінімалізмом вони в змозі підсилювати враження, при цьому зберігати простоту, чіткість композиції. Поєднання обох підходів дозволяє дизайнерам досягти балансу між функціональністю і естетикою, створюючи ефективні цифрові простори.

Плаский дизайн – це техніка інтерфейсу, яка використовує двовимірні елементи та яскраві кольори. Це означає, що стилістичні символи, такі як тіні, градієнти та текстури, видаляються, щоб вони втратили тривимірність. Плаский дизайн зазвичай характеризується чистими краями, однотонними кольорами,

привабливими палітрами, пласкими (або двовимірними) зображеннями та сумісними з декількома браузерами іконками і шрифтами. Він має бути мінімалістичним, і якщо якийсь компонент дизайну не виконує жодної функціональної мети, його часто відкидають [18]. На плоский дизайн також вплинув мінімалізм. Термін «мінімалізм» іноді використовують як взаємозамінний з сучасним дизайном квартир, але мінімалізм був популярною художньою технікою за десятиліття до того, як з'явився Інтернет. Мінімалізм має історію в архітектурі, візуальному мистецтві, тоді як дизайн квартир бере свій вплив з дизайну та візуального мистецтва мінімалізму. Мінімалізм – це ефективність. Коли ви використовуєте мінімалістичну естетику, ви залишаєте лише необхідні елементи. Геометричні форми, яскраві кольори та чіткі лінії домінують як у старому, так і в сучасному дизайні в стилі мінімалізму [18]. зрозумілі інтерфейси сайтів, що допомагають потенційним користувачам легко взаємодіяти з контентом і досягати своїх цілей на потрібному сайті. Плаский та мінімалістичний дизайн чудово адаптується під різні масштаби, так як елементи прості та відсутні надлишок елементів та перевантаження.

На противагу мінімалістичному дизайну та чистій естетиці, клаттеркор – це організований хаос. Він вирізняється яскравими кольорами та персоналізацією. Ідея клаттерного дизайну полягає в тому, щоб показати все, що ви любите і збирали протягом тривалого часу, наприклад, дрібнички та предмети мистецтва. Аналогічно, у вебдизайні клаттеркор-тенденція реалізується за принципом «чим більше, тим краще», поєднуючи взаємодоповнюючі кольори, візерунки та текстури для отримання насиченого, але естетично приємного кінцевого результату. Приклади візуальних елементів клаттеркору включають в себе жирні, товсті лінії і шрифти, сітки бентобоксів і навмисне накладання графіки для створення ілюзії глибини [19].

Князева А. О. стверджує, що цей підхід цілеспрямований на створення ефекту насиченого та «захаращеного» простору. Замість простих ліній та білого простору, як в мінімалізмі, клаттеркор використовує різноманіття елементів (яскраві кольори, текстури), які заповнюють екран створюючи враження

надмірного наповнення. Цей стиль є унікальним і надає дизайнеру можливість самовиражатись через щось більш громістке або рухливе. Рух анімації або інтерактивність дій цілком може бути не тільки в клаттеркорі, а й інших трендах сьогодення. Інтерактивність є однією з ключових характеристик сучасного дизайну, що змінює спосіб сприйняття й використання цифрових продуктів. Так як дизайн націлений на кількість аудиторії, яку захопить привабливість і водночас практичність сайту. Також Князева А. О. стверджує, що інтерактивні компоненти – це об'єкти, що базуються на основі фреймів, які призначені для інтерактивних елементів інтерфейсу. Замість того, щоб щоразу відтворювати окремі елементи, наприклад, кнопки, можна створити єдиний компонент цієї дії, який потім легко копіювати та налаштовувати. Це сприяє ефективній роботі з дизайном і швидкій розробці послідовного інтерфейсу [20, с. 285].

За словами українського дизайнера й мистецтвознавця Конончука Б. усе дедалі частіше люди покидають сайт, якщо його дизайн занадто простий. Щоб утримати увагу користувача, доцільно додавати WOW-ефекти. Наприклад, 3D-графіка, інтерактивні елементи, відео, анімація. Завдання такого простору – це залучення аудиторії через інтерактивність, що збільшить показники сайту через скролінг, кліки та інші дії. Це покращує загальну ефективність сайту [21].

У своїй статті Беррахал О. пише про кілька інтерактивних елементів, що захоплюють увагу користувачів. Рідинна анімація – це анімація, яка необхідна для того, щоб залучити до дій користувачів через інтерфейс у природній та інтуїтивно зрозумілій формі. Використання плавних переходів, щоб показати зміни стану або сторінки. Наприклад, добре продумана анімація завантаження може перетворити очікування на приємний досвід. Замість того, щоб показувати просте колесо, що крутиться, чому б не включити креативну анімацію, яка розповідає невелику історію або надає додаткову цінність користувачеві під час очікування. Це не тільки відволікає користувача, але й змушує його відчувати, що час минає швидше. Наступним інтерактивним елементом є мікро-взаємодія. Це ті маленькі деталі, які роблять користувацький досвід більш цікавим і приємним. Це дискретні, але значущі дії, які реагують на дії користувача. Наприклад,

кнопка, яка змінює колір або злегка анімується при наведенні на неї, може принести відчуття задоволення. Ці тонкощі взаємодії сигналізують користувачеві, що система реагує на його дії, створюючи більш інтерактивний і захоплюючий досвід. Також зазначає автор статті, що візуальний зворотний зв'язок має вирішальне значення для інформування користувача про те, що його дії були враховані. Після кожної дії повинні надаватися чіткі та зрозумілі інструкції. Наприклад, піктограма підтвердження, яка з'являється після відправлення форми, запевняє користувача, що його дії були успішно зафіксовані. Такий негайний зворотний зв'язок зміцнює довіру користувача до системи та покращує загальний досвід користування нею [22]. Тобто інтерактивність сайту це не просто анімовані переходи чи зміна кольору на кнопках, це про діалог, це про взаємодію між технологією та користувачем інтернет платформи. Цей тренд спрацьовує тоді, коли увага та присутність на сайті прикуті більше 3 секунд. Тоді є більша вірогідність, що відбудеться зв'язок з естетикою та цінностями, що передає дизайн сайту.

Змістовність в передачі інформації допомагає надавати типографіка. На сьогодні чимало дизайн-проектів використовують жирні, великі літери. Таким чином вибудовується ієрархія на вебсторінці. Помітний заголовок, також масивний підзаголовок і ключові фрази, виділені чітким шрифтом, привертають до найбільш важливої інформації користувачів сайту. Наразі такий час, коли користувачі не можуть витратити свій час даремно, тому навігація та візуальна комунікація стають набагато простішими. Масивна типографіка надає бренду чітку візуальну ідентичність, передає його цінності, до того ж це забезпечення читабельністю тексту на невеликих екранах [23].

Десять років тому, пише маркетингова і PR-копірайтерка Лужко М., з'явився дизайн у стилі японський ланч-боксів під назвою bento, як черговий інтернет тренд. Бенто стиль не зник після хвилі популярності попри швидкоплинність тенденцій. Тренд став повноцінним напрямом в дизайні. Стиль полягає у використанні системи сіток, що дозволяє пришвидшувати роботу дизайнерів. Bento дизайн – спосіб розміщення елементів в макетах за

принципом розумного секціонування, коли йдеться про кнопки, іконки тощо. Попри те, що більшість макетів такого типу є асиметричними, дизайн все одно передбачає чітку ієрархію елементів та баланс між ними [24].

У 2024 році bento досягнув успіху своїм способом в організації елементів адаптивних макетах – з Apple та Microsoft в якості головних амбасадорів стилю. Тепер його часто використовують і за межами графічного втілення інтерфейсів. Дизайн можна зустріти в плакатах, рекламних роликах та творах мистецтва, тобто використовується візуальний стиль Bento, а не підхід у розробці інтерфейсів, спрямований на функціонал та доступність. Bento інтерфейс легко розпізнати за виглядом макету – набір квадратів та прямокутників, зазвичай із заокругленими кутами, що візуально виглядає збалансовано. Фігури містять зображення, текстову інформацію або клікабельні елементи, згруповані за функціями чи темами. Тло зазвичай монохромне і найчастіше біле, чорне або що налаштовується користувачем (денний та нічний режими) [25].

Ще один тренд – неоморфізм. Реалістичний стиль (скеоморфізм) отримав нові назву та виток розвитку, що називається неоморфізм. Це поєднання скеоморфізму та плоского дизайну. Також його ще називають soft UI (плавний, м'який інтерфейс). Цей стиль об'єднує фон, форми, відблиски, градієнти та тіні так, щоб інтерфейс набував «пластикового» вигляду, ставав майже тривимірним. Здебільшого стиль застосовують у дизайні застосунків для відображення кнопок, карток, перемикачів [26].

Скевоморфізм – це наслідування зовнішнього вигляду та функцій реальних об'єктів. Таким чином дизайн інтерфейсу стає для користувачів знайомим та інтуїтивно зрозумілим, підвищуючи зручність у користуванні. Наприклад, онлайн календар цілком може зімітовувати відривання листка в момент зміни дати. Або ж імітація перегортання сторінки онлайн книги. Багато процесів відбуваються у віртуальному просторі, тому користувачів більш захоплюють дизайни, де відтворена атмосфера реального світу. Зв'язок стилю в поєднанні з такими елементами як кнопки, перемикачі, листки, робить навігацію сайту

ціліснішою та наділену на потенційну аудиторію (навігаційне меню, кнопки з закликком до дії) [27].

Ще одним із трендів дизайну сайтів є паралакс-скролінг або ще його називають паралакс ефект. Взагалі це як із оптичними прицілами, що ніяк не стосуються вебдизайну, але ефект похідний від цього. Це зсув зображення цілі відносно прицільної марки, коли око зміщується від центру окулярів. Такий ефект цілком може впливати на точність прицілювання, особливо на далеких дистанціях [28]. Але саме до вебдизайну паралакс прийшов з двовимірних комп'ютерних ігор. Тоді ще фонові зображення переміщувалися повільніше, аніж зображення, що були на передньому плані. Так створювався ефект об'ємності зображення та глибини. Паралакс зазвичай має кілька фонів, які ніби рухаються з різною швидкістю. Таким чином з'являється ефект 3D, що робить перегляд сайту набагато цікавіше. Наразі в ігровій індустрії більше використовується поняття «2,5D» (AC Chronicles). Це ще не трьохвимірне зображення, але вже і не вважається пласким двовимірним. Це ілюзія глибини і вперше була використана у проєкті Moon Patrol 1982 року [29].

Джессі Сармак у своїй статті пише, що паралакс-скролінг – це техніка, за якої фоновий контент рухається зі швидкістю, відмінною від швидкості переднього плану, створюючи ілюзію глибини та більш динамічний візуальний досвід. Цей невеликий, але ефективний дизайнерський прийом покращує розповідь історії, спрямовує подорож користувача по веб-сайту та підвищує залученість, надаючи унікальний інтерактивний досвід користувача. Паралакс-скролінг не є новою концепцією у світі дизайну; насправді, він був неймовірно популярним близько 10 років тому. Однак у 2024 році вона знову на підйомі – цього разу з поворотом. Замість статичних дизайнів та зображень тепер паралакс-скролінг включатиме більше живого та відеоконтенту. Це відродження – не просто повернення до минулого тренду, а його революційне оновлення за допомогою сучасних технологій. Інтеграція живого контенту, відео та динамічних зображень в рамках паралаксу задовольняє зростаючий попит на інтерактивний і візуально стимулюючий вебдосвід [30].

Гіперреальність розмиває межу між реальністю та симуляцією, роблячи симульовану версію більш реальною та впливовою, ніж сама реальність. Ця ідея, введена Жаном Бодріаром, часто застосовується до медіа, мистецтва та культури, де симуляції можуть здаватися більш переконливими, ніж реальний досвід. Зараз ми бачимо це більше, ніж будь-коли, частково завдяки глобальному зростанню штучного інтелекту. За останні два роки Google Trends показав 1700% зростання кількості запитів на інструменти для дизайну зі штучним інтелектом і 8500% зростання кількості запитів на «генеративний ШІ». Але штучний інтелект – це лише частина того, що підживлює цей тренд. Дизайнери і творці розширюють межі можливого як в Інтернеті, так і в реальному житті [31].

Вебдизайнерка-інформатик Birch N. та вебдизайнер у сфері маркетингу Valeanu A. пишуть, що за виданням Finances Online до 2025 року штучний інтелект перетвориться на багатомільярдну індустрію. Він вже набрав обертів і популярності в різних нішах і вертикалях. Неможливо, щоб він залишився осторонь і дизайну вебсайтів. Теоретично, штучний інтелект може покращити кожен аспект вебсайту: зовнішній вигляд, функціональність, доступність, користувацький досвід, взаємодію з відвідувачами, таргетування споживачів і навіть маркетингові аспекти. Насправді до цього ще далеко. Тим не менше, все більше дизайнерів переходять до практик дизайну на основі штучного інтелекту, а все більше клієнтів прагнуть отримати досвід на основі штучного інтелекту. Ця сфера має намір стати невід'ємною частиною сучасної веброзробки [32].

Решитько В.С. стверджує, що креативність та нестандартне мислення поки недоступні штучному інтелекту. Нейронна мережа повністю не зможе замінити дизайнера та створити замість нього його роботу, так як для більшості мереж таке завдання буде складним. Якщо навіть і посильне, то навряд чи такий сайт буде ефективним та коректним. Хоч і нейромережа може стати незамінним помічником у створенні окремих елементів дизайну, надання унікальних стилів [33, с. 103]. Враховуючи таку кількість трендів вебдизайну, можна зазначити, що дизайнери можуть поєднувати кілька стилів в одному проєкті, що робить дизайн еkleктичним. Це сміливе рішення, адже поєднання стилів створює небанальність

для користувачів. Дизайнер має бути професіоналом, щоб створити унікальний макет і не перебільшити у використанні різних стилів. Не рідко можна зустріти еклектику саме в анімації або шрифтових рішеннях. Або ж реалізовувати концепції щодо складних ілюстрацій, абстрактних фонів та акцентів. Попри різноманітності у використанні елементів трендових стилів, необхідно дотримуватися балансу, що стає викликом для, наприклад, дизайнерів-початківців дизайну сайтів.

Вебдизайн сьогодення зосереджується на створенні першочергово зручного користувацького досвіду. Звичайно, якщо дизайн не буде залучати користувачів естетично, то може призвести до несприйняття елементів, що розміщені на сайті. Тенденції відображають прагнення дизайнерів розробляти вебресурси, які зачіпають атмосферністю аудиторію та транслиють ті цінності, що формують наразі соціальні мережі. Щодо вебдизайну то серед ключових трендів все активніше виділяється адаптивність, яка забезпечує функціональністю сайти при перегляді на різних пристроях, особливо мобільних.

1.3. Користувацький досвід як головний пріоритет

Головним пріоритетом сучасного дизайну сайтів та розробці цифрових продуктів є користувацький досвід. В умовах швидких змін технологій та зростання конкуренції в інтернет просторі, потрібно орієнтуватися не лише на естетику продукції, а й на те, як користувач буде взаємодіяти з нею. Від зручності, інтуїтивності та швидкості буде залежати час проведення на сайті і чи повернуться до нього ще раз. користувацький досвід охоплює всі етапи взаємодії з продуктом – від першого враження до постійного використання. Задоволення потреб користувачів є основним фактором успіху в цифровому середовищі, де кожна деталь має значення.

Як зазначають Суворова А. та Татарников А., що першочергово користувацький досвід є основним показником того, як користувачі сприймають сайт за перші кілька секунд після входу. Якщо вебсайт має зручну навігацію,

забезпечує приємний досвід використання та добре функціонує, то це допомагає встановлювати довіру серед відвідувачів сайту. Люди зазвичай схильні повертатися на ті сайти, де їм надати зручність та позитивну взаємодію. Чітко продуманий інтерфейс дозволяє користувачу легко знаходити потрібну інформацію. Чим довше користувач проводить часу на сайті, тим більша ймовірність на виконання цільових дій, які очікуються [34].

Сенченко Ю. у своїй праці висвітлює думку, що покращення користувацького досвіду починається з дослідження потреб і очікувань користувачів, що дозволяє визначити важливі елементи сайту та ті, що потребують удосконалення. Також важливими аспектами є адаптивність сайту що дозволяє коректно відображати на різних пристроях, а ще забезпечення доступності для всіх користувачів включаючи людей з обмеженими можливостями. Для цього сайт має відповідати стандартам доступності таким як WCAG. Інтеграція мультимедійних елементів, таких як відеоекскурсії та аудіогіди, робить досвід користувачів більш позитивним та інформативним. Крім того, важливо передбачити альтернативні варіанти контенту, наприклад, підписи та описи зображень для людей з обмеженими можливостями. Тестування доступності допомагає виявити і виправити можливі потреби. Також для покращення досвіду необхідно забезпечити можливість взаємодії користувачів з контентом, зокрема через онлайн спільноти, де відвідувачі можуть обмінюватися враженнями і взаємодіяти з іншими [35, с. 192].

Якщо вести мову за впровадження міжнародних стандартів доступності WCAG, то доступний вебдизайн усуває бар'єри, які перешкоджають людям з інвалідністю ним користуватися. Це створює рівні умови для користувачів з різними чи обмеженими можливостями. Наприклад, сайти Острозького та Дубенського музеїв адаптовані для людей з інвалідністю. Це реалізувалося завдяки підтримці Українського Культурного Фонду (УКФ) проєкту Громадської спілки «Всеукраїнська ліга організацій осіб з інвалідністю по зору «Сучасний погляд» – «Інклюзивні сайти історико-культурних заповідників Рівненщини WCAG 2.1». Для такого оновлення якраз використовувалися

міжнародні стандарти доступності WCAG 2.1. (Web Content Accessibility Guidelines) – це норми Універсального (Інклюзивного) дизайну, спрямовані забезпечити максимальний доступ до вебконтенту людям з інвалідністю (слух, зір, інтелектуальні комплексні порушення та синдром Дауна) [36].

Frontend розробник Станішевський В. пише, що з електронними пристроями цілком ефективно можна взаємодіяти без екрану або мишки. Наприклад, скрінрідери (screen reader). Це поширеніша технологія, з якою асоціюють вебдоступність. Текст з екрана перетворюється на аудіопотік синтезованої мови або набору звуків різної частоти. До того ж скрінрідери можуть швидко вивести список елементів (посилання, заголовки, секції, кнопки тощо) та переходити між ними, що значно все спрощує. Найпопулярніші скрінрідери — VoiceOver (macOS, iOS), Google TalkBack (Android), NVDA (Windows). Також є пристрій, що змінює візуальну інформацію на набір певних знаків, побудованих із шістьох точок, які можливо відрізнити на дотик пальцями рук. Він називається дисплей Брайля. Щоб користуватися ним, потрібен спеціальний софт, що буде виводити інформацію на дисплей [37]. Інклюзивність сайту – це не лише етичний стандарт, але ще є перевагою для різних організацій, задля збільшення залученості користувачів, тобто сприяє розширенню аудиторії. Таким чином посилюється користувацький досвід. Важливо не нехтувати простотою, зручністю в користуванні інтерфейсом сайту.

Турчин В. В., Рожков А. І. у своїй праці аналізують те, що зі збільшенням активного використання мобільних пристроїв (це планшети, смартфони) змінилися вимоги до вебдизайну. Тому відбулося стимулювання до розробки методів, які покращать роботу сайтів з аудиторією, а саме адаптація під різні розміри екранів та технологічних можливостей пристроїв. Вони розбирають такі поняття як чуйний (responsive) та адаптивний (adaptive) вебдизайни. Чуйний дизайн використовує «плаваючі» сітки, медіазапити, гнучкі зображення для підлаштування саме під розміри екранів. Адаптивний більш ширший за поняттям, куди включається чуйний вебдизайн та застосовується більш прогресивне поліпшення, що враховує технічні можливості пристроїв, хо до

адаптивного також входять наведені вище сітки, в яких розміри блоків зазначаються у відсотках. Терміни «чуйний» і «адаптивний» дизайни поки зустрічаються у працях як синоніми, проте адаптивний має більше переваг щодо змісту і включає в себе «чуйний» [38].

Адаптивним дизайном є вид верстки сайту, який враховує особливості типів пристроїв, задля правильного відображення для користувача. Такому дизайну необхідно однаково добре підлаштовуватися під розміри екранів ПК, смартфона, планшета тощо. Такий сайт швидко завантажується, оскільки використовуються потрібні для конкретного носія елементи вебсторінки [39].

Адаптивність сайту – це коли сервер автоматично визначає з якого пристрою відкривається сайт, підбираючи статичний макет, що відповідає розміру екрана та його роздільній здатності. Принципи адаптивності для розробки універсальних вебсторінок є ключем до покращення користувацького досвіду, створюючи комфорт при перебуванні на сайті. У такій адаптивності поєднуються технічні та художні рішення. Користувачі очікують все частіше від сайтів швидкості в роботі та водночас естетики. Чим теж корисний чутливий дизайн, що це про універсальність, оскільки не потрібно створювати нові макети, як для адаптивного, коли на техноринку з'являються нові пристрої. Тож можна зазначити, що і чутливість, і адаптивність вебдизайну формує цифровий простір, спрямовуючи увагу відвідувачів інтернет сторінок одразу на важливі для них інформації. Користувач секундню реагує і може одразу дати інтуїтивну оцінку сайту та його роботі. За даними Google, показник відмов збільшується на 32%, коли сторінка завантажується три секунди замість однієї [40]. Тобто сторінки, що перенасичені графікою, можуть завантажуватися довше, а отже, цілком можуть гірше показувати себе в результатах пошуку, ніж сторінки з простішим дизайном.

Більшість користувачів заходять в онлайн простір з використанням смартфонів. Це універсальний пристрій, з якого можна зайти на сайт у будь-який час. З цієї причини варто переконатися, що сайт буде адаптований під потреби користувачів. Логіка розробки сайтів відрізняється, тому спочатку цілком може

створюватися мобільна версія, а потім вже адаптувати її до десктопної версії. Мобільні сайти зазвичай мають бути доволі стислими і збалансованими, щоб аудиторія могла зручно сприймати всю інформацію. Медіа оптимізуються, щоб люди, які мають нестабільне з'єднання, могли бачити контент. Перевагою мобільних версій є простота просування в соціальних мережах, таких як Instagram. Користувачі, які скролять дописи та історії, просто відвідують сайт і купують необхідні товари, в яких зацікавлені [41].

Боровік М. С. висвітлює таку думку, що ключовою проблемою мобільного дизайну є його недооцінка компаніями та вебдизайнерами. Деякі сайти прості, маючи досить функціональну комп'ютерну версію продукту, тож не вкладають достатньо зусиль у розробку якісної смартфон-версії. Це може спровокувати втрату аудиторію та назадоволеність споживачами, що підриває успішність проєкту. Звичайно, смартфони чи планшети мають обмежену роздільність екрану, обмежену потужність та інші особливості, які вимагають від вебдизайнерів спеціальні підходи та стратегії. Оптимізація мобільного дизайну є завданням, яке вимагає чимало часу та ресурсів. Також проблемою можна назвати нестабільність ринку мобільних пристроїв. Це вимагає сталого оновлення та адаптації до нових технологій. Також вебдизайнери мають займатися моніторингом останніх тенденцій у мобільному дизайні та вміти їх інтегрувати у свої розробки. Для багатьох це може бути викликом [41].

Висновки до I розділу

Проаналізовано основні етапи розвитку дизайну сайтів, починаючи із зародження концепції, простих статичних сторінок до сучасних інтерактивних платформ. Зазначено про вплив технологічного прогресу на функціонал та естетику вебресурсів. Зокрема перехід від таблиць HTML, CSS та JavaScript, що значно розширили можливості розробників. За історичним оглядом відбувалися зміни у вимогах до користувачів. Змінювалися дизайнерські підходи, на які впливали діджиталізація, глобалізація та інтерактивність розробок. Розвиток

дизайну сайтів сприяв появі нових напрямків у дизайні та став важливим фактором формування цифрового середовища сьогодення. Еволюціонування надало посилення ролі користувацького досвіду, адаптивності до нових технологій та стандартизації інструментів.

Визначено, що тренди сучасного вебдизайну формують естетику інтерфейсів сайтів та впливають на досвід користувачів. Приділена увага таким напрямкам: мінімалізм, адаптивний дизайн, неоморфізм, інтерактивність, застосування штучного інтелекту у розробці дизайну. зазначено, що кожен тренд є відповіддю на зміни бачення потреб споживачів і культурних тенденціях. Створення привабливих та водночас зручних цифрових просторів, поєднують у собі використання градієнтів, інтерактивність медіа, паралакс-ефектів, поєднують у собі функціональність сторінок. Водночас стилі, які натхненні ретро (минулими століттями), відображають ностальгію та прагнення до гармонізації настроїв аудиторії. Загалом, дизайн вебсайтів продовжує еволюціонувати та модернізуватися, реагуючи на виклики сьогодення.

Значущість користувацького досвіду є ключовим при створенні зручного у користуванні інтерфейсу сайту, який сприяє задоволеності потреб потенційних користувачів, підвищує залученість та покращує довіру. Висвітлено важливість адаптивності, доступності та мультимедійності як основних складових ефективного дизайну. Користувацький досвід стає основним критерієм успішності цифрових проєктів, що чітко може визначити конкурентоспроможність на технологічному ринку.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ВЕБДИЗАЙНУ ДЛЯ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ

2.1. Цільова аудиторія: особливості комунікації та врахування їхніх потреб

Ключовим фактором в розробці цифрової продукції, зокрема вебсайтів, є цільова аудиторія. Охоплення групи потенційних користувачів, для яких створюється онлайн ресурс, визначає основні вимоги до функціональності, контенту та дизайну. Поведінкові особливості, цифрова грамотність, врахування потреб базують успішність в комунікації з користувачами сайту. Розуміння очікувань аудиторії дозволяє розробити онлайн простір, який буде приносити зручність, доступність, користь, забезпечуючи ефективність взаємодії між користувачем і вебсайтом.

Цільовою аудиторією є люди з потенційним або вираженим інтересом до продукту. У потенційному попит на продукт ще не сформований, але аудиторія вже цікавиться суміжними тематиками, можуть вважатися потенційними клієнтами. За вираженим інтересом вони купують продукцію раніше або тільки планують це зробити.

Портрет цільової аудиторії – сукупний термін для різних груп (сегментів), об'єднаних загальними характеристиками. Чим більше буде враховано сегментів, тим точніше підприємство зможе досягти поставлених ринкових цілей [43].

Портрет цільової аудиторії є надзвичайно корисним у випадку:

- планування бізнесу;
- створення сайту компанії;
- розвитку групи в соціальних мережах, особистого блогу або каналу на YouTube;
- проведення рекламних кампаній (для вибору оптимальних каналів і форматів реклами, складанні рекламних оголошень і налаштуванні таргетингу);
- проведення PR-акцій і маркетингових заходів;
- розробки дизайну товару та упаковки;

- розширення бізнесу і нової клієнтської бази.

Для визначення сегментів цільової аудиторії існують різні методики. Одна з найпопулярніших – «5w» Марка Шеррингтона. Вона базується на п'яти питаннях [43]:

- Що (What)? – в чому зацікавлений користувач;
- Хто (Who)? – хто є цільовою аудиторією;
- Чому (Why)? – якою є мотивація при здійсненні дій;
- Коли (When)? – в який час і за яких умов відбувається дія;
- Де (Where)? – де можна знайти цільову аудиторію і притягнути її.

У випадку з освітніми установами, важливо враховувати вікові, культурні та соціальні особливості аудиторії, адже від цього залежить, наскільки доступною та зрозумілою буде подана інформація. До того ж, знання про цільову аудиторію допомагає впроваджувати сучасні освітні практики, які будуть мотивувати та залучати учнів або здобувачів, сприяючи їхньому творчому та інтелектуальному розвитку. Відповідність комунікаційного інструментарію очікувань аудиторії підвищує рівень довіри, успішності освітнього процесу. Тому необхідно застосувати даний метод на визначенні цільової аудиторії освітніх закладів.

За першим пунктом (Що?) методу Марка Шеррингтона користувачі освітніх сайтів зацікавлені в отриманні доступу до актуальної, зрозумілої та структурованої інформації. Цілком це можуть бути дані про навчальні процес, програми, розклад занять, новини закладу, події, методичні матеріали або результати навчання. Крім того, вони шукають зручні сервіси для реєстрації, онлайн занять, завантаження документів або перегляду творчих робіт.

За наступним пунктом методу необхідно дослідити хто є потенційною цільовою аудиторією. Користувачами сайтів є люди, що безпосередньо дотичні до відвідування самих освітніх закладів, як онлайн, так і офлайн. Враховуючи категорії цільової аудиторії освітніх закладів таких як, школа, гімназія або ліцей, можна визначити наповнення контенту сайту [44]:

- вчителі – найважливіший контент для вчителів є розробки уроків, презентації, майстер-класи, проекти учнів, тести, програми, електронні журнали, внутрішня адміністративна інформація;

- батьки – це успішність дитини, новини, анонси та події закладу, розклад дзвінків, правила прийому, інформація стосовно освітнього закладу, структура навчання, графіку його роботи, послуги та форма зворотнього зв'язку. Для батьків, які працюють, вибрати час для відвідування школи подекуди викликає труднощі, тому виникає необхідність поставити запитання через сайт закладу, гостьову книгу у блозі або електронний щоденник учня;

- учні – це новини, календарні події, правила поведінки в освітньому закладі, інформація щодо випускників освітнього закладу, форум, чат, статті, інформація стосовно НМТ, фотогалерея, відеоконтент тощо.

- сторонні користувачі – прозора інформація про діяльність закладу, його історію та досягнення.

До цього сформованого списку також можна додати адміністрацію закладу, яка забезпечує разом із вчителями (або ж викладачами) позитивні умови та дружні відносини в колективі, та по відношенню до учнів. Але зазвичай посади адміністрації обіймають ті ж викладачі. Тому вже потрібно відштовхуватися від особливостей закладу індивідуально.

Мотивацією для здійснення дій (Чому?) є:

- бажання учнів легко та швидко отримувати доступ до навчальних ресурсів та можливостей для власного розвитку;

- батьки прагнуть до зручності, прозорості інформації та підвищення якості освітніх послуг;

- викладацький склад шукає інструменти для покращення навчального процесу та комунікації з учнями.

Також вищезазначене наповнення сайту є умовами, які провокують умови, за яких цільова аудиторія буде відвідувати освітній сайт. Потенційні користувачі та учасники закладу будуть намагатися зрозуміти, чи відповідає освітній заклад їхнім очікуванням.

Дії цільової аудиторії відбиваються в залежності від потреб. Це у будь-який час, коли потрібна інформація (розклад, ресурси, новини). Також це під час вступної кампанії або набору нових учнів чи здобувачів, але пік активності відбувається перед початком навчального року або наприкінці нього. У процесі щоденного навчання або перед важливими подіями (анонси, конкурси, виставки, звітні заходи).

Пошук потенційної цільової аудиторії – це тривалий процес, який потребує часу. Проте її можна знайти у таких місцях:

- у соціальних мережах, де ведеться зазвичай активна комунікація;
- на пошукових платформах, коли користувачі активно шукають навчальні освітні можливості;
- у внутрішніх системах комунікації, таких як електронні журнали або ж онлайн платформи;
- через партнерські ресурси, що пов'язані з освітою чи мистецтвом.

Освітні заклади, особливо в культурно насичених сферах, відіграють важливу роль у збереженні та трансляції культурної спадщини країни. Вони не лише передають знання, а й формують у молодого підростаючого покоління розуміння цінностей нації, її традицій, мистецьких і літературних надбань. Через освітні програми, проекти та позакласну діяльність, ці заклади сприяють розвитку національної самосвідомості, підтримують мовну та культурну ідентичність.

Говард Е. Вілсон, секретар комісії з питань освітньої політики Національної асоціації освіти, висвітлив таку думку, що система освіти країни є відображенням її (країни) норм, цінностей і традицій. Культурні прояви часто сприймаються як щось природне та правильне, до того ж зазвичай залишаються непоміченими. Тож для того щоб оцінити чи глибше зрозуміти освіту країни, необхідно спочатку визнати культурні риси, які вона відображає. Також автор зазначає, що для іноземців легше розпізнати ті риси, ніж для самих громадян країни, що робить іноземний погляд цінним у дослідженні освіти та її культури [45, с. 135].

Ця думка вказує на те, що країна та її ідентичність складається з проєкції культури через освіту. Молоде покоління має усвідомлювати і розуміти своє середовище та що формується навколо нього. Якщо вплив культури через освіту буде йти «дозовано», то суспільство не буде нехтувати чи забувати свою історію народу. Можна навести приклад з нашого сьогодення. Україна – сильна держава, з надзвичайними традиціями та звичаями. Люди відомі своїм запалом до вивчення ДНК-нації, своєї історії, адже щоб відчувати себе українцем необхідно усвідомлювати масштабність наших людей в інтелектуальному і духовному плані. Для свідомих іноземців ми люди, які виборюють своє незалежне майбутнє, що на жаль, певна кількість наших громадян досі не зрозуміла і втрачає свою ідентичність, як частинка держави. Наразі в освітніх закладах введено предмети пов'язані з розумінням важливості нашої нації та для чого маємо й надалі зберігати свою культурну спадщину. До повномасштабного вторгнення українське суспільство забувало про своє національне коріння, що мало б призводити до сірості поглядів, нерозуміння своїх цінностей та «віднесення в небуття» історії предків.

Що стосується мистецьких поглядів, то Давидова С. В. у своїй праці зазначає думку, що сучасне суспільство віддаляється від мистецтва, надаючи перевагу низькоякісній продукції, що заповнює простір мережі Інтернет. Тому формується хибне сприйняття мистецтва. Це призводить до нівелювання етнічної спадщини, народного мистецтва, а також спотворення естетичного смаку та неправильного розуміння «високо» мистецтва. Глобалізація та урбанізація сприяють втраті культурної ідентичності, а технології тиражування знецінюють неповторність. Важлива роль контексту полягає у художньо-естетичному вихованні, що допомагає людині розпізнати і цінувати справжнє мистецтво, розуміти ідею автора та розрізнати прекрасне від низької якості. Мистецтво має великий вплив на розвиток суспільства та залишається актуальним і на сьогодні [46].

Звичайно, освітні заклади в цілому виконують надзвичайно важливу функцію – надають знання, розвивають компетенції та формують світогляд

майбутніх поколінь. Транслявання традицій відбуваються за допомогою різних тематичних заходів, флешмобів, майстер-класів, виховних годин тощо. Однак все ж таки мистецькі установи займають особливе місце. Їхня місія виходить за межі традиційного навчання, адже вони спрямовані на розвиток творчого мислення, креативності та індивідуального самовираження. Мистецькі освітні заклади беруть на себе особливу відповідальність за популяризацію та інтерпретацію національних традицій у сучасному контексті, що робить їх важливими носіями культурної еволюції та стійкість. Щодо іноземців, які цікавляться іншою країною, наприклад, нашою Україною, то шукаючи інформацію, досліджуючи нас, можуть цілком натрапити на освітні сайти. Таким чином буде формуватися думка та враження від якості освітніх послуг навчальних установ.

Цінності загалом освітніх закладів мають вплив на формування цільової аудиторії. Вони визначають не тільки ідентичність, а й висвітлювання цінностей. Цінності закладу допомагають створити чіткий імідж, який приваблює тих, хто поділяє ці ідеали. Це може бути, для прикладу, акцентування уваги на інноваціях або інклюзивності, що привернуть увагу прогресивно налаштованих учнів.

2.2. Аналіз аналогів освітніх зарубіжних сайтів

В умовах інновацій та глобалізації освіти, сайти освітніх закладів стають вагомим інструментом комунікації, залучення нових учнів чи здобувачів до життя закладу, надаючи їм важливу інформацію. За допомогою аналізу зарубіжних сайтів цілком можливо виокремити ефективні підходи та прийоми в організації інформаційної структури, інтерактивності, композиційного розміщення елементів та користувацького досвіду. Ще на таких сайтах можна знайти цікаві рішення, такі як, наприклад, онлайн-запис на заняття, віртуальні ігри, покликання на навчальні курси (або платформи), які потім можна пристосувати до подальшої розробки графічного матеріалу, а тобто дизайну

сайту. Зарубіжні сайти зазвичай траншують простоту та зручність у навігації сайтом, але й водночас можуть бути зразком в інтерактивних та композиційних рішеннях.

Пропонуються найбільш вдалі, доречні та функціональні дизайни сайтів зарубіжних освітніх закладів. Вони мають власні та загальноприйняті підходи до структури та користувацького досвіду:

Аналог 1. Winchester School of Art

Winchester School of Art [47] – один із найбільш престижних навчальних закладів Великобританії у місті Вінчестер, що є частиною University of Southampton, що прагнуть розвивати творчі здібності учнів-здобувачів. Школа має сучасну інфраструктуру, такі як спеціалізовані студії, лабораторії, класи, ресурси, що дозволяють навчатися та творчо працювати із сучасними технологіями та матеріалами.

1. Цінності. Орієнтування на культурне розмаїття та прокачування навичок в атмосфері, що сприяє експериментуванню і самовираженню за підтримки досвідчених викладачів. Прагнуть до екологічної стійкості, соціальної активності, інтернаціоналізму та провідних практик на перетині мистецтва, науки, технологій і культури.

Сайт школи Winchester School of Art підкреслює творчий підхід до навчання та академічної діяльності. За рахунок простоти сайту, створюється відчуття достойного рівня і професіоналізму. Цінності траншуються через інтернаціональні програми та розмаїття дисциплін, сайт справляє враження відкритості, інклюзивності для здобувачів з різних країн.

2. Структура. Сайт має лаконічну та чітку структуру навігації, присутній поділ на ієрархію категорій. Першою та головною з такими категоріями є:

- «Про нас»;
- «Факультети, школи та кафедри»;
- «Терміни і семестри»;
- «Рейтинги та репутація»;
- «Зв'яжіться з нами»;

- «Наша стратегія»;
- «Більше».

Вище за головний перелік є другорядний з такими критеріями: «Дослідження», «Учнівське життя», «Пошук», «Бізнес» та «Глобальність». Трейтіми за ієрархічністю навпаки (по важливості) є «Про нас», «Відвідайте», «Випускники», «Відділи/класи», «Новини», «Події» та «Контакти».

Розділи забезпечують зручність у доступі до інформації про освітні програми, можливості для здобувачів та університетські ресурси. Але сторінка «Програми навчання» могла би містити більше фільтрів чи пошукових можливостей задля швидкого пошуку необхідної інформації про різні курси. Розділи мають логічну структуру. До прикладу, розміщення підкатегорій для програми навчання забезпечують доступ до описів та вимог курсів для вступу. Навігація сайту працює стабільно, але у мобільній версії іноді з'являються зайві елементи, що виглядають недоречно при перегляді.

3. Інформаційне наповнення. Зміст сайту надає важливу інформацію про ресурси, освітні програми та дослідницьку діяльність. Детально описано місію школи, напрямки діяльності; привернено увагу до значущості творчого підходу до навчання. Але можна цілком помітити, що інформація в деяких розділах, виглядає занадто стислою. Поліпшенням було б більш детальніше описання. Так тоді потенційна аудиторія матиме ширше уявлення про навчання в закладі. Контент добре збалансований та містить пояснення щодо атмосфери школи. Фото та відео вмісту з життя здобувачів та їхніх творчих надбань не так багато на сайті.

4. Композиція та верстка. Сайт має відносно консервативну верстку. Виконання доволі класичне з широкими просторами (повітрям) між елементами. Основна увага приділяється текстовій частині, що додає відчуття наповненості, хоч динаміки не вистачає. Обраний шрифт читабельний, але на деяких сторінках важко сприймається через великий обсяг тексту.

5. Кольорова палітра. Кольорове наповнення сайту складається з темно-синього та його відтінків, білого, сірого, додано акцентні кольори (жовтий та червоний).

Це відповідає академічному стилю закладу, хоч виглядає стримано як для мистецької галузі. Палітра наділяє сайт візуально спокоем, хоч не вистачає більш яскравих кольорів, щоб передати креативність школи.

б. Адаптивність. Присутнє забезпечення адаптивністю до мобільних пристроїв; доступність до інформації на різних пристроях. Проте на мобільних версіях елементи виглядають незначно стислими, а деякі кнопки чи покликання виглядають малими для натискання. Ще різниця у відсутності такої пошаровості навігації в «шапці» сайту (див. додаток А, рис. А.1).

Школа Winchester School of Art має сайт, що чітко демонструє програми та показує місію навчання. Однак впровадження змін у покращенні функціональності мобільної версії, наповненості мультимедійним контентом та додавання більш емоційних кольорів внесли зміни до іміджу школи.

Аналог 2. International School of Krakow (ISK)

Краківська міжнародна школа (КМШ) [48] – це єдина некомерційна, повністю акредитована школа на півдні Польщі. Окрім акредитації, школа підтримується Управлінням закордонних шкіл Департаменту США та є членом Асоціації шкіл Центральної та Східної Європи.

1. Цінності. Підкреслюється важливість навчання у творчому середовищі. Подача інформації про навчальні програми та доступ до проєктів і контактів акцентує увагу на розвитку учнів як особистостей.
2. Структура. Головне меню сайту є чітким, але водночас простим. Містить наступні розділи:
 - «Швидкі покликання»;
 - «Приєднуйтеся до нашого персоналу»;
 - «Прийом»;
 - «Моя КМШ».

У вкладці меню є ще низка важливих розділів, такі як «Відкрийте для себе» (про заклад), «Академіки» (про освітні програми), «Життя КМШ» (про заходи та об'єднання учнів, батьків, опікунів та випускників) та «Спілкування» (шкільне життя та контакти).

Навігація зрозуміла та дозволяє користувачам швидко знаходити необхідну інформацію. Відсутність складного меню спрощує пошук. Проте можна було б розширити меню додатковими категоріями для детальнішого розкриття пропонованих навчальних курсів.

3. Інформаційне наповнення. Сайт школи пропонує основну інформацію про заклад, його місію, освітні програми та процес вступу. Інформація на сайті досить чітка і структурована. Розділ про школу пояснює цілі та завдання навчального закладу. Це важлива частина, яка дає уявлення про освітню місію та підходи до навчання. Вступ надає корисну інформацію про процедуру вступу. Інформація добре структурована, мультимедійного контенту достатньо, динаміка сайту присутня. Вагомою особливістю наповнення сайту є мапа, що вказує на міжнародність даного закладу. Мапа вміщує в собі локаційні позначки, що надають розуміння про різнонаціональність учнів школи, створюючи інклюзивне середовище.
4. Композиція та верстка. Застосовується дизайн, що притаманний для освітніх установ, наприклад, шрифт із засічками, який справляє враження академічного закладу. Можна зазначити, що на деяких сторінках текст виглядає скупим, тому можна збільшити шрифт або додати роздільники, щоб зробити текст менш об'ємним та легшим для сприйняття. Загалом шрифт хороший для читання, заголовки добре виділяються.
5. Кольорова палітра. Вебсайт використовує кольорову палітру з домінуванням приглушеного синього, темно-червоного. Тло, тобто підложки сайту білого та сірого кольорів. Це дає ефект чистоти, що відповідає концепції мистецької установи, проте сайт здається однотипним.
6. Адаптивність. Сайт цілком добре адаптований, зокрема кнопки та меню коректно відображається на маленьких екранах. Текст автоматично підлаштовується під екран, що дозволяє комфортно переглядати сторінки на смартфонах і планшетах. Щодо першого враження, то головна сторінка

на мобільних пристроях не привертає такої уваги, як на десктопній (див. додаток А, рис. А.2).

Наразі розглянуто не мистецький заклад освіти, проте сайт виконаний на високому рівні, що є яскравим прикладом адаптацій та застосування анімації, які покращують користувацький досвід.

Аналог 3. Canada Star Secondary School

Canada Star Secondary School [49] – школа, що розташована в Ричмонді, Канада. Пропонується прогресивна та якісна освіта для учнів, зосереджуючи увагу на розвитку лідерських якостей та підготовку до вступу до провідних університетів світу.

1. Цінності. Підкреслюється доступність освіти для різних культур та країн. Місія та акцентується на висококваліфікованих викладачах та освітніх програмах, що передають цінності академічної успішності. Школа надає можливості для розвитку через позанавчальну діяльність, що транслює включення учнів до навчання та всебічного саморозвитку.
2. Структура. Дане меню головного екрану включає:
 - «Про нас»;
 - «Програми»;
 - «Прийом» (подання документів);
 - «Студентське життя»;
 - «Міжнародна діяльність»;
 - «Зв'яжіться з нами».

Меню має чіткий поділ на основні розділи, що дозволяє швидко знайти потрібну інформацію. Кожен з розділів є важливим для потенційних учнів та їхніх батьків, включаючи важливі деталі про навчальні програми та вступну кампанію. Загалом навігація по сайту зручна сторінки швидко завантажуються, а структура розділів логічно послідовна. Також додані заклики до дій одразу на головному екрані – «Подайте заявку зараз» та «Екскурсія по школі». Ці дві дії одразу залучають користувачів до діяльності школи.

3. Інформаційне наповнення. Сайт містить достатньо інформації для зацікавлених учнів та їх батьків. Інформація представлена по основних напрямках це: загальна інформація, про школу, навчальні програми, життя учнів, новини та вступна кампанія. Розділ про нас пояснює місію та мету школи надаючи позитивне уявлення про установу. У розділі вступна кампанія надаються чіткі інструкції для вступу що є важливим для вступників. Усі основні сторінки добре заповнені мають достатньо текстової інформації.
4. Композиція та верстка. Сайт має чітку лаконічну композицію. Уся інформація розташована на сторінках у логічному порядку і немає перевантаження контентом. Сайт містить блоки, які позитивно зчитуються під час сприйняття інформації. Розміри блоків добре збалансовані між собою, що робить для відвідувачів сайту інтуїтивний дизайн та композицію прийнятними. Шрифти без засічок, що добре читаються і виглядають сучасно. Водночас шрифт простий, що створює атмосферу відкритості та рівності. Вибір шрифтів для заголовків і основного тексту збалансовані, однак тіні під заголовками не виглядають чисто по відношенню до фону для тексту. Виглядає бруднувато.
5. Кольорова палітра. Сайт використовує приглушений червоний (наближений до вишневого), білий, сірий та чорний. Це створює зручний для сприйняття контраст і допомагає зберігати простоту дизайну. Якби це був сайт для мистецького закладу, то можна було б додати більше кольорових акцентів або варіативних відтінків для поділу контенту і зробити сайт більш візуально насиченим.
6. Адаптивність. Сайт адаптований до мобільних пристроїв, проте на головній сторінці є фонове зображення, яке перекривається кнопками, тобто закликами до дій. Ці кнопки червоні та напівпрозорі, тому доречніше зробити ці заклики меншими, щоб не перекривати зображення на фоні. На десктопній версії все збалансовано та нічого не перекриває (див. додаток А, рис. А.3).

Аналог 4. School of the Art Institute of Chicago (SAIC)

School of the Art Institute of Chicago (SAIC) [50] – Це один із провідних художніх закладів у світі який поєднує інноваційне навчання з доступом до одного з найвидатніших музеїв мистецтва – Інституту мистецтв у Чикаго. Школа заснована у 1866 році пропонує різноманітні програми, що охоплюють галузі мистецтва дизайну технологій та гуманітарних наук. SAIC пропонує курси з таких напрямів як живопис скульптура мода цифрові медіа графічний дизайн.

1. Цінності. Школа транслює заохочення досліджувати нестандартні підходи до творчості та перетинати межі традиційного мистецтва. Також наголошується важливість мистецтва для формування критичного мислення та суспільних змін, особливо в контексті глобальних викликів. Школа пропонує співпрацю на міжнародному рівні залучаючи культури та ідеї з різних куточків нашого світу.
2. Структура. Головна сторінка має чітке і лаконічне оформлення з акцентом на візуальний контент. Починається з великих банерів що рекламують ключові події програми або ж виставки. Основна навігація, поділена на кілька частин: ті, що розташовані зверху забезпечуючи доступ до таких розділів:
 - «Новини та історії»;
 - «Календарі»;
 - «Випускники»;
 - «Музей»;
 - «Підтримка школи»;

А також «Ресурси для...», «Застосувати...», «Отримати інформацію» та «Зустрічайте нас». Та інша частина, яка більш виділяється і є пріоритетною при першому враженні. До цієї навігації входять:

- «Чому SAIC» (описується історія, місія та викладацький склад закладу);
- «Науковці» (опис усіх програм із поділом);
- «Прийом та допомога» (містить повний гайд по вступу, включаючи дедлайни, вимоги, фінансову допомогу);

- «Життя в SAIC» (охоплюється інформація про гуртожитки, харчування, клуби та культурні заходи);
- «Публічні програми»;
- «Молодь і продовження навчання».

Усі головні блоки інформації чітко видимі з легким доступом до внутрішніх сторінок. Багаторівневе меню дозволяє швидко переміщатися між сторінками. Підменю розкривається, забезпечуючи доступ до підкатегорій. Присутній пошук, який дозволяє знайти конкретну інформацію за ключовими словами. У футері дублюється посилання на ключові розділи, контактна інформація та соціальні мережі.

3. Інформаційне наповнення. Сайт школи продуманий та має інформаційно насичене наповнення, яке відповідає потребам різних категорій аудиторії, як учнів, викладачів, партнерів, випускників та поціновувачів сучасного мистецтва. Особливу увагу приділено практичним компонентам і міждисциплінарному підходу. Важливим фактором в інформаційному наповненні є додаткові програми, такі як курси підвищення кваліфікації, літні школи, програми безперервної освіти для дорослих та дітей. Також на сайті пропонуються віртуальні тури кампусом та фотографії простору, що допомагають сформувати уявлення про навчальне середовище.
4. Композиція та верстка. Сайт School of the Art Institute of Chicago Характеризується сучасним і структурованим підходом який забезпечує зручне користування та естетичний вигляд. Центральна частина головного екрану привертає увагу та акцентує на ключових текстових елементах, так як це інтерактивний банер. Головна інформація завжди знаходиться у верхній частині сторінок, що допомагає уникнути прокручування для ключових запитів. Текстові блоки збалансовані. Вони розділені на параграфи, супроводжуються ілюстраціями або ж фотографіями. Також присутні в композиції значні проміжки між елементами, які забезпечують візуальний комфорт та уникнення відчуття перевантаження.

5. Кольорова палітра. Для сайту використовуються чорний та білий кольори. Вони залишаються основою, створюючи контрастність і професійний вигляд. Забезпечують основу для дизайну, яка дозволяє іншим кольорам виділятися. Сірі відтінки додаються для створення глибини і розмежування між різними елементами, такими як текстові блоки або ж підписи. Щодо акцентних кольорів, то це жовтий, який використовується для виділення ключових елементів. Наприклад, банери, кнопки чи важливі анонси. Він створює енергійність і привертає увагу. Синій, бірюзовий кольори додають сучасності та візуальної привабливості. Їх застосували для гіперпосилань, графічних акцентів. Кораловий та малиновий кольори присутні для створення емоційного впливу та як акцент у рекламних блоках. Таке кольорове рішення відповідає брендовим принципам школи, поєднуючи професійність із творчістю.
6. Адаптивність. Сайт адаптований до мобільної версії. Навігація залишається інтуїтивно зрозумілою, важливі кнопки зручно розташовані для торкання пальцем.

Сайт School of the Art Institute of Chicago відповідає основним сучасним трендам: мінімалізму, адаптивності, зручності для користувача. Його дизайн гармонійно підтримує бренд, але цілком, можливо, що він виглядає більш функціонально, ніж експериментально (див. додаток А, рис. А.4).

Проаналізовані сайти розроблені з урахуванням потреб різних категорій відвідувачів, зокрема учнів, батьків учнів, викладачів та адміністрації закладів. В цілому, сайти демонструють адаптивність до мобільних пристроїв. Акценти розставлені на мультимедійних елементах, які сприяють залученню аудиторії до комунікації. Також при розробці сайтів особливу увагу приділено візуальній гармонії та логічній організації наповнення, що дозволяють знаходити необхідну інформацію, роблячи її доступною.

Найбільш яскравим прикладом серед проаналізованих аналогів сайтів стала School of the Art Institute of Chicago. Дизайн сайту вирізняється професійністю, структурною організованістю та креативним підходом до

передачі інформації. Особливо вражає поєднання сучасних трендів і візуальних акцентів, які вдало підкреслюють унікальність мистецького закладу (див. додаток Б, табл. Б.1) .

У той час, коли більшість інших сайтів шкіл демонструють схожі підходи до структурного і кольорового оформлення, сайти мистецьких закладів мають помітну перевагу у виразності. Здебільшого дизайн базується на заголовках із фонованими відео або фото що поруч з текстовим наповненням виглядає практично і зрозуміло, але все частіше сприймається як банальність. Такі рішення спрощують сприйняття, однак рідко пропонуючи унікальне, щоб сайт зміг виділитися серед конкурентів.

Сайти звичайних чи професійних шкіл ще більш однорідні. Одноманітність у структурі та обмежена кольорова палітра створюють відчуття шаблонності. У порівнянні з ними, мистецькі школи демонструють ширший спектр стилістичних рішень, що свідчить про їхнє прагнення відобразити творчий характер закладу. Візуальна виразність підкреслює важливість індивідуального підходу до дизайну, особливо для шкіл, які прагнуть транслювати власну унікальність. Це є цінністю: досягати креативності аби не зливатися з масою.

2.3. Аналіз аналогів освітніх вітчизняних сайтів

Аналіз аналогів освітніх сайтів, зокрема тих, що представляють вітчизняні заклади – це саме той етап, який надасть розуміння ситуації та стану успішності розробки вебсайтів саме для цільової аудиторії. Також за допомогою даного аналізу буде розглянуто чи впроваджуються сучасні тенденції у дизайні сайтів. Особливу увагу потрібно приділити структурі, дизайну, контенту, зручності використання, адаптацію, а також вплив цих факторів на взаємодію з цільовою аудиторією. Отримані дані допоможуть визначити, що варто враховувати для розробки ефективного вебсайту освітнього закладу.

Аналог 1. Львівський державний музичний ліцей імені Соломії Крушельницької

Львівський державний музичний ліцей імені Соломії Крушельницької [51] є одним із найпрестижніших музичних навчальних закладів України, заснований у 1939 році за ініціативи українського композитора та піаніста Василя Барвінського. Ліцей має багату історію підготовки майбутніх музикантів. У 1963 році навчальний заклад отримав ім'я видатної української співачки Соломії Крушельницької. Заклад пропонує якісну музичну освіту поєднуючи її із загальноосвітньою підготовкою та виховує учнів у дусі академічного мистецтва. Спеціалізується на підготовці виконавців у різних музичних напрямках, таких як фортепіано, струнні, духові, ударні та народні інструменти, а також камерна музика та теоретичні дисципліни. Для учнів створені всі умови для розвитку творчого потенціалу включаючи сучасні аудиторії, концертні зали та пансіон.

1. Цінності. Цінності школи транслюють створення сприятливого середовища для розвитку талантів та майстерності учнів. Активно пропагується повага до культурної спадщини, тобто української музичної традиції та інтеграції її у сучасний світовий контекст. Це також і поєднання академічної музичної освіти із всебічним розвитком особистості; підтримка індивідуальності кожного учня, що сприяє формуванню їхніх унікальних артистичних навичок.
2. Структура. Сайт має логічно організовану структуру з чітким поділом на розділи, зокрема: «Відділи ліцею», «Творчі колективи», «Новини», «Історія» та «Контакти». Наявність окремого розділу для творчих подій та галереї додає динамічності сайту.
3. Інформаційне наповнення. Вміст сайту охоплює основну інформацію про діяльність ліцею навчальні відділи та досягнення учнів. Деякі розділи потребують інтерактивних елементів, наприклад інтегрування Google мапи для зручності пошуку. Текст читабельний, не перевантажує.
4. Композиція. Даний сайт має традиційну композицію, але водночас присутні графічні акценти на головній сторінці, де розміщено інформацію.

Однак дизайн виглядає дещо застарілим. З іншого боку, дизайн передає естетику закладу, так як це про академізм та про високі стандарти, звернення до минулого досвіду.

5. Кольорова палітра. Домінують спокійні відтінки, такі як зелений, коричнево-піщаний (навіть наближений до золотого) та білий. Використовуються градієнти, що створюють плавність кольорової композиції. Палітра підтримує відчуття гармонії, серйозності та водночас вказує на творчий характер закладу. Палітра зосереджує на підтримці професійного і традиційного образу ліцею.
6. Адаптивність. Сайт оптимізований під мобільні пристрої. Проте деякі елементи виглядають більш масштабніше по відношенню до інших елементів (див. додаток А, рис. А.5).

Аналог 2. InTOP School – Школа Мистецтв

InTOP School [52] – сучасна приватна школа мистецтв, що надає можливість розвивати свої творчі здібності в різних напрямках мистецтва. Заклад орієнтований на розвиток талантів у таких галузях, як вокал, акторська майстерність, гра на фортепіано та інші дисципліни. У рамках навчання пропонують брати участь у майстер-класах, концертах, виставках, що приносить учням практичний досвід та формувати своє портфоліо для майбутньої мистецької кар'єри.

1. Цінності. Школа демонструє серйозний підхід до навчання з акцентом на розвиток вокальних музичних та акторських навичок. Навчання в школі орієнтоване на розвиток творчих здібностей учнів, що видно через акцент на таких дисциплінах, як вокал, гра на музичних інструментах, акторська майстерність.
2. Структура. Лаконічно організована навігація сайту з головним меню. До нього (меню) входить:
 - «Головна»;
 - «Вокал»;
 - «Гітара»;

- «Укулеле»;
- «Фортепіано»;
- «Акторська майстерність»;
- «Про школу»;
- «Контакти».

Меню в користуванні просте та зручне для користувача, що забезпечує швидкий пошук потрібної інформації, проте для ще більшої зручності цілком можна додати ще розділ або підрозділ для розкриття деталей щодо кожної програми чи курсу. Сайт пропрацьований навігаційно, але на головній сторінці багато інформації на одному рівні.

3. Інформаційне наповнення. Інформація на сайті охоплює основні напрямки діяльності установи, такі як уроки фортепіано вокалу та акторської майстерності. Даний вебпростір чітко пояснює, що саме пропонується в рамках кожного курсу. Проте можна ще додати інформацію про методику викладання, досвід викладачів тощо. Текстове наповнення доцільне. Мультимедійного контенту достатньо. Розміщений відеоролик для ознайомлення зі школою.

4. Композиція та верстка. Візуально сайт чистий і водночас мінімалістичний з достатньою кількістю простору для інформації, але через великі абзаци виникає відчуття перевантаженості. Шрифт нескладний для сприйняття, що добре відображається на читанні вмісту сторінок.

5. Кольорова палітра. Використовуються спокійні кольори у відтінках фіолетового, білого, сірого та чорного. Фіолетовий підкреслює творчі настрої. Колірна палітра підходить для школи мистецтв, оскільки вона не відволікає увагу від контенту, але для залучення молодшої аудиторії чи тих, хто шукає яскравіші враження, підходяще дане колірне поєднання.

6. Адаптивність. Сайт адаптовано для мобільних пристроїв і виглядає коректно на різних екранах. Мобільна версія інтуїтивно зрозуміла. Всі основні елементи, такі як меню та кнопки, залишаються доступними. На маленьких екранах розмір шрифтів моментами виглядає дещо малим, проте це не є вагомою проблемою, яка заважає доступності читання тексту (див. додаток А, рис. А.6).

Аналог 3. 33ART – творча школа

Школа мистецтв 33ART [53] – творча студія в Києві, яка пропонує різноманітні курси та майстер-класи для дітей і дорослих. У студії навчають основам академічного рисунку та живопису, а також технікам ліплення глиною, акварельного та олійного живопису. Навчання проходить під керівництвом досвідчених викладачів, які спрямовані на індивідуальний розвиток учнів.

1. Цінності. Школа транслює цінності пов'язані з програмами навчання, що адаптовані під потреби, цілі та рівні підготовки учнів. Викладацький склад прагне допомагати розкривати свої здібності та знаходити власний мистецький стиль.

2. Структура. Сайт має інтуїтивно просту структуру, що включає основні розділи:

- «Головна»;
- «Про нас»;
- «Курси»;
- «Майстер-класи»;
- «Розклад»;
- «Викладачі»;
- «Галерея»;
- «Блог»;
- «Оплата».

Меню організовано логічно, що дозволяє легко знаходити потрібну інформацію.

3. Інформаційне наповнення. Контент сайту сфокусований на описі послуг школи, курсів та методів навчання. Особливу увагу приділено викладачам, їхньому досвіду, що додає довіри до закладу. Галерея робіт учнів і викладачів демонструє рівень професійності школи. Блог викликає зацікавленість та створює враження атмосфери, що школа дбає про учнів та їхні інтереси. Також виділено місце коментарям та відгукам про школу, що впливає в подальшому на довіру.

4. Композиція та верстка. Школа використовує великий акцент на візуальному контенті: галереї робіт, фото класів, викладачів та зображення у блозі. Таким чином створюється позитивний емоційний зв'язок з користувачами сайту. Інформаційні блоки розташовані логічно, але місцями вони перенасичені текстом, що ускладнюють сприйняття. Відстані між блоками та текстами відповідають основним принципам вебдизайну, але деякі секції потребують більшої уваги для створені візуального ритму. Використані шрифти доволі прості і сприяють читабельності, але є певне розміщення по центру, що не дуже читабельно виглядає на перший погляд.
5. Кольорова палітра. Сайт мінімалістичний, використовуються в дизайні білий колір, як основний. Акцентним та доповнюючим кольором став жовтий, що привертає увагу на важливій інформації. Поєднання нейтрального фону з яскравими акцентами створює гарний візуальний контраст. Використання теплого відтінку асоціюється з натхненням та енергією це підсилює позицію школи як закладу що заохочує до креативності і розвитку талантів.
6. Адаптивність. Сайт коректно працює на різних пристроях та виглядає стабільно під час перегляду на більшості сучасних браузерів. Меню трансформується у зручний формат (гамбургер-меню). Під час входу на головну сторінку у верхній частині є кнопки, на які попасти пальцем одразу не дуже просто. Сайт мобільної версії завантажується повільніше, ніж десктопна (див. додаток А, рис. А.7).

Аналог 4. Дитяча художня школа №2 ім. П. О. Левченка

Дитяча художня школа №2 імені Петра Левченка [54] у Харкові, що заснована 1975 року, є одним провідним закладом для розвитку творчих здібностей дітей школа пропонує ґрунтовне навчання у сфері образотворчого мистецтва за такими напрямками як рисунок (малюнок), живопис, композиція,

скульптура, батік, графічні техніки, а також проводить пленери і практичні заняття. Школа приймає дітей віком від 6 до 14 років на конкурсній основі.

1. Цінності. Основними цінностями та метою закладу є розвиток художніх навичок та естетичного смаку учнів формування їхнього бачення мистецтва як частини культури та особистого самовираження. Також школа транслює популяризацію традицій українського образотворчого мистецтва, що є важливим для нашого сьогодення.
2. Структура. Сайт має просту структуру, що зручно для перегляду. до основних розділів, що розміщені в меню сайту входять:
 - «Головна»;
 - «Навчальний процес»;
 - «Календар подій»;
 - «Новини»;
 - «Галерея»;
 - «Колектив школи» (також є додаткові вкладення);
 - «Про школу»;
 - «Контакти».

Розділи та їхній перелік зрозумілий, тому це сприяє швидкому доступу до інформаційного вмісту, хоч і виглядає стандартно і навіть дещо застаріло. У верхній частині сайту розташовані навігаційні елементи, такі як «Наша адреса» та «Навчальний процес відбувається», що одразу надає розуміння про графік роботи освітнього закладу.

3. Інформаційне наповнення. Сайт містить детальну інформацію про освітні програми, викладацький склад і контактні дані. Ще присутні новини про заходи, виставки та інші події, що дозволяє відвідувачам сайту тримати зв'язок із життям школи. Але проаналізувавши поле з новинами, можна побачити що інформація є застарілою, тому складається враження, ніби сайт більше не обслуговують належним чином.
4. Композиція та верстка. Основні розділи розташовані у зрозумілих місцях, тобто меню навігації знаходиться зверху. Також інформація на сторінках

структурована у вигляді списків, що добре для швидкого ознайомлення. Заголовки і ключові блоки виділені, але їхнє розташування не зовсім відповідає трендовості, тому впливає на естетику сприйняття сучасної молоді. Фонова графіка на десктопній версії не спрацьовує одразу. На першому екрані має бути показ відео, який не відтворюється, а виглядає як просто фото. Сайт, ймовірно, створено з використанням адаптивної верстки, що дозволяє коректно відображатися на різних пристроях. Але адаптація могла би бути ретельніше продуманою для забезпечення зручності на невеликих екранах.

5. Кольорова палітра. Сайт виконаний у спокійних нейтральних тонах, що сприяє легкому сприйняттю інформації. Основними кольорами є білий сірий і темно-синій. також присутній акцентний помаранчевий колір, який застосований на закликах до дій (кнопки) та роздільниках. Недоліком є те, що кольорова гама не відображає творчої атмосфери закладу. Яскравіші або тепліші акценти могли б краще відповідати місії та цінностям художньої школи.
6. Адаптивність. Сайт забезпечує базову адаптацію для перегляду на різних пристроях. Елементи на сторінках масштабуються відповідно до ширини екрана. На мобільних пристроях відео головного екрану відображається та відтворюється, але на десктопній версії не провантажується (виглядає просто як фонова фотографія). Кнопки та інтерактивні елементи функціонують належним чином. Не всі елементи вирівнюються пропорційно, що створює враження розбитості дизайну. Даний сайт має базову адаптивність, але для досягнення високого рівня зручності на всіх пристроях потрібно враховувати значення пріоритетності мобільних пристроїв для потенційної цільової аудиторії (див. додаток А, рис. А.8).

За результатами аналізу, сайти вітчизняних освітніх закладів, а саме мистецьких шкіл, нічим не поступаються зарубіжним. Щодо трендовості розробки сайтів, то більшість онлайн просторів не використовують новітні тенденції в дизайні сайтів, але проаналізовані та відібрані справляють позитивне

враження, що не примусово можна користуватися даними сайтами (див. додаток Б, табл. Б.2).

Естетичні ефекти повинні бути адаптовані до жанру вебпростору. Наприклад, ми очікуємо, що розважальний сайт запропонує достатню кількість естетичних вражень, в той час як наше основне очікування від інформаційно-пошукового вебсайту полягає в тому, що можемо отримати потрібну інформацію якомога ефективніше. Також естетичні ефекти повинні бути адаптовані до цільової аудиторії. Презентаційний сайт орієнтований на молоду аудиторію, має бути оформлений відповідно до сучасних тенденцій візуальної естетики і повинен відрізнятися від презентаційного сайту, орієнтованого на доросле населення [55]. Мистецтво на сучасній стадії активно використовує цифрові технології. «Великі дані» змінюють наше сприйняття світу й стають джерелом для сучасних візуальних художніх експериментів. Культура та естетика інтернету не тільки надихають багатьох дизайнерів, письменників, художників та музикантів експериментувати з новими форматами та матеріалами, а й спонукають нові покоління творчих осіб, які ніколи не вважали себе художниками, створювати мистецькі твори [56].

Також можна підмітити, що більшість вітчизняних мистецьких шкіл, а особливо державні чи комунальні, яким не було приділено вагомого значення, як для аналога, який слугуватиме прикладом при розробці, стикаються з проблемою застарілих або взагалі відсутніх вебсайтів, що значно обмежує можливості у взаємодії з потенційною цільовою аудиторією. У багатьох випадках такі школи не мають навіть фірмового стилю або хоча б логотипу, що створює враження слабкої репутації для осіб, які вперше перетинаються із такими закладами. Це часта проблема, яка виникає через брак фінансування, невизначену стратегію розвитку або ж недостатню увагу до важливості модернізації чи присутності цифровізації.

Ситуація з приватними освітніми мистецькими закладами набагато краща, тому такі заклади почувають себе вигідніше та більш забезпечено вихованцями

класів, що навіть включають і залучають до навчання дорослих людей паралельно з групами молодого покоління.

Таке становище щодо державних або комунальних мистецьких закладів обумовлене кількома факторами. По-перше, деякі мистецькі школи надають перевагу традиційним методам навчання, не враховуючи необхідність впровадження діджиталізації в дисципліни (або освітні програми). По-друге, обмежене фінансування часто не дозволяє школам інвестувати в оновлення інфраструктури чи розробку того ж сучасного сайту. Крім того, відсутність дизайнерів, які б погодилися розробляти сайт на волонтерських засадах, малий відсоток, адже це тривалий процес, який дає змогу створити єдину концепцію та впровадити її в онлайн середовище. Звичайно, цю справу можна доручити вебдизайнеру початківцю чи волонтеру та, наприклад, ще маркетологу, які допоможуть власними ресурсами в розробці вебпростору, щоб забезпечити конкурентоспроможність серед інших установ. Тому переоцінка та оновлення цінностей закладів адаптує до сучасності та наблизить імідж ближче до цільової аудиторії та потенційних вступників.

Адаптація під цільову аудиторію веб-середовища – це відповідність очікуванням потенційних користувачів. Якщо очікування з реальністю не співпадають, то кількість відвідування сайту зменшиться. Тому за спостереженнями можна зазначити, що коли сайт виглядає неестетично, то будуть всілякі спроби не звертатись до нього. Якщо ж мистецькій школі створити дизайн відповідний по його мистецьким відділам (класам), то сприйняття учнів чи потенційних учнів значно зросте. Використовуючи елементи української культури у дизайні, відбуватиметься збагачення уявлення про стилі, в яких працювали різні митці. До того ж це значно збільшить кількість обізнаної молоді та орієнтуванні в творчій спадщині народу. Свого роду, це буде рецепцією творчості митців.

Успішність вебсайтів освітніх закладів залежить від точного розуміння потреб цільової аудиторії, яка багатокomпонентною. До основних груп входять учні, батьки, вчителі або викладачі, сторонні користувачі. Ключовими вимогами є доступність актуальної та зрозумілої інформації, зручність використання і комунікації. Методика «5W» допомагає врахувати мотивацію, умови та місця присутності аудиторії. Важливо забезпечити відповідність сайту віковим, культурним і соціальним особливостям користувачів. Освітні заклади через свої платформи відіграють роль у формуванні національної самосвідомості та популяризації культурних цінностей.

Зарубіжні сайти демонструють ефективні підходи в структурі, дизайні та інтерактивності. Вони забезпечують зручну навігацію, чітко структурують інформацію, підтримують адаптивність і включають мультимедійний контент. Проте виявлено, що деяким сайтам бракує динамічності, насиченості кольорів чи інтерактивних елементів. Аналіз цих ресурсів дозволяє впроваджувати найкращі практики для покращення вебсайтів вітчизняних закладів.

Українські сайти мистецьких освітніх закладів часто потребують суттєвого вдосконалення. Вони часто поступаються зарубіжним за рівнем інтерактивності та сучасності, однак демонструють покращення візуальної складової та функціональності. Результати аналізу свідчать, що сайтам освітніх закладів в Україні бракує індивідуальності, що також можна зазначити і про зарубіжні, адже більшість виглядає шаблонно.

Загалом, як зарубіжні, так і вітчизняні освітні сайти демонструють спільну мету – забезпечити молодь знаннями та навичками, що знадобляться у подальшому дорослому житті. Це і про ефективну комунікацію з учнями через передачу цінностей і заклик до дій сайтом. Однак для багатьох сайтів актуальним залишається запозичення найкращих практик у своїх конкурентів і адаптація сучасних технологій для покращення користувацького досвіду.

РОЗДІЛ III. ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОЄКТУВАННЯ САЙТУ ДИТЯЧОЇ ШКОЛИ МИСТЕЦТВ ІМ. М. ПРИМАЧЕНКО

3.1. Дизайн дослідження інтересів та потреб цільової аудиторії

Стрімкий розвиток технологій та інноваційність у даний час мають значний вплив на різні сфери нашого суспільного життя. Освіта є важливою сферою, де впроваджуються новаторські підходи і технології, які стають необхідністю, а особливо в мистецьких закладах. Мистецтво – це ключовий компонент людської культури, що передавало і передає ідеї, емоції, креатив через різноманітні форми виразності. Наразі сучасний світ швидкозмінний, що вимагає від мистецтва нових підходів, які б відповідали сьогоденню. До того ж, людству потрібні незвичність, геніальність і простота водночас. Тому інноваційність надає можливість відкривати нові «горизонти» та рішення. Це необхідно для навчання та розвитку молодого покоління, що дозволяє в подальшому ефективно використовувати потенціал, талант і реалізовувати свої творчі концепції.

У цьому контексті особливу роль відіграють сучасні технології, які вже стали невід’ємними у житті молодого покоління, впливаючи на їхню взаємодію з навколишнім світом та освітнім процесом. Наше суспільство, а саме молодь, вже не може проводити час без гаджетів та комп’ютерів. Людство стало настільки залежним через кілька причин. По-перше, смартфони, ноутбуки стали не лише засобом зв’язку, а вагомою частиною нашого повсякденного життя. Використовуються для розваг, роботи, навчання, здоров’я та багатьох інших аспектів. Вони забезпечують широкий доступ до інформації та надають можливість спілкування в будь-який час і в будь-якому місці, що робить їх незамінними для сучасного способу життя. По-друге, розвиток технологій зробив гаджети більш ефективними та доступними для широкого кола людей. Вони стали не лише зручними, а й потужними інструментами для вирішення різноманітних завдань, що сприяє їхньому поширенню та використанню. Ще вплив реклами та соціального тиску також грають важливу роль у залежності від

гаджетів. Рекламні кампанії та соціальні мережі активно просувають нову техніку з програмами, створюючи враження, що вони є необхідними для щасливого та успішного життя. Більшість молодих людей зацікавлені у власному майбутньому, тому шукають інформацію про заробіток, досягнення успіху чи як швидко виконати те чи інше завдання. Інтернет надає багато варіантів вирішення проблем чи допомагає з пошуком рішень. Молодь, що відвідує мистецькі заклади освіти, цікавиться мистецькими професіями, в яких основою є технології та інноваційність.

Для прикладу, мистецькі школи. Вони дуже впливають та формують вихованців, як особистостей. Творчі люди більш відрізняються тим, що в їхньому характері присутні бунтарство, емоційність, самосвідомість. Творці дивляться на життєві ситуації по різному і сприйняття життя в цілому інше. Вони люди мистецтва, що не бояться утисків інших, не бояться проявлятися. Якщо навіть і є страх, то його частіше за все, не буде у творах мистецтва, який створює автор.

Кожна мистецька школа має свою унікальність і цінності, що зацікавлюють потенційних учнів у навчанні. Для прикладу, однією з таких шкіл є Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко. Вже сама назва пов'язана зі знаменитою художницею України, яка прославилася на весь світ. Її наївний стиль, манера виконання безсумнівно були новаторськими та водночас інноваційними. Звичайно, можна навести приклад і традиційного народного мистецтва, проте не всі митці були спроможні створювати такі шедеври. Тому заклад пропагує та пропонує учням, як цільовій аудиторії, багато інноваційних підходів, які в подальшому будуть створювати комфортні умови для їхніх майбутніх досягнень.

Щодо визначення «цільова аудиторія» – це конкретна група людей, які, найімовірніше, будуть зацікавлені у продукції, послугі чи повідомленні та отримують від них користь. Це певний сегмент населення, який має спільні характеристики, демографічні дані, інтереси чи потреби [57]. Існують різні типи цільових аудиторій, але справжній успіх залежить від того, на яку аудиторію орієнтуватися за допомогою персоналізованих стратегій. Важливу роль

відіграють такі фактори, як вік, стать, місцезнаходження, дохід та психографічні характеристики. Такий персоналізований підхід створює міцніший зв'язок, задовольняючи потреби аудиторії та підвищуючи лояльність до бренду [58].

Ефективний дизайн сайту освітнього закладу неможливий без розуміння цільової аудиторії. Основними групами користувачів Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко є учні, батьки та викладачі.

Потенційно виявляють бажання займатися мистецтвом та розвивати свої творчі здібності – діти та підлітки віком від 6 до 17 років. Батьки, а також опікуни (відносяться до цієї категорії) є невід'ємною частиною цільової аудиторії, оскільки вони становлять визначальний фактор в процесі вибору класу в школі мистецтв, що буде формувати їхню творчу натуру. Цільова аудиторія має різний рівень знань та досвіду у мистецтві, але всі вони мають спільний інтерес – це присвячувати свій час творчості та розвивати здібності. Ще можна виділити певну соціальну та економічну характеристику цільової аудиторії: це люди з різних верств населення та мають різний рівень доходів, але всі вони готові інвестувати у розвиток своїх дітей та вкладати кошти в якісну освіту.

Також до цільової аудиторії можна віднести:

- Випускники школи є носіями репутації закладу, адже їхні досягнення формують позитивний імідж школи та приваблюють нових учнів. Крім того, вони цілком можуть виступати настановниками для молодих талантів, проводити майстер-класи або тренінги, або брати участь у творчих проєктах школи.
- Поціновувачі мистецтва – це та аудиторія, яка підтримує школу через відвідування виставок, концертів та інших заходів. Вони не лише популяризують діяльність закладу серед ширшої спільноти, а й можуть стати активними учасниками культурного життя школи, сприяючи зростанню її впливу.
- Спонсорські організації відіграють важливу роль у матеріальній підтримці школи. Вони можуть надавати фінансування для покращення інфраструктури, забезпечення сучасними матеріалами та інструментами, а

також для організації масштабних культурних подій. Така співпраця школи з організаціями вже кілька років підряд покращує її становище.

- Органи місцевого самоврядування забезпечують адміністративну, фінансову підтримку, яка є основою стабільного функціонування школи. Вони також допомагають у вирішенні питань пов'язаних із залученням громади до культурних ініціатив, сприяючи поширенню ідей мистецтва серед населення громади.

Тому для більш чіткішого розуміння потреб аудиторії закладу та на які цінності орієнтуватися, було розроблено онлайн опитування, що слугує аналізом цільової аудиторії. Опитування складається із 13 запитань, які мають на меті охарактеризувати загальну думку майбутніх користувачів сайту. За сім днів було зібрано 60 відповідей від різних груп, що відносяться до громади, в якій знаходиться мистецька школа. За результатами опитування найбільшу активність проявили учні закладу, що становлять 37 учнів від 6 до 17 років від загальної кількості (див. додаток В). Звичайно, кількість учнів не перевищує і 40 процентів від тієї, що відвідують заняття. Це питання вже пов'язано з комунікацією та допомогою адміністрації у поширенні даного опитування.

Дослідження показало, що учні школи мистецтв це:

- творчі особистості з активною життєвою позицією;
- прагнуть до самореалізації через мистецтво, експериментують з різними стилями та формами вираження;
- вважають мистецтво своїм способом пізнання світу та пошуком себе.

У відповідях було зазначено як хобі чи вид діяльності: малювання, музика (гра на музичних інструментах), заняття зі співу, комп'ютерна графіка, читання, спорт, ігри (мобільні, комп'ютерні) та навіть рибальство. Вони орієнтовані на розвиток і відкриття нових можливостей. Батьки учнів орієнтовані на забезпечення гармонійного розвитку своїх дітей, підтримують їхні інтереси, прагнуть надати якісну освіту. Прагнуть розвивати в дітях любов до культури, цінність праці й творчості. Їхня позиція часто базується на переконанні, що мистецтво допомагає розвивати гармонійну й цілісну особистість, так як серед

відповідей батьків є люди, що теж мають власні хобі, цінують свій час справам, що їх надихають. Щодо викладачів, то їхня відсотковість незначна, проте проявляється гуманістичний підхід до навчання, віра в потенціал кожної дитини та прагнення зробити мистецтво доступним для всіх. Також сприяють розвитку культури в суспільстві. В опитуванні взяли участь і особи, яких цікавить мистецтво та мають оптимістичні настрої щодо розвитку свого краю.

3.2. Концепція сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко

Концептуальний дизайн слугує початковим етапом процесу проектування, забезпечуючи фундамент, на якому буде побудовано кінцевий продукт. Він включає в себе визначення загального задуму проєкту та розробку стратегії для ефективної комунікації та ілюстрації цієї ідеї в рамках проєкту. Зазвичай етап концептуального дизайну відбувається між етапами розробки вимог до продукту та детального проектування. Дизайнери збирають необхідні вимоги та проводять мозковий штурм різних концепцій, помітивши потенційні рішення. Важливо зазначити, що на цьому етапі ще не приймаються рішення щодо кольору та візерунку, оскільки основна увага приділяється створенню загальної картини. Приступаючи до будь-якого дизайн-проєкту, дуже важливо розглядати концепції та елементи дизайну окремо [59].

Успішний дизайн не може бути привабливим для користувачів без чітко визначеної та переконливої концепції, що стоїть за ним. Так само навіть бездоганна концепція буде затьмарена невдалим вибором дизайну. По суті, концептуальний дизайн створює основу для всього процесу проектування. Він надає дорожню карту, якої мають дотримуватися дизайнери, гарантуючи, що кінцевий продукт відображає задумане послання та мету. Розуміючи визначення та важливість концептуального дизайну, дизайнери можуть створювати візуально переконливі та змістовні проєкти, які резонують з їхньою аудиторією [59].

Одним із етапів розробки дизайн-проєкту є окреслення важливих моментів, а саме створення концепції по тим даним і тій зібраній інформації про Дитячу школу мистецтв ім. М. Примаченко та її відвідувачів.

Характеристика організації.

Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко (повна назва – Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко Іванківської селищної ради) – це осередок мистецького розвитку дітей та молоді. Школою пропонується вивчення різних видів мистецтва, таких як образотворче мистецтво, дизайн, скульптура, хореографія, музичне мистецтво, сольний спів, кінематограф та театральне мистецтво. Висококваліфіковані викладачі допомагають розвивати творчі здібності молодих митців. Школа відома своїм акцентом на культурну спадщину, творчість і самовираження, а також є спеціалізованою, що надає учням можливість мати свідоцтво, яке буде свідчити про їхню компетентність та змогу працювати вже за своєю спеціалізацією в інших мистецьких освітніх установах. Особливістю школи є використання символів творчості Марії Примаченко, які передають унікальність та національну ідентичність.

Характеристика цільової аудиторії.

1. Учні – діти віком 6–17 років, які цікавляться мистецтвом, прагнуть розвивати свої творчі здібності у малюванні, музиці, танцях тощо.
2. Батьки – шукають для дітей інноваційне, зручне та доступне середовище для розвитку талантів.
3. Викладачі та адміністрація – фахівці, які прагнуть отримати зручний інструмент для організації навчального процесу та спілкування.
4. Сторонні відвідувачі – потенційні учні, випускники, інвестори, партнери, які цікавляться діяльністю школи.

Опис завдань.

1. Інформування – забезпечити доступ до інформації, що стосується школи.
2. Презентація творчості – надати платформу для демонстрації творчих робіт учнів та вчителів.

3. Зручність використання – створити інтуїтивно зрозумілу навігацію для всіх категорій користувачів.
4. Підтримка іміджу – підкреслити унікальність школи через дизайн, що відображає стилістику Марії Примаченко.
5. Адаптивність – забезпечити коректне відображення сайту на мобільних пристроях та інших екранах.

Носії об'єктів дизайнерського проєктування.

1. Вебсайт – основний носій, який об'єднує інформацію та візуальну концепцію.
2. Мобільна версія сайту – забезпечує доступність на смартфонах та планшетах.
3. Соціальні мережі – візуальна адаптація елементів сайту для просування в мережі; промоція діяльності школи.

Опис елементів аналогів і прототипів. Аналіз зарубіжних і вітчизняних сайтів освітніх установ вказує на такі ефективні елементи:

- лаконічна структура для швидкого доступу до інформації;
- галереї творчих робіт для залучення уваги до діяльності закладу;
- інтерактивні елементи: форми для реєстрації, 3D-елементи;
- мультимедійний контент – відео, анімації.

Засоби формотворчості.

1. Кольорове рішення. Берлач О., Лесик-Бондарук О. зазначають, що твори Марії Оксентіївни буквально приголомшують глядача якоюсь чаклунською привабливістю барв. Кольори сяють таємничою глибиною емалі або ж сліпуче спалахнуть золотом чи бризнуть небувалою синню ультрамарину. Естетичний вплив творів геніальної художниці часто залежить від невловимих нюансів, що майже не підлягають ні науковому аналізу, ні вислову. Але незмінними залишаються світ образів і повнозвучності кольорів, доведене до віртуозності поєднання пластики ліній [60]. Тому сайт має об'єднувати молодіжну сучасність із унікальною

яскравістю творчості Марії Примаченко, створюючи візуальну атмосферу яка буде надихати і привертати увагу.

Основними кольорами обрано динамічні та енергійні відтінки які резонують із сучасною естетикою молоді зокрема теплі жовті та помаранчеві тони що символізують оптимізм і творчість їх гармонійно доповнюють відтінки блакитного які додають спокою та балансу. Такими кольорами художниця наділяла свої композиції, що робили їх унікальними та контрастними.

2. Маскот – персонаж, що базується елементом логотипу школи. Його можна відтворити тривимірно, що зробить сайт ще більш унікальним. Тим паче, 3D-моделі – один із основних трендів в дизайні сайтів. Це приверне увагу користувачів, що гарантуватиме успіх з перших секунд перебування аудиторії на сайті.
3. Шрифти – сучасні, читабельні шрифти з акцентом на заголовках, які передають творчий характер школи. Для заголовків обрано шрифт Kharkiv Tone, що використовується у фірмовому стилі школи.
4. Мультимедіа – інтеграція анімацій, відео з подій школи.
5. Адаптивність – дизайн оптимізований для різних пристроїв з урахуванням розміру екрану.

Тож якщо торкатись мистецтва Марії Примаченко у сучасному дизайні, молодь, яка бачитиме стиль художниці як основу дизайну сайту мистецького закладу, зможе через передачу візуальної інформації подумки уявити та відчутти себе митцем. Тобто такий дизайн буде надихати та вселяти надію на творчі злети починаючих новаторів через художні образи чи елементи дизайну сайту.

Можна зазначити, що таким чином виразні образи та неповторний стиль Примаченко можуть стати джерелом натхнення для нових митців, які шукають або шукатимуть власний шлях у мистецтві. Це розвиток сприйняття емоційного інтелекту молодих людей, навчаючи їх розуміти та виражати власні почуття через мистецтво. До того ж, це буде підштовхування молоді до усвідомлення своєї ідентичності, як єдиної цілої русійної сили. Тому думка про ознайомлення

в освітніх закладах про мистецтво значно підсилюється, якщо висунути ідею створення якісного онлайн середовища для дітей та молоді. Таким чином підсилиться творчий підхід до реалізації або створення чогось нового приголомшливого.

Також ґрунтуючись на результатах дослідження цільової аудиторії школи, у дизайн-проекті мають обов'язково використовуватися яскраві кольори, які і було зазначено в концепції. Це підтверджено найбільшою відсотковістю серед учасників. Також за даними дослідження 34 особи (56,7%) опитуваних більш схильні до сайту, який буде яскравим і креативним. Водночас з цим, зазначають про мінімалізм в дизайні, що займає друге місце по кількості голосів. Ще вказали про використання градієнтів (26 осіб). Ці три пункти найбільш лідируючі з поміж інших (див. додаток В). Можна ще додати клейморфізм, який може чудово додати виразності дизайну. Такий стиль обрало 13 осіб.

Задля успішної реалізації проекту, додатково можна провести SWOT-аналіз концепції, що допоможе детально оцінити її потенціал. Такий аналіз дозволяє виявити [61]:

- S (Strengths) — сильні сторони. Характеристики, які вирізняють на фоні конкурентів.
- W (Weaknesses) — слабкі сторони. Ознаки, які роблять вразливими на ринку.
- O (Opportunities) — можливості. Їх можна використовувати для розвитку ідей.
- T (Threats) — загрози. Вони можуть завдати збитків, негативний досвід.

SWOT-аналіз фокусується на чотирьох елементах аббревіатури, що дозволяє компаніям визначити сили, які впливають на стратегію, дії чи ініціативу. Знання цих позитивних і негативних елементів може допомогти компаніям більш ефективно донести інформацію про те, які частини плану потребують уваги. Під час підготовки SWOT-аналізу зазвичай створюють таблицю, розділену на чотири колонки, в якій кожен елемент, що впливає на стратегію, перераховується поруч для порівняння. Сильні та слабкі сторони, як

правило, не збігаються з переліченими можливостями та загрозами дослівно, хоча вони повинні співвідноситися, оскільки вони пов'язані між собою. Біллі Бауер, власник ROYCE New York, зазначив, що поєднання зовнішніх загроз із внутрішніми слабкостями може висвітлити найсерйозніші проблеми, з якими стикається компанія [62].

Для аналізу концепції необов'язково розробляти таблицю, а цілком можна обійтися аналізом у вигляді списку:

1. Сильні сторони.

- Яскравість та нетиповість по відношенню до сайтів аналогів, що буде сходинкою до лідируючої позиції серед інших;
- Програми школи охоплюють образотворче мистецтво, дизайн, хореографію, музику, сольний спів, театральне мистецтво та кінематограф. Це дозволяє учням обирати заняття відповідно до своїх інтересів, що буде провокувати перехід нових учнів та їхніх батьків на сайт школи для ознайомлення.
- Використання подібності до творчої спадщини Марії Примаченко додає проєкту унікальності та посилює національну ідентичність.
- Заплановані інтерактивні елементи, мультимедіа та адаптивний дизайн відповідають сучасним вимогам.

2. Слабкі сторони.

- Інтеграція 3D-маскота, анімацій та мультимедійного контенту потребує значних технічних ресурсів.
- Порівняно із зарубіжними аналогами, рівень інтерактивних елементів може бути відносно нижчим.

3. Можливості.

- Використання стилістики Марії Примаченко може стати потужним промоційним інструментом.
- Яскравий дизайн та інтерактивний сайт можуть зацікавити більше дітей і батьків; огляд школи як потенційного позашкільного закладу.

- Участь у міжнародних освітніх програмах відкриває можливості для обміну досвідом.
- Візуально привабливий контент із сайту може бути адаптований для соцмереж, підвищуючи впізнаваність школи.

4. Загрози.

- Подібні школи можуть пропонувати більш сучасний дизайн або розширений функціонал.
- Високотехнологічні елементи або анімація можуть бути складними у реалізації та обслуговуванні.
- Зростаюча популярність онлайн освіти може зменшити інтерес до стаціонарного формату.
- Якщо школа впровадить онлайн навчання, то збільшиться кількість конкурентів серед онлайн платформ, які надають позашкільну мистецьку освіту для молоді.
- Потреба у спеціалісті, який зможе обслуговувати в подальшому сайт (оновлення новин, навчальних програм тощо).

SWOT-аналіз показує, що концепція школи має значний потенціал завдяки унікальному стилю. Проте реалізація залежить від ефективного використання ресурсів, технічної підтримки та адаптації до нових умов. Інтеграція інновацій та акцент на національній культурі цілком можуть стати ключовими чинниками успіху дизайн-проекту.

3.3. Розробка інформаційної архітектури сайту

Інформаційне наповнення сайту відіграє важливу роль у зчитуванні аудиторією матеріалу, який дає чітко зрозуміти, які цінності передає текст чи графіка. Найважливіше це перше враження від самої атмосфери сайту. Другорядним все ж стає інформаційна архітектура сайту, адже те, як композиційно розміщені елементи, наприклад, шрифт та розмір тексту, вирішує чи будуть далі скролити сторінки сайту й надалі цікавитися вмістом.

Створюючи цифровий продукт, потрібно структурувати контент та функціонал у спосіб, зрозумілий користувачам. Користувачі повинні мати можливість швидко і легко знаходити інформацію, яку вони шукають – практика організації контенту таким чином називається інформаційною архітектурою. Розробляючи цифровий продукт, необхідно структурувати контент і функціонал таким чином, щоб його розуміли. Можливість швидко та легко знаходити інформацію, яку шукає цільова аудиторія – практика організації контенту таким чином називається інформаційною архітектурою [63].

Після аналізу сайтів освітніх закладів, зокрема мистецьких шкіл, виникає необхідність створити чітку структуру, яка враховуватиме послідовність подання інформації та ієрархію її розташування на сайті. Така структура має забезпечувати логічний поділ контенту на розділи, зручну навігацію для користувачів різних категорій (учнів, батьків, викладачів, сторонніх відвідувачів), а також оптимальне відображення ключової інформації. Ієрархічність повинна відповідати пріоритетності контенту: найважливіші дані повинні бути доступними на першому рівні, тоді як деталі можуть розташовуватись у підрозділах. Такий підхід не лише покращує користувацький досвід, але й підвищує ефективність комунікації між школою та її аудиторією.

За даними опитування цільової аудиторії 43 особи надали відповідь за важливість першочергового розміщення інформації про відділи, класи (див. додаток В.1). Це про чіткість уявлення про структуру школи. Тобто інформація про відділи допоможе визначати напрями розвитку дітей та молоді. Нова аудиторія зможе побачити широкий спектр класів, тому це підвищить рівень та кількість подання заяв на навчання в школі.

Новини та анонси подій займають друге місце по важливості контенту. Даний розділ дозволить відвідувачам сайту бути в курсі останніх подій, досягнень і змін у роботі закладу. Регулярні оновлення новин продемонструють активність школи, що підвищить довіру аудиторії.

Фотогалерея та роботи учнів (виставки, презентації, записи концертів тощо) також має високий рівень серед голосів – третє місце. Це свідчить про

інтерес до візуального контенту, який демонструє досягнення учнів та викладачів, а також сприяє формуванню позитивного іміджу школи. Фотогалерея слугує не лише засобом презентації, але й джерелом натхнення для потенційних учнів і їхніх батьків, які можуть оцінити якість навчання та рівень творчості. Крім того, такі матеріали допомагають зміцнити емоційний зв'язок між школою та її аудиторією, підвищуючи рівень довіри та зацікавленості до закладу.

Зацікавленість є в інформації про викладачів. Як зазначив один представник з групи учнів в опитуванні, що йому ця інформація необхідна задля уникнення непорозумінь та некоректного звернення до викладацького складу. Школа наразі не має корпоративних акаунтів та пошт, тому щодо розміщення контактів викладачів – це питання конфіденційності, але зазначити особисті електронні скриньки або покликання на платформи, де можна зв'язатися з викладачем, цілком доречно. Цікавим контентом вважають ведення блогу про мистецтво, а також огляди подій та конкурсів. Такий контент буде підтримувати інтерес до діяльності школи.

Чому не була приділена увага більшості опитуваних, так це введення інформації про школу. Такий пункт буде слугувати ознайомленням зі школою і буде ієрархічно правильним рішенням в розміщенні одразу після головного екрану сайту. Це має бути короткий текст, ненав'язливий, адже сучасна молодь часто не може довго концентруватися на великому об'ємі тексту. Для бажаючих цілком можна додати ще одну сторінку, на яку зацікавлені будуть переходити і дізнаватися більше історії про школу.

Дослухатися до цільової аудиторії – це ключ до створення ефективного сайту, адже саме користувачі будуть основними споживачами інформації та послуг які пропонує школа. Сайт має вмещувати в собі їхні потреби, зручність; має бути інтуїтивно зрозумілим та корисним. Орієнтуючись на інтереси аудиторії, пропонується така структура сайту: «Головна», «Про школу», «Відділи», «Новини та анонси», «Галерея», «Викладацький склад», «Наш блог» та «Подання заяви та контакти». Чітка структура та лаконічне розміщення даних

має охоплювати потреби різних груп цільової аудиторії. Важливо забезпечити збалансоване співвідношення тексту та візуальних елементів, щоб зробити контент легким для сприйняття. Тому до наведеної структури будуть додані додаткові сторінки, які зможуть розкривати повноцінно теми розділів.

У розділ «Про школу» буде додана сторінка, де буде написана більш обширно історія розвитку закладу і по сьогоднішнього дня; опис основних принципів та цілей школи. Щодо розділу «Відділи», то перейшовши на кожен із них, буде відкрито перелік класів і до кожного освітньої програми та викладачі, що відповідають за певний відділ. Також буде актуально додавання на сторінку інформацію про конкурси, тематичні заходи, які будуть стосуватися суто відділу. Викладачі у розділі «Викладацький склад» матимуть окремі сторінки, де будуть розміщуватися біографія, кваліфікація, основні досягнення тощо.

Розроблено текстову структуру, яка містить перелік необхідного текстового наповнення для сайту. У цій структурі враховано ключові розділи та підрозділи сайту, їхнє призначення та специфіку інформації, що буде представлена. Такий підхід дозволяє забезпечити логічну подачу матеріалів, які відповідають потребам цільової аудиторії та відображають особливості діяльності школи (див. додаток В.2).

Додавання додаткових сторінок до ключових розділів сайту дозволить розширити інформативність та глибину поданого контенту. Окремі сторінки допоможуть повніше розкрити особливості діяльності установи, а також створити емоційний зв'язок із користувачами. Такий підхід забезпечить баланс між функціональністю та інформативністю, що позитивно вплине на оцінку від цільової аудиторії.

3.4. Створення вайрфреймів, макетів сайту і його тестування

Процес розробки сайту є багатоступеневим і вимагає системного підходу для досягнення найкращого результату створення вайрфреймів, макетів і

тестування є фундаментальними етапами, які забезпечують структурну, естетичну і функціональну досконалість вебресурсу.

Вайрфрейми або структурні схеми – це візуальне представлення цифрових продуктів, таких як вебсайти та застосунки, що допомагає дизайнерам спланувати структуру та функціональність до початку розробки дизайну. Цей етап є спільним процесом між дизайнерами, розробниками, зацікавленими сторонами та клієнтами для тестування користувацького досвіду, покращення структури та функціональності продукту, а також прийняття важливих рішень. Потім каркас стає надійним орієнтиром для команд дизайнерів і розробників на наступних етапах доопрацювання прототипу, макета та живого продукту [64].

Хоча між каркасними моделями (вайрфреймами) та прототипами є певний збіг, вони відрізняються один від одного. Основна відмінність полягає в тому, що прототипи – це високоточний дизайн, призначений для реалістичного представлення кінцевого продукту. Глядач прототипу повинен відчувати себе так, ніби перед ним справжній продукт, і будь-яка взаємодія з ним повинна імітувати передбачувану поведінку опублікованого коду. На противагу цьому, фреймворк схожий на ескіз цифрового продукту. Він не включає всіх деталей кінцевого продукту і не буде прийнятий за нього [65].

Дизайн, орієнтований на мобільні пристрої, або підхід Mobile-first, дозволяє вебдизайнерам починати розробку продукту спочатку для мобільних пристроїв. Це можна зробити, намалювавши ескіз або прототип дизайну для найменшого екрану і поступово переходячи до більших розмірів. Надання пріоритету для мобільних пристроїв має сенс, оскільки на пристроях з меншою габаритністю існує обмеження простору. Проектування та розробка для невеликих гаджетів змушує дизайнерів прибирати все, що не є необхідним для безперешкодного відображення та навігації вебсайту [66].

Раніше сайти часто розроблялися з припущенням, що доступ до них буде переважно з настільних комп'ютерів. Згодом розробники спробували модифікувати ці вебсайти, скоротивши деякі функції для покращення перегляду на мобільних або планшетних пристроях. Такий підхід до масштабування

відомий під назвою Graceful Degradation або Desktop-First. Недоліком цього підходу є те, що деякі вебелементи погано адаптуються до менших розмірів екрану і як наслідок, це погіршує візуальний вигляд. Щоб вирішити цю проблему, розробники придумали інший підхід – прогресивний розвиток або дизайн, орієнтований на мобільні пристрої [66].

Тому для підготовки до макетування дизайну сайту обрано популярний векторний онлайн сервіс Figma [67]. Це інструмент, який широко використовується дизайнерами, розробниками та маркетинговими командами для швидкого й ефективного створення сучасних цифрових продуктів. Figma дозволяє створювати вайрфрейми, прототипи, макети, ілюстрації, інтерфейси сайтів та застосунків.

Для початку необхідно визначити розміри мобільної версії. Оптимальним розміром фрейму слугуватиме одразу заготовлений шаблон у сервісі – 390x844 пікселів. Висота (довжина фрейму) під час розробки буде змінюватися і редагуватися вже під композицію. Вайрфрейм містить схематичні та спрощені елементи, наприклад геометричні форми, що одразу дають зрозуміти, що на тому місці буде анімація, зображення, відео, кнопка, заставка, фон тощо. Слідуючи за структурою, яку сформовано за результатами дослідження цільової аудиторії, розміщення елементів у мобільній версії сайту не буде значно відрізнятися від дизайну десктопної версії. Адже 55% з опитуваних обрали за шкалою трійку, що означає нейтральне ставлення щодо змін до функціоналу чи наповнення переглядаючи з різних носіїв (див. додаток В).

Заголовки одразу розміщено і надруковано акцидентним шрифтом Khar'kiv Tone. Основний шрифт буде визначатися на етапі макетування. На етапі структурування використано латинський текст Lorem Ipsum, який використовується як заповнювач та імітація. Він створює вигляд тексту, не відволікаючи увагу від дизайну (див. додаток Г, рис. Г.1, Г.2). Для вайрфрейму більшого екрану теж використано одразу акцидентний шрифт та текст-заповнювач.

Вайрфрейм десктопної версії сайту, як і мобільної, дозволяє визначити компоненти, необхідні для комфортного користування сайтом на великих екранах. Для цього обрано стандартний розмір фрейму 1440x1024 пікселів, який оптимальний для більшості сучасних моніторів, лептопів. Як і для смартфон-версії, на цьому етапі використовуються прості геометричні форми і сірі блоки для позначення майбутніх елементів. Каркасна модель допомагає швидко зрозуміти загальну композицію сайту, визначити розташування основних елементів, наприклад, меню, заголовки, футер (нижня частина сайту, де зазвичай розміщують контакти) тощо. Важливістю набуває врахування ергономічності у навігації, що буде забезпечувати користувачам простий доступ до необхідної інформації (див. додаток Г, рис. Г.3).

Після етапу створення вайрфреймів, необхідно почати розробку візуального стилю проєкту. Візуальний стиль визначається кольоровою палітрою, шрифтами, графічними елементами та ілюстраціями, які підкреслять бренд школи і створять унікальну естетику. Він створює перше враження, визначає зручність користування сайтом та допомагає виділитися серед конкурентів.

1. Підібрано кольори за спліт-комплементарною колірною схемою, що гармонійно поєднуються між собою:
 - глибокий блакитний або відтінок cyan-blue (#1C7DFC);
 - помірний жовтий (#F917FB);
 - Насичений помаранчевий (#A772FF).

Це кольори, що психологічно впливають на енергію, настрій, самопочуття та креативність.

2. Обрано два шрифти: акцидентний – Kharkiv Tone, основний гротескний – Commissioner. У поєднанні вони добре читаються, що позитивно впливає на користувацький досвід.

3. Для наповнення сайту було прийнято рішення використовувати графічні елементи, що гармонійно відображають ідентичність школи мистецтв ім. М. Примаченко та її творчий напрям. Ключовим елементом візуальної концепції

стала 3D-модель маскота, натхненна оригінальним зображенням із логотипу школи. Маскот є символом креативності та живого зв'язку між традиціями та сучасністю, що надає сайту унікального характеру. Розробка велася на онлайн платформі Womr [68], що є зручним у використанні з різних пристроїв. У процесі моделювання було відтворено кілька варіантів кольорового оформлення маскота (див. додаток Д, рис. Д.4). Зрештою обрано монохромний блакитний варіант, який ідеально поєднується з концепцією дизайну сайту. Цей варіант не тільки відповідає загальній кольоровій палітрі, але й підкреслює легкість та гармонійність візуального образу. Даний маскот буде анімований: при відкритті сайту, маскот буде рухатися, створюючи динаміку та незвичайність.

Фон сайту виконано у вигляді градієнта, який об'єднує основні кольори композиції. Такий підхід створює плавний перехід між елементами, що додає сайту динамічності та візуальної привабливості. (див. додаток Г, рис. Г.5). Маскот у монохромному блакитному варіанті виглядає природно на градієнтному фоні, гармонійно доповнюючи загальний дизайн та привертаючи увагу користувачів. Це рішення забезпечує естетичну цілісність сайту, роблячи його одночасно сучасним і стильним, а також підкреслює унікальність і креативність школи.

Для наповнення вирішено використовувати фотографії зі сторінки школи у Facebook [69]. Ці світлини відображають атмосферу подій, успіхи учнів та творчий процес, що відбувається в установі. Приділено час анімаційності: фото з подій будуть перетворені на динамічні колажі у форматі GIF. Анімаційні колажі додадуть елементу руху, який буде привертати увагу аудиторії та створюватиме ефект занурення в атмосферу школи. Додатково використовуються зображення Марії Примаченко та її робіт, знайдені у відкритих джерелах в інтернеті. Ці зображення не лише підкреслюють зв'язок школи з іменем видатної художниці, але й відображають творчий дух та багатство української культурної спадщини. Поєднання статичних та анімованих зображень надає сайту динаміки, робить його емоційно насиченим і привабливим для різних категорій аудиторії.

Зображення викладачів для сайту було створено за допомогою сучасних технологій штучного інтелекту, зокрема платформи Leonardo AI [70]. Таке рішення дозволило забезпечити єдиний стиль фотографій, що відповідає загальній візуальній концепції сайту. Кожен портрет виконано у впізнаваній стилістиці, яка гармонійно поєднується з іншими графічними елементами. При цьому AI-моделі зберегли ключові зовнішні риси викладачів, що забезпечує схожість із реальними людьми. Це дозволило створити збалансований образ: з одного боку, портрети мають професійний і сучасний вигляд, а з іншого – вони підкреслюють індивідуальність кожного викладача (див. додаток Г, рис. Г. 6).

Щодо наповнення додатковими елементами, то таким є епіграф. Він відноситься до головної першої сторінки. Це ніби продовження вітання з відвідувачами сайту. Епіграфом слугує цитата Марії Примаченко, що передає естетику закладу та настрій, який випромінювала художниця.

Для підвищення інформативності та залучення аудиторії на сайті впроваджено розділ «Блог», що стане майданчиком для цікавих статей, натхнення та обміну знаннями. Для блогу було розроблено окремий, ненав'язливий візуальний стиль, який гармонійно вписується в загальний дизайн сайту, але при цьому виділяється своєю легкістю та мінімалізмом. Основний акцент зроблено на зручності читання, завдяки чому статті стають доступними й привабливими для різних категорій аудиторії. Для наповнення блогу обрано теми, що поєднують культурно-освітні та мотиваційні аспекти. Однією з перших публікацій стане стаття «Google Arts & Culture: що це?», яка розповість про цей глобальний проєкт і його можливості для відкриття світу мистецтва та культурної спадщини. Другою ключовою темою є «Як і де шукати мотивацію?», яка стане важливим джерелом натхнення для творчих особистостей.

При розробці сайту особливу увагу приділено створенню інтуїтивної навігації, яка включає зрозумілі кнопки, стрілки та інші елементи керування. Ці елементи виконують ключову функцію забезпечення зручності користувачів під час взаємодії з сайтом. Кнопки створено у сучасному мінімалістичному стилі, що відповідає загальній візуальній концепції. Такі елементи, як стрілки або кнопки,

покращують користувацький досвід, дозволяючи швидко орієнтуватися та виконувати необхідні дії. Ця навігація сприяє легкому доступу до інформації та робить сайт максимально функціональним.

У процесі створення дизайну сайту розроблялися макети для мобільної та десктопної версій. Мобільна версія спроектована з урахуванням потреб користувачів, із фокусом на зручну навігацію, оптимізовані кнопки та компактне розташування інформаційних блоків (див. додаток Г, рис. Г.7). Десктопна версія, у свою чергу, має розширене меню, більше простору для мультимедійного контенту та деталізованих розділів (див. додаток Г, рис. Г.8). Обидва макети витримані в одному стилі, але адаптовані до розмірів і можливостей різних пристроїв, що забезпечує комфортний досвід для усієї цільової аудиторії.

Дизайн сайту Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко має поєднання естетики, функціональності та сучасності. Використання інтерактивних елементів, адаптивної структури та оригінального графічного стилю дозволяє створити ресурс, який не лише привертає увагу, але й ефективно виконує свою освітню та культурну місію. Це платформа, що гармонійно поєднує традиції та діджиталізацію, сприяючи залученню користувачів.

Перед запуском сайту в інтернет простір, проводиться комплексне тестування, що охоплює як технічну, так і користувацьку частини. Воно включає перевірку адаптивності дизайну на різних пристроях, функціональності інтерактивних елементів, швидкості завантаження сторінок, а також узгодженості контенту. Тестування дозволяє виявити та виправити потенційні помилки, які можуть вплинути на зручність користувачів або працездатність ресурсу. Завдяки цьому забезпечується бездоганна робота сайту, що сприяє позитивному враженню у відвідувачів і ефективному виконанню цілей закладу. Проте повноцінне тестування можливо реалізувати, коли сайт буде переноситися на конструктор, який і зробить сайт не просто макетом, а повноцінним та незалежним простором.

3.5. Стратегії просування сайту через SEO та соціальні мережі

У діґіталізованому середовищі просування SEO та через соціальні мережі, діють стратегії, що забезпечують підвищення видимості бренду, залучення нової аудиторії та зміцнення зв'язку з нею. Успішна інтеграція просування дозволяє охопити більшу кількість користувачів, підвищити трафік на вебсайтах та на сторінках популярних соціальних мереж.

Дегрейт Майкл у своїй статті пише, що багато людей плутають просування з маркетингом, а деякі навіть використовують їх як синоніми. Але «просування» – це аспект маркетингу, який передбачає використання методів реклами для залучення й перетворення потенційних клієнтів на активних користувачів продукту чи послуги. З іншого боку, маркетинг передбачає все, що потрібно для виведення продукту чи послуги на ринок, включаючи «просування» [71].

Саме просування, як важливий елемент маркетингу охоплює різноманітні методи взаємодії з аудиторією. Одним із яких є оптимізація для пошукових систем або інша назва – SEO. Це інструмент став невід'ємною частиною просування в цифровому середовищі, оскільки дозволяє залучати потенційних клієнтів через підвищення видимості сайту в пошукових результатах.

Абревіатура розшифровується як Search Engine Optimization. Простими словами, SEO – це комплекс дій з внутрішньої та зовнішньої оптимізації сайту, спрямований на підвищення позицій сайту в пошуковій видачі. SEO підходить всім, хто збирається або вже просуває свою продукцію в інтернеті, шукає клієнтів, покупців, партнерів тощо. Промоцією має сенс займатися, якщо [72]:

- продукт користується попитом у широкій аудиторії;
- у вашої компанії є онлайн-конкуренти;
- товар дозволений до продажу на законодавчому рівні;
- готовність чекати на результати не менше кількох місяців
- пошук відносно недорогого, але ефективного і надійного способу постійного залучення трафіку;
- готовність інвестувати час і ресурси у сайт, постійно розвивати та вдосконалювати його;

- планування що перебування на ринку у своїй ніші або з часом розширюватися.

Для досягнення швидкого ефекту методи SEO-просування не допоможуть. Оптимізація для пошукових систем розрахована на довготривалий ефект. Перші результати після початку роботи над пошуковою оптимізацією можна побачити не раніше, ніж через 2-3 місяці [72].

Завдяки своїм великим розмірам пошукові системи є важливими інструментами для користувачів, які хочуть отримати доступ до релевантної інформації, що стосується конкретного запиту. Пошукові системи є складними системами, які дозволяють, серед іншого, збирати, зберігати, управляти та надавати доступ до інформації. Пошукові системи – це системи, які виконують завдання зі збору інформації. Ці програми здатні обходити та аналізувати Інтернет у певному порядку, переходячи за посиланнями між різними сторінками [73]. Завдяки пошуковим системам, що аналізують вміст інтернету, користувачам надають доступ до релевантної інформації, проте це збільшує конкуренцію для сайтів, які прагнуть привернути увагу потенційних клієнтів. Тобто збільшення кількості інтернет-користувачів підсилює конкуренцію між сайтами за увагу потенційних клієнтів, що робить дизайн ключовим інструментом для залучення та утримання аудиторії. Якісний дизайн сайту, що поєднує ідею та єдиний стиль, підвищує зручність, створює довіру і покращує позиції в пошукових системах. Також допомагає відповідати сучасним вимогам та виглядати престижно. Основними перевагами такого дизайну є висока довіра пошукових систем, функціональність, яка приваблює користувачів, а також солідність, що формує імідж і авторитетність компанії [74].

Промоції в інтернеті є платними так і безплатними (органічними), що є методами у популяризації продукції чи бренду. Кожен із цих підходів має свої особливості та переваги. До платного просування входять використання таких інструментів, як контекстна реклама, таргетована реклама в соціальних мережах, спонсоровані публікації та партнерські програми. Дозволяє швидко отримати

результати, охопити широку аудиторію та точно націлити рекламу на потрібний сегмент.

Органічний брендинг відрізняється від платної реклами тим, що має на меті розповісти правильну історію у спосіб, який би зацікавив споживачів і до якого вони могли б просуватися самостійно. Цей багатогранний підхід, який досягається завдяки наданню цінного та релевантного контенту, що виходить за рамки кампаній з просування продукту, має потенціал для далекосяжних наслідків. Надаючи в режимі реального часу дані про пошукові тенденції та поведінку споживачів, Google Trends може допомогти у прийнятті рішень, визначенні нових можливостей та відстеженні змін у суспільних настроях і поведінці з плином часу [75, с. 520].

Автоматизованість органічного брендингу з використанням Google Trends даних та штучного інтелекту (ШІ) є ефективним способом, що підвищить популярність бренду без платної реклами. Використовуючи ці технології, компанії краще будуть розуміти поведінку аудиторії, оптимізувати контент і ресурси, а також покращити автоматизацію процесів планування бюджету та маркетингових стратегій. Це значна допомога в зниженні витрат, прискорення процесів та досягання стійких результатів у довгостроковій перспективі [75].

Використання технологій, таких як Google Trends та штучного інтелекту, цілком може забезпечити автоматизацію брендингу та оптимізації маркетингових процесів. Проте ефективне просування вимагає також активну роботу з аудиторією на різних платформах, особливо в соціальних мережах. Завдяки ним можна не лише підвищити впізнаваність бренду, але створити прямий зв'язок з потенційними клієнтами, застосовуючи інтерактивні та креативні підходи.

У найпростішому розумінні просування в соціальних мережах – це процес використання платформ соціальних мереж для підвищення обізнаності, залучення аудиторії та залучення трафіку до бренду, продукту чи послуги. Цього можна досягти за допомогою безлічі методів, таких як розміщення банерів, статей і посилань. Однак ключ до ефективної стратегії просування в соціальних

мережах полягає в розумінні аудиторії, виборі правильних платформ, створенні цікавого контенту та аналізі результатів [76].

SEO для соціальних мереж – це ключ до генерації трафіку на сайт і навіть зворотних посилань, хоча й опосередковано. Хороший контент у соціальних мережах приведе людей до профілю. Звідти вони знайдуть посилання на сайті, можливо, вирішать діяти щодо нього. Потрапивши на сайт, вони можуть переглянути його, знайти більше корисної інформації і вирішити поставити посилання на різні сторінки або пости в блозі. Або навіть стануть клієнтами. Крім того, якщо поділитися публікацією в блозі або повідомленням про продукт із сайту на своїх соціальних платформах, то, швидше за все, також побачите зростання відвідуваності сайту. Соціальні мережі та SEO є взаємодоповнюючими маркетинговими стратегіями, оскільки вони мають ефект «снігової кулі» [77].

Стратегії, що описані Баттоном І., будуть мати попит ще не один рік. Він зазначає такі підходи, як оптимізація контенту за допомогою ключових слів, створених для залучення органічного трафіку; використання аналітики для моніторингу відвідувачів. Зазначає, що використання Google Ads [78] для реклами на основі ключових слів бренду та локації. Також є вагомим моніторинг ключових показників, таких як співвідношення відвідувань до переглядів реклами. За допомогою Facebook Advertising [79] можна впроваджувати використання спонсорованих постів для просування проєктів, відео та подій. А також надання автономії в організації заходів, що будуть орієнтовані на місцеву аудиторію [80].

До стратегій промоції входять різноманітні методи, що допомагають підвищити видимість бренду, залучити аудиторію та досягти поставлених цілей. Застосування різних платформ, генерацій, штучного інтелекту, застосунків, будуть підводити до поєднання підходів для досягнення оптимальних результатів, адже стратегічний підхід до просування дозволяє не лише привернути увагу, а й забезпечити довгострокову стійкість та розвиток бренду. Методи включають підходи, які дозволяють залучати аудиторію щодо послуг чи

продукції, які потрібно висвітлити серед конкурентів. До методів входить контекстна реклама, яка з'являється в результатах пошуку за ключовими словами. Це також таргетинг в соціальних мережах. Таргетинг – це спеціальний механізм, що налаштовує показ реклами на певні сегменти щодо обраних параметрів. Для такого виду просування застосовується сегментація, що поділяє цільову аудиторію на частини, тобто характеристики [81]. До методів можна віднести ще відгуки та рекомендації, адже це робота з користувачами, через яку отримують відгуки і створюють контент на основі їхнього досвіду. Це підвищує довіру до бренду, компанії тощо.

Стосовно промоції Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко, то можна впровадити такі стратегічні методи:

1. Пошукова оптимізація. Оскільки сайт школи буде вводиться в інтернет-простір, важливо забезпечити його оптимізацію для пошукових систем. Використання правильних ключових слів, що будуть стосуватися мистецтва, культурних заходів, навчання, дозволить привернути органічний трафік. Додавання блогу також допоможе підвищити позиції в пошукових системах.
2. Промоція через соціальні мережі. Розробка базового контенту для соціальних мереж, навіть без повного дизайну. Наприклад, публікації про освітні курси, майбутні події, виставки учнів або загальні цінності школи. Цілком можна використати фото та відео учнів, вчителів або їх робіт, що створять емоційний зв'язок з аудиторією. До промоції ще додати контент, який буде цікавий цільовій аудиторії та буде путівником по роз'ясненню запитань, що виникають у потенційних користувачів.
3. Використання фірмового стилю. Зважаючи на те, що фірмовий стиль розроблений, хоч і потребує змін, важливо поступово впроваджувати його на сайті чи для контенту в соціальних мережах. Це допоможе сприяти впізнаваності школи.
4. Співпраця та участь. Для просування школи можливістю стануть організації концертів, виставок, залучення до заходів від інших установ. Це буде прискорювати процес залучення нових учнів.

Розвиток Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко як бренду відкриває численні можливості для створення міцної репутації та залучення широкої аудиторії. Важливим кроком є формування унікальної ідентичності школи, що включає впізнаваний фірмовий стиль, освітні програми, а також активну участь у культурних та мистецьких заходах. Створення єдиного інформаційного простору через сайт та соціальні мережі допоможе залучити батьків і учнів, покращити взаємодію з громадою та підвищити довіру до школи. Водночас, стратегічний підхід до контент-маркетингу, партнерства з іншими освітніми та культурними установами, а також участь у місцевих подіях дозволять школі не лише підвищити свою впізнаваність, а й зайняти лідерські позиції в сфері дитячої освіти в мистецтві.

3.6. Використання візуального контенту в промоції

Візуальний контент є потужним рушійним інструментом у сучасному просуванні, адже він має здатність швидко привертати увагу та викликати емоції у потенційно цільової аудиторії. Завдяки відео, інфографікам, зображенням та анімаціям бренди можуть ефективно передавати свої меседжі, цінності, ідеї, посилюючи впізнаваність та довіру до продуктів чи послуг. У світі, де користувачі щоденно стикаються з величезним обсягом інформації, саме якісний візуальний контент виділяється серед конкурентів, формуючи позитивне враження та стимулює взаємодію.

Тріщук Р. Л. та Войтюк Т. О. акцентують, що візуальний контент невід'ємна складова сучасних медіа, він не лише доповнює текстове наповнення, але й виступає як самостійний засіб комунікації. Візуалізація сприяє спрощенню складної інформації, робить її доступною та психологічно впливовою, що також підвищує ефективність взаємодії між медіа і користувачами. Автори виділяють такі види візуального контенту [82]:

1. Фотографія. Є основним елементом, що впливає на емоційний зв'язок із аудиторією. Якісні естетично привабливі фото підвищують кількість переглядів та залучають до дії.
2. Ілюстрація. Комікси, художні картини, меми, карикатури доповнюють текст емоційними акцентами.
3. Інфографіка. Це поєднання схем, графіків, карт, хронологій, які забезпечують наочне подання складних даних простим зрозумілим шляхом.
4. Мультимедійний контент. Слайд-шоу, відеоролики, GIF-анімація, які найбільш ефективно спрацьовують та передають динаміку подій [82].

Тому для привернення уваги нової цільової аудиторії Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко, необхідно розробити візуальний контент, що буде транслювати естетику, наприклад, сайту закладу. Це про яскравість, використання 3D-елементів, айдентики школи, тобто потрібно збалансувати вигляд соціальних мереж школи із виглядом сайту. Це забезпечить впізнаваність, як бренду і дозволить вийти на вищий щиголь. Проте перед початком створення медіа для дописів, потрібно визначити типовість контенту, який потрібно розробити.

За дослідженням Філіної О. В. є поділ на типи контенту [83]:

1. Розважальний контент. До нього відносять гумор, притчі, фотографії, цитати та відео. Основою такого контенту є привернення уваги, викликати позитивні емоції, зацікавити джерелом публікації та підвищити залученість аудиторії (реакції, репости, коментарі). Розважальний контент ефективний через свою легкість для сприйняття, емоційність і відсутність рекламного характеру, що сприяє високому рівню реакцій. Алгоритми соціальних мереж оцінюють популярність публікацій за швидкістю отримання зворотного зв'язку. Успішний контент може потрапити у стрічки не лише підписників, а й ширшої аудиторії.

2. Інформаційний контент. Включає новини, статті, поради, інструкції та інший корисний матеріал, пов'язаний зі сферою діяльності. Цілі такого контенту полягають у приверненні уваги аудиторії; наданні інформації, що зацікавить

користувачів і буде спонукати їх слідкувати за публікаціями. Також це створення позитивного іміджу та встановлення асоціацій між брендом і сферою його діяльності. Формат може бути текстовим, ілюстративним або відеоматеріали. Такий контент сприяє органічному поширенню завдяки ефекту «сарафанного радіо», особливо в соцмережах, де користувачі активно діляться цікавою для них інформацією.

3. Навчальний контент. Є підтипом інформаційного контенту. Він включає відеоуроки, статті, поради, чек-листи та інші матеріали, які надають знання в конкретній сфері. Основними особливостями є:

- популярність відеоконтенту як тренду;
- комплексний підхід у створенні контенту для навчання;
- використання навчального контенту для залучення та мотивування до придбання платних навчальних продуктів.

4. Цільовий контент – це частина комерційної контентної стратегії. Його завдання полягає у спонуканні аудиторії до виконання конкретної дії, наприклад, реєстрації на сайті чи участі в опитуванні. Цільовий контент полягає у використанні інших типів контенту для підготовки аудиторії до взаємодії. Він мінімізує агресивність рекламних повідомлень для підвищення ефективності. Використовуються мотиваційні інструменти, наприклад, пропозиція бонусу в обмін на реєстрацію («лід-магніт»).

5. Користувацький контент – матеріали, створені користувачами, що пов'язані з діяльністю компанії (коментарі, відгуки, фото тощо). Вважається «соціальним доказом», що викликає більше довіри, ніж контент від бренду. Мотивує користувачів до подальшої взаємодії. Етичне використання контенту передбачає отримання згоди автора на його публікацію, за винятком матеріалів у відкритому доступі. Користувацький контент допомагає брендам демонструвати увагу до клієнтів і підвищує активність у мережах.

6. Іміджевий контент. Це новини про компанію, досягнення, участь у заходах та пости, які персоналізують компанію. Основні цілі іміджевого контенту – зробити

компанію більш персоналізованою в очах аудиторії, підкреслити її сильні сторони та продемонструвати експертність у галузі.

Загальна контентна стратегія включає різні типи контенту: розважальний, інформаційний, навчальний, користувачький та іміджевий. Рекомендується, щоб 70% контенту були загальнотематичними (з акцентом на інформаційний і користувачький), а не більше 30% – цільовими (комерційними) публікаціями. Залежно від сфери діяльності компанії, акценти в контенті можуть змінюватися.

Візуальний контент мистецької школи, який тільки буде набувати властивостей та характеристик, що притаманні якісному іміджу, має формуватися поступово, із урахуванням ключових цінностей і унікальності закладу. Важливо створювати матеріали, які відображають творчість, професіоналізм викладачів і досягнення учнів. Візуальний стиль повинен бути узгодженим з фірмовим стилем школи та викликати емоційний відгук аудиторії. Лише через послідовність, креативність і відповідність очікуванням цільової аудиторії можна закласти фундамент для впізнаваного та позитивного іміджу.

Наразі школа використовує промоцію лише у веденні сторінки у Facebook. Тому для ефективності важливо визначити їхні типи і тематику, адже група молоді не така активна на даній платформі. Для розробки візуалу будуть застосовуватися розміри фреймів 1080x1080 пікселів, які підходять і для Фейсбуку, і для Інстаграму (на майбутнє). Створення розповідей (stories) [84] на Facebook також є важливою складовою стратегії, оскільки цей формат дозволяє оперативно ділитися актуальною інформацією, залучати аудиторію за допомогою інтерактивних інструментів, підтримуючи постійну активність сторінки. Розмір фрейму для розповіді сягає 1080x1920 пікселів. Кращим рішенням при розробці візуального контенту буде використання кольорів, що притаманні розробленому дизайну сайту. Адже так буде відображатися дотримання цілісного образу школи. Також використання логотипу та шрифтів, що підсилюють впізнаваність. Візуальний контент буде заключатися у створенні зображень до таких дописів, як запрошення-перехід до новоствореного сайту,

День відкритих дверей, проведення майстер-класу з хореографії, лекція присвячена творчості М. Примаченко та запрошення на звітний концерт школи.

1. Запрошення-перехід до новоствореного сайту школи. Це іміджево-цільовий контент, що має залучити аудиторію і спонукати її до конкретно дії. Оскільки запрошення орієнтоване на взаємодію з користувачами (відвідування сайту), потрібно розробити заклик, який приверне увагу. Для привернення уваги можна використати вже наявний 3D-маскот або імітацію входу на сайт через мокап ноутбука, що зможе зупинити аудиторію на скроленні стрічки новин (див. додаток Д, рис. Д.1).

2. День відкритих дверей Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко. Відноситься до іміджевого контенту. Таке зображення підкреслить атмосферу притаманну школі, а також допоможе зробити її більш персоналізованою в очах аудиторії. Привернути увагу можна створивши колаж з фото школи та графічних додаткових елементів, що виглядатиме осучаснено (див. додаток Д, рис. Д.2).

3. Майстер-клас з хореографії. Цільовий контент, який залучає людей до участі в конкретному заході (майстер-класі), що є чітким закликом до дії. Композиційне наповнення тематичними елементами для занять хореографією, допоможе підвищити зацікавленість, що важливо для просування освітніх програм школи (див. додаток Д, рис. Д.3).

4. Запрошення на звітний концерт школи. Можна віднести до іміджевого контенту. Цей тип спрямований на формування позитивного образу школи, підвищення її впізнаваності та привернення уваги до значущих подій. Зображення має передавати образ актової зали або настроїв, які будуть передавати атмосферу заходу (див. додаток Д, рис. Д.4).

5. Лекція присвячена творчості М. Примаченко. Візуал для лекції, можна віднести до інформаційного контенту. Такий контент надає корисну та цікаву інформацію, сприяє поширенню знань і залучає аудиторію до певної теми. Для привернення уваги цілком можна розмістити елемент з композиції М. Примаченко, що буде доповнювати загальну атмосферу зображення (див. додаток Д, рис. Д.5).

Використання візуального контенту в промоції є одним із найефективніших способів привернення уваги та взаємодії з аудиторією. Завдяки естетично оформленим зображенням, відео та графічним елементам, можна не лише підвищити впізнаваність бренду, а й передати ключові повідомлення, викликати емоційний відгук і зацікавити користувачів. Візуальний контент дозволяє спрощувати сприйняття інформації, зробити її доступнішою та зрозумілішою для широкого кола глядачів. У поєднанні з якісним текстовим наповненням і правильною стратегією поширення, візуальний контент стає потужним інструментом для залучення нової аудиторії та підтримки зв'язку з наявними клієнтами.

Висновки до III розділу

Проведено дослідження потреб і вподобань цільової аудиторії Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко. Анкетування, яке охопило учнів, батьків, викладачів, випускників і поціновувачів мистецтва, показало важливість адаптації контенту до різних користувачів. З'ясовано, що учні віддають перевагу яскравому та сучасному дизайну, який дозволяє легко знаходити необхідну інформацію, тоді як батьки орієнтовані на якість контенту, що сприяє розвитку дітей. Викладачі та випускники потребують функціональності та інтерактивності. Аналіз виявив необхідність використання мобільної адаптації сайту та мультимедійного контенту, що відповідає актуальним технологічним трендам. Завдання дослідження цільової аудиторії було виконано шляхом використання методів анкетування та сегментації, результати яких стали основою для подальших етапів розробки.

Розроблена концепція сайту поєднує сучасні тенденції дизайну з культурною ідентичністю творчості Марії Примаченко. Вона передбачає використання яскравої колірної палітри, 3D-маскотів, інтерактивних елементів і адаптивного дизайну для забезпечення естетичності та функціональності. Було

враховано результати аналізу сайтів вітчизняних і зарубіжних освітніх закладів, що дозволило сформувати інноваційний підхід до дизайну. Концепція відповідає вимогам різних категорій аудиторії та підкреслює унікальність школи. Завдання, яке полягало у створенні концепції, виконано шляхом аналізу аналогів, проведення мозкового штурму та SWOT-аналізу.

Інформаційна архітектура забезпечує логічний поділ контенту та інтуїтивну навігацію. Основна увага приділена ключовим розділам, які дозволяють ефективно взаємодіяти з різними категоріями аудиторії. Інформація структурована з урахуванням її пріоритетності: важливі розділи розташовано на перших рівнях навігації. Додаткові сторінки, присвячені викладачам, програмам навчання та конкурсам, забезпечують поглиблене ознайомлення з діяльністю школи.

Цей підрозділ описує створення структурних каркасів (вайрфреймів) і макетів для мобільної та десктопної версій сайту. Вайрфрейми розроблено у програмі Figma з урахуванням структури сайту та потреб цільової аудиторії. Макети доповнені графічними елементами, анімацією та інтерактивними функціями, що забезпечують естетичну привабливість і зручність користування (див. додаток E).

Висвітлено стратегії просування сайту через SEO та соціальні мережі. Визначено ключові слова, які підвищують видимість сайту в пошукових системах, та розроблено контент для соцмереж, зокрема інформацію про події, навчальні програми та творчі досягнення учнів. Запропоновано методи органічного брендингу, що включають використання блогу для залучення аудиторії та зміцнення позитивного іміджу закладу. Завдання, пов'язані з розробкою концепції просування, виконано завдяки аналітиці, створенню релевантного контенту та інтеграції з популярними платформами.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота висвітлює важливість інтеграції сучасних тенденцій вебдизайну у створення сайтів освітніх установ. В умовах стрімкого розвитку технологій вебсайт стає не лише інформаційною платформою, а й важливим інструментом комунікації, який формує імідж закладу, підкреслює його унікальність та сприяє залученню нових користувачів. У випадку Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко особливо важливо було розробити дизайн, який би одночасно відображав мистецькі цінності закладу та відповідав сучасним вимогам до функціональності.

У рамках роботи здійснено детальний аналіз сучасних трендів дизайну, таких як мінімалізм, адаптивність, інтерактивність, неоморфізм, гіперреалістичність та використання штучного інтелекту. Було проведено порівняння сайтів освітніх закладів як вітчизняного, так і зарубіжного досвіду, що дозволило ідентифікувати кращі практики в цій сфері. Основними характеристиками сучасного дизайну, визначеними під час аналізу, є естетична привабливість, швидкість завантаження, зручність використання та інтерактивний характер взаємодії з аудиторією. Особливу увагу приділено важливості мобільної адаптивності, оскільки більшість користувачів звертаються до ресурсів через смартфони.

Одним із ключових елементів роботи стало вивчення потреб і очікувань цільової аудиторії, яка включає учнів, їхніх батьків, викладачів та зовнішніх користувачів. Виявлено, що для кожної групи користувачів важливі різні аспекти: учні очікують яскравого й інтерактивного контенту, батьки цінують доступність та інформативність, а викладачі потребують зручного інструменту для комунікації та організації навчального процесу. Такі висновки стали основою для створення концепції дизайну сайту.

Практична частина роботи розпочалася зі створення концепції сайту, яка включала визначення ключових цілей, аудиторії та функціональних вимог. На основі цієї концепції було розроблено інформаційну архітектуру, що передбачає

логічне розташування розділів і сторінок для зручності навігації. Додатково були створені вайрфрейми, які слугували базовими схемами розташування контенту та функціональних елементів. Усі ці етапи були виконані як для десктопної, так і для мобільної версій сайту, що забезпечує його доступність для різних пристроїв.

На етапі розробки дизайну використовувалися сучасні інструменти, зокрема Figma, що є одним із провідних програмних засобів для дизайну інтерфейсів. Це дозволило створити макети з високим рівнем деталізації, включаючи точне опрацювання всіх графічних і текстових елементів. Інструмент Figma забезпечив ефективну роботу, дозволяючи легко вносити зміни, використовувати корисні плагіни для проєкту та оптимізувати процес розробки дизайну.

Однією з ключових особливостей дизайну стало впровадження художніх елементів, натхненних творчістю Марії Примаченко. Її характерний стиль і мотиви були інтегровані у візуальну концепцію сайту, що зробило його не лише функціональним, але й унікальним з естетичної точки зору. Крім цього, дизайн було створено з дотриманням принципів адаптивності, що забезпечує коректне відображення та зручність використання сайту на різних пристроях, від комп'ютерів до смартфонів. Інтерактивні елементи додатково підвищують залученість користувачів, роблячи взаємодію із сайтом більш динамічною та привабливою.

У додаток до створення дизайну сайту було розглянуто стратегії просування, яка включає SEO-оптимізацію, роботу із соціальними мережами та впровадження візуального контенту. Ці заходи спрямовані на підвищення видимості ресурсу, залучення нових користувачів та покращення взаємодії з існуючими відвідувачами.

Таким чином, робота довела важливість застосування сучасних підходів до дизайну сайтів освітніх установ, зокрема спеціалізованих шкіл мистецтв. Розроблені концепції та практичні рішення є цінним внеском у розвиток цифрового середовища освітніх закладів, сприяючи їх конкурентоспроможності

та відповідності вимогам сучасного користувача. Отримані результати мають значний практичний потенціал і можуть бути використані для створення подібних проєктів у сфері освіти й культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Digital 2024 April Global Statshot Report – We Are Social UK. *We Are Social UK*. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/04/digital-2024-april-global-statshot-report/> (date of access: 11.10.2024).
2. Безугла Р. І. Концептуалізація веб-дизайну в мистецтвознавчому дискурсі: досвід теоретичного опрацювання. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2020. № 34. С. 94-100. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:m> (дата звернення: 02.10.2024).
3. Bush V. As We May Think. *The Atlantic Monthly*. 1945. Vol. 176, no. 1. P. 112–124.
4. Little C. The History of Web Design - Tiller Digital. *Tiller Digital*. URL: <https://tillerdigital.com/blog/the-history-of-web-design/> (date of access: 10.10.2024).
5. Stoeva M. EVOLUTION OF WEBSITE LAYOUT TECHNIQUES. “*Computer Technologies and Applications*” : Anniversary International Scientific Conference, Pamporovo, 15 September 2021. P. 4.
6. Siegel D. «Creating Killer Sites». / David Siegel. - Hayden Books. 1997. P. 305.
7. Коротка історія веб-дизайну: “темні віки”, “золоте століття свободи”+ решта цікавого. *DesignTalk.club*. URL: <https://designtalk.club/korotkyj-ekskurs-u-istoriyu-veb-dyzajnu-chastyna-1/> (дата звернення: 08.10.2024).
8. Закарян Е. А. РОЗВИТОК ВЕБ-ДИЗАЙНУ: ВІД СТАТИЧНИХ САЙТІВ ДО ІНТЕРАКТИВНИХ ВЕБ-ДОДАТКІВ. *Молодь, освіта, наука та мистецтво = Youth, Ducation, Scienc end Art* : зб. матер. ІХ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Умань, 23 листоп. 2023 р. С. 107–108.
9. Вакуленко О. В. Періоди та технологічні передумови розвитку вебдизайну. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Мистецтвознавство»*. Київ : КНУКіМ, 2017. № 36. С. 139-149.

10. Слюсарчук і революції в царстві веб-дизайну. *Новини Львова і Львівщини – Варіанти*. URL: <https://varianty.lviv.ua/publikatsiyi/sliusarchuk-i-revoliutsii-v-tsisarstvi-veb-dyzainu> (дата звернення: 05.11.2024).
11. Ahmed F. Top Ten Web Design Trends for 2024. *ZD Blog*. URL: <https://www.zilliondesigns.com/blog/top-ten-web-design-trends-for-2024/> (date of access: 20.10.2024).
12. Darina. Y2K. Що за тренд і як його застосовувати?. *Komarov.Design - Блог #1 про графічний UI/UX дизайн в Україні*. URL: <https://www.komarov.design/y2k-shcho-shcha-triend-i-iak-iogho-zastosovuvati/> (дата звернення: 11.10.2024).
13. Clark J. WGSN | Advanced Colour Forecast 2025. *WGSN*. URL: <https://www.wgsn.com/beauty/p/article/88678> (date of access: 09.10.2024).
14. Frey A. The Y2K Aesthetic is Fully Back, but Can It Stick Around?. *Eye on Design*. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/the-y2k-aesthetic-is-fully-back-but-can-it-stick-around/> (date of access: 18.10.2024).
15. Васильєв О. С. Актуальні стилі дизайну веб-сайтів Інтернет-магазинів / О. С. Васильєв // Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. – 2023. – Вип. 59, Т. 1. – С. 67-73.
16. Основні тренди веб дизайну 2024 - Блог VOLL. *Веб студія VOLL - Інтернет-маркетинг Агентство*. URL: <https://voll.com.ua/uk/blog/osnovnye-trendy-veb-dizayna-2024> (дата звернення: 05.10.2024).
17. Олєфіренко Н., Поліщук Л. Сучасні тренди у веб дизайні. Наумовські читання : матеріали XXI Всеукр. наук.-метод. конф. здобувачів вищ. освіти та молод. вчених, присвяч. 100-річчю до дня народж. І. О. Наумова, м. Харків, 23–24 листоп. 2023 р. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; за заг. ред. О. А. Жерновникової. Харків, 2024. С. 272–273.

- 18.Flat Design: History, Advantages, Disadvantages. *Website Design Christchurch / Logos & Graphic Design*. URL: <https://www.activate.co.nz/Blog/what-is-flat-design-and-should-you-use-it/> (date of access: 09.10.2024).
- 19.5 Major Trends in Web Design for 2025. *Coursera*. URL: <https://www.coursera.org/articles/trends-web-design> (date of access: 28.10.2024).
- 20.Князева А. О. Роль інтерактивних компонентів у Figma під час розробки дизайн макету / А. О. Князева ; наук. керівник асист. В. В. Ольховська // *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : матеріали 28-го Міжнар. молодіж. форуму, 16–18 квітня 2024 р. – Харків : ХНУРЕ, 2024. – Т. 3. – С. 284–285.*
- 21.Конончук Б. Тренди веб-дизайну 2024 – Богдан Конончук. *UXPUB UA Дизайн-спільнота*. URL: <https://ux.pub/kononchuk/triendi-vieb-dizainu-2024-boghdan-kononchuk-5g3k> (дата звернення: 05.10.2024).
- 22.Berrahal O. Interactive design or how to maximize user engagement?. *UX-REPUBLIC*. URL: <https://www.ux-republic.com/en/maximiser-lengagement-utilisateur-avec-le-design-interactif/> (date of access: 08.10.2024).
- 23.Malhotra S. Top 8 Website Design Trends in 2024. *Duck Design*. URL: https://duck.design/web-design-trends/#8_Massive_Typography (date of access: 10.10.2024).
- 24.Ложко М. Bento UI: пояснення тренду, приклади дизайну і корисні поради - Блог Depositphotos. *Блог Depositphotos*. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/bento-ui.html> (дата звернення: 03.11.2024).
- 25.Що таке Bento стиль і чому він набирає обертів - Genius.Space. *Genius.Space*. URL: <https://genius.space/lab/shcho-take-bento-styl-i-chomu-vin-nabyraie-obertiv/> (дата звернення: 03.11.2024).
- 26.Чеботарьова І. Б. Основні тренди UI/UX дизайну 2024 року / І. Б. Чеботарьова, Г. І. Черкашина // *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : матеріали Молодіжної школи-семінару IX Міжнар. наук.-техн.*

- конф., 14-28 травня 2024 р. – Харків : ТОВ «Друкарня Мадрид», 2024. – Т. 2. – С. 40-47.
- 27.5 Веб-трендів 2024 року. *CANONICA*. URL: <https://canonica.com.ua/5-veb-trendiv-2024-roku/> (дата звернення: 17.10.2024).
- 28.Що таке паралакс? — Приціл - мисливський інтернет магазин. *Мисливський інтернет магазин - товари і спорядження для полювання в Україні*. URL: https://pricel.com.ua/ua/news/?blog_id=43 (дата звернення: 09.10.2024).
- 29.Проекти 3D World Agency з використанням ефекту Parallax, які вразили нас самих.). *Creative Digital Agency*. URL: <https://3dworld.com.ua/uk/efekt-parallax/> (дата звернення: 09.10.2024).
- 30.Sumrak J. 7 emerging web design trends for 2024 and beyond | Webflow Blog. *Webflow*. URL: <https://webflow.com/blog/web-design-trends-2024> (date of access: 05.10.2024).
- 31.Andersen M. 10 web design trends in 2024 (so far). *Blog LIVE*. URL: <https://www.wix.com/studio/blog/web-design-trends> (date of access: 10.10.2024).
- 32.Birch N., Valeanu A. Top Web Design Trends 2024 - Designmodo. *Designmodo*. URL: <https://designmodo.com/web-design-trends-2024/> (date of access: 22.10.2024).
- 33.Решитько, В. С. Використання нейронних мереж у розробці дизайну сайтів / В. С. Решитько, Б. С. Карпішен // Сучасний стан досліджень в сфері ІТ : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищ. освіти та молодих учених, 19 квіт. 2024 р. / М-во освіти і науки України, Харків. нац. автомоб.-дор. ун-т. – Харків : ХНАДУ, 2024. – С. 102–107.
- 34.Суворова А., Татарников А. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ КРИТЕРІЇВ ВЕБ-ДИЗАЙНУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД. *Матеріали конференцій МНЛ*, (15 березня 2024 р., м. Київ), 92–93. Вилучено з <https://archive.liga.science/index.php/conference-proceedings/article/view/808>

35. Сенченко, Ю. О. (2024). ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПОКРАЩЕННЯ КОРИСТУВАЦЬКОГО ДОСВІДУ ТА ДОСТУПНОСТІ ВЕБ-ПОРТАЛУ ВІРТУАЛЬНОГО МУЗЕЮ. *Редакційна колегія*, 191-193. 192
36. Про WCAG 2.1 або 3 історії веб-доступності. Частина друга. *Офіційний сайт Громадської спілки "Всеукраїнська ліга організацій осіб з інвалідністю по зору "СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД"*. URL: https://www.gssp.org.ua/novyny/41-wcag-2-1?fbclid=IwAR2Un7x7ZglBcDmfbzbYQGP_WMSmjKkHNKGV6nbF0vARdYDvfdQL8pdh09k (дата звернення: 01.11.2024).
37. Stanyshevskyy V. Веб-доступність. Що варто знати кожному Front-end розробнику і дизайнеру. *DOU.ua*. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/web-accessibility/> (дата звернення: 01.11.2024).
38. Турчин В. В. Термінологія адаптивного веб-дизайну, особливості та специфіка / В. В. Турчин, А. І. Рожков // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. - 2013. - № 10(2). - С. 168-173. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2013_10\(2\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2013_10(2)_29) .
39. Що таке адаптивний дизайн сайту та як його зробити | Блог HOSTiQ.ua. *Блог хостера HOSTiQ.ua*. URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/adaptive-design/> (дата звернення: 23.10.2024).
40. Page Load Time in Relation to Bounce Rate. *Think with Google*. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/app-and-mobile/page-load-time-statistics/> (date of access: 18.10.2024).
41. Кухаренко Л. ТОП-10 трендів вебдизайну у 2024 | Weblium. *Створити сайт безкоштовно: Weblium конструктор сайтів*. URL: <https://ua.weblium.com/blog/top-10-trendiv-vebdizajnu-u-2024> (дата звернення: 06.10.2024).
42. Боровік М.С. ВАЖЛИВІСТЬ МОБІЛЬНОЇ ВЕРСІЇ ДЛЯ ЦИФРОВИХ ПРОДУКТІВ *Молодь, освіта, наука та мистецтво = Youth, Ducation,*

- Scienc end Art* : зб. матер. ІХ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Умань, 23 листоп. 2023 р. С. 33-35.
43. Яловега Н. І., Яресько А. П. Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доповідей ХLІІ Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік (м. Полтава, 26-27 березня 2019 р.) : у 2 ч. - Полтава : ПУЕТ, 2019. - Ч. 1. - 368 с. ; Ч. 2. - 358 с.
44. Боднар Л. В. Методичні рекомендації щодо створення Інтернетсайту освітнього закладу. Одеса : Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського. 2019. 52 с.
45. Wilson H. E. Education and National Culture. *Current History*. 1955. Vol. 29, no. 169. P. 135–139. URL: <https://doi.org/10.1525/curh.1955.29.169.135> (date of access: 23.10.2024).
46. Давидова С. В. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір* : Зб. тез доп. Міжнар. науково-практ. конф. студентів та молодих вчен., м. Запоріжжя, 14 трав. 2020 р. С. 467.
47. Офіційна сторінка: Winchester School of Art. *University of Southampton*. URL: <https://www.southampton.ac.uk/about/faculties-schools-departments/winchester-school-of-art> (date of access: 20.11.2024).
48. Офіційна сторінка: International School of Krakow: ISK. *International School of Krakow: ISK*. URL: <https://iskrakow.org/> (date of access: 19.11.2024).
49. Офіційна сторінка: Canada Star Secondary School – Make the difference. *Canada Star Secondary School – Make the difference*. URL: <https://canadastarsecondary.ca/> (date of access: 19.11.2024).
50. Офіційна сторінка: School of the Art Institute of Chicago. *School of the Art Institute of Chicago | Top Fine Arts College in The U.S.* URL: <https://www.saic.edu/> (date of access: 19.11.2024).
51. Офіційна сторінка: Львівський державний музичний ліцей імені С. Крушельницької | Home. *Львівський державний музичний ліцей імені С.*

- Крушельницької | Ноте*. URL: <https://solomiya-lc.lviv.ua/> (дата звернення: 19.11.2024).
- 52.Офіційна сторінка: InTOP SCHOOL – Школа Мистецтв Надії Олексієнко. *InTOP SCHOOL – Школа Мистецтв Надії Олексієнко*. URL: <https://intop-school.com/> (дата звернення: 19.11.2024).
- 53.Офіційна сторінка: Художня школа для дітей і дорослих в Києві – 33ART. *Творча студія 33Арт*. URL: <https://33art.com.ua/uk/> (дата звернення: 20.11.2024).
- 54.Офіційна сторінка: Дитяча художня школа №2 ім. Левченко П. О. *Дитяча художня школа №2 ім. Левченко П. О.* URL: <https://artschool.kh.ua/> (дата звернення: 18.11.2024).
- 55.Thorlacius, Lisbeth. "The Role of Aesthetics in Web Design" *Nordicom Review*, vol.28, no.1, 2017, pp.63-76. URL: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0201> (last accessed: 05.10.2024).
- 56.Прокопчук І. Ю. Вплив цифрових технологій на візуальні художні експерименти: від аналітики до мистецтва. Соціокультурні тенденції розвитку сучасного дизайну та мистецтва / Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Херсон, 2021. С. 34-38.
- 57.How to find your target audience in 5 steps. *Adobe.com*. URL: <https://www.adobe.com/express/learn/blog/target-audience> (date of access: 15.11.2024).
- 58.Raajha K. Types Of Target Audience: Understand Your Target Audience Better. *revvgrowth.com*. URL: <https://revvgrowth.com/account-based-marketing/types-of-target-audience/> (date of access: 11.11.2024).
- 59.Halchenko A. What Is Conceptual Design: Definition, Process, and Benefits - Ester Digital. *Ester Digital*. URL: <https://ester.co/blog/what-is-conceptual-design> (date of access: 02.11.2024).
- 60.Берлач, О., Лесик-Бондарук, О. Мистецька оригінальність і художньо-сміслова багатогранність дивовижних звірів Марії Приймаченко як унікальне явище українського живопису та світового мистецтва. *Fine Art*

- and Culture Studies,1, 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/facs-2021-1-1> (дата звернення: 23.10.2024).
- 61.Оголь А. Чому SWOT-аналіз необхідний практично кожному бізнесу?. *eSputnik*. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami> (дата звернення: 02.11.2024).
- 62.Schooley S. What is a SWOT Analysis? How To Use It for Business. *Business News Daily*. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html> (date of access: 04.11.2024).
- 63.Fitzgerald A. What Is Information Architecture & Why Does It Matter?. *HubSpot Blog / Marketing, Sales, Agency, and Customer Success Content*. URL: <https://blog.hubspot.com/website/information-architecture> (date of access: 22.10.2024).
- 64.Free Online Wireframe Tool. *Canva.com*. URL: <https://www.canva.com/online-whiteboard/wireframes/> (date of access: 14.11.2024).
- 65.Guilizzoni P. What are wireframes and why are they used? | Wireframing Academy | Balsamiq. *Balsamiq: Fast, focused wireframing for teams and individuals* / *Balsamiq*. URL: <https://balsamiq.com/learn/articles/what-are-wireframes/> (date of access: 22.11.2024).
- 66.Mobile First Design: What it is & How to implement it | BrowserStack. *BrowserStack*. URL: <https://www.browserstack.com/guide/how-to-implement-mobile-first-design> (date of access: 10.11.2024).
- 67.Figma: The Collaborative Interface Design Tool. *Figma*. URL: <https://www.figma.com/> (date of access: 25.11.2024).
- 68.Womp: Free 3D design software. *Womp: Free 3D design software*. URL: <https://womp.com/index> (date of access: 19.11.2024).
- 69.Іванківська дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко. *Вхід на Facebook* | *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/p/Іванківська-дитяча-школа-мистецтв-ім-М-Примаченко-100070071416335/> (дата звернення: 05.11.2024).

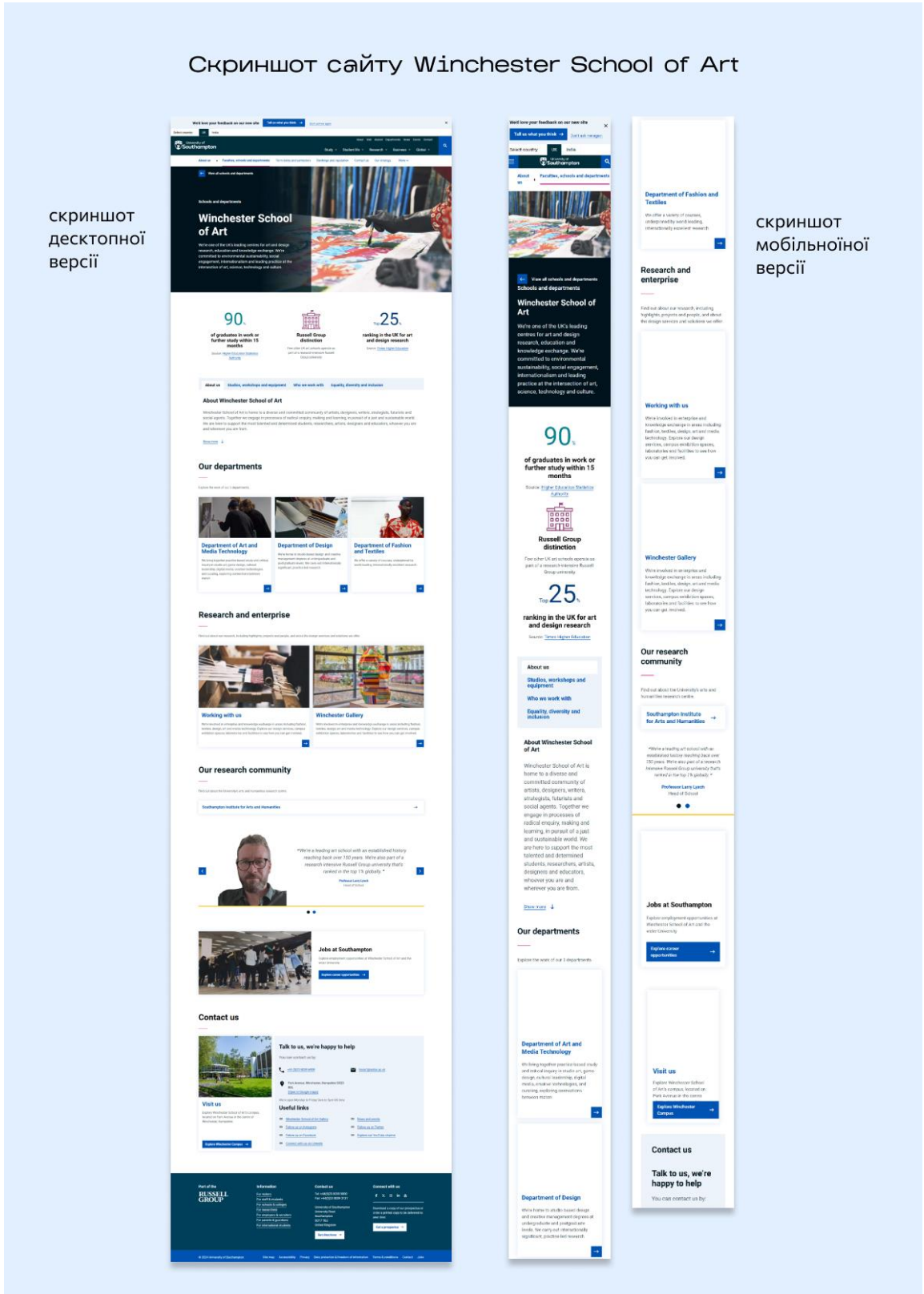
70. AI Image Generator - Create Art, Images & Video | Leonardo AI. *AI Image Generator - Create Art, Images & Video | Leonardo AI*. URL: <https://leonardo.ai/> (date of access: 26.11.2024).
71. Michael D. How to effectively use promotion and marketing strategies. *Pitch Labs*. URL: <http://surl.li/irxsav> (date of access: 30.09.2024).
72. What is SEO website promotion: the basics of SEO – Serpstat Blog. *Serpstat – Growth Hacking Tool for SEO, PPC and Content Marketing*. URL: <https://serpstat.com/blog/what-is-seo-website-promotion-the-basics-of-seo/> (date of access: 04.11.2024).
73. Prieto, V. M., Alvarez, M., & Cacheda, F. The Evolution of the Web. *International Journal of Applied Mathematics, Computational Science and Systems Engineering*. 2020, p. 2.
74. Заворуєва Ю. Л. Дизайн сайту як спосіб залучення уваги споживача / Ю. Л. Заворуєва, І. Б. Чеботарьова // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали молодіжної школи-семінару IV Міжнародної науково-технічної конференції, 18-22 травня 2021 р. – м. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2021. – Т2. – С. 98-100.
75. Sasibhushan Rao Chanthati. An automated process in building organic branding opportunity, budget Intensity, recommendation in seasons with Google trends data. *World Journal of Advanced Engineering Technology and Sciences*. 2024. Vol. 12, no. 2. P. 510–523. URL: <https://doi.org/10.30574/wjaets.2024.12.2.0326> (date of access: 20.10.2024).
76. What is social media promotion? Is that posting banner, article, or links what it is? - Isoftra. *Isoftra*. URL: <https://isoftra.com/blog/what-is-social-media-promotion-is-that-posting-banner-article-or-links-what-it-is/> (date of access: 08.10.2024).
77. Chappal M. Social Media SEO: 8 Strategies to Dominate Search and Social. *Socialinsider Blog: Social media marketing insights and industry tips*. URL: <https://www.socialinsider.io/blog/social-media-seo/> (date of access: 04.11.2024).

78. Before you continue. *Google Ads*. URL: https://ads.google.com/intl/uk_ua/home/ (date of access: 04.11.2024).
79. Головна Facebook. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/business/ads> (дата звернення: 04.11.2024).
80. Botton E. Social Media, SEO and Google Ads in Digital Marketing Strategy: A Case Study on EcorNaturaSi : Master's Degree Thesis. 2018. URL: <http://hdl.handle.net/10579/13829> (date of access: 08.12.2024).
81. Корж Н. Таргетинг: що це і як працює - розбираємося в основах. *Блог Admixer Academy*. URL: <https://blog.admixer.academy/ua/tarhetynh-shcho-tse-i-yak-pratsyuye-prostymy-slovamy/> (дата звернення: 04.11.2024).
82. Тріщук Р. Л., Войтюк Т. О. Візуальний контент у соціальних мережах. *Технологія і техніка друкарства*. 2022. № 3(77). С. 73–81. URL: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(77\).2022.273829](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(77).2022.273829) (дата звернення: 10.11.2024).
83. Filina O. V. The role and types of content for promoting in social networks. *Economy. Management. Business*. 2020. Vol. 31, no. 1. URL: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2020.017581> (date of access: 04.11.2024).
84. Stories | Довідковий центр Facebook. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/help/862926927385914> (дата звернення: 04.11.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Рис. А.1. Скриншот сайту Winchester School of Art



скриншот десктопної версії

скриншот мобільної версії

Скриншот сайту Winchester School of Art

Winchester School of Art

90% of graduates in work or further study within 15 months

Russell Group distinction

25 ranking in the UK for art and design research

About us | Media, worklife and equipment | Who we work with | Equality, diversity and inclusion

Winchester School of Art is a diverse and committed community of artists, designers, writers, strategists, technologists, futurists and social agents. Together we engage in processes of radical enquiry, testing and learning, in pursuit of a just and sustainable world. We are here to support the most talented and determined students, researchers, artists, designers and educators, wherever you are and wherever you are from.

Our departments

- Department of Art and Media Technology
- Department of Design
- Department of Fashion and Textiles

Research and enterprise

Working with us

Winchester Gallery

Our research community

Southampton Institute for Arts and Humanities

“Win is a leading art school with an established history reaching back over 100 years. We’re also part of a research intensive Russell Group university that’s ranked in the top 1% globally.”

Professor Lary Leach
Chair of Design

Jobs at Southampton

Contact us

Talk to us, we’re happy to help

Visit us

Useful links

Part of the RUSSELL GROUP

Information

Contact us

F S T A

Winchester School of Art

90% of graduates in work or further study within 15 months

Russell Group distinction

25 ranking in the UK for art and design research

About us | Media, worklife and equipment | Who we work with | Equality, diversity and inclusion

Winchester School of Art is a diverse and committed community of artists, designers, writers, strategists, futurists and social agents. Together we engage in processes of radical enquiry, testing and learning, in pursuit of a just and sustainable world. We are here to support the most talented and determined students, researchers, artists, designers and educators, wherever you are and wherever you are from.

Our departments

Department of Art and Media Technology

Visit us

Contact us

Talk to us, we’re happy to help

Department of Design

Department of Fashion and Textiles

Research and enterprise

Winchester Gallery

Our research community

Jobs at Southampton

Visit us

Contact us

Talk to us, we’re happy to help

Рис. А.2. Скриншот сайту International School of Krakow (ISK)

Скриншот сайту International School of Krakow (ISK)

скриншот
десктопної
версії

International School of Krakow

30+ 347
6:1 100%

Our Learners

Opportunity and Discovery

Parent Opinions:

Empowered For Their Future

Time To Come Together

Empowered together through our diversity

Certified Quality of Education

A Thriving Learning Community

Teacher In-Service Day

Outdoor Learning time!

Contact Information

скриншот
мобільної
версії

International School of Krakow

Our Learners

30+ 347
6:1 100%

Opportunity and Discovery

Parent Opinions:

Empowered For Their Future

Time To Come Together

Empowered together through our diversity

Certified Quality of Education

A Thriving Learning Community

Teacher In-Service Day

Outdoor Learning time!

Contact Information

International School of Krakow

WE ARE INTERNATIONAL

Empowered together through our diversity

Certified Quality of Education

A Thriving Learning Community

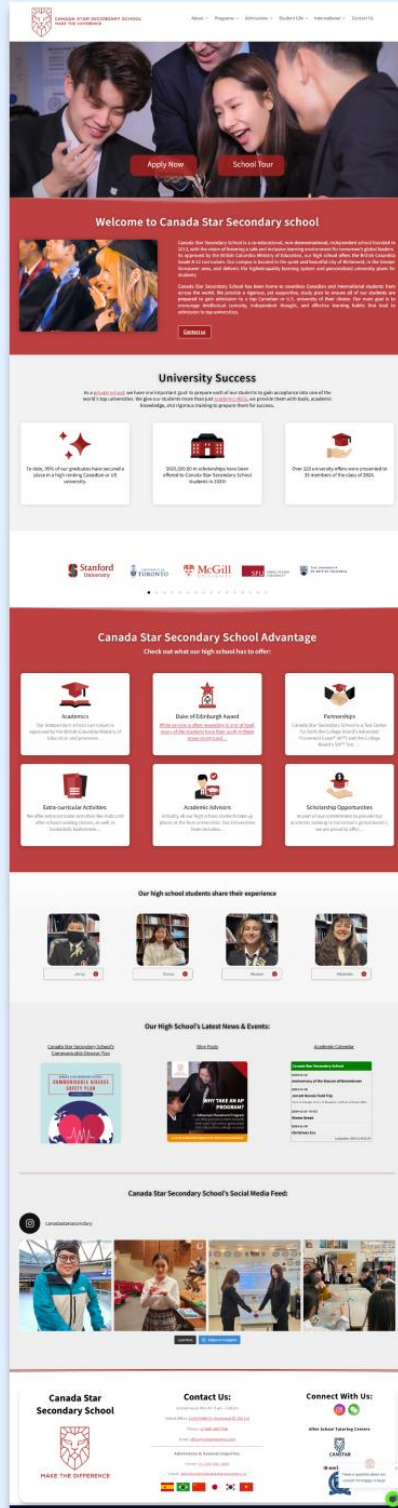
come and visit

how to get in touch

Рис. А.3. Скриншот сайту Canada Star Secondary School

Скриншот сайту Canada Star Secondary School

скриншот десктопної версії



скриншот мобільної версії

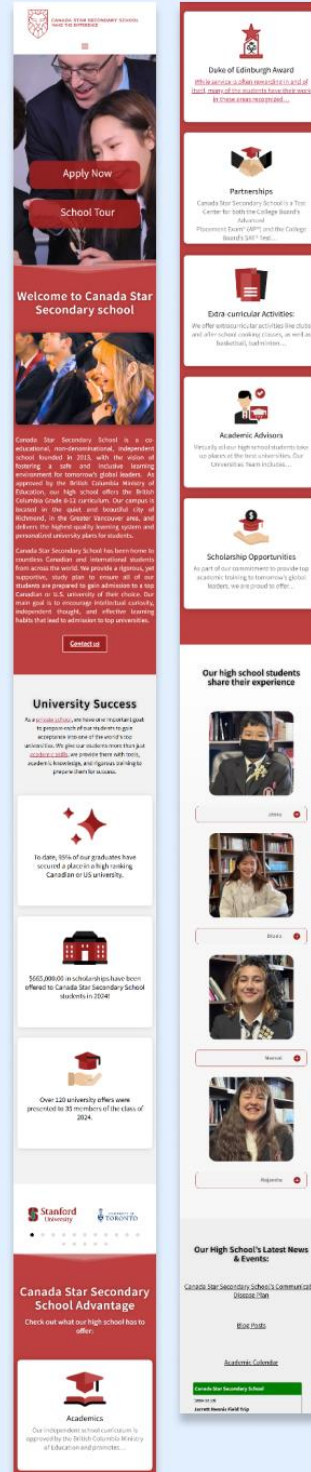


Рис. А.4. Скриншот сайту School of the Art Institute of Chicago

Скриншот сайту School of the Art Institute of Chicago

скріншот десктопної версії



скріншот мобільної версії



Рис. А.5. Скриншот сайту Львівського державного музичного ліцею імені С. Крушельницької

скриншот десктопної версії

скриншот мобільної версії

Скриншот сайту Львівського державного музичного ліцею імені С. Крушельницької

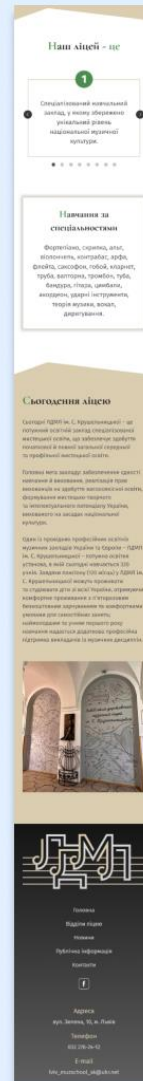
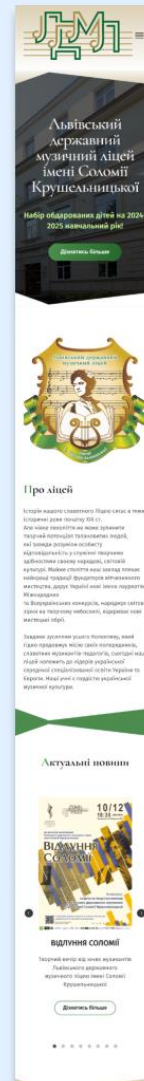
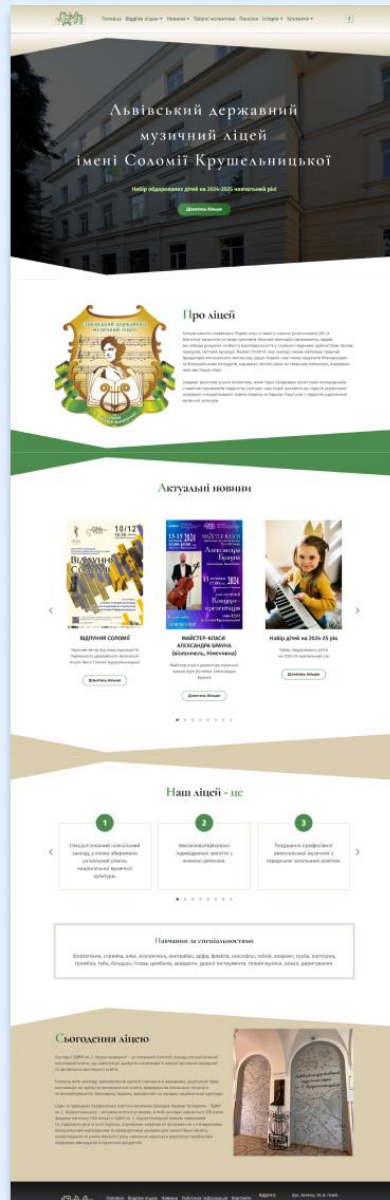
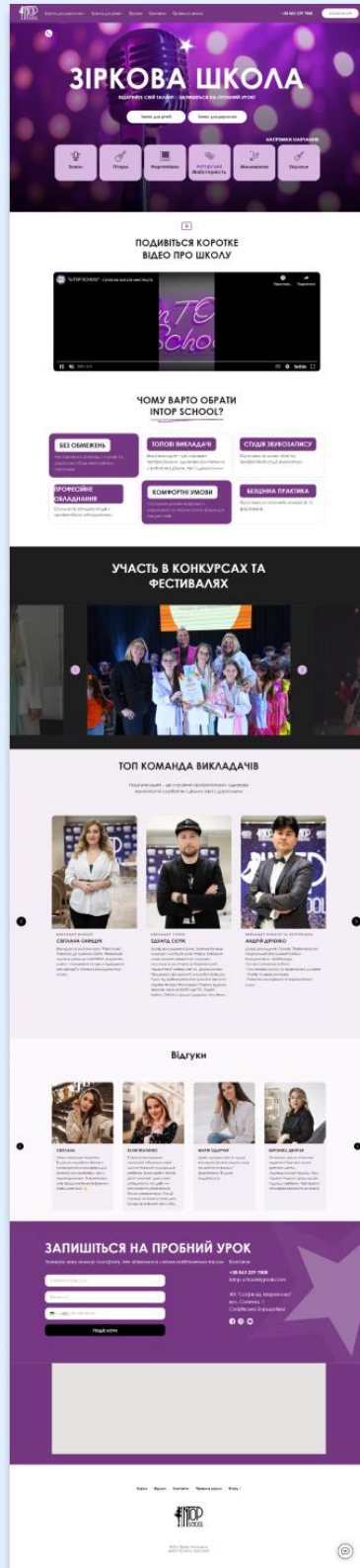


Рис. А.6. Скриншот сайту InTOP SCHOOL

Скриншот сайту InTOP SCHOOL

скриншот десктопної версії



скриншот мобільної версії

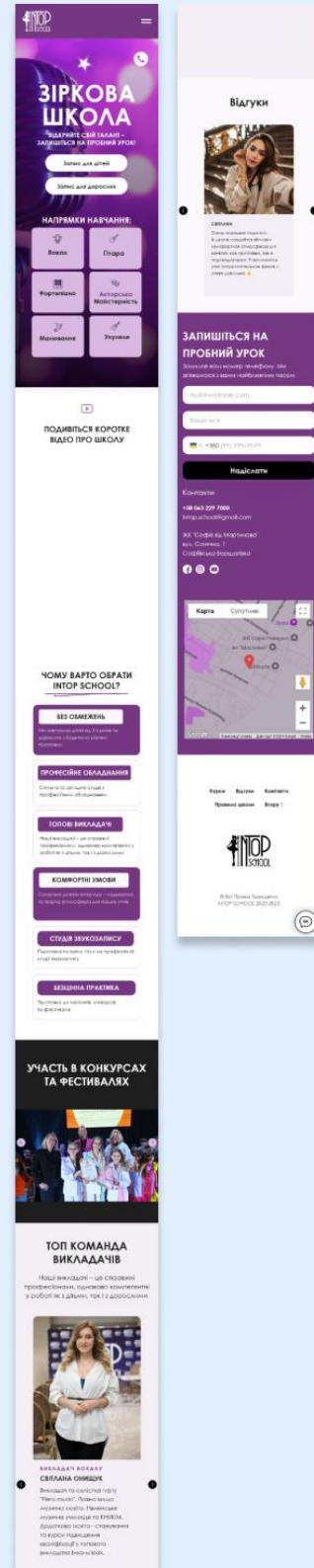
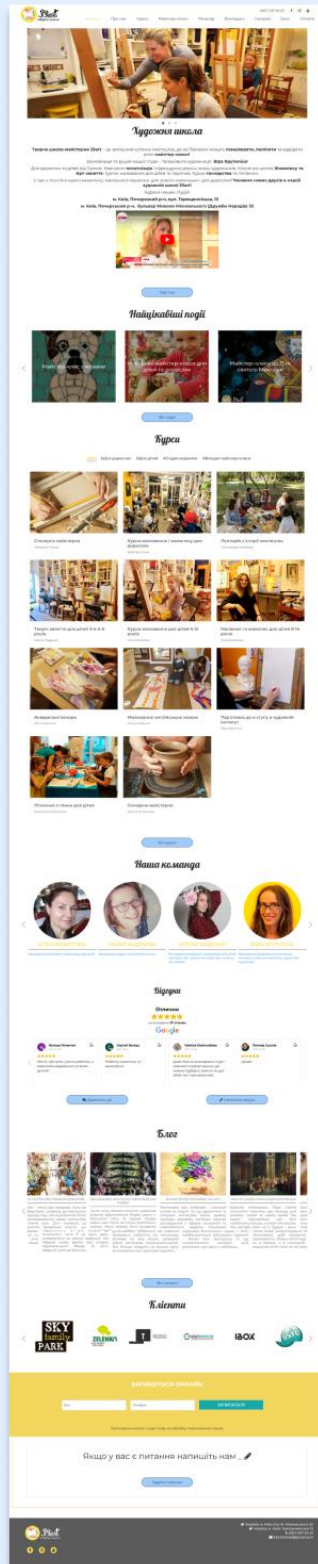


Рис. А.7. Скриншот сайту Художньої школи для дітей і дорослих в Києві – 33ART

Скриншот сайту Художньої школи для дітей і дорослих в Києві – 33ART

скриншот десктопної версії



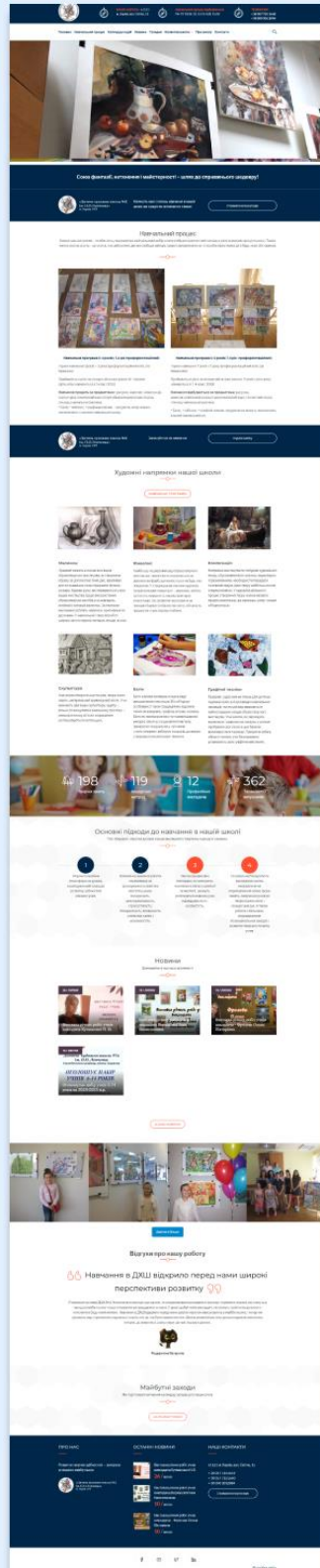
скриншот мобільної версії



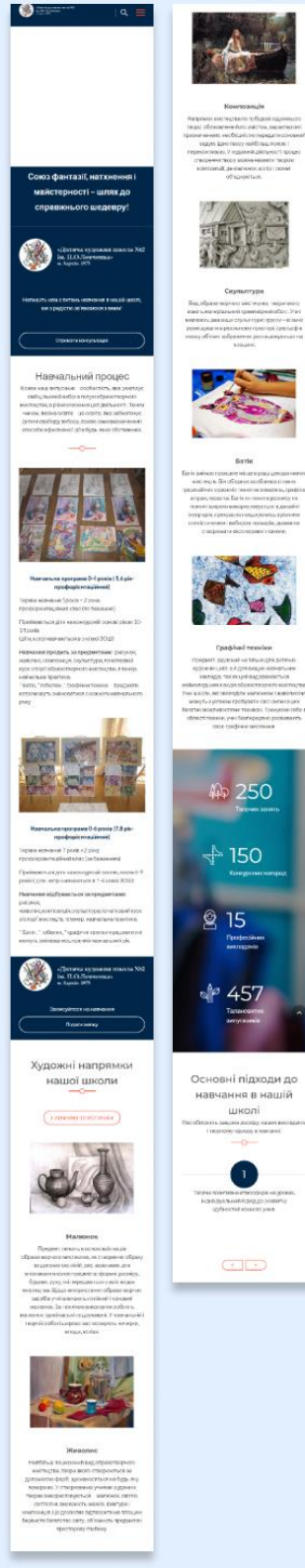
Рис. А.8. Скриншот сайту Дитячої художньої школи №2 ім. Левченко П. О.

Скриншот сайту Дитячої художньої школи №2 ім. Левченко П. О.

скриншот десктопної версії



скриншот мобільної версії



Додаток Б

Табл. Б.1. Порівняльна таблиця зарубіжних аналогів освітніх шкіл

Назва освітнього закладу (мистецького)	Аналог 1. Winchester School of Art	Аналог 2. International School of Krakow	Аналог 3. Canada Star Secondary School	Аналог 4. School of the Art Institute of Chicago (SAIC)
Перше враження	5	5	5	5
Робота із сітками	4	5	4	5
Поєднання кольорів	5	5	5	5
Присутність анімації	2	5	4	5
Доречність текстової інформації	5	5	5	5
Читабельність тексту	4	4	5	5
Доречність фото/відео	5	5	5	5
Трендовість	3	4	3	5
Адаптивність	5	4	4	5
Загальна оцінка	4,2	4,6	4,4	5

Табл. Б.2. Порівняльна таблиця вітчизняних аналогів освітніх шкіл

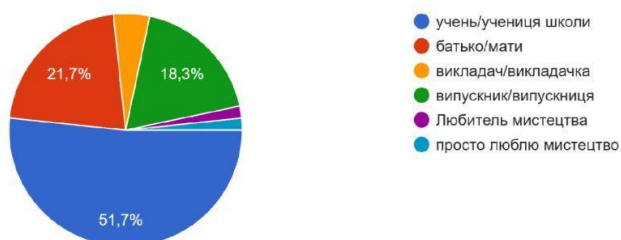
Назва освітнього закладу (мистецького)	Аналог 1. Львівський державний музичний ліцей імені Соломії Крушельницької	Аналог 2. InTOP School – Школа Мистецтв	Аналог 3. 33ART – творча школа	Аналог 4. Дитяча художня школа №2 ім. П. О. Левченка
Перше враження	4	5	5	4
Робота із сітками	5	5	5	4
Поєднання кольорів	5	5	5	5
Присутність анімації	2	3	3	3
Доречність текстової інформації	5	5	5	5
Читабельність тексту	4	4	4	4
Доречність фото/відео	5	5	5	5
Трендовість	3	4	3	3
Адаптивність	4	5	4	4
Загальна оцінка	4,1	4,5	4,3	4,1

Додаток В

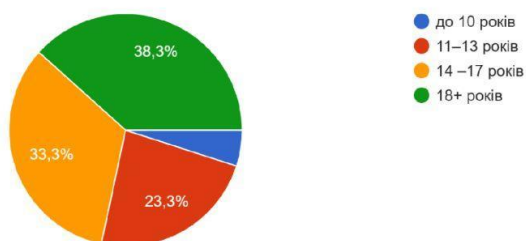
*В.1. Результати дослідження цільової аудиторії
щодо розробки дизайну сайту школи*

Результати дослідження цільової аудиторії щодо
розробки дизайну сайту школи

Ви є:
60 відповідей



Вкажіть свій вік
60 відповідей



Напишіть про свої захоплення; позицію по життю

60 відповідей

Підтримую творчих) творю і витворяю

Граю в комп'ютерні ігри, люблю футбол

Малюю

люблю природу, малюю та співаю

Викладач вокалу, українка

танцюю, веду здоровий спосіб життя, вірю в справедливість

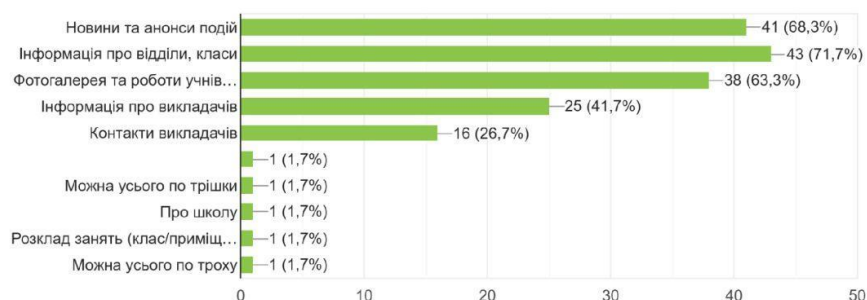
реаліст; малюю, творча особистість ✨

граю на фортепіано

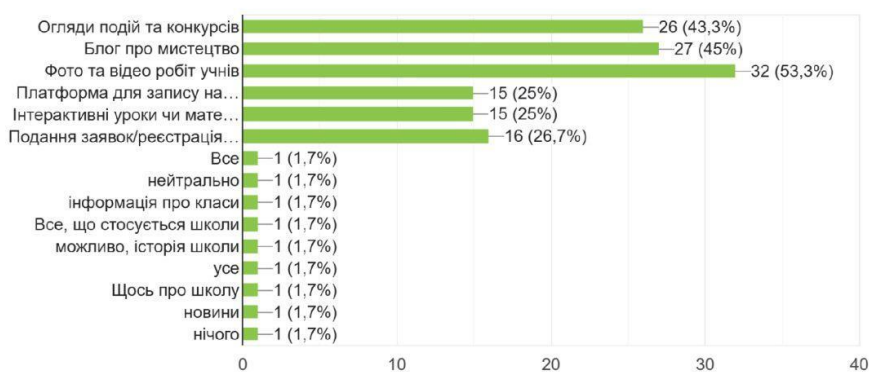
Цікавлюсь музикою, культурою, мистецтвом. Люблю подорожі. Люблю Україну та пишаюся українцями різних епох та в різних сферах

Результати дослідження цільової аудиторії щодо розробки дизайну сайту школи

Яку інформацію хотіли б легко знайти на сайті? (можна обрати кілька варіантів)
60 відповідей

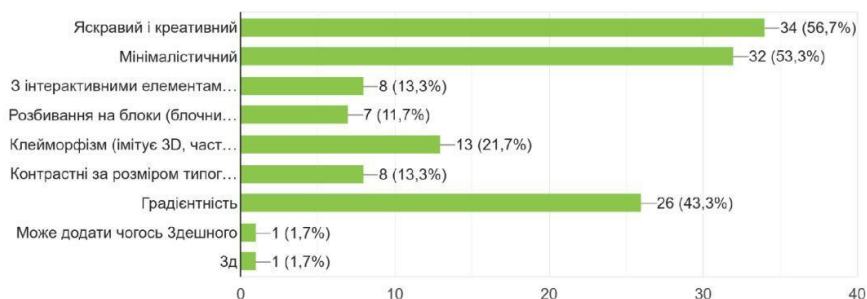


Який контент був би для вас найцікавішим на сайті? (можна обрати кілька варіантів)
60 відповідей



Як би ви хотіли, щоб виглядав сайт Школи?

60 відповідей



Результати дослідження цільової аудиторії щодо розробки дизайну сайту школи

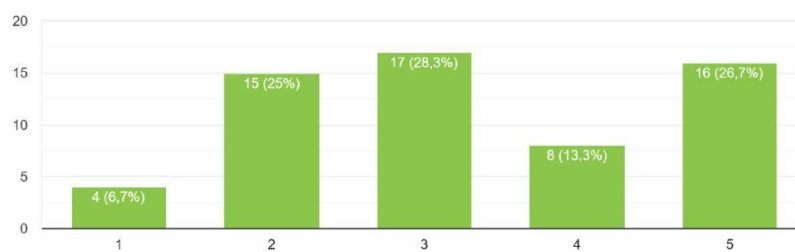
Які функції ви вважаєте корисними для вашого користування сайтом? (наприклад, наявність швидкого пошуку)

60 відповідей

Простий в використанні
Швидкий пошук, зрозуміла інформація
Зручне розміщення вкладок сайту, щоб була змога швидко знайти потрібну інформацію. Дизайн, який буде зручний у використанні на ПК та телефоні.
Швидкий зворотній зв'язок
Фільтр пошуку
Наявність онлайн спілкування з викладачами
Подання заявок
щоб було зручно користуватися
Каталог

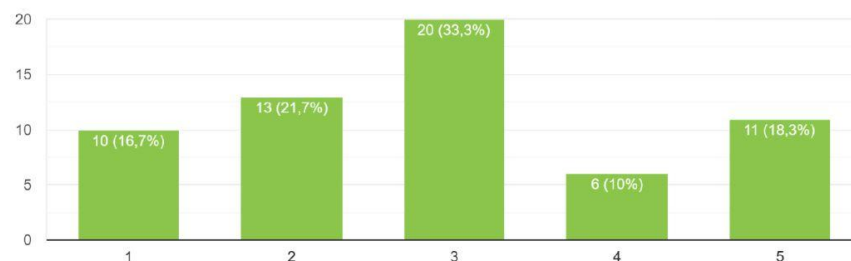
Чи важлива вам наявність мультимедійного контенту на сайті (фото, відео)?

60 відповідей



Чи важлива вам на сайті наявність мальованих орнаментів (або графічно відтворених), подібності до наївного мистецтва художниці М. Примаченко?

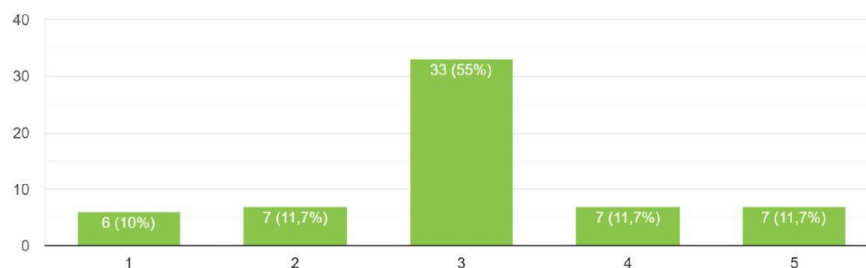
60 відповідей



Результати дослідження цільової аудиторії щодо розробки дизайну сайту школи

Коли розробляється мобільна версія сайту, то певний функціонал або інтерактивність зникає, або замінюється чимось іншим. Як ви ставитеся до цього?

60 відповідей



Що б ви хотіли бачити на сайті, що було б корисним для вас чи вашої дитини?

60 відповідей

Та хай усього по мінімуму буде, бо не факт, що хтось той весь об'єм тексту буде читати

Все що запропонує сайт

Інформація про події

фото та відео найважливіших подій

Життя на надбанні школи, можливості для дітей

Відео з конкурсів та подій, які відбуваються в школі. Матеріал з творчістю учнів.

Інформація про заняття та викладачів, календар з темами та датами на рік відповідно кожному з занять

Можливо короткі статті на тему мистецтва, а також «як знайти свій стиль» «як боротися з арт блоком»

Результати дослідження цільової аудиторії щодо розробки дизайну сайту школи

Що б ви хотіли бачити на сайті, що було б корисним для вас чи вашої дитини?

60 відповідей

Та хай усього по мінімуму буде, бо не факт, що хтось той весь об'єм тексту буде читать

Все що запропонує сайт

Інформація про події

фото та відео найважливіших подій

Життя на надбаня школи, можливості для дітей

Відео з конкурсів та подій, які відбуваються в школі. Матеріал з творчістю учнів.

Інформація про заняття та викладачів, календар з темами та датами на рік відповідно кожному з занять

Можливо короткі статті на тему мистецтва, а також «як знайти свій стиль» «як боротися з арт блоком»

Ваші побажання/очікування від дизайну сайту Школи?

36 відповідей

Я б хотіла бачити щось сучасне, яскраве та привабливе, щоб більше людей дізналися про цей сайт

Щоб за логотипом Нашу школу впізнавали, і казали тут навчаються найталановитіші діти!

Як частіше публікування інформації

зручність

Щоб це був сайт в першу чергу для учнів

Спокійні кольори

Вірю, що все вийде у вмілих руках)

Мінімалізм

було б чудово зробити сайт, який буде відрізнятися від інших, щоб його впізнавали з багатьох інших

В.2. Інформаційне наповнення сайту

Структура: «Головна», «Про школу», «Відділи», «Новини та анонси», «Галерея», «Викладацький склад», «Наш блог» та «Подання заяви та контакти».

Головна.

Заголовок: Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко Іванківської селищної ради.

Навігаційна інформація: меню-бургер («Головна», «Про школу», «Відділи», «Новини та анонси», «Галерея», «Викладацький склад», «Наш блог» та «Подання заяви та контакти»), пошук на сайті, покликання на Фейсбук сторінку школи та сайт Селищної ради Іванківської ТГ.

Продовження головної – епіграф: «Творю на радість, на щастя людям» – Марія Примаченко.

Про школу.

Дитяча школа мистецтв ім. М. Примаченко Іванківської селищної ради – це заклад, який надає знання у галузі мистецтв для дітей та молоді. Школа працює з метою розвитку та всебічної підтримки талановитих дітей, їхніх здібностей.

У 1956 році в селищі Іванків Київської області було відкрито дитячу музичну школу, яку в 2002 році було перейменовано в Іванківський початковий спеціалізований мистецький навчальний заклад. Із самого початку існування мистецький заклад випустив у світ 792 своїх учні.

У 1995 році створено відділення хореографії. Учні відділення є учасниками багатьох різних обласних, міжрегіональних та Всеукраїнських конкурсів.

У 1999 році заклад поповнився відділенням естрадного вокалу. У творчих доробках учнів відділення участь у таких конкурсах, як: фестиваль дитячої творчості «Дебют»; обласні дитячі фестивалі сучасної пісні: «Пісенний вернісаж», «Калиновий дзвін», «На струнах веселки». «Червона рута» та всеукраїнський фестиваль «Діти – надія України».

2000 рік відзначився відкриттям художнього відділення (зараз – образотворчого) з класом образотворчого мистецтва. Учні беруть участь в обласних фестивалях, Всеукраїнських фестивалях та міжнародних виставках дитячих робіт.

У 2002 році заклад поповнився відділенням театрального мистецтва учні відділення приймають участь в обласних конкурсах. А в 2006 році театральному колективу «Вернісаж» присвоєно звання «Дитячої зразковий колектив». Також театральний колектив «Колорит» – володарі номінацій та дипломанти багатьох конкурсів.

У 2007 році на художньому відділі було відкрито клас дизайну, де учні мають змогу реалізувати свої творчі задуми моделювання та пошитті одягу, продемонструвати кращі зразки на показах мод. У доробку юних дизайнерів не одна колекція костюмів за різними мотивами.

Поповнюється школа і учнями з ближніх сіл. Були створені чотири філіали у селах: Обуховичі, Феновичі, Сукачі та Мусійки.

Школа є співзасновником багатьох районних заходів, серед яких: «Ранкова зірка – нові імена», «Мелодії Різдва», районний конкурс – фестиваль гармоністів-баяністів «Джерело».

У 2008 році закладу присвоєно ім'я народної художниці Марії Примаченко.

У школі працює хор учнів старших класів, ансамблі малих форм, вокальний колектив «Едельвейс», театральний колектив «Колорит», ансамбль бандуристів «Доріженька».

Діти – краща частина населення земного шару і їм належить майбутнє. Ми, дорослі, маємо створювати для них такі умови, щоб викликати в їх душах бажання вирости справжніми, добрими і чуйними людьми.

Сьогодні школа – це сучасний мистецький навчальний заклад, в якому постійно запроваджуються нові технології в галузі педагогіку та мистецтва. Педагогічний колектив постійно прагне впроваджувати світові надбання.

Випускники нашої школи стають викладачами шкіл мистецтв, дитячих садків, загальноосвітніх шкіл та ліцеїв, виконавцями та митцями.

Про творчість Марії Примаченко.

Школа носить ім'я відомої на весь світ художниці, а саме Марії Оксентіївни Примаченко, яка була представницею наївного мистецтва та стилізацій. Її творчість надихала відомих митців, а дух сповнює ідентичности українського народу!

Марія Оксентіївна Примаченко (1909–1997) — легендарна українська художниця, яка своїм талантом та унікальним стилем підкорила світ. Її роботи є яскравим прикладом наївного мистецтва, сповненого народних мотивів, фантазії та символізму.

Народилася 12 січня 1909 року в селі Болотня на Київщині, в родині народних майстрів. Її батько був теслею, а мати займалася вишиванням. У дитинстві Марія перенесла поліомієліт, який залишив відбиток на її здоров'ї, але не зміг стати перешкодою для розвитку її творчого таланту.

Марія не мала професійної художньої освіти, але з дитинства виявляла природній хист до малювання та вишивки. Її творчий шлях розпочався у 1930-х роках, коли художниця брала участь у Всеукраїнській виставці народного мистецтва в Києві. Саме тоді вона вперше здобула широке визнання.

Твори Марії Примаченко вирізняються фантастичними сюжетами, яскравими образами та неймовірним колористичним рішенням. У її картинах оживають казкові звірі, дивовижні птахи, квіти та сцени народного життя. Свої роботи вона виконувала здебільшого у техніці гуаші, а на початку творчого шляху також займалася вишивкою та керамікою.

Фантазійність і метафоричність були основою її стилю. Картини Примаченко поєднують глибокий символізм із фольклорними мотивами, звертаючись до вічних тем добра і зла, життя і смерті. Її мистецтво сприймається не лише як естетичне задоволення, а й як культурний код, що розповідає про українські традиції.

У 1937 році роботи Марії Примаченко отримали золоту медаль на Всесвітній виставці в Парижі, що стало важливою віхою у її творчій біографії.

Згодом вона здобула численні нагороди та почесні звання: у 1966 році стала Заслуженим діячем мистецтв УРСР, а в 1988 — Народним художником України.

Попри скромне життя у рідному селі, її роботи стали відомими далеко за межами України. Твори Марії Примаченко сьогодні зберігаються у музеях, галереях та приватних колекціях по всьому світу.

На жаль, у 2022 році під час війни було знищено Іванківський музей на Київщині, де зберігалася частина творчої спадщини Марії Примаченко. Ця втрата викликала величезний резонанс у світі та привернула увагу до значення збереження культурної спадщини.

Марія Примаченко залишила по собі не лише багатий художній спадок, а й величезний вплив на сучасну культуру. Її ім'я носять вулиці, школи та культурні заклади, а її творчість надихає нові покоління митців і дизайнерів.

Марія — це символ української душі.

Відділи.

Налічується 6 відділів:

- музичні інструменти;
- сольний спів;
- театральне мистецтво;
- хореографія;
- образотворче мистецтво. Для прикладу можна написати опис: Це простір, де мистецтво зустрічається з сучасністю, де народжуються нові ідеї та розвиваються майбутні митці й дизайнери. Викладачі мають багаторічний педагогічний досвід і власний творчий доробок, включаючи участь у виставках, конкурсах та проєктах на місцевому та міжнародному рівнях. Їхні знання охоплюють як класичні техніки образотворчого мистецтва, так і сучасні підходи до графічного дизайну, роботи з цифровими інструментами та створення креативних проєктів;
- кіномистецтво.

Новини та анонси.

Переглянути останні новини на сторінці в Фейсбук школи.

Галерея.

- Творчі роботи;
- Концерти;
- Флешмоби;
- Майстер-класи.

Викладацький склад. Приклад для сайту.

Яковлева Оксана Олександрівна. Директор школи, викладач класу кіномистецтва;

Білохвост Ярина Анатоліївна. Завуч, викладач класу образотворчого мистецтва.

Інформація про викладача: Талановита викладачка, яка вже багато років допомагає учням розкривати свій творчий потенціал. Завдяки її професійному підходу учні вивчають основи малюнка, живопису, графіки та інших технік, опановуючи як класичні, так і сучасні методи художньої роботи;

Конак Алла Андріївна. Викладач музичної теорії, диригент хору;

Яншаєв Юрій Михайлович. Викладач класу образотворчого мистецтва;

Устименко Тетяна Іванівна. Завідувач та викладач класу хореографії;

Якименко Олександр Миколайович. Викладач класу гітари.

Наш блог.

Можна почати з чогось мистецького та мотиваційного.

Подання заявок.

Необхідно вказати: прізвище та ім'я; номер телефону; електронна скринька; коментар (подання заяви, пропозиції тощо).

Контактна інформація.

Primachenkoschool@ukr.net

+380 4591 51776

вул. Івана Проскури, 4, Іванків, Іванківська ТГ, Київська область, 07200

Додаток Г

Рис. Г.1. Вайрфрейм мобільної версії. Основна сторінка

Вайрфрейм мобільної версії. Основна сторінка



Рис. Г.2. Вайрфрейм мобільної версії. Додаткові сторінки

Вайрфрейм мобільної версії. Додаткові сторінки

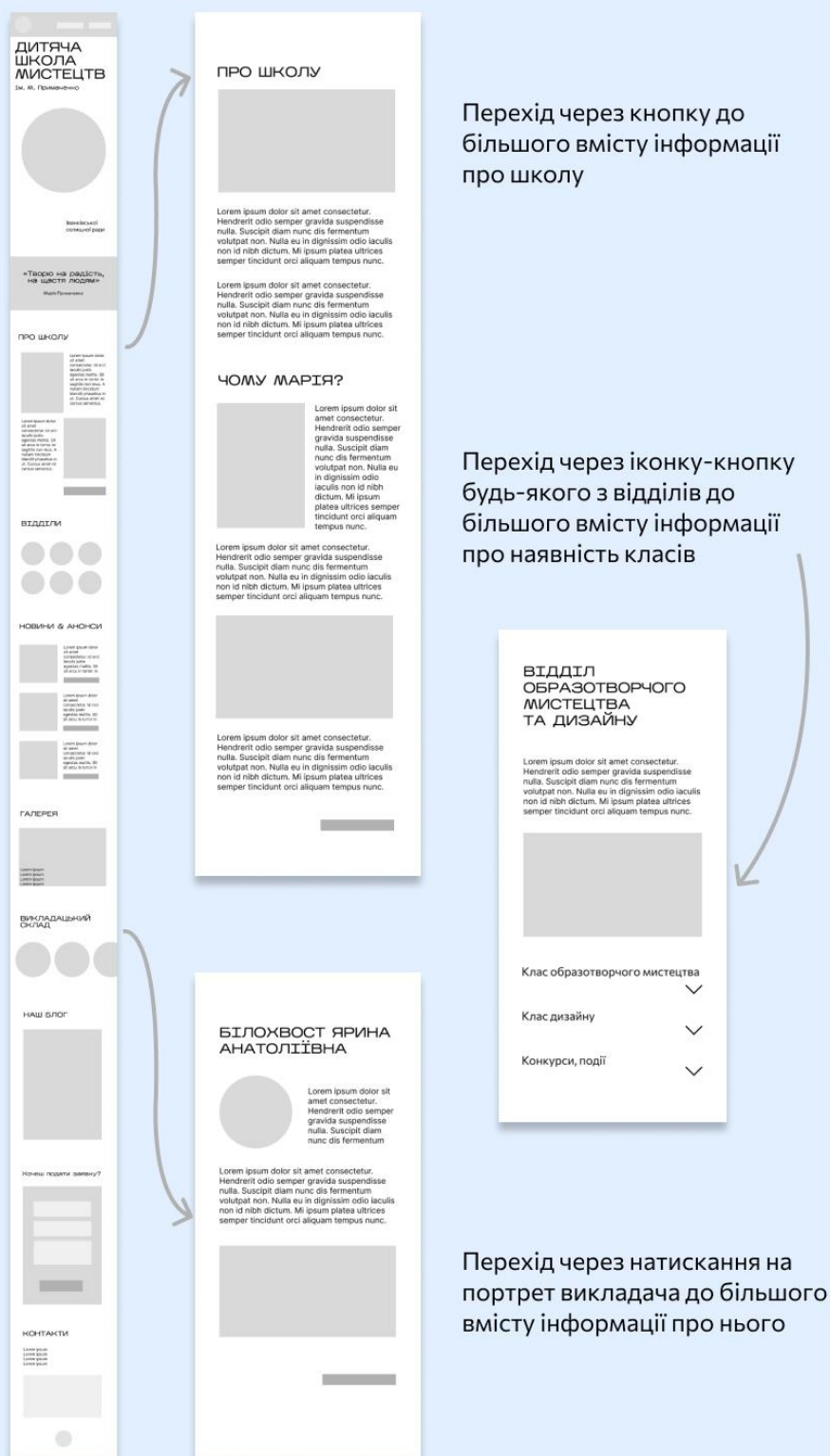
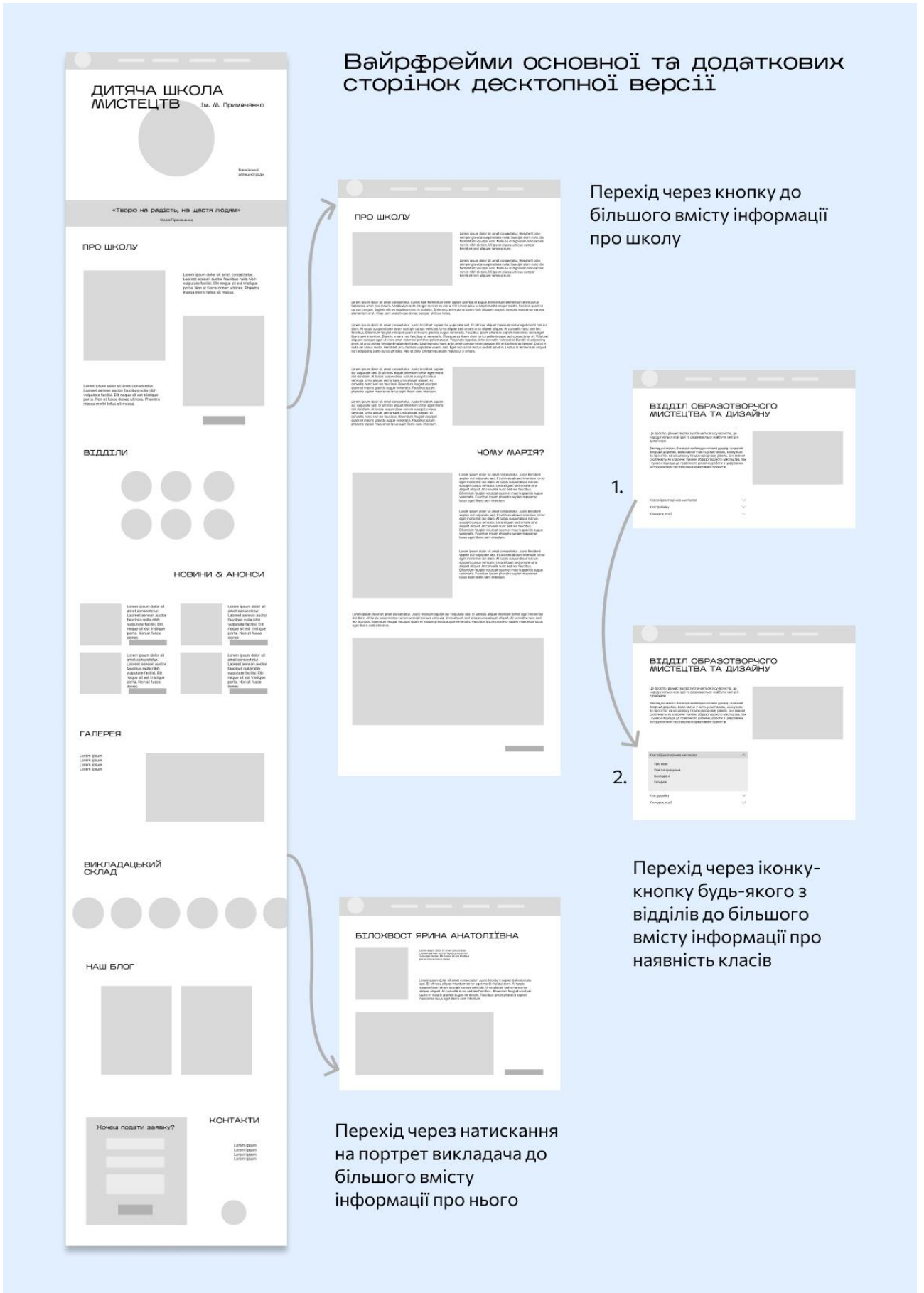


Рис. Г.3. Вайрфрейми основної та додаткових сторінок десктопної версії



Вайрфрейми основної та додаткових сторінок десктопної версії

Перехід через кнопку до більшого вмісту інформації про школу

1.

2.

Перехід через іконку-кнопку будь-якого з відділів до більшого вмісту інформації про наявність класів

Перехід через натискання на портрет викладача до більшого вмісту інформації про нього

Рис. Г.4. 3D-візуалізація маскоти школи

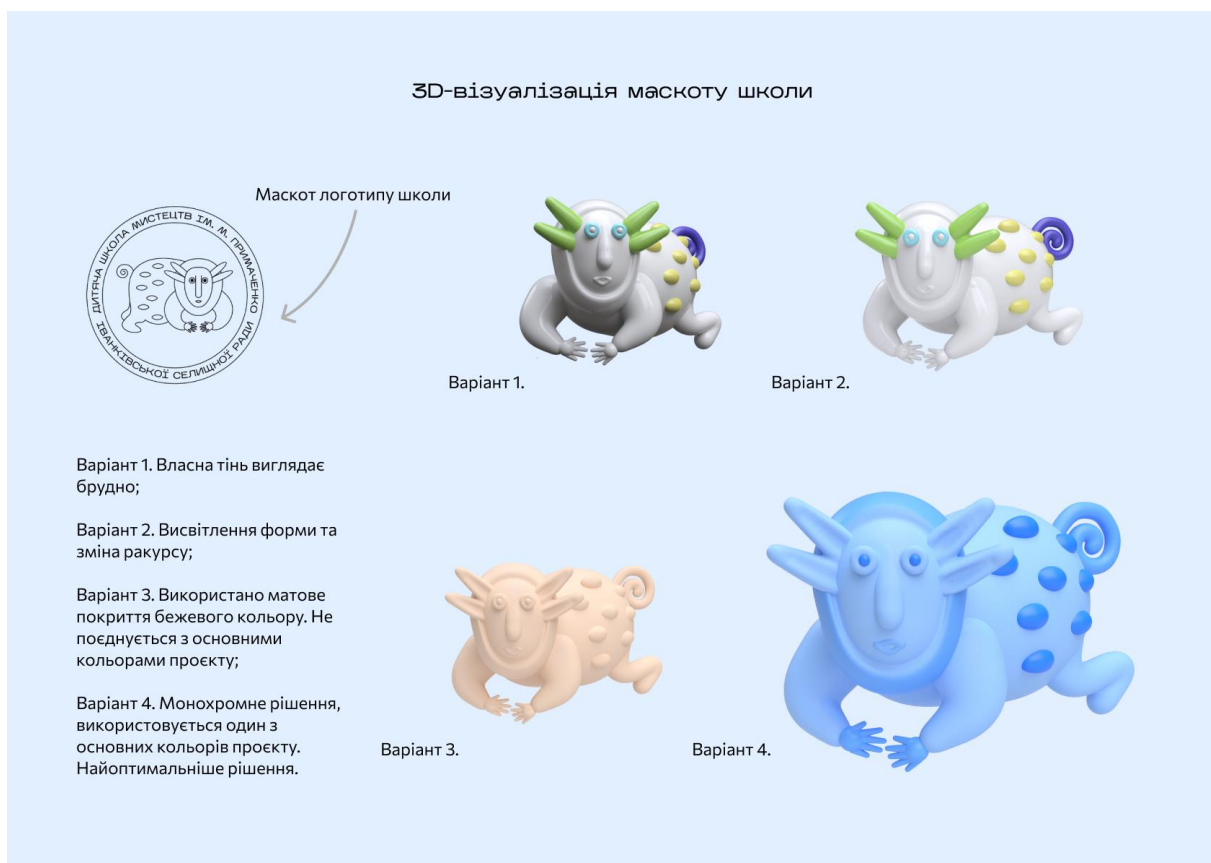


Рис. Г.5. Кольорова гама дизайн-проєкту

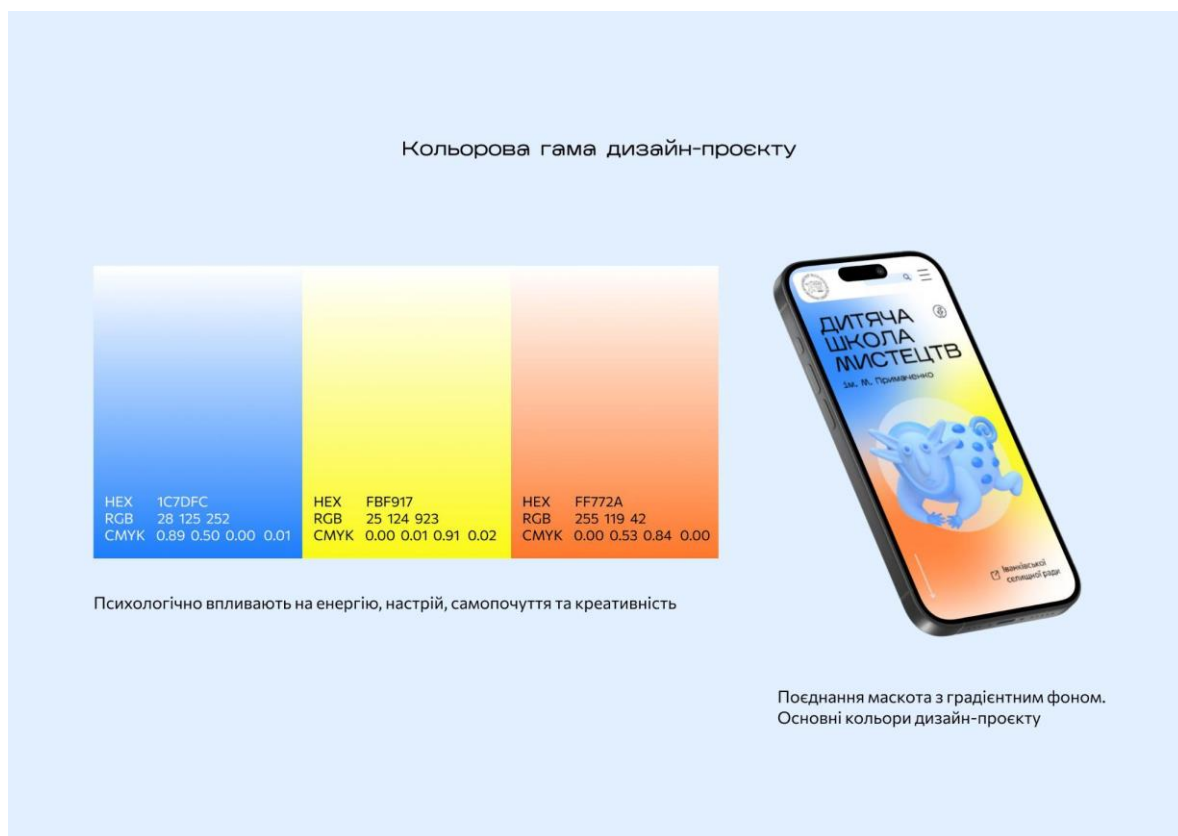


Рис. Г.6. Створення зображень за допомогою ШІ

Створення зображень за допомогою ШІ



Створення фотографій
викладацького складу по їхнім
рисам та спільному фоні



Створення фотографії у класі
образотворчого мистецтва та
зображення викладачки даного класу



Створення фотографії з виставки
робіт учнів



Візуалізація основної та додаткових сторінок мобільної версії

Перехід через кнопку до більшого вмісту інформації про школу



Перехід через іконку-кнопку будь-якого з відділів до більшого вмісту інформації про наявність класів



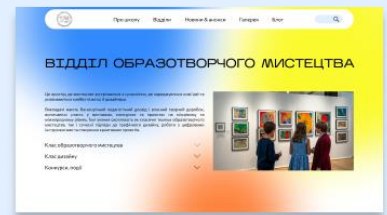
Перехід через натискання на портрет викладача до більшого вмісту інформації про нього

Рис. Г.8. Візуалізація основної та додаткових сторінок десктопної версії

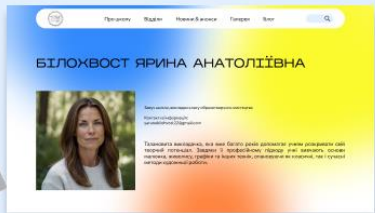
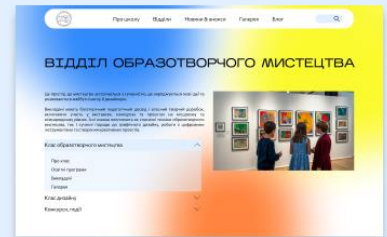
Візуалізація основної та додаткових сторінок десктопної версії



Перехід через кнопку до більшого вмісту інформації про школу



Перехід через іконку-кнопку будь-якого з відділів до більшого вмісту інформації про наявність класів



Перехід через натискання на портрет викладача до більшого вмісту інформації про нього

Рис. Д.1. Візуальний контент. Розробка зображення для допису та розповіді



Рис. Д.2. Візуальний контент. Розробка зображення для допису та розповіді

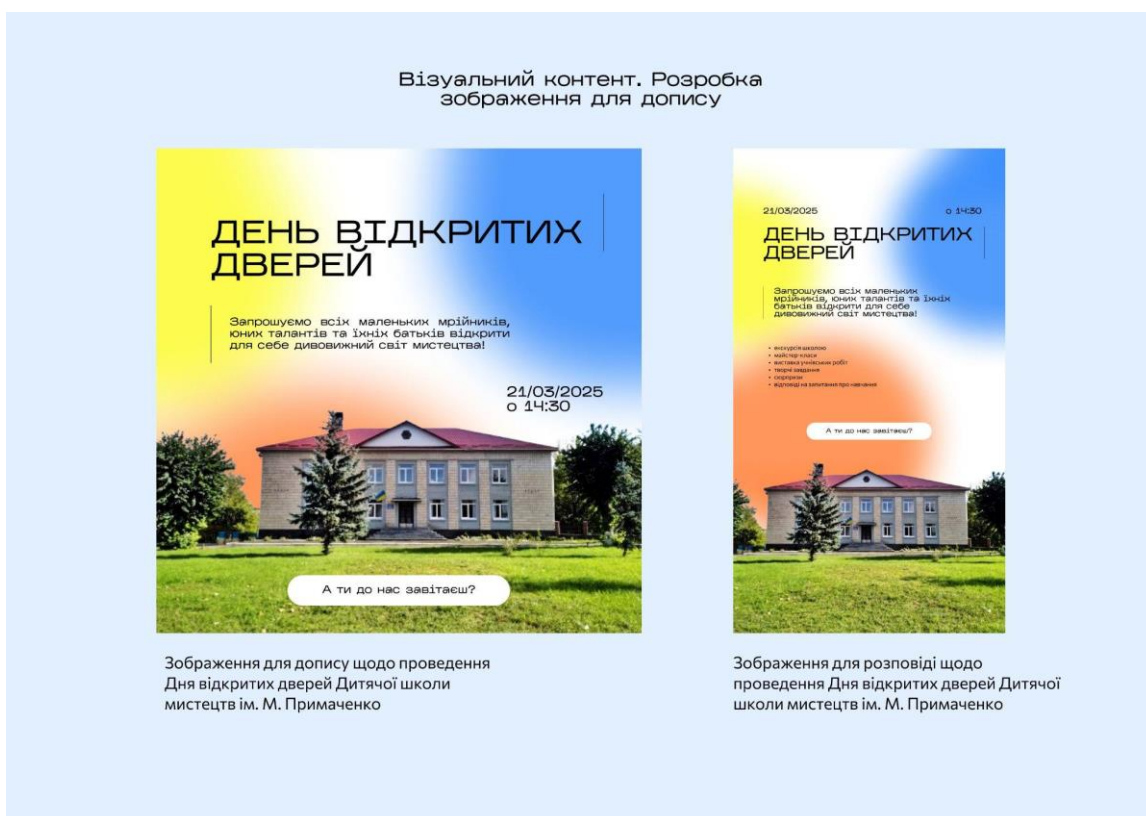


Рис. Д.3. Візуальний контент. Розробка зображення для допису та розповіді

Візуальний контент. Розробка зображення для допису



Зображення для допису про запрошення на майстер-клас з хореографії



Зображення для розповіді про запрошення на майстер-клас з хореографії

Рис. Д.4. Візуальний контент. Розробка зображення для допису та розповіді

Візуальний контент. Розробка зображення для допису



Зображення для допису про запрошення на Звітний концерт школи



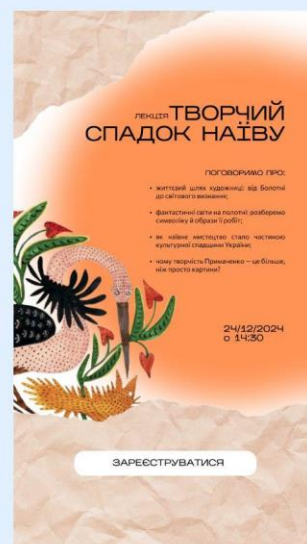
Зображення для допису про запрошення на Звітний концерт школи

Рис. Д.5. Візуальний контент. Розробка зображення для допису та розповіді

Візуальний контент. Розробка зображення для допису



Зображення для допису щодо проведення лекції присвяченій творчості М. Примаченко



Зображення для розповіді щодо проведення лекції присвяченій творчості М. Примаченко

Додаток Е. Плакати А1

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
 НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
 НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМИ

Сучасні тренди дизайну сайтів освітніх закладів (на прикладі Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко)

Перехід через кнопку до більшого вмісту інформації про школу



Основна сторінка, що налічує необхідну інформацію для ознайомлення зі школою



Перехід через іконку-кнопку будь-якого з відділів до більшого вмісту інформації про наявність класів



Візуалізація основної та додаткових сторінок мобільної версії



Вигляд на носії



3D-візуалізація маскиоти школи



Кольорова гама дизайн-проекту. Основні кольори

HEX	#C9E0E9	HEX	#F0F0F0	HEX	#FF7F50
RGB	201 224 233	RGB	255 255 255	RGB	255 127 80
CMYK	0.09 0.50 0.00 0.01	CMYK	0.00 0.01 0.01 0.02	CMYK	0.00 0.53 0.84 0.00

Психологічно впливають на енергію, настрій, самопочуття та креативність

Використані шрифти

Kharkiv Tone
 Aa Bb Gg Tt Dd Ee Jj Zz
 Ss Mm Ll Pp Qq Rr Uu Ff Xx Yy Cc Vv
 Чч Шш Щш ґ Юу Яя
 (. : ; ' ? ! @ # \$ % ^ & * ~)
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Commissioner
 Aa Bb Gg Tt Dd Ee Jj Zz
 Ss Mm Ll Pp Qq Rr Uu Ff Xx Yy Cc Vv
 Чч Шш Юу Яя
 (. : ; ' ? ! @ # \$ % ^ & * ~)
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Виконала: здобувачка II курсу
 групи МДБ-022-23а
 спеціальності 022 "Дизайн"
 Заболотна Кароліна Геннадівна
 Керівник: кандидат філос. наук,
 доцент катедри граф. дизайну
 Слівінська Аліна Францівна

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
 НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
 НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМИ

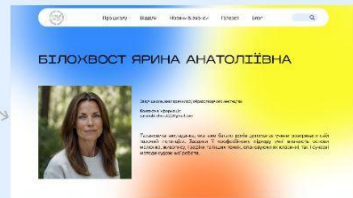
Сучасні тренди дизайну сайтів освітніх закладів
 (на прикладі Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко)



Основна сторінка, що налічує необхідну інформацію для ознайомлення зі школою



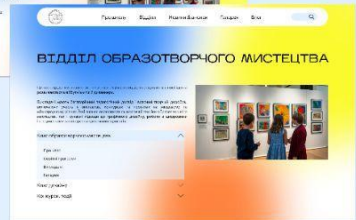
Візуалізація основної та додаткових сторінок десктопної версії



Перехід через натискання на портрет викладача до більшого вмісту інформації про нього



Перехід через іконку-кнопку будь-якого з відділів до більшого вмісту інформації про наявність класів



Перехід через кнопку до більшого вмісту інформації про школу



Вигляд на носії

Виконала: здобувачка II курсу групи МДЗ-022-233 спеціальності: 022 "Дизайн" Заболотна Кароліна Геннадіївна

Керівник: кандидат філос. наук, доцент кафедри граф. дизайну Слівінська Аліна Францівна

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
 НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
 НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМИ

Сучасні тренди дизайну сайтів освітніх закладів
 (на прикладі Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко)



Зображення для допису, де сповіщається про розроблений сайт



Зображення для допису щодо проведення Дня відкритих дверей Дитячої школи мистецтв ім. М. Примаченко



Зображення для допису про запрошення на майстер-клас з хореографії



Зображення для допису про запрошення на Звітний концерт школи

Візуалізація контенту для промоції школи у соціальній мережі Facebook



Вигляд на носі



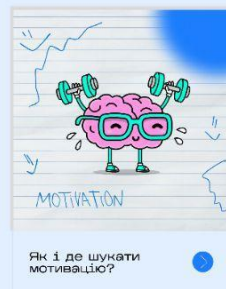
Дублювання візуалу дописів для розповіді (stories)



Зображення для допису щодо проведення лекції присвяченій творчості М. Примаченко



Візуалізація дописів для блогу, розміщуються на сайті школи



Виконала: здобувачка II курсу групи МДЗ-022-23з спеціальності: 022 "Дизайн" Заболотна Кароліна Геннадіївна

Керівник: кандидат філос. наук, доцент кафедри граф. дизайну Слівінська Аліна Францівна