

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ ТА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І
СИСТЕМ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: UX/UI-дизайн сайту для творчого портфоліо фотографа

Здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
IV курсу, групи ЦДБ-22-1, спеціальності 122 «Комп'ютерні науки»,
освітня програма «Технології цифрового дизайну»


(підпис)

Козубського Миколи
Миколайовича
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий
керівник


(підпис)

Ратушняк Тетяна Володимирівна,
канд. фіз.-мат. наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь,
вчене звання)

Керівник освітньо-
професійної програми


(підпис)

Ратушняк Тетяна Володимирівна
канд. фіз.-мат. наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь,
вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри комп'ютерних та інформаційних
технологій і систем протокол від « 12 » травня 2026 № 20

Завідувач кафедри


(підпис)

Філоненко Михайло
Миколайович, канд. фіз.-мат.
наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь,
вчене звання)

Реєстрація № 70

29.05.2026

(дата)



(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки

до захисту

(до захисту, на доопрацювання)

12.05.26

(дата)



(підпис)

Результат захисту

4 (добре)

(оцінка)

11.06.2026

(дата)



(підпис)

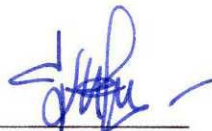
Голова комісії:



(підпис)

О.С. Дюбанов

Члени комісії:



(підпис)

М.М. Філоненко



(підпис)

Т.В. Ратушняк



(підпис)

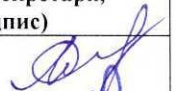
В.О. Ніжегородцев

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.Б.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Зміст випускної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	26		11.06.2026 Ратушняк Т.В.  Дюбанов О.С.  Філоненко М.М.  Ратушняк Т.В.  Ніжегородцев В.О.  Суховерхня Л.П. 
2. Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	7		
3. Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	4		
4. Рецензент	від 0 до 5	4		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	41		

Оцінювання кваліфікаційної роботи науковим керівником – 39 балів.

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100- бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.Б.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
80	B	4 (добре)	11.06.2026	Дюбанов О.С.  Філоненко М.М.  Ратушняк Т.В.  Ніжегородцев В.О.  Суховерхня Л.П. 

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	F X	2 (незадовільно)

Факультет фінансів та цифрових технологій
Кафедра комп'ютерних та інформаційних технологій і систем
Галузь знань: 12 «Інформаційні технології»
Спеціальність: 122 «Комп'ютерні науки»
Освітня програма: «Технології цифрового дизайну»

Затверджую
Завідувач кафедри  Філоненко М.М.
«01» грудня 2025

Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувачу вищої освіти
Козубському Миколі Миколайовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: UX/UI-дизайн сайту для творчого портфоліо фотографа

Затверджена наказом ректора від «28» листопада 2025 № 1526

2. Строк здачі закінченої роботи «11» травня 2026

3. Мета роботи: проектування інтуїтивного користувацького інтерфейсу (UI) та користувацького досвіду (UX) адаптивного вебсайту-візитівки фотографа для забезпечення ефективної самопрезентації, оптимізації взаємодії з різними групами цільової аудиторії та підвищення конверсії відвідувачів.

Об'єкт дослідження: процеси проектування, інформаційного моделювання та програмної реалізації адаптивних інтерактивних вебресурсів.

Предмет дослідження: методи, принципи та інструментальні засоби проектування інформаційної архітектури, моделювання інтерактивної взаємодії користувачів (UX) та розробки адаптивного графічного веб-інтерфейсу (UI) для персональних медіа-ресурсів творчої спрямованості.

Орієнтовна база дослідження: науково-методична література та профільні публікації у сфері вебдизайну та комп'ютерних наук; чинні стандарти й рекомендації з розробки користувацьких інтерфейсів (UI/UX) та забезпечення адаптивності вебресурсів; функціонально-структурні особливості вебсайтів відомих творчих особистостей; а також практична діяльність фотографа як об'єкта автоматизації комунікаційних процесів.

4. Вихідні дані до роботи: вимоги до UX (користувацького досвіду), вимоги до UI (інтерфейсу), стандарти вебдоступності, хмарне середовище Figma.

5. Перелік графічного матеріалу: скріншоти макету вебсайту.

6. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

Вступ; Розділ 1. Теоретичні основи UI/UX дизайну: Поняття UI та UX дизайну, Специфіка дизайну портфоліо-сайтів для творчих спеціалістів, Сучасні тенденції у вебдизайні, Огляд інструментів проектування, Figma як основний засіб; Розділ 2. Аналітична частина: Аналіз цільової аудиторії, Конкурентний аналіз, Формування вимог до дизайну, Вибір структури сайту та навігаційної моделі; Розділ 3. Практична частина: Архітектура інформації та карта сайту, Wireframing та прототипування в Figma, Розробка UI-концепції, Дизайн ключових сторінок; Висновки; Список використаних джерел; Додаток.

7. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактич но
1	2	3	4
1	Вибір теми, підбір літературних джерел, формування структури кваліфікаційної роботи	До 30.10.2025	До 30.10.2025
2	I розділ (розкрити сутність і стан дослідження наукової проблематики роботи, після чого навести її загальну характеристику; огляд літератури за темою і вибір конкретних напрямів досліджень)	29.12.2025	29.12.2025
3	II розділ (аналіз експериментальної частини про методики досліджень)	23.02.2026	23.02.2026
4	III розділ (проведені теоретичні і (або) експериментальні дослідження та проєктні рішення)	20.04.2026	20.04.2026
5	Висновки	04.05.2026	04.05.2026
6	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	11.05.2026	11.05.2026
7	Отримання відгуку керівника	01.05.2026	01.05.2026
8	Отримання зовнішньої рецензії	04.06.2026	04.06.2026

8. Дата видачі завдання «01» грудня 2025

9. Керівник кваліфікаційної роботи


(підпис)

Ратушняк Т.В.
(прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми


(підпис)

Ратушняк Т.В.
(прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав
здобувач вищої освіти


(підпис)

Козубський М.
(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

UX/UI-дизайн сайту для творчого портфоліо фотографа

Мета роботи: проєктування інтуїтивного користувацького інтерфейсу (UI) та користувацького досвіду (UX) адаптивного вебсайту-візитівки для забезпечення ефективної самопрезентації фотографа, оптимізації взаємодії з різними групами цільової аудиторії та підвищення конверсії відвідувачів.

Завданням роботи є: провести аналіз науково-методичної літератури, сучасних тенденцій та стандартів у сфері проєктування користувацьких інтерфейсів (UI/UX) для адаптивних вебресурсів; здійснити порівняльний аналіз функціонально-структурних особливостей та дизайну вебсайтів відомих творчих особистостей з метою виявлення кращих практик самопрезентації та взаємодії з аудиторією; дослідити специфіку діяльності фотографа Ірини Романів та формалізувати вимоги до майбутнього вебсайту-візитівки; розробити інформаційну архітектуру та карту сайту (Sitemap), а також змоделювати сценарії користувацької взаємодії (User Flow) для різних сегментів цільової аудиторії; створити низькодеталізовані макети сторінок (Wireframes) та сформувати дизайн-систему проєкту (колірну палітру, шрифтову ієрархію, бібліотеку UI-компонентів) в інструментальному середовищі Figma; розробити адаптивні макети високої деталізації (High-Fidelity Mockups) для десктопних та мобільних пристроїв на основі принципів інтуїтивного UI/UX-дизайну; створити інтерактивний клікабельний прототип вебресурсу для тестування користувацького досвіду, мікроінтерацій та логіки переходів між секціями сайту; обґрунтувати вибір технологічного стеку та виконати програмну реалізацію адаптивного вебсайту-візитівки, забезпечивши кросплатформність та високу швидкість завантаження медіаконтенту.

Об'єкт дослідження: процеси проєктування, інформаційного моделювання та програмної реалізації адаптивних інтерактивних вебресурсів.

Предмет дослідження: методи, принципи та інструментальні засоби проєктування інформаційної архітектури, моделювання інтерактивної взаємодії користувачів (UX) та розробки адаптивного графічного веб-інтерфейсу (UI) для персональних медіа-ресурсів творчої спрямованості.

Методи дослідження: теоретичний аналіз та узагальнення науково-методичної літератури, стандартів веброзробки та нормативної документації — для визначення

сучасних вимог до юзабіліті та адаптивності; метод порівняльного аналізу (бенчмаркінг) — для вивчення чинних вебсайтів-візитівок відомих творчих особистостей, виявлення їхніх переваг, недоліків та найкращих практик інструментарію UI/UX; методи системного та структурно-функціонального аналізу — для дослідження діяльності фотографа та формалізації технічних вимог до вебресурсу; методи інформаційного моделювання — для побудови логічної структури сайту (Sitemap) та розробки сценаріїв взаємодії користувачів (User Flow); методи прототипування та UI/UX-проектування — для створення низькодеталізованих схем (Wireframes), розробки дизайн-системи та високодеталізованих адаптивних макетів в інструментальному середовищі Figma; метод інтерактивного моделювання (емпіричне тестування) — для налаштування зв'язків клікабельного прототипу та перевірки логіки інтерфейсу на ергономічність й інтуїтивність; методи об'єктно-орієнтованого та компонентного програмування — для безпосередньої програмної реалізації вебресурсу, забезпечення його адаптивності та кросплатформності.

Базою дослідження виступають науково-методична література та профільні публікації у сфері вебдизайну та комп'ютерних наук; чинні стандарти й рекомендації з розробки користувацьких інтерфейсів (UI/UX) та забезпечення адаптивності вебресурсів; функціонально-структурні особливості вебсайтів відомих творчих особистостей; а також практична діяльність фотографа як об'єкта автоматизації комунікаційних процесів.

Одержані результати можуть бути використані для створення високоефективних персональних вебресурсів творчої спрямованості, оптимізації UX/UI-дизайну в комерційних проєктах, а також як методична основа для подальших розробок у сфері адаптивного вебпроектування та комп'ютерних наук.

Кваліфікаційна робота містить 57 сторінок, 1 таблиця, список використаних джерел із 42 найменувань.

Ключові слова: користувацький інтерфейс (UI), користувацький досвід (UX), вебсайт-візитівка, інформаційна архітектура, проектування, адаптивний дизайн, прототипування, Figma, самопрезентація, конверсія, веброзробка.

Рік виконання кваліфікаційної роботи: 2026.

Рік захисту роботи: 2026.

ABSTRACT

UX/UI design of a website for a photographer's creative portfolio

Research Objective: design of an intuitive user interface (UI) and user experience (UX) of a responsive business-card website to ensure effective digital self-presentation of a photographer, optimize interaction with various target audience groups, and increase visitor conversion.

The tasks of the research are: to analyze scientific and methodological literature, current trends, and standards in the field of user interface (UI/UX) design for responsive web resources; to conduct a comparative analysis of the functional and structural features and designs of websites of well-known creative personalities to identify best practices for self-presentation and audience interaction; to investigate the specifics of activity of photographer Iryna Romaniv and formalize the requirements for the future business-card website; to develop the information architecture and sitemap, as well as model user interaction scenarios (User Flow) for different segments of the target audience; to create low-fidelity page layouts (Wireframes) and form the project design system (color palette, typography hierarchy, UI component library) in the Figma software environment; to develop responsive high-fidelity mockups for desktop and mobile devices based on the principles of intuitive UI/UX design; to create an interactive clickable prototype of the web resource to test user experience, micro-interactions, and the logic of transitions between website sections; to justify the choice of the technology stack and perform the software implementation of the responsive business-card website, ensuring cross-platform compatibility and high loading speed of media content.

Object of Research: processes of design, information modeling, and software implementation of responsive interactive web resources.

Subject of Research: methods, principles, and software tools for designing information architecture, modeling interactive user experience (UX), and developing responsive graphical web interfaces (UI) for personal media resources of a creative nature.

Research Methods: theoretical analysis and generalization of scientific and methodological literature, web development standards, and regulatory documentation — to determine modern usability and responsiveness requirements; method of comparative analysis (benchmarking) — to study existing business-card websites of well-known creative personalities, identify their advantages, disadvantages, and best practices of UI/UX tools;

methods of systemic, structural, and functional analysis — to investigate the photographer's activities and formalize technical requirements for the web resource; information modeling methods — to construct the logical structure of the site (Sitemap) and develop user interaction scenarios (User Flow); prototyping and UI/UX design methods — to create wireframes, design systems, and responsive high-fidelity layouts in the Figma software environment; interactive modeling method (empirical testing) — to set up connections in the clickable prototype and evaluate interface ergonomics and intuitiveness; object-oriented and component-based programming methods — for the direct software implementation of the web resource, ensuring its responsiveness and cross-platform compatibility.

Base of Research: scientific and methodological literature along with specialized publications in the field of web design and computer science; current standards and recommendations for user interface (UI/UX) development and web resource responsiveness; functional and structural features of websites of well-known creative personalities; as well as the practical activity of the photographer as an object of communication process automation.

The results obtained can be used to create highly effective personal web resources of a creative nature, optimize UX/UI design in commercial projects, as well as serve as a methodological basis for further research and development in the field of responsive web design and computer science.

The qualification paper consists of 57 pages, 1 table, and a reference list containing 42 items.

Keywords: user interface (UI), user experience (UX), business-card website, information architecture, design, responsive design, prototyping, Figma, self-presentation, conversion, web development.

Year of completion of the qualification paper: 2026.

Year of defense of the paper: 2026.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ UI/UX ДИЗАЙНУ	7
1.1 Поняття UI та UX дизайну: відмінності та взаємозв'язок.....	7
1.2 Специфіка дизайну портфоліо-сайтів для творчих спеціалістів.....	10
1.3 Сучасні тенденції у вебдизайні.....	14
1.4 Огляд інструментів проєктування. Figma як основний засіб.	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА	22
2.1 Аналіз цільової аудиторії	22
2.2 Конкурентний аналіз — огляд аналогічних сайтів-портфоліо.....	25
2.3 Формування вимог до майбутнього дизайну	29
2.4 Вибір структури сайту та навігаційної моделі.....	32
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА	35
3.1 Архітектура інформації та карта сайту	35
3.2 Wireframing та прототипування в Figma.....	37
3.3 Розробка UI-концепції	41
3.4 Дизайн ключових сторінок.....	43
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТОК.....	58

ВСТУП

Стрімкий розвиток цифрових технологій і зростання конкуренції у творчих індустріях зумовили підвищення вимог до онлайн-присутності фахівців візуальних професій. Для фотографа персональний вебсайт-портфоліо є не просто додатковим інструментом просування, а основним цифровим простором самопрезентації, що формує перше і найчастіше вирішальне враження про автора та його роботи. Саме через портфоліо-сайт потенційний клієнт оцінює рівень майстерності, жанровий діапазон і художній стиль фотографа ще до будь-якого особистого контакту.

Якість цього першого враження визначається не лише рівнем самих фотографій, а й якістю цифрового середовища, в якому вони представлені. Погано організований, візуально неупорядкований або незручний у використанні сайт може знецінити навіть найкращі роботи — і навпаки, вдумливо спроектований інтерфейс здатен підсилити їхній вплив на відвідувача. Саме тому проєктування UI/UX для портфоліо фотографа є окремою і самостійною дизайнерською задачею, що потребує глибокого розуміння принципів користувацького досвіду, сучасних тенденцій вебдизайну і специфіки творчого контенту.

У даній роботі об'єктом проєктування є сайт-портфоліо фотографа Ірини Романів — молодого спеціаліста, що спеціалізується на концертній та портретній зйомці і працює переважно в Ірпені та Києві. Проєкт охоплює повний цикл дизайн-процесу: від дослідження цільової аудиторії і конкурентного аналізу до розробки інформаційної архітектури, UI-концепції та інтерактивного прототипу в Figma.

Актуальність теми. Попит на якісні портфоліо-сайти серед представників творчих професій неупинно зростає в умовах цифровізації всіх сфер діяльності. Разом з тим більшість наявних рішень у цьому сегменті є або шаблонними, що не відображають індивідуальність автора, або технічно складними у реалізації. Розробка обґрунтованого UI/UX-підходу до проєктування портфоліо-сайту

фотографа є актуальною як з практичної, так і з академічної точки зору, оскільки поєднує теоретичні засади дизайну з конкретним прикладним результатом.

Мета роботи. розробити концепцію та інтерактивний UI/UX-дизайн вебсайту-портфоліо фотографа, що відповідає сучасним стандартам вебдизайну, потребам цільової аудиторії і художньому характеру представленого контенту.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- провести аналіз науково-методичної літератури, сучасних тенденцій та стандартів у сфері проєктування користувацьких інтерфейсів (UI/UX) для адаптивних вебресурсів;

- здійснити порівняльний аналіз функціонально-структурних особливостей та дизайну вебсайтів відомих творчих особистостей з метою виявлення кращих практик самопрезентації та взаємодії з аудиторією;

- дослідити специфіку діяльності фотографа Ірини Романів та формалізувати вимоги до майбутнього вебсайту-візитівки; розробити інформаційну архітектуру та карту сайту (Sitemap), а також змодельовати сценарії користувацької взаємодії (User Flow) для різних сегментів цільової аудиторії;

- створити низькодеталізовані макети сторінок (Wireframes) та сформулювати дизайн-систему проєкту (колірну палітру, шрифтову ієрархію, бібліотеку UI-компонентів) в інструментальному середовищі Figma;

- розробити адаптивні макети високої деталізації (High-Fidelity Mockups) для десктопних та мобільних пристроїв на основі принципів інтуїтивного UI/UX-дизайну;

- створити інтерактивний клікабельний прототип вебресурсу для тестування користувацького досвіду, мікроінтеракцій та логіки переходів між секціями сайту;

- виконати програмну реалізацію адаптивного вебсайту-візитівки, забезпечивши кросплатформність та високу швидкість завантаження медіаконтенту.

Об'єкт дослідження: процеси проєктування, інформаційного моделювання та програмної реалізації адаптивних інтерактивних вебресурсів.

Предмет дослідження: методи, принципи та інструментальні засоби проєктування інформаційної архітектури, моделювання інтерактивної взаємодії користувачів (UX) та розробки адаптивного графічного веб-інтерфейсу (UI) для персональних медіа-ресурсів творчої спрямованості.

Методи дослідження: теоретичний аналіз та узагальнення науково-методичної літератури, стандартів веброзробки та нормативної документації — для визначення сучасних вимог до юзабіліті та адаптивності; метод порівняльного аналізу (бенчмаркінг) — для вивчення чинних вебсайтів-візитівок відомих творчих особистостей, виявлення їхніх переваг, недоліків та найкращих практик інструментарію UI/UX; методи системного та структурно-функціонального аналізу — для дослідження діяльності фотографа та формалізації технічних вимог до вебресурсу; методи інформаційного моделювання — для побудови логічної структури сайту (Sitemap) та розробки сценаріїв взаємодії користувачів (User Flow); методи прототипування та UI/UX-проєктування — для створення низькодеталізованих схем (Wireframes), розробки дизайн-системи та високодеталізованих адаптивних макетів в інструментальному середовищі Figma; метод інтерактивного моделювання (емпіричне тестування) — для налаштування зв'язків клікабельного прототипу та перевірки логіки інтерфейсу на ергономічність й інтуїтивність; методи об'єктно-орієнтованого та компонентного програмування — для безпосередньої програмної реалізації вебресурсу, забезпечення його адаптивності та кросплатформності.

Практичне значення роботи. результатом виконання дипломного проєкту є повноцінний інтерактивний прототип вебсайту-портфоліо, придатний для використання як основа для подальшої веброзробки. Прототип реалізує всі ключові сторінки сайту — Home, Portfolio, три галереї фотосесій, About і Contact — з анімованими переходами між сторінками і лайтбокс-механізмом для перегляду окремих знімків.

Структура роботи. робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. Перший розділ присвячено теоретичним основам UI/UX дизайну, специфіці портфоліо-сайтів і огляду інструментів проєктування. Другий розділ містить аналіз цільової аудиторії, конкурентне дослідження і формування вимог до дизайну. Третій розділ описує практичну реалізацію проєкту: архітектуру інформації, прототипування, UI-концепцію і детальний опис дизайну кожної вебсторінки сайту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ UI/UX ДИЗАЙНУ

1.1 Поняття UI та UX дизайну: відмінності та взаємозв'язок

У сучасному цифровому середовищі поняття «дизайн інтерфейсу» нерідко використовується як узагальнений термін, що охоплює широкий спектр дисциплін. Однак у професійній практиці розрізняють два самостійні, хоча й тісно пов'язані між собою напрями: UI-дизайн (User Interface Design — дизайн користувацького інтерфейсу) та UX-дизайн (User Experience Design — дизайн користувацького досвіду). Розуміння відмінностей між ними є необхідною умовою для якісного проєктування будь-якого цифрового продукту, зокрема вебсайту-портфоліо.

UX-дизайн — це процес проєктування, спрямований на формування позитивного, осмисленого і зручного досвіду взаємодії користувача з продуктом. Термін «користувацький досвід» (user experience) набув широкого поширення завдяки Дональду Норману, який у 1990-х роках популяризував це поняття у контексті проєктування зручних і зрозумілих продуктів. За Норманом, досвід охоплює всі аспекти взаємодії людини з компанією, її послугами та продуктами.

UX-дизайн охоплює такі ключові складові: дослідження цільової аудиторії та її потреб; визначення цілей і сценаріїв використання продукту; проєктування інформаційної архітектури та навігації; створення wireframe-прототипів та схем взаємодії; тестування зручності використання (usability testing). Головна мета UX-дизайнера — зрозуміти, чому і як люди використовують продукт, та забезпечити, щоб цей процес був максимально ефективним і приємним. На цьому етапі не йдеться про колір кнопок чи шрифти — йдеться про логіку, структуру та поведінку продукту.

У контексті вебсайту-портфоліо фотографа UX-дизайн передбачає визначення того, як відвідувач шукатиме роботи, яким чином він перейде від перегляду галереї до форми зворотного зв'язку, як буде організована навігація між розділами. Якщо ці переходи є інтуїтивними і логічними, то UX вважається успішним незалежно від візуального оформлення.

UI-дизайн — це дисципліна, що відповідає за візуальне та інтерактивне оформлення інтерфейсу. Якщо UX-дизайн визначає структуру та логіку, то UI-дизайн відповідає на питання: «Як це виглядає і як реагує на дії користувача?». UI охоплює всі візуальні елементи інтерфейсу: кнопки, поля введення, іконки, зображення, відступи, кольорові схеми, типографіку, анімації та мікровзаємодії.

Ключові завдання UI-дизайнера включають розробку колірної палітри та забезпечення її відповідності бренду; підбір і ієрархізацію шрифтів; проєктування системи компонентів (кнопки, форми, картки); забезпечення візуальної узгодженості всіх екранів; роботу з адаптивністю інтерфейсу для різних пристроїв. Гарний UI-дизайн — це не просто естетична привабливість. Він має функціонально підтримувати UX: кольором, формою та розміщенням елементів направляти погляд користувача у потрібному напрямку, виділяти важливе і приховувати другорядне.

Для портфоліо фотографа UI-дизайн відіграє особливо важливу роль, оскільки сам продукт є візуальним за своєю природою. Темний фон підкреслює яскравість і глибину фотографій; мінімалістична навігація не відволікає увагу від зображень; акцентні кольори спрямовують погляд на ключові дії (наприклад, кнопку контакту або перегляду фотосесії).

Ключові відмінності між UI та UX.

Попри тісний взаємозв'язок, UI та UX є принципово різними дисциплінами з різними методологіями, інструментами та фокусом уваги. Найпростіша аналогія: UX — це план будинку (де розташовані кімнати, як з них виходити, де двері), а UI — це дизайн інтер'єру (якого кольору стіни, яка меблі, яке освітлення).

Принципова відмінність також полягає у підходах до оцінки якості. UX оцінюється через метрики зручності використання: чи може користувач досягти своєї мети, скільки кроків для цього потрібно, чи виникають помилки. UI оцінюється через естетичне сприйняття, відповідність бренду та якість візуальної ієрархії. Обидва підходи є необхідними і жоден не може замінити інший.

Ще одна важлива відмінність — послідовність роботи. У типовому процесі проєктування UX-дизайн передує UI-дизайну: спочатку визначається структура та логіка взаємодії, а потім на цю основу накладається візуальне оформлення. Порушення цієї послідовності часто призводить до естетично привабливих, але функціонально незручних продуктів.

Взаємозв'язок UI та UX у веброзробці.

Незважаючи на відмінності, UI та UX нерозривно пов'язані між собою. Жоден з них не може існувати в ізоляції та забезпечити якісний продукт без підтримки іншого. Продукт із чудовим UX, але поганим UI, буде зручним у використанні, але відштовхуватиме користувачів своїм непривабливим виглядом. Водночас продукт із красивим UI, але слабким UX, може справити гарне перше враження, проте викличе розчарування під час реального використання.

У сучасній практиці вебдизайну межа між цими дисциплінами часто є умовною: дизайнери нерідко поєднують компетенції обох напрямів. Широко використовуваний термін «продуктовий дизайнер» (product designer) саме й позначає фахівця, який охоплює весь цикл — від дослідження користувачів до фінального візуального рішення.

Ключовим зв'язуючим елементом між UI та UX є прототип. Прототипування — це процес створення інтерактивних макетів, що моделюють поведінку майбутнього продукту без його повноцінної розробки. Саме у прототипі UX-рішення (навігація, переходи, сценарії) набувають візуального втілення засобами UI. Figma, яка використовується у цій роботі, є одним з провідних інструментів для одночасного проєктування UI та UX з можливістю створення інтерактивних прототипів з переходами між екранами.

Для вебсайту-портфоліо фотографа синергія UI та UX виявляється особливо яскраво. UX-рішення — чітка структура з розділами Home, Portfolio, Photoshoot, About, Contact — забезпечує зрозуміле орієнтування на сайті. UI-рішення — темна кольорова схема, мінімалістична типографіка, повноекранні фотографії — створюють атмосферу, що відповідає творчому характеру

представленого контенту. Разом ці два виміри формують цілісний і переконливий цифровий продукт.

Чітке розмежування та усвідомлення взаємозв'язку UI та UX є фундаментом для свідомого підходу до проєктування. Під час виконання дипломного проєкту — розробки сайту-портфоліо фотографа Ірини Романів — обидва аспекти враховувалися на кожному етапі роботи. На рівні UX визначалася структура сайту, логіка переходів між сторінками та сценарії використання для різних типів відвідувачів. На рівні UI формувалася колірна система, добиралася типографіка, проєктувалися компоненти та галереї.

Таким чином, розуміння відмінностей між UI та UX дизайном дозволяє підходити до створення цифрових продуктів системно та усвідомлено, забезпечуючи не лише естетичну привабливість результату, але й його практичну цінність для кінцевого користувача.

1.2 Специфіка дизайну портфоліо-сайтів для творчих спеціалістів

Портфоліо-сайт є одним із найважливіших інструментів самопрезентації для фахівців творчих професій — фотографів, ілюстраторів, дизайнерів, відеографів та художників. На відміну від корпоративних чи комерційних сайтів, портфоліо виконує водночас кілька функцій: демонструє якість і стиль робіт, формує особистий бренд автора, встановлює емоційний контакт з потенційним клієнтом і забезпечує зручний канал для зворотного зв'язку. Саме тому дизайн такого сайту підпорядковується особливій логіці, яка суттєво відрізняється від підходів до проєктування інформаційних чи комерційних ресурсів.

Головна відмінність портфоліо-сайту від інших типів вебресурсів полягає в тому, що сам контент — роботи автора — є одночасно і предметом демонстрації, і головним аргументом на користь співпраці. Це означає, що весь дизайн інтерфейсу підпорядкований єдиній меті: показати роботи максимально вигідно, не відволікаючи увагу від їхньої якості. Будь-який зайвий візуальний елемент — надмірна анімація, складна навігація, перевантажений футер — ризикує конкурувати з самим контентом і послаблювати загальне враження.

Саме тому для портфоліо творчих спеціалістів характерний принцип візуального мінімалізму: лаконічний інтерфейс, обмежена кількість кольорів, проста навігація і максимальний акцент на зображеннях або відео. Інтерфейс у такому випадку виступає не як самостійний художній об'єкт, а як нейтральна рамка, що виділяє і підкреслює роботи автора.

Цільова аудиторія та її очікування.

Розуміння цільової аудиторії є ключовим чинником, що визначає структуру і стиль портфоліо. Для фотографа аудиторія, як правило, поділяється на кілька груп: потенційні клієнти, що шукають фотографа для конкретного замовлення; представники медіа, редакцій або брендів, що оцінюють художній рівень і стиль; колеги по цеху, що знайомляться з роботами для натхнення або порівняння; а також широка аудиторія, що натрапила на сайт через соціальні мережі або пошук.

Кожна з цих груп має різні цілі відвідування і різні сценарії поведінки на сайті. Потенційний клієнт хоче швидко зрозуміти спеціалізацію фотографа, оцінити стиль і знайти контактну інформацію. Представник редакції може бути зацікавлений у конкретній категорії робіт — наприклад, репортажній чи концертній зйомці. Це означає, що портфоліо має забезпечувати зручну навігацію між категоріями і надавати чіткий шлях до контактної форми без зайвих кроків.

Структурні особливості портфоліо-сайтів.

Попри різноманітність творчих підходів, більшість успішних портфоліо-сайтів спираються на перевірену структуру, що відповідає очікуванням користувачів. Типова архітектура включає головну сторінку (home), що формує перше враження і відображає найяскравіші роботи; розділ портфоліо з категоризацією робіт за темами, жанрами або проектами; сторінку «про автора» (about), що знайомить з особистістю та підходом до роботи; та контактну сторінку або форму (contact).

Категоризація робіт є одним із ключових UX-рішень для портфоліо фотографа. Поділ на тематичні галереї — наприклад, портретна зйомка,

концертна фотографія, репортаж — дозволяє різним групам аудиторії швидко знайти релевантний контент. Це особливо важливо, коли фотограф працює в кількох жанрах і хоче водночас продемонструвати широту діапазону і глибину спеціалізації в кожному з напрямів.

Важливим структурним елементом є також спосіб перегляду окремих знімків. Сучасні портфоліо-сайти широко використовують механізм лайтбоксу — модального вікна, що відкриває збільшену версію фотографії поверх поточної сторінки без переходу на новий URL. Цей підхід зберігає контекст перегляду галереї і скорочує кількість кроків до повноекранного перегляду знімку, що позитивно впливає на загальний UX.

Роль кольорової схеми та типографіки.

Вибір кольорової палітри для портфоліо фотографа є принциповим дизайнерським рішенням, що безпосередньо впливає на сприйняття представлених робіт. Найпоширенішим вибором для фотопортфоліо є темна (dark) кольорова схема з переважанням чорного або дуже темно-сірого фону. Таке рішення обґрунтовується кількома факторами: темний фон підвищує контрастність зображень, робить кольори на фотографіях більш насиченими, створює відчуття «студійної» або «галерейної» атмосфери, а також відповідає естетичним очікуванням аудиторії творчих фотографів.

Типографіка в портфоліо-сайті виконує допоміжну функцію і не має конкурувати з візуальним контентом. Як правило, використовується обмежений набір шрифтів — один або два — з чіткою ієрархією: великі заголовки для назв розділів і фотосесій, менший кегль для описового тексту і навігації. Перевага надається гарнітурам без зайвих декоративних елементів, що добре читаються на темному фоні і не відволікають увагу від фотографій.

Галерейні сітки та принципи компоновання

Спосіб організації зображень у галереї є одним з найважливіших UI-рішень для портфоліо фотографа. Існує кілька поширених підходів: рівномірна сітка (grid) з однаковими розмірами всіх фотографій, що забезпечує чистоту і порядок; масонрі-сітка (masonry) зі збереженням оригінальних пропорцій знімків, що

створює динамічнішу композицію; горизонтальний або вертикальний скроль для послідовного перегляду серії; а також повноекранне слайд-шоу.

Кожен підхід має свої переваги залежно від характеру контенту. Для концертної фотографії, де багато горизонтальних кадрів з яскравим світлом і динамічними сценами, рівномірна сітка дозволяє продемонструвати різноманітність моментів. Для портретної зйомки, де важлива атмосфера кожного знімку, може підійти більший розмір фотографій з мінімальними відступами.

Адаптивність та мобільний досвід.

Сучасний портфоліо-сайт зобов'язаний забезпечувати якісний досвід перегляду на всіх типах пристроїв. За даними аналітичних сервісів, значна частина відвідувань творчих сайтів здійснюється з мобільних пристроїв — особливо коли користувач переходить за посиланням із соціальних мереж. Це означає, що галерейна сітка, навігація і контактна форма мають коректно перебудовуватися під вузький екран без втрати функціональності та естетики.

Адаптивний дизайн для фотопортфоліо передбачає переведення горизонтальної навігації у мобільне меню, перебудову багатоколонкової сітки галереї в одну або дві колонки, а також збільшення зон натискання для зручної взаємодії пальцем. Лайтбокс на мобільному пристрої має займати весь екран і підтримувати жести свайпу для переходу між знімками.

Особистий бренд як основа концепції.

Портфоліо-сайт є не лише галереєю робіт, а й інструментом формування особистого бренду фотографа. Особистий бренд охоплює стиль і манеру зйомки, цінності та підхід до роботи з клієнтом, тональність текстового контенту і загальну візуальну мову сайту. Всі ці елементи мають бути узгоджені між собою і створювати цілісне враження про автора як про особистість і професіонала.

Розділ «About» відіграє особливу роль у побудові цього бренду. Він надає людський вимір портфоліо, дозволяє відвідувачу познайомитися з автором, зрозуміти його бачення і відчувати, чи збігаються їхні цінності. Для фотографа, що спеціалізується на концертній та портретній зйомці, цей розділ може

підкреслювати пристрась до живої музики, вміння ловити справжні емоції і досвід роботи в складних умовах освітлення.

Таким чином, дизайн портфоліо-сайту для творчого спеціаліста є складним і багатовимірним завданням, що потребує глибокого розуміння цільової аудиторії, специфіки контенту та принципів візуальної комунікації. Кожне рішення — від кольорової схеми до способу організації галереї — має бути обґрунтованим і підпорядкованим головній меті: максимально переконливо і зручно представити роботи автора потенційному клієнту або партнеру.

1.3 Сучасні тенденції у вебдизайні

Вебдизайн є динамічною дисципліною, що постійно еволюціонує під впливом технологічних змін, зміни споживчих звичок і нових естетичних стандартів. Те, що вважалось передовим п'ять років тому, сьогодні може виглядати застарілим, тоді як окремі підходи набувають нового дихання і стають домінуючими трендами. Для проектування портфоліо-сайту фотографа особливо важливо враховувати актуальні тенденції, оскільки цільова аудиторія творчих спеціалістів, як правило, є візуально грамотною і добре знайома з сучасними стандартами вебдизайну.

Темна тема як домінуючий естетичний вибір.

Одним із найпомітніших трендів останніх років у вебдизайні є широке поширення темних кольорових схем, відомих як dark mode або dark theme. Якщо раніше темний фон асоціювався переважно з розробницькими середовищами та ігровими інтерфейсами, то сьогодні він активно використовується в дизайні медіаплатформ, стримінгових сервісів, портфоліо і преміальних брендових сайтів.

Популярність темної теми пояснюється кількома чинниками. По-перше, з точки зору ергономіки темний фон знижує навантаження на зір при перегляді в умовах слабкого освітлення — що особливо актуально для вечірнього і нічного використання мобільних пристроїв. По-друге, на пристроях з OLED-екранами темна тема реально зменшує споживання заряду акумулятора, оскільки темні

пікселі практично не споживають енергії. По-третє, і це особливо важливо для фотопортфоліо, темний фон виступає нейтральним і контрастним тлом, на якому кольорові фотографії виглядають яскравіше, виразніше і глибше.

Для портфоліо фотографа темна схема є практично стандартом де-факто. Більшість провідних фотографів світу, чий сайти регулярно з'являються у рейтингах найкращих портфоліо, використовують темний або майже чорний фон. Це рішення несе і практичний, і символічний сенс: чорний фон асоціюється з фотостудією, з темрявою концертного залу, з умовами роботи репортажного фотографа — і тим самим органічно вписується в контекст самої фотографії.

Мінімалізм як функціональна філософія.

Мінімалізм у вебдизайні — це не просто естетичний стиль, а функціональна філософія, що полягає у свідомому скороченні всього зайвого: зайвих елементів інтерфейсу, зайвих кольорів, зайвих анімацій і зайвого тексту. Принцип «менше — значить більше» (less is more), запозичений з архітектури і промислового дизайну, набув особливої актуальності у вебдизайні в контексті перевантаженості інформаційного простору і зростання уваги до user experience.

У практичному вимірі мінімалізм у вебдизайні проявляється через обмежену колірну палітру — як правило, два-три кольори, один з яких є акцентним; чисту типографічну ієрархію без зайвих шрифтових гарнітур; щедре використання порожнього простору (white space або, у темній темі, negative space) для виділення ключових елементів; пряму і зрозумілу навігацію без складних меню і підменю; а також відмову від декоративних елементів, що не несуть функціонального навантаження.

Для портфоліо-сайту мінімалізм є особливо органічним рішенням, оскільки будь-яке ускладнення інтерфейсу ризикує відвернути увагу від головного — фотографій. Мінімалістичний дизайн дозволяє фотографіям «дихати» і займати все належне їм місце, не конкуруючи з яскравими UI-елементами. Водночас мінімалізм не означає бідності: добре підібрані акцентні кольори, якісна типографіка і продуманий ритм порожнього простору створюють враження вишуканості і преміальності.

Акцент на фотоконтенті: hero-секції та повноекранні галереї.

Ще однією характерною рисою сучасного вебдизайну, особливо помітною у творчих портфоліо, є максимальний акцент на візуальному контенті як головному елементі композиції. Це проявляється у широкому використанні hero-секцій — великих повноекранних зображень або відео, що займають весь перший екран сторінки і формують перше враження відвідувача.

Hero-секція є надзвичайно ефективним інструментом комунікації для фотографа: вона дозволяє миттєво продемонструвати рівень і стиль робіт ще до того, як відвідувач встиг прочитати будь-який текст або натиснути будь-яку кнопку. Дослідження в галузі UX підтверджують, що перші кілька секунд на сайті є вирішальними для формування загального враження, тому якість і ефектність hero-секції безпосередньо впливає на те, чи залишиться відвідувач на сайті.

Паралельно з hero-секціями поширення набуває підхід, при якому фотографії займають весь доступний простір сторінки без зайвих рамок, тіней і декоративних обрамлень. Фотографії виходять «край в край» (edge-to-edge), що створює ефект занурення і максимально наближає онлайн-перегляд до досвіду розгляду великого друку. Відступи між знімками в галереї зведені до мінімуму або взагалі відсутні.

Мікроанімації та тонкі інтерактивні ефекти.

Сучасний вебдизайн активно використовує мікроанімації — невеликі, ледь помітні анімаційні ефекти, що супроводжують взаємодію користувача з інтерфейсом. На відміну від масштабних анімацій, що привертають увагу самі по собі, мікроанімації залишаються на периферії сприйняття і слугують тонкими сигналами: підтвердженням дії, зміною стану елемента, плавним переходом між екранами.

Для портфоліо-сайту характерними мікроанімаціями є плавне зміщення або масштабування фотографії при наведенні курсору (hover effect), що сигналізує про інтерактивність елемента; анімований перехід між сторінками (page transition), що забезпечує відчуття цілісності і плавності навігації;

поступова поява елементів при прокручуванні сторінки (scroll reveal), що робить перегляд динамічнішим; а також плавне відкриття модального вікна лайтбоксу при кліку на фотографію.

Типографіка як елемент ідентичності.

У сучасному вебдизайні типографіка все частіше виступає не лише як засіб передачі текстової інформації, а як самостійний візуальний елемент і носій ідентичності. Великі жирні заголовки, контрастні поєднання шрифтів з засічками і без, використання нестандартних накреслень і нетипових розмірів — все це стало частиною сучасного дизайнерського словника.

Для портфоліо-сайту типографіка заголовків відіграє особливу роль: назви розділів і фотосесій стають частиною загальної візуальної концепції і можуть підкреслювати характер представленого контенту. Великий, упевнений шрифт у заголовку «Concert Photo Shoot» візуально резонує з енергетикою концертної фотографії, тоді як більш тонке і елегантне накреслення підійде для розділу з портретними роботами.

Адаптивний дизайн і mobile-first підхід.

Однією з найважливіших тенденцій сучасного вебдизайну, що вже фактично стала стандартом, є mobile-first підхід — проектування інтерфейсу, що починається з мобільної версії і потім масштабується до планшетного і десктопного форматів. Ця зміна парадигми відображає реальність сучасного використання інтернету: за даними глобальної аналітики, більше половини веб-трафіку надходить з мобільних пристроїв.

Для портфоліо фотографа мобільна версія є критично важливою, оскільки потенційні клієнти часто знайомляться з роботами автора саме через посилання в Instagram чи інших соціальних мережах, де переважно використовуються смартфони. Якісна мобільна адаптація галереї, зручна навігація і швидке завантаження зображень безпосередньо впливають на конверсію — тобто на те, чи перейде відвідувач до контактної форми після перегляду робіт.

Таким чином, сучасні тенденції вебдизайну — темна тема, мінімалізм, акцент на фотоконтенті, мікроанімації, виразна типографіка і mobile-first підхід

— утворюють цілісну систему принципів, які є особливо актуальними для проєктування портфоліо-сайту фотографа. Свідоме застосування цих тенденцій дозволяє створити сучасний, переконливий і зручний цифровий продукт, що відповідає очікуванням як автора, так і його аудиторії.

1.4 Огляд інструментів проєктування. Figma як основний засіб.

Процес проєктування вебінтерфейсів неможливо уявити без спеціалізованих інструментів, що дозволяють дизайнерам ефективно створювати, тестувати і передавати свої рішення розробникам. За останнє десятиліття ринок інструментів для UI/UX-дизайну зазнав суттєвих змін: від настільних програм до хмарних платформ, від розрізнених рішень до інтегрованих середовищ для командної роботи. Вибір правильного інструменту є важливим практичним рішенням, що впливає на ефективність роботи, якість результату і зручність взаємодії з замовниками та розробниками.

Еволюція інструментів дизайну.

Ще на початку 2010-х років стандартом у галузі вебдизайну були настільні програми Adobe Photoshop і Adobe Illustrator. Попри свою потужність, ці інструменти спочатку створювалися не для вебдизайну, а для обробки фотографій і векторної графіки відповідно, що ускладнювало роботу з інтерфейсами — особливо в частині прототипування і передачі специфікацій розробникам.

Поворотним моментом стала поява у 2010 році Sketch — першого інструменту, що був створений спеціально для дизайну інтерфейсів і орієнтувався на вектор, символи та зручний експорт. Sketch швидко завоював популярність серед UI-дизайнерів, проте мав суттєве обмеження: він працював виключно на macOS, що унеможливлювало його використання на Windows. Це залишало значну частину дизайнерської спільноти без якісної альтернативи.

Саме в цьому контексті у 2016 році з'явилася Figma — хмарна платформа для дизайну інтерфейсів, що працює в браузері і не залежить від операційної системи. Завдяки цьому Figma стала першим по-справжньому кросплатформним

рішенням, доступним однаково на macOS, Windows і Linux. Поступово вона витіснила конкурентів і сьогодні є беззаперечним лідером ринку інструментів для UI/UX-дизайну.

Figma: ключові можливості та переваги.

Figma є комплексною хмарною платформою для дизайну, прототипування і колаборації. Її ключова перевага — можливість працювати у браузері без встановлення програмного забезпечення, зберігаючи всі файли у хмарі з автоматичним збереженням і версіонуванням. Це усуває проблему втрати даних і дозволяє отримати доступ до проєкту з будь-якого пристрою.

Figma надає повний набір інструментів для векторного малювання, роботи з текстом, кольором і зображеннями. Система компонентів (Components) дозволяє створювати багаторазові елементи інтерфейсу — кнопки, навігаційні меню, картки — і оновлювати їх у всіх місцях використання одночасно, що суттєво прискорює роботу і забезпечує консистентність дизайну. Бібліотеки стилів (Styles) дають змогу централізовано керувати кольоровою палітрою, типографікою і ефектами.

Окремо слід відзначити вбудований інструмент прототипування Figma. Без необхідності використання додаткових програм дизайнер може зв'язати фрейми між собою інтерактивними переходами, задати тип анімації, тривалість і easing-функцію, налаштувати тригери (клік, наведення, перетягування) і способи відображення (перехід на новий екран, відкриття оверлею, прокрутка). Результатом є клікабельний прототип, що максимально наближає відчуття від взаємодії з майбутнім продуктом.

Прототипування в Figma: типи взаємодій.

Figma підтримує кілька типів прототипних взаємодій, що охоплюють більшість сценаріїв поведінки вебінтерфейсів. Дія «Navigate to» здійснює повний перехід між фреймами з обраною анімацією — наприклад, «Move in» зі зміщенням зліва направо, що імітує стандартну навігацію між сторінками. Дія «Open overlay» відкриває вказаний фрейм поверх поточного екрана у вигляді

модального вікна або лайтбоксу з налаштовуваним фоном і позицією. Дія «Scroll to» здійснює плавну прокрутку до вказаного елемента в межах одного фрейму.

Кожна взаємодія налаштовується за тригером (подія, що її запускає): On Click — клік або дотик; On Hover — наведення курсору; While Pressing — утримання; After Delay — спрацювання через заданий час. Комбінування різних типів взаємодій і тригерів дозволяє створювати складні і реалістичні прототипи, придатні для проведення usability-тестування з реальними користувачами.

Figma у порівнянні з іншими інструментами.

Серед основних конкурентів Figma сьогодні виділяються Adobe XD, Sketch і відносно новий інструмент Framer. Adobe XD є частиною екосистеми Adobe Creative Cloud і добре інтегрується з Photoshop та Illustrator, що робить його привабливим для дизайнерів, що вже працюють у цій екосистемі. Проте за функціональністю прототипування і можливостями командної роботи він поступається Figma. Sketch залишається популярним серед досвідчених macOS-дизайнерів, але відсутність кросплатформності обмежує його аудиторію.

Framer є більш просунутим інструментом, що дозволяє додавати до прототипів реальний код і складні анімації, проте вимагає знання основ програмування і має значно крутішу криву навчання. Для більшості завдань UI/UX-проектування, включаючи розробку портфоліо-сайту, Figma забезпечує оптимальний баланс між функціональністю, доступністю і зручністю використання.

Figma як інструмент для навчального проектування.

Для виконання дипломного проекту Figma є особливо доречним вибором з кількох причин. По-перше, безкоштовний план платформи надає всі необхідні можливості для індивідуальної роботи, включаючи необмежену кількість фреймів, компоненти, стилі і прототипування. По-друге, Figma має розгалужену спільноту і велику кількість навчальних матеріалів, що полегшує освоєння інструменту. По-третє, хмарне збереження і можливість надати доступ за посиланням спрощують процес демонстрації роботи науковому керівнику і комісії.

У межах цього дипломного проєкту Figma використовувалася для створення всіх компонентів дизайну сайту-портфоліо фотографа Ірини Романів: від початкового wireframe-макету до фінального візуального рішення і повноцінного інтерактивного прототипу з навігаційними переходами між сторінками і лайтбокс-взаємодіями для перегляду окремих фотографій. Інструменти компонентів і стилів Figma забезпечили консистентність дизайну на всіх сторінках, а режим прототипування дозволив змодельовати реальну поведінку майбутнього сайту.

Таким чином, Figma є на сьогодні найбільш функціональним, доступним і широко прийнятим у галузі інструментом для проєктування UI/UX. Її можливості повністю відповідають завданням даного дипломного проєкту і дозволяють реалізувати весь цикл дизайн-процесу — від структурного прототипу до фінального інтерактивного макету — в межах єдиного інтегрованого середовища.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА

2.1 Аналіз цільової аудиторії

Визначення і глибоке розуміння цільової аудиторії є першочерговим завданням будь-якого UX-дослідження і передує будь-яким проєктним рішенням. Без розуміння того, хто відвідуватиме сайт, з якою метою, в яких умовах і з якими очікуваннями, неможливо обґрунтовано приймати рішення щодо структури навігації, пріоритетності контенту, тональності текстів, вибору кольорів і навіть довжини сторінок. Дизайн, що не враховує реальну аудиторію, ризикує виявитися естетично привабливим, але функціонально марним для тих, кому він призначений.

Для портфоліо-сайту фотографа Ірини Романів, що спеціалізується на концертній та портретній зйомці і працює переважно в Ірпені та Києві, цільова аудиторія є чітко окресленою. Вона поділяється на дві основні групи, кожна з яких має власні мотиви відвідування сайту, власні сценарії поведінки і власні критерії оцінки. Розуміння цих відмінностей є ключовим для правильного структурування контенту і розстановки акцентів у дизайні.

Перша група: музичні гурти та організатори концертних заходів.

Першу і з точки зору спеціалізації фотографа найбільш профільну групу складають музичні гурти, окремі виконавці та організатори концертних заходів. Це колективи різного масштабу і жанрового спрямування — від місцевих інді-гуртів, що виступають на невеликих майданчиках Ірпеня та київських клубах, до більш відомих виконавців, що потребують якісної фотодокументації концертів для просування в соціальних мережах, формування преси-кіту або власного архіву.

Представники цієї групи мають чітко виражену і конкретну потребу: знайти фотографа, що вміє працювати в умовах складного концертного освітлення. Концертна зйомка є одним із технічно найвимогливіших фотографічних жанрів: різкі спалахи прожекторів, що чергуються з глибокою темрявою залу, швидкий і непередбачуваний рух музикантів, неможливість вплинути на освітлення або сцену — все це вимагає від фотографа особливих

технічних навичок і художньої реакції. Тому представники цієї групи, переглядаючи портфоліо, насамперед оцінюють саме наявність переконливих прикладів концертної зйомки: чи вдається фотографу зловити гострі моменти, чи є робота з кольором сценічного освітлення, чи передані емоції і енергетика виступу.

З точки зору поведінки на сайті представники цієї групи є, як правило, цілеспрямованими відвідувачами з чіткою метою: вони не схильні довго блукати сайтом і потребують швидкого доступу до релевантного контенту. Типовий сценарій їхнього відвідування є таким: потрапляння на головну сторінку через пошуковий запит або рекомендацію → швидка оцінка hero-секції → перехід до розділу Portfolio → вибір категорії Concert Photo Shoot → перегляд галереї з відкриттям окремих знімків у лайтбоксі → перехід до розділу Contact. Весь маршрут займає чотири-п'ять кроків, і на кожному з них важливо, щоб наступний крок був очевидним і легкодоступним. Для цієї групи особливо важлива зручність навігації між категоріями і наявність контактної інформації без зайвого пошуку.

Музичні гурти переглядають сайт як з десктопу (під час робочого пошуку), так і з мобільного пристрою (якщо потрапили через рекомендацію у соціальних мережах). Вони, як правило, не витрачають багато часу на читання біографічного тексту розділу About і зосереджені передусім на якості і стилі фотографій. Після перегляду галереї вони очікують знайти контактну форму або телефон без необхідності повертатися до головного меню.

Друга група: приватні особи для портретної зйомки.

Другу групу утворюють приватні особи, зацікавлені у замовленні індивідуальної або парної портретної фотосесії. Це люди різного віку і різних мотивів: оновлення фотографій для профілів у соціальних мережах, особистий подарунок близькій людині, фотосесія для портфоліо моделі або актора, романтична чи сімейна зйомка. Об'єднує їх те, що рішення про замовлення є більш особистим і емоційно навантаженим, ніж у представників першої групи.

Приватний клієнт вибирає не просто виконавця певної технічної задачі, а людину, якій він готовий довіритися у достатньо інтимному процесі — бути перед об'єктивом. Тому для цієї групи аудиторії ключовим чинником є не лише якість знімків, а й враження від особистості фотографа: чи є вона теплою і доступною, чи відчувається в підході до роботи увага до клієнта і вміння створити комфортну атмосферу. Саме тому розділ About відіграє для цієї групи набагато важливішу роль, ніж для першої: приватний клієнт з більшою ймовірністю прочитає біографічний текст і оцінить тон і стиль його написання як індикатор особистості фотографа.

Сценарій навігації для приватного клієнта є більш нелінійним і дослідницьким: Home → перегляд hero-секції → Portfolio → Photoshoot 1 або Photoshoot 3 (Personal Photoshoot) → перегляд галереї з відкриттям окремих знімків → About (формування особистого враження про фотографа) → Contact. Характерно, що цей сценарій включає зупинку на розділі About як обов'язковий проміжний крок перед контактом: приватний клієнт з більшою ймовірністю напише або зателефонує фотографу після того, як відчув певний рівень особистого зв'язку через текст і фотографію на сторінці About.

Представники цієї групи частіше потрапляють на сайт з мобільного пристрою, перейшовши за посиланням з Instagram або отримавши рекомендацію від знайомих. Вони приділяють більше часу перегляду окремих знімків у лайтбоксі, уважніше оцінюють атмосферу і настрої фотографій і можуть переглядати сайт кілька разів перед тим, як вирішити звернутися. Для цієї групи особливо важливі якість і теплота фотографій в розділах Personal Photoshoot і змістовність тексту в розділі About.

Географічний і культурний контекст.

Обидві групи аудиторії об'єднує географічна прив'язка до Ірпеня і Києва. Ірпінь є містом-супутником Києва з населенням близько п'ятдесяти тисяч мешканців, що активно відновлюється і розвивається після важких подій 2022 року. Місто має власне культурне і музичне життя, активну молодіжну спільноту і зростаючий попит на творчі послуги. Київ як столиця є основним ринком для

концертної фотографії: тут зосереджена переважна більшість концертних майданчиків, музичних фестивалів і культурних заходів країни, де виникає потреба у якісній фотодокументації.

Аудиторія сайту є переважно україномовною або двомовною, добре знайомою з цифровим середовищем і активним користувачем соціальних мереж — насамперед Instagram, де фотографічний контент є основним форматом комунікації. Це означає, що значна частина відвідувачів потрапить на сайт саме через посилання з Instagram або за тегами у пошуку, і їхні очікування щодо якості і естетики візуального контенту будуть сформовані насамперед стандартами цієї платформи. Водночас вони звикли до швидкого і інтуїтивного мобільного перегляду, що робить якість мобільної версії сайту особливо важливою.

Висновки з аналізу аудиторії для проєктних рішень.

Аналіз цільової аудиторії безпосередньо вплинув на низку ключових проєктних рішень. Наявність двох груп із різними пріоритетами обумовила необхідність чіткого поділу галерей на концертну і портретну зйомку — без такого поділу представники кожної групи були б змушені переглядати нерелевантний для них контент у пошуках потрібного. Важливість розділу About для приватних клієнтів визначила пріоритет якісного і особистого текстового наповнення цієї сторінки. Цілеспрямованість першої групи обумовила необхідність мінімальної кількості кроків від входу до галереї і від галереї до контактної форми. Мобільні звички обох груп підкреслили важливість адаптивного підходу до проєктування.

2.2 Конкурентний аналіз — огляд аналогічних сайтів-портфоліо

Конкурентний аналіз є стандартним і обов'язковим етапом UX-дослідження, що дозволяє вийти за межі власних уявлень про майбутній продукт і спертися на реальний досвід існуючих рішень у галузі. Його мета — не копіювання чужих рішень, а виявлення найкращих практик, розуміння галузевих стандартів, що сформувалися в очікуваннях користувачів, і пошук можливостей для власного позиціонування. Для проєкту портфоліо-сайту фотографа було

проведено аналіз двох загальновизнаних міжнародних прикладів успішних фотографічних портфоліо, що регулярно фігурують у рейтингах найкращих творчих сайтів.

Chase Jarvis — chasejarvis.com

Chase Jarvis є одним із найвпливовіших комерційних фотографів США, що зробив кар'єру у сферах рекламної, спортивної і документальної фотографії і згодом заснував освітню платформу CreativeLive. Його персональний сайт є класичним і добре відомим прикладом мінімалістичного портфоліо, що встановив стандарти для цілого покоління творчих сайтів.

З точки зору загальної концепції сайт Jarvis є монохромним: темний, майже чорний фон є незмінним на всіх сторінках, що забезпечує максимальний контраст для різнопланових фотографій — від чорно-білих портретів до яскравих рекламних зйомок. Головна сторінка побудована за принципом повноекранної hero-секції з великим зображенням, що одразу демонструє масштаб і різноплановість робіт. Навігаційне меню є мінімальним і постійним: кілька пунктів у верхній частині сторінки. Переходи між сторінками реалізовані через плавну fade-анімацію — поступове зникнення поточного екрана і появу нового, що є поширеним і стриманим підходом до анімації переходів.

Серед особливостей сайту Jarvis слід відзначити наявність блогу і розділу з відеоматеріалами, що виходить за рамки типового портфоліо і формує образ фотографа як медіаособистості і ментора. Це рішення є виправданим для його рівня відомості, але надмірним для молодого фотографа-початківця, якому важливіше сконцентрувати увагу відвідувача на якості самих робіт, а не на додатковому контенті. Структура категорій на сайті Jarvis є розгалуженішою (п'ять і більше категорій), що відображає широту його портфоліо, але може бути надмірним для фотографа з більш чіткою жанровою спеціалізацією. Відсутність виразного слогану або цитати на головній сторінці є ще однією відмінністю від проєкту Ірини Романів.

Для даного проєкту аналіз сайту Chase Jarvis підтвердив доцільність темного монохромного фону як базового підходу, ефективність повноекранної

hero-секції і мінімалістичного меню. Водночас він показав, що відмова від розгалуженої структури на користь трьох чітких категорій є правильним рішенням для фотографа з конкретною спеціалізацією.

Lara Jade — larajade.com

Lara Jade є британським фотографом, що спеціалізується на портретній і фешн-фотографії і здобула міжнародне визнання насамперед завдяки якості своїх портретних робіт. Її персональний сайт є показовим прикладом елегантного мінімалізму, орієнтованого на портретну і комерційну зйомку.

Загальна концепція сайту Lara Jade також базується на темній кольоровій схемі, але з дещо теплішими відтінками фону порівняно з сайтом Jarvis. Типографіка є більш витонченою: тонші накреслення шрифтів і менші кеглі заголовків створюють відчуття елегантності і стриманості, що відповідає характеру портретної і фешн-фотографії. Акцент на великих портретних знімках і мінімальні відступи між фотографіями в галереях підкреслюють увагу до деталей і якості кожного окремого знімку.

Принциповою особливістю сайту Lara Jade, що відрізняє його від більшості портфоліо, є відсутність класичного лайтбоксу: клік на фотографію відкриває не модальне вікно поверх галереї, а окрему сторінку зі збільшеним знімком. Такий підхід дозволяє присвятити кожній фотографії повний екран і зосередити на ній максимальну увагу, але вимагає від користувача додаткового кроку для повернення до галереї. Для фотографа з великою кількістю знімків такий підхід може сповільнити перегляд, тому для даного проєкту було обрано класичний лайтбокс як більш зручне рішення для швидкого перегляду серій.

Розділ About на сайті Lara Jade є особливо якісним: текст написаний у теплому і відкритому тоні першої особи, розкриває творчий підхід і цінності фотографа і ефективно формує довіру до неї як до людини. Це підтвердило важливість особистого і щирого тону для розділу About у даному проєкті. Категоризація робіт є чіткою і стриманою — три основні категорії без зайвого дроблення, що відповідає підходу, обраному для портфоліо Ірини Романів.

Порівняльний аналіз портфоліо-сайтів фотографів

Критерій	Irina Romaniv	Chase Jarvis	Lara Jade
Темна кольорова схема	Так	Так	Так
Лайтбокс для фото	Так	Так	Ні
Кількість категорій	3 категорії	5+ категорій	3 категорії
Розділ About	Так	Так	Так
Контактна форма	Так	Так	Так
Мобільна адаптація	Передбачено	Так	Так
Анімація переходів	Move in 300ms	Fade	Відсутня
Слоган / цитата	Так	Ні	Так
Соцмережі у футері	Так	Так	Так
Него-секція	Повноекранна	Повноекранна	Часткова

Порівняльна таблиця дозволяє виявити закономірності і стандарти галузі. Усі три проаналізовані сайти використовують темну кольорову схему і мають розділи About і Contact — це є фактично обов'язковими елементами успішного фотографічного портфоліо. Наявність лайтбоксу є більш поширеним, але не універсальним рішенням. Анімація переходів між сторінками реалізована по-різному: від плавної fade-анімації до повної відсутності переходів.

Відмінною рисою даного проекту є реалізація анімованих переходів типу «Move in» з тривалістю 300 мілісекунд, що є більш виразним і сучасним рішенням порівняно з fade або відсутністю анімації. Наявність слогану і цитати («"Where light's meets emotios"») на сторінці Portfolio є елементом особистого бренду, що присутній не у всіх конкурентів. Унікальним рішенням є також підхід

до фонових градієнтів: замість єдиного монохромного фону кожна сторінка має власний кольоровий характер, що відрізняє цей проєкт від типових темних портфоліо і надає йому виразної індивідуальності.

Висновки конкурентного аналізу.

Конкурентний аналіз підтвердив правильність обраного загального напрямку і дозволив свідомо прийняти рішення щодо ключових елементів дизайну. Темна схема, мінімалістична навігація, лайтбокс, чітка категоризація галерей, особистий тон розділу About і контактна форма є галузевими стандартами, що виправдали себе на практиці і відповідають очікуванням аудиторії. Разом з тим аналіз показав конкретні можливості для диференціації: унікальні градієнти розділів, анімовані переходи і слоган як елементи особистого бренду.

2.3 Формування вимог до майбутнього дизайну

Формування системи вимог є обов'язковим проміжним кроком між дослідницьким і проєктним етапами. Вимоги є перекладом результатів дослідження — висновків з аналізу аудиторії і конкурентного аналізу — у конкретні і перевіряємі характеристики майбутнього продукту. Чітко сформульовані вимоги слугують системою координат для прийняття проєктних рішень: коли в процесі роботи виникають альтернативні варіанти, саме вимоги дозволяють обрати той, що найкраще відповідає цілям продукту. Вимоги поділяються на функціональні (що має вміти сайт) і нефункціональні (якими мають бути якісні характеристики продукту).

Функціональні вимоги.

Функціональні вимоги визначають конкретні можливості і поведінку сайту. Перша і найважливіша вимога — наявність глобальної навігації: меню з основними розділами сайту має бути присутнім на кожній сторінці у незмінному вигляді і забезпечувати перехід до будь-якого розділу з будь-якої точки сайту без необхідності повертатися на головну сторінку. Ця вимога є фундаментальною і безпосередньо впливає з аналізу сценаріїв: обидві групи аудиторії можуть

відвідувати сторінки в різному порядку і мають мати однаково зручний доступ до всіх розділів незалежно від поточного місцезнаходження.

Друга ключова функціональна вимога — наявність механізму лайтбоксу для перегляду фотографій. Кожне зображення в будь-якій галереї має відкриватися у збільшеному форматі при кліку, не переводячи користувача на нову сторінку. Лайтбокс має закриватися кліком поза межами зображення — це стандартна і очікувана поведінка, порушення якої є джерелом роздратування для переважної більшості користувачів. Ця вимога обумовлена як аналізом аудиторії (обидві групи потребують детального перегляду окремих знімків), так і конкурентним аналізом (лайтбокс є галузевим стандартом для фотопортфоліо).

Третя вимога — чітка категоризація фотографічного контенту. Сайт має забезпечувати окремі галереї для концертної і портретної зйомки з можливістю прямого переходу до потрібної категорії з розділу Portfolio. Ця вимога обумовлена наявністю двох різних груп аудиторії з різними жанровими інтересами. Четверта вимога — наявність контактної форми на окремій сторінці з мінімальним набором полів (ім'я і контактні дані) для максимального спрощення процесу першого звернення. П'ята вимога — наявність посилань на соціальні мережі, що є важливими каналами комунікації для обох груп аудиторії.

Нефункціональні вимоги.

Нефункціональні вимоги описують якісні характеристики продукту, що не зводяться до конкретних функцій, але визначають загальний рівень якості. Перша група нефункціональних вимог стосується естетики і відповідності бренду. Сайт має використовувати темну кольорову схему, обґрунтованість якої підтверджена як конкурентним аналізом, так і теоретичним дослідженням: темний фон підвищує сприйняття фотографій і відповідає стандартам галузі. Дизайн має дотримуватися принципів мінімалізму: обмежена кількість кольорів, відсутність декоративних елементів без функціонального призначення, щедre використання негативного простору. Типографіка має бути чіткою і читабельною на темному фоні.

Друга група вимог стосується зручності і швидкості навігації. Шлях від головної сторінки до контактної форми не повинен перевищувати чотирьох кроків для будь-якого сценарію. Всі інтерактивні елементи — кнопки, пункти меню, фотографії — мають мати чіткий і однозначний вигляд, що сигналізує про можливість взаємодії. Анімації переходів між сторінками мають бути помітними і плавними, але не сповільнювати навігацію: оптимальна тривалість — 300–400 мілісекунд. Відкриття лайтбоксу має відбуватися миттєво, без анімації, що може сприйматися як затримка при швидкому перегляді серії знімків.

Третя група вимог стосується технічної коректності прототипу. Всі прототипні зв'язки між фреймами мають бути завершеними: жодна кнопка або пункт меню не повинні бути «мертвими» (тобто не мати прив'язаної взаємодії). Прототип має коректно відображатися і запускатися у режимі перегляду Figma. Всі оверлеї мають закриватися при кліку поза їхніми межами.

Вимоги до контенту.

Окремою і важливою групою є вимоги до самого контенту сайту. Фотографії для галерей мають бути відібрані таким чином, щоб представляти найкращі і найбільш характерні роботи у кожній категорії. Набір знімків у концертній галереї має демонструвати різноманітність — різні виконавці, різні умови освітлення, різні плани (крупний, середній, загальний) — щоб переконати потенційного клієнта у здатності фотографа впоратися з різними ситуаціями. Галереї портретної зйомки мають показувати різноманітність локацій, настроїв і типів суб'єктів.

Него-секція головної сторінки має містити знімок, що одразу і беззаперечно демонструє рівень і характер робіт фотографа. Текст розділу About має бути написаний у першій особі, теплим і відкритим тоном, відображати реальну особистість і підхід автора і формувати у відвідувача відчуття знайомства і довіри. Контактна форма має містити мінімально необхідний набір полів: ім'я і контактні дані (телефон або електронна пошта). Додатково контактна сторінка має містити перелік послуг і додаткові контактні дані для тих відвідувачів, що воліють не заповнювати форму.

2.4 Вибір структури сайту та навігаційної моделі

Визначення структури сайту і навігаційної моделі є одним з найбільш відповідальних UX-рішень, що безпосередньо впливає на зручність орієнтування відвідувача і ефективність досягнення ним своєї мети. На цьому етапі результати дослідження — аналіз аудиторії, конкурентний аналіз і система вимог — трансформуються у конкретні архітектурні і навігаційні рішення. Структура сайту визначає кількість і ієрархію розділів, а навігаційна модель — спосіб переміщення між ними.

Вибір типу структури: плоска vs ієрархічна.

В теорії інформаційної архітектури виділяють два основних типи структури вебресурсу. Ієрархічна структура передбачає кілька рівнів вкладеності, де доступ до контенту нижніх рівнів здійснюється через проміжні категорії. Вона є оптимальною для великих ресурсів з великою кількістю розділів — інтернет-магазинів, новинних порталів, корпоративних сайтів. Плоска структура, навпаки, розміщує більшість контенту на одному рівні доступності: більшість розділів доступна безпосередньо з головного меню. Вона є оптимальною для невеликих сайтів з чіткою і обмеженою кількістю розділів.

Для портфоліо-сайту з п'ятьма основними розділами і трьома підкатегоріями галерей однозначним вибором є плоска або переважно плоска структура. Розміщення всіх п'яти основних розділів (Home, Portfolio, About, Contact) у головному меню забезпечує прямий і швидкий доступ до будь-якого з них з будь-якої точки сайту. Галереї фотосесій (Photoshoot 1, 2, 3) є підрівнем Portfolio і доступні через клік на відповідну картку в розділі Portfolio, що є логічним і очікуваним сценарієм: відвідувач спочатку бачить огляд категорій, а потім обирає і заходить у конкретну.

Фінальна структура сайту.

Фінальна структура сайту-портфоліо Ірини Романів є дворівневою і включає такі розділи. На першому рівні — Home (головна сторінка з hero-секцією і кнопкою «View Work»), Portfolio (навігаційний хаб з трьома картками категорій), About (сторінка з біографічним текстом і фотографією автора) і

Contact (контактна форма і футер з детальною інформацією). На другому рівні, доступному через Portfolio, — Photoshoot 1 (Personal Photoshoot, зимова зйомка), Photoshoot 2 (Concert Photo Shoot, концертна зйомка) і Photoshoot 3 (Personal Photoshoot, вечірня міська зйомка).

Рішення розділити персональну зйомку на дві окремі галереї (Photoshoot 1 і Photoshoot 3) є свідомим і обґрунтованим. Зимова вулична зйомка і вечірня міська зйомка є художньо різними серіями: вони відрізняються локаціями, кольоровою гамою, освітленням і настроєм. Об'єднання їх в одну галерею «Personal Photoshoot» знівельовало б цю різницю і зробило б галерею тематично неоднорідною. Окреме представлення підкреслює повноту і різноплановість портфоліо у жанрі персональної зйомки.

Навігаційна модель: глобальне меню.

Навігаційна модель сайту базується на глобальному горизонтальному меню, що присутнє у верхній частині кожної сторінки. Меню містить чотири пункти першого рівня: HOME, PORTFOLIO, ABOUT, CONTACT. Воно реалізоване як єдиний компонент (Frame 26 у Figma), що гарантує абсолютну консистентність зовнішнього вигляду і поведінки меню на всіх сторінках сайту. Розміщення меню у правій частині шапки є стандартним для десктопних сайтів і відповідає природному патерну читання (зліва направо): погляд спочатку потрапляє на ім'я або логотип у лівій частині, а потім переміщується до навігації праворуч.

Глобальна навігація забезпечує так звану «вічну присутність меню» (persistent navigation): користувач завжди знає, куди він може перейти, незалежно від того, де він зараз знаходиться. Це усуває одну з найпоширеніших UX-проблем — відчуття «загубленості» на сайті, коли користувач не розуміє, як повернутися до попереднього розділу або перейти до іншого. Додатково у футері сторінки Contact присутня спрощена навігація (Home / Portfolio / About), що дозволяє повернутися до основних розділів після перегляду контактної інформації.

Прототипна реалізація навігаційних переходів.

У Figma навігаційні переходи між основними сторінками реалізовані через взаємодію типу «Navigate to» з анімацією «Move in». Напрямок зміщення — горизонтальний (праворуч при переході вперед по структурі, ліворуч при поверненні), тривалість — 300 мілісекунд, функція пом'якшення — Ease in. Такий тип анімації є стандартним для горизонтальної навігації і відповідає природному метафоричному відчуттю «руху між сторінками» у просторі сайту. Тривалість 300 мілісекунд обрана як золота середина: достатньо коротка, щоб не затримувати навігацію, і достатньо довга, щоб анімація була помітною і приємною.

Перегляд окремих фотографій реалізований через механізм оверлею (Open overlay), що відкриває збільшену версію знімку у модальному вікні по центру екрана без переходу на нову сторінку. Фон оверлею — напівпрозорий чорний з непрозорістю 75% — притемнює галерею на задньому плані і фокусує увагу на фотографії, зберігаючи при цьому відчуття контексту. Миттєве (Instant) відкриття оверлею без анімації є свідомим рішенням: швидкий і рішучий відгук підкреслює характер фотографічного контенту і не затримує відвідувача при послідовному перегляді серії знімків.

Таким чином, обрана структура і навігаційна модель є результатом свідомого і обґрунтованого проєктного рішення, що враховує потреби цільової аудиторії, галузеві стандарти і принципи якісного UX-дизайну. Вона забезпечує простоту і інтуїтивність навігації для нового відвідувача і водночас достатню деталізацію для повноцінного і різнопланового представлення фотографічного контенту.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

3.1 Архітектура інформації та карта сайту

Архітектура інформації (Information Architecture, IA) — це дисципліна і практика структурування, організації та маркування контенту таким чином, щоб користувач міг ефективно орієнтуватися в цифровому середовищі. Вона є невидимою основою будь-якого якісного вебресурсу: добре спроектована IA залишається непомітною для відвідувача, бо він просто рухається сайтом природно і без зусиль. Погано спроектована — стає джерелом постійного роздратування і змушує витратити зайві зусилля на пошук очевидного. Саме з опрацювання IA розпочалася практична робота над сайтом-портфоліо Ірини Романів.

Основним завданням на цьому етапі було визначення того, яким є контент сайту, як його раціонально згрупувати і яким чином забезпечити зручний доступ до кожної групи. Контент портфоліо-сайту фотографа принципово поділяється на три типи: фотографічний (власне знімки, що є головним продуктом), біографічний (інформація про автора, його підхід і досвід) і контактний (засоби для зв'язку з фотографом). Кожен тип контенту відповідає своєму розділу в структурі сайту і своїй групі аудиторії за першочерговим інтересом.

Принципи організації контенту.

При визначенні структури сайту враховувалися три ключові принципи проєктування інформаційної архітектури. Перший — принцип мінімальної глибини навігації: більшість контенту має бути доступна не більш ніж за два-три кліки від головної сторінки. Цей принцип зменшує когнітивне навантаження на користувача і скорочує час до досягнення мети. Для портфоліо-сайту, де відвідувач часто приходить з конкретним запитом (подивитися концертні фото або знайти контакти), дотримання цього принципу є особливо важливим.

Другий принцип — логічного групування: схожий за характером контент об'єднується в категорії, що відповідають природному поділу фотографічних жанрів. Концертна зйомка і портретна зйомка є принципово різними жанрами з різною технікою, атмосферою і цільовою аудиторією, тому їхнє розміщення в

окремих галереях є логічно обґрунтованим рішенням, а не довільним структурним вибором. Третій принцип — передбачуваності: користувач має знаходити розділи там, де очікує їх знайти, спираючись на попередній досвід взаємодії з подібними сайтами. Саме тому навігаційне меню з пунктами Home, Portfolio, About, Contact є стандартним рішенням, а не творчим експериментом.

Фінальна структура сайту.

На основі зазначених принципів, аналізу цільової аудиторії і конкурентного дослідження було визначено фінальну структуру сайту, що складається з п'яти основних вузлів першого рівня і трьох підрозділів другого рівня. Перший рівень утворюють: головна сторінка (Home), що виконує функцію точки входу і формує перше враження; розділ Portfolio, що є навігаційним хабом для галерей і містить три категорії фотосесій; розділ About з особистою інформацією про фотографа; і розділ Contact з формою і контактними даними.

Другий рівень складається з трьох галерей фотосесій, доступних через розділ Portfolio: Photoshoot 1 (Personal Photoshoot — зимова вулична портретна зйомка), Photoshoot 2 (Concert Photo Shoot — концертна зйомка на різних майданчиках) і Photoshoot 3 (Personal Photoshoot — вечірня міська портретна зйомка). Поділ персональної зйомки на дві окремі галереї (Photoshoot 1 і Photoshoot 3) обумовлений суттєвою відмінністю в атмосфері, локаціях і кольоровій гамі знімків: зимова денна зйомка і вечірня нічна міська зйомка є різними художніми висловлюваннями, що заслуговують на окрему презентацію.

Навігаційні потоки та сценарії.

Детальне опрацювання навігаційних потоків дозволило перевірити, що для обох основних груп цільової аудиторії шлях до мети не перевищує трьох-чотирьох кліків. Для представника музичного гурту, що шукає концертного фотографа, типовий сценарій виглядає так: потрапляння на головну сторінку (Home) → перегляд hero-секції і натискання кнопки «View Work» → перехід до розділу Portfolio → вибір категорії Concert Photo Shoot → перегляд галереї з можливістю відкрити окремі знімки в лайтбоксі → перехід до розділу Contact. Весь маршрут складає чотири-п'ять кроків і є лінійним та інтуїтивним.

Для приватного клієнта, що хоче замовити портретну зйомку, сценарій дещо відрізняється: Home → Portfolio → Photoshoot 1 або Photoshoot 3 (Personal Photoshoot) → перегляд галереї → About (знайомство з фотографом і формування довіри) → Contact. Цей сценарій враховує важливу психологічну особливість: приватний клієнт, на відміну від представника гурту, як правило, не одразу готовий до контакту після перегляду робіт — йому потрібен додатковий крок знайомства з особистістю автора. Саме тому розміщення розділу About у навігаційному меню і його якісне наповнення є стратегічно важливими елементами дизайну.

Кнопка «View Work» на головній сторінці забезпечує прямий перехід до Portfolio, скорочуючи маршрут для відвідувачів, що вже готові переглядати роботи без додаткового ознайомлення. Це рішення є типовим для портфоліо-сайтів і відповідає принципу «прогресивного розкриття» (progressive disclosure): відвідувач сам обирає темп і глибину занурення в контент.

3.2 Wireframing та прототипування в Figma

Wireframing — це процес створення схематичних макетів інтерфейсу, що відображають структуру і розміщення елементів без деталізації візуального оформлення. Wireframe є проміжним кроком між інформаційною архітектурою і фінальним дизайном: він дозволяє швидко перевірити логіку розміщення елементів, зручність навігації і достатність контенту до того, як розпочнеться ресурсомістка робота над кольором, типографікою і детальним UI. У даному проєкті wireframing і фінальний дизайн розроблялися в єдиному середовищі Figma, що дозволило органічно поєднати структурне і візуальне проєктування в межах одного робочого файлу.

Організація робочого файлу Figma.

Проєкт у Figma організований на одній сторінці (Page 1) і містить понад сімдесят фреймів, що відповідають різним екранам і станам інтерфейсу. Таке розміщення всіх елементів на одній сторінці є поширеною практикою для проєктів середнього масштабу: воно дозволяє бачити загальну картину

прототипу і легко відстежувати прототипні зв'язки між фреймами. Кожен фрейм на робочій поверхні підписано відповідно до розділу сайту: HOME, portfolio, PHOTOSHOOT 1, PHOTOSHOOT 2, PHOTOSHOOT 3, ABOUT, contact.

Ліва панель шарів (Layers) відображає ієрархічну структуру проєкту, де кожен розділ є групою, що містить вкладені фрейми і компоненти. Наприклад, розділ PHOTOSHOOT 1 містить основний фрейм галереї і численні дочірні фрейми окремих фотографій (Frame 47–72 та інші), що є оверлеями для лайтбоксу. Розділ ABOUT містить фрейм основної сторінки, текстові шари і зображення. Така ієрархічна організація файлу є важливою не лише для зручності роботи, а й для передачі проєкту розробнику: структура шарів відображає структуру майбутнього HTML-коду.

Спільний компонент навігації.

Одним з ключових рішень на етапі wireframing стало визначення навігаційного меню як спільного компонента (Frame 26), що повторюється на всіх основних сторінках сайту. У Figma компонент — це елемент, зміни в якому автоматично поширюються на всі його копії (instances) у проєкті. Використання компонента для навігаційного меню гарантує абсолютну консистентність: на всіх семи основних екранах меню виглядає і розміщується ідентично — чотири пункти (HOME, PORTFOLIO, ABOUT, CONTACT) у правій частині верхньої зони сторінки, набрані одним шрифтом, одного кегля і кольору. Це відповідає фундаментальному UX-принципу: користувач, що одного разу засвоїв розміщення і вигляд навігаційного меню, більше не витрачає когнітивних зусиль на його пошук при переході між сторінками.

Flow 1 — навігаційний потік прототипу.

Інтерактивні зв'язки між фреймами у Figma утворюють єдиний навігаційний потік — Flow 1, що починається з фрейму HOME і охоплює всі можливі переходи між екранами. Flow 1 є відправною точкою для запуску прототипу в режимі перегляду Figma (Present mode): натиснувши кнопку відтворення, користувач або рецензент бачить сайт саме так, як його бачитиме відвідувач — з усіма анімаціями, переходами і лайтбоксом, але без жодного коду.

Загальна кількість прототипних зв'язків у проєкті є значною: кожна фотографія у кожній з трьох галерей має власний зв'язок з відповідним оверлей-фреймом, а кожен пункт навігаційного меню на кожній сторінці має зв'язок з відповідним розділом. Це означає десятки окремих інтерактивних з'єднань, що утворюють повну і завершену модель поведінки майбутнього сайту.

Тип взаємодії 1: Navigate to — перехід між сторінками.

Перший і основний тип прототипної взаємодії — «Navigate to» — реалізує повний перехід між сторінками сайту. Тригером є клік (On click) на відповідний пункт навігаційного меню або на кнопку «View Work» на головній сторінці, або на кнопки «SEE MORE» у розділі Portfolio. Дія (Action) — «Navigate to» з вказівкою на цільовий фрейм-дестинацію.

Анімація переходу налаштована як «Move in» — зміщення нового екрана з правого краю у видиму область з одночасним зміщенням поточного екрана ліворуч. Напрямок анімації — праворуч (→), тривалість — 300 мілісекунд, функція пом'якшення — Ease in. Такий тип анімації є стандартним для горизонтальної навігації між розділами і відповідає природному відчуттю просторової орієнтації: користувач «рухається вперед» при переході до нового розділу. Тривалість 300 мілісекунд є оптимальною: достатньо короткою, щоб не сповільнювати навігацію, і достатньо довгою, щоб анімація була помітною і приємною.

Зворотний перехід — наприклад, повернення з галереї фотосесії до розділу Portfolio через натискання пункту «PORTFOLIO» у меню — реалізований аналогічно, але зі зміщенням у зворотньому напрямку (←), що підсилює відчуття просторової навігації і дозволяє користувачу завжди розуміти свій маршрут у структурі сайту.

Тип взаємодії 2: Open overlay — лайтбокс для фотографій.

Другий тип прототипної взаємодії — «Open overlay» — реалізує механізм лайтбоксу для перегляду окремих фотографій у збільшеному форматі. Тригером є клік (On click) на будь-який знімок у будь-якій з трьох галерей. Дія — «Open overlay» з вказівкою на відповідний оверлей-фрейм (наприклад, Frame 48 для

першого знімку з Photoshoot 1, Frame 67 для знімку з Photoshoot 2 і так далі для кожного фото). Кожна фотографія галереї має власний унікальний оверлей-фрейм зі збільшеною версією цього знімку.

Параметри оверлею: позиція — по центру екрана (Centered); фон — чорний (#000000) з непрозорістю 75%, що притемнює галерею на задньому плані і фокусує увагу на відкритому знімку; анімація відкриття — Instant (миттєва поява без анімації, що забезпечує відчуття швидкого і рішучого відгуку інтерфейсу); увімкнена опція «Close when clicking outside» — закриття оверлею кліком поза межами зображення, що є стандартною і очікуваною поведінкою лайтбоксу для абсолютної більшості користувачів.

Вибір анімації Instant для відкриття лайтбоксу є свідомим рішенням: на відміну від переходів між сторінками, де плавна анімація підкреслює просторову навігацію, відкриття фотографії має бути моментальним — як клацання затвора фотоапарата. Це відповідає загальному характеру фотографічного контенту і створює відчуття безпосередності.

Scroll behavior і налаштування фреймів.

Для всіх основних фреймів сайту встановлено поведінку прокрутки «Scroll with parent» (Прокрутка разом з батьківським елементом). Це означає, що якщо контент сторінки перевищує висоту видимої області (viewport), користувач може прокрутити сторінку вертикально для перегляду всього вмісту. Ця настройка є критично важливою для галерей фотосесій: сітки з дев'яти-десяти знімків займають більше простору, ніж один екран стандартного розміру, і мають бути повністю доступними через прокрутку.

Розміри фреймів у прототипі відповідають налаштуванням Custom size 500×500 пікселів для базового відображення у режимі прототипу Figma. Це дозволяє переглядати прототип у компактному форматі, зберігаючи всі пропорції і взаємозв'язки між елементами. Для повноцінної демонстрації прототип можна запустити у повноекранному режимі Figma Present, де він масштабується до розміру реального екрана.

3.3 Розробка UI-концепції

UI-концепція є візуальною мовою проєкту — системою дизайнерських рішень, що визначають, як виглядає кожен елемент інтерфейсу і як усі ці елементи утворюють цілісний, упізнаваний і естетично переконливий продукт. Для портфоліо-сайту фотографа UI-концепція має особливе значення, оскільки сам сайт є формою художнього висловлювання і має відповідати рівню і характеру представлених робіт. Концепція включає три складові: кольорову систему, типографіку і систему компонентів.

Кольорова система: єдиний базовий фон і унікальні градієнти розділів.

Кольорова система сайту побудована на поєднанні єдиного базового фонового кольору і унікальних акцентних градієнтів для кожного розділу. Базовим фоновим кольором, що задається у налаштуваннях сторінки Figma (Page background), є глибокий темно-коричневий відтінок з HEX-кодом #757373. Цей колір слугує нейтральним фоном робочої поверхні Figma і є загальним тональним знаменником всіх сторінок сайту: він достатньо темний, щоб не конкурувати з фотографіями, і водночас теплішим за чисто чорний (#000000), що пом'якшує загальне враження від інтерфейсу і надає йому людяності.

Кожна сторінка сайту, однак, має власний унікальний фоновий градієнт, що є окремим шаром у відповідному фреймі. Таке рішення — надати кожному розділу власний кольоровий характер — є нестандартним і сміливим підходом, що відрізняє цей проєкт від типових монохромних портфоліо. Воно обґрунтовується тим, що кожна категорія фотографій має власну атмосферу і настрій, і фоновий градієнт розділу є їхнім візуальним відлунням.

Розділ Portfolio використовує найбільш насичений і виразний градієнт: яскраві відтінки маджента, фіолету, синього і рожевого утворюють енергійний і творчий фон, що відповідає духу фотографії як мистецтва і одразу привертає увагу як головний навігаційний хаб сайту. Розділ Concert Photo Shoot (Photoshoot 2) застосовує теплий темно-червоний і бордовий градієнт з характерними вертикальними світловими смугами, що безпосередньо відсилають до атмосфери концертного освітлення — прожекторів, сценічного диму і глибоких тіней. Цей

фон є не просто декоративним елементом, а змістовним доповненням до контенту галереї.

Photoshoot 1 (Personal Photoshoot, зимова зйомка) використовує стриманіший оливково-зелений і коричневий градієнт з приглушеними теплими відтінками, що асоціюються з природним денним освітленням, тихою спостережливістю і атмосферою холодного сезону. Photoshoot 3 (Personal Photoshoot, вечірня міська зйомка) застосовує темно-синій і фіолетовий градієнт з теплими помаранчевими вставками, що відтворює атмосферу вечірніх міських вулиць зі штучним освітленням ліхтарів. Розділ About використовує градієнт від глибокого темно-синього і чорного зверху до насиченого темно-червоного знизу, що створює драматичну і особисту атмосферу для сторінки з розповіддю про фотографа. Розділ Contact завершує кольорову подорож сайтом теплими розмитими червоно-бордовими тонами, що формують гостинну і довірливу атмосферу.

Білий колір (#FFFFFF) і світло-бежевий використовуються як акцентний колір для всіх текстових елементів, навігаційного меню, заголовків і кнопок. Такий вибір обумовлений необхідністю забезпечити максимальний контраст і читабельність на будь-якому з темних фонових градієнтів.

Типографічна система.

Типографічна система сайту є лаконічною і функціональною: вона спирається на одну шрифтову сім'ю без засічок (sans-serif), варіюючи кегль, насиченість і регістр для створення чіткої візуальної ієрархії. Використання одного шрифту замість поєднання кількох є усвідомленим рішенням: воно забезпечує максимальну консистентність і не ризикує створити типографічну «какофонію», що відвернула б увагу від фотографій.

Заголовки розділів набираються великими літерами (uppercase) жирного накреслення великого кегля. «IRINA ROMANIV» на головній сторінці, «PORTFOLIO», «PERSONAL PHOTOSHOOT», «CONCERT PHOTO SHOOT», «ABOUT» — усі ці заголовки мають монументальний і впевнений характер, що відповідає впевненому авторському висловлюванню. Широкий трекінг (letter-

spacing) між символами підсилює відчуття простору і спокою. Навігаційне меню використовує той самий шрифт меншого кегля також у верхньому регістрі, що забезпечує стилістичну єдність між заголовками і навігацією.

Текстовий контент розділу About є виключенням із загального правила uppercase: вступний цитатний блок набраний курсивом («I'm Iryna Romaniv, an emerging photographer inspired by music, chaos, and light»), що надає йому особистого і ліричного характеру, а основний біографічний текст — прямим накресленням нормального кегля для зручного читання. Підписи до кнопок і заклики до дії («SEE MORE», «VIEW WORK», «SEND») використовують той самий шрифт з рамковим обрамленням кнопки.

Система компонентів і консистентність.

Консистентність дизайну на всіх сторінках забезпечується через систему компонентів Figma. Ключовим компонентом є навігаційне меню (Frame 26), що присутнє на кожному з семи основних екранів у незмінному вигляді. Завдяки механізму компонентів Figma будь-яка зміна в основному компоненті автоматично поширюється на всі його копії, що унеможливлює розбіжності між різними сторінками.

Фотографічні картки у галереях є повторюваними елементами з однаковими пропорціями, відступами і інтерактивною поведінкою. Кнопки з рамковим обрамленням («VIEW WORK» на Home, «SEE MORE» у Portfolio, «SEND» на Contact) мають єдиний візуальний стиль, що об'єднує всі заклики до дії в єдину систему і дозволяє користувачу одразу розпізнавати інтерактивні елементи незалежно від того, на якій сторінці він знаходиться. Футер із посиланнями на соціальні мережі і контактною інформацією є унікальним елементом сторінки Contact і не дублюється на інших сторінках, що забезпечує структурну чистоту.

3.4 Дизайн ключових сторінок

Дизайн кожної сторінки сайту є результатом свідомого поєднання UI-рішень і UX-міркувань: кожен елемент — від розміщення заголовка до кольору

фону — обґрунтований функціонально і естетично. Нижче наведено детальний опис кожної з семи основних сторінок прототипу.

Головна сторінка — Home.

Головна сторінка є найважливішою точкою контакту відвідувача з сайтом і виконує функцію першого враження. Дослідження у галузі UX підтверджують, що відвідувач формує загальне ставлення до сайту протягом перших кількох секунд, тому якість і ефектність головної сторінки безпосередньо визначає, чи залишиться він для подальшого перегляду. Вся композиція Home підпорядкована єдиній меті: моментально і переконливо передати характер і рівень робіт фотографа.

Сторінка побудована за принципом повноекранної hero-секції: велике фонове зображення концертної фотографії займає весь видимий простір і одразу занурює відвідувача в атмосферу робіт Ірини Романів. Вибір саме концертного знімку для hero-секції є стратегічним: це найбільш динамічний і емоційно насичений жанр в її портфоліо, що одразу демонструє складність і виразність робіт. У лівому верхньому куті сторінки розміщено великий заголовок «IRINA ROMANIV» жирним шрифтом з підзаголовком «CONCERT & PORTRAIT PHOTOGRAPHER» — лаконічне і вичерпне позиціонування, що повідомляє відвідувачу про спеціалізацію автора без зайвих слів. Навігаційне меню розміщено у правій частині шапки, що є стандартним і очікуваним розміщенням для десктопної версії.

У центральній зоні сторінки розміщено короткий слоган «CAPTURING REAL MOMENTS. MUSIC. PEOPLE. ENERGY» — три ключові слова, що описують тематику і підхід фотографа. Нижче — єдина кнопка із закликом до дії «VIEW WORK» у рамковому оформленні. Ця кнопка є єдиним виразним СТА (call-to-action) на сторінці, і її мінімальність є свідомим рішенням: головна сторінка не намагається одразу продати послуги або перенавантажити відвідувача інформацією — вона лише формує враження і запрошує до подальшого дослідження. Клік на кнопку «VIEW WORK» переводить користувача безпосередньо до розділу Portfolio з анімацією «Move in».

Розділ Portfolio.

Розділ Portfolio є навігаційним центром сайту — сторінкою, що дозволяє відвідувачу обрати категорію робіт, яка відповідає його інтересам. Вона вирізняється найбільш насиченим і виразним фоном серед усіх розділів: яскравий пурпурово-фіолетовий градієнт одразу сигналізує про творчий і динамічний характер простору. Великий заголовок «PORTFOLIO» у лівій верхній частині доповнений слоганом «"Where light's meets emotios"», що передає художню філософію фотографа. Присутність лапок навколо слогану підкреслює його цитатний, особистий характер.

Основну частину сторінки займають три картки категорій, розміщені в рівномірній горизонтальній сітці з рівними відступами. Кожна картка містить репрезентативний знімок відповідної фотосесії у прямокутному форматі зі скругленими кутами і підпис «SEE MORE» під зображенням. Вибір репрезентативних знімків є ретельно обміркованим: перша картка показує силует людини на вулиці (Personal Photoshoot), друга — вечірній міський пейзаж (нічна зйомка), третя — концертний кадр з виступу (Concert Photo Shoot). Разом три картки дають одним поглядом повне уявлення про жанровий діапазон портфоліо. Клік на будь-яку картку або підпис «SEE MORE» переводить до відповідної галереї.

Photoshoot 1 — Personal Photoshoot (зимова зйомка).

Перша галерея представляє серію портретних і вуличних знімків, об'єднаних єдиною атмосферою зимового дня. Фон сторінки — стриманий оливково-коричневий градієнт — органічно поєднується з приглушеною, холодною кольоровою гамою зимових знімків і не конкурує з фотографіями за увагу. Заголовок «PERSONAL PHOTOSHOOT» набраний великими літерами у лівій частині шапки, навігаційне меню — у правій.

Фотографії організовані у рівномірній сітці двох рядів: перший ряд містить чотири знімки більшого розміру з рівними відступами між ними, другий ряд — шість знімків дещо меншого розміру, що надає сітці легкої динаміки. Такий підхід до компонування є різновидом класичної grid-сітки і забезпечує

впорядкований, але не монотонний перегляд. Всі знімки серії витримані у схожій кольоровій тональності: приглушені, холодні відтінки сірого і коричневого з м'якими тінями і розмитими фонами, що характерно для портретної зйомки в умовах розсіяного денного зимового світла. Клік на будь-який знімок відкриває його збільшену версію у лайтбоксі.

Photoshoot 2 — Concert Photo Shoot.

Галерея концертної зйомки є, мабуть, найбільш енергійною і емоційно насиченою сторінкою всього сайту. Темно-червоний і бордовий градієнт фону з вертикальними напівпрозорими смугами — декоративним елементом, що імітує промені концертних прожекторів — безпосередньо занурює відвідувача в контекст ще до перегляду перших фотографій. Заголовок «CONCERT PHOTO SHOOT» набраний тим самим великим жирним шрифтом uppercase і займає всю ліву частину шапки.

Сітка галереї містить два ряди знімків: верхній ряд — чотири горизонтальних кадри однакового розміру, нижній — п'ять кадрів з невеликими варіаціями пропорцій. Самі фотографії демонструють виразне різноманіття концертних сцен: крупні плани вокалістів і гітаристів у динамічних моментах виступу, середні плани сцени з музикантами на тлі яскравого сценічного освітлення, загальні плани з публікою в темряві залу. Кольорова гама знімків є надзвичайно насиченою: пурпурові, сині, червоні і рожеві сценічні вогні на темному фоні. Ця насиченість є органічною і очікуваною для жанру концертної фотографії і повністю відповідає теплому червоному фону сторінки, утворюючи єдине гармонійне кольорове рішення.

Photoshoot 3 — Personal Photoshoot (вечірня міська зйомка).

Третя галерея представляє серію портретних знімків, виконаних у нічному місті з характерним штучним вуличним освітленням. Фон сторінки — темно-синій з теплими помаранчевими і фіолетовими вставками — точно відтворює атмосферу вечірніх київських вулиць: холодне нічне небо і тепле жовте світло ліхтарів. Цей фон є найбільш «кінематографічним» серед усіх розділів і надає сторінці виразного настрою.

Галерея організована у сітку з шести знімків, розміщених у два ряди по три кадри. На відміну від Photoshoot 1, де всі кадри мають однаковий розмір, тут деякі знімки мають різні пропорції: поряд із вертикальними портретними кадрами присутні горизонтальні, що надає сітці органічнішого і динамічнішого ритму. Знімки демонструють молодих жінок у вечірньому місті: природні пози на фоні вуличного освітлення, силуети на тлі міських вогнів, деталі нічних локацій. Теплі помаранчево-золоті відтінки штучного освітлення на знімках ідеально гармонують з фоном сторінки, утворюючи візуальну цілісність між інтерфейсом і фотографічним контентом.

Сторінка About.

Сторінка About є унікальною в контексті всього сайту: це єдиний розділ, де текстовий контент відіграє рівноцінну роль з візуальним. Тут відвідувач знайомиться з Іриною Романів не як з безіменним автором знімків, а як з особистістю зі своєю філософією, підходом і цінностями. Фон сторінки — драматичний градієнт від темно-синього і чорного зверху до насиченого темно-червоного знизу — створює глибоку і особисту атмосферу, що налаштовує на вдумливе сприйняття тексту.

Верхня зона сторінки містить великий заголовок «ABOUT» у лівому куті і стандартне навігаційне меню праворуч. Основна частина сторінки побудована за двоколонковою схемою: ліворуч — портретне фото Ірини у квадратному форматі, праворуч — вступний текст курсивом: «I'm Iryna Romaniv, an emerging photographer inspired by music, chaos, and light. I capture moments as they happen — loud, imperfect, and real.» Цей короткий текст є авторським маніфестом, що ємно і точно передає творчу ідентичність фотографа: три слова «music, chaos, and light» визначають тематику, а «loud, imperfect, and real» — підхід до зйомки.

Нижче двоколонкової секції розміщено основний біографічний текст прямим накресленням: розповідь про досвід, методи роботи і підхід до клієнта. Текст написаний у першій особі теплим і відкритим тоном, що є правильним рішенням для сторінки About творчого фахівця — він формує відчуття особистого знайомства. Ключова думка тексту — важливість людського зв'язку

між фотографом і клієнтом («the connection») — є центральною цінністю бренду Ірини Романів і безпосередньо адресована другій ключовій групі аудиторії (приватним клієнтам), для яких важлива довіра до людини, що їх знімає. У нижній частині сторінки розміщено три пейзажні фотографії локацій в Ірпені, що дають відвідувачу візуальне уявлення про місця зйомок і підкреслюють прив'язку фотографа до конкретного міста.

Сторінка Contact.

Сторінка Contact є фінальним кроком у навігаційному маршруті відвідувача і має виконати єдине завдання: забезпечити максимально простий і зручний засіб зв'язку з фотографом. Фон сторінки — теплий розмитий червоно-бордовий градієнт, що нагадує атмосферу концертного залу у розфокусі, — є найбільш «камерним» і гостинним серед усіх розділів і створює правильний емоційний контекст для звернення.

Центральним елементом сторінки є форма зворотного зв'язку, розміщена на напівпрозорому темному контейнері зі скругленими кутами, що виразно виділяється на розмитому фоні. Форма має заголовок «CONTACT ME!» і містить два поля введення: «YOUR NAME» і «YOUR PHONE NUMBER» з плейсхолдерами «TYPE HEAR» всередині полів. Кнопка «SEND» розміщена по центру під полями введення. Мінімальна кількість полів (лише ім'я і телефон) є свідомим рішенням: чим простіша форма, тим вища ймовірність її заповнення. Для первинного контакту достатньо імені і телефону — всі деталі замовлення обговорюються в наступному спілкуванні.

Нижня частина сторінки містить розгорнутий футер, організований у три інформаційні блоки. Перший блок — «PIECES» — перераховує категорії послуг: Concert, Portrait, Love Story. Другий блок — «INFORMATION» — вказує на деталі співпраці: Studio in Irpin, Places for Photosesion, Albums. Третій блок містить контактні дані: Ukraine, Irpin, адресу електронної пошти romanivphoto@gmail.com і номер телефону +380 (96) 564 31 12. Поруч розміщені іконки соціальних мереж: Telegram, Facebook і Pinterest. Додатково у футері присутня спрощена навігація (Home / Portfolio / About), що дозволяє повернутися

до будь-якого розділу після ознайомлення з контактною інформацією. Такий розгорнутий і інформативний футер є грамотним рішенням: він надає всю ключову інформацію для потенційного клієнта в одному місці і усуває необхідність повертатися на інші сторінки для пошуку деталей.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання бакалаврської роботи було досягнуто поставленої мети — розроблено концепцію та повноцінний інтерактивний прототип UI/UX дизайну вебсайту-портфоліо фотографа Ірини Романів. Результат охоплює всі етапи дизайн-процесу: від теоретичного дослідження і аналізу аудиторії до фінального інтерактивного прототипу у Figma з анімованими переходами між сторінками і лайтбокс-механізмом перегляду фотографій.

У першому розділі було опрацьовано теоретичну базу дослідження. Встановлено, що UI-дизайн і UX-дизайн є самостійними, але нерозривно пов'язаними дисциплінами: UX визначає логіку, структуру і сценарії взаємодії, тоді як UI надає їм візуального втілення. Показано, що жоден з цих вимірів не може забезпечити якісний продукт без підтримки іншого, а їхня синергія особливо виразно проявляється у портфоліо-сайтах, де інтерфейс слугує рамкою для художнього контенту.

Аналіз специфіки портфоліо-сайтів для творчих спеціалістів показав, що головним принципом їхнього проєктування є підпорядкування всіх дизайнерських рішень одній меті — максимально переконливо і зручно представити роботи автора. Саме цим обумовлені такі характерні рішення, як темна кольорова схема, мінімалістична навігація, повноекранні hero-секції і механізм лайтбоксу. Огляд сучасних тенденцій вебдизайну підтвердив актуальність обраних підходів: темна тема, мінімалізм, акцент на фотоконтенті і mobile-first підхід є домінуючими стандартами у сфері творчих портфоліо. Розгляд інструментів проєктування обґрунтував вибір Figma як оптимального середовища для виконання всього циклу робіт — від wireframe до інтерактивного прототипу.

У другому розділі було проведено аналітичне дослідження, що заклало основу для прийняття проєктних рішень. Аналіз цільової аудиторії виявив дві ключові групи: музичні гурти та організатори концертних заходів, що шукають фотографа для документування виступів, і приватні особи, зацікавлені у

портретній зйомці. Для кожної групи визначено типовий сценарій навігації і виявлено відмінності в їхніх мотивах і поведінці на сайті. Конкурентний аналіз портфоліо-сайтів Chase Jarvis і Lara Jade підтвердив правильність обраного напрямку і визначив можливості для диференціації. На основі дослідницького етапу сформовано систему функціональних і нефункціональних вимог до дизайну, а також обґрунтовано фінальну структуру сайту і навігаційну модель.

У третьому розділі реалізовано практичну частину проєкту. Спроектовано дворівневу інформаційну архітектуру сайту з п'ятьма основними розділами (Home, Portfolio, About, Contact) і трьома галереями фотосесій другого рівня. Розроблено UI-концепцію, що базується на темній кольоровій схемі з унікальними градієнтними фонами для кожного розділу, лаконічній типографічній системі uppercase без засічок і системі компонентів Figma для забезпечення консистентності. Детально спроектовано дизайн усіх семи ключових сторінок прототипу — від hero-секції головної сторінки до розгорнутого футера контактної сторінки. Реалізовано повноцінний інтерактивний прототип (Flow 1) з двома типами взаємодій: переходи між сторінками (Navigate to, анімація Move in, 300 мс, Ease in) і відкриття фотографій у лайтбоксі (Open overlay, Instant, чорний фон 75%).

Практична цінність виконаного проєкту полягає у тому, що розроблений прототип є готовою основою для подальшої веброзробки. Він повністю моделює поведінку реального сайту, містить усі необхідні екрани і стани інтерфейсу та може бути безпосередньо переданий розробнику як технічне завдання. Усі дизайнерські рішення обґрунтовані з точки зору UX-принципів і потреб конкретної цільової аудиторії, що відрізняє цей проєкт від шаблонних рішень.

Серед перспектив подальшого розвитку проєкту слід виділити такі напрями: реалізація адаптивної мобільної версії сайту з окремо спроектованим мобільним меню і перебудованими галерейними сітками; додавання анімованих hover-ефектів для фотографічних карток у галереях; розробка мовної версії сайту англійською для розширення міжнародної аудиторії; інтеграція реального backend-рішення для форми зворотного зв'язку; а також проведення

повноцінного usability-тестування з представниками цільових груп аудиторії для верифікації і вдосконалення прийнятих рішень.

Таким чином, виконана бакалаврська робота підтверджує, що свідоме і методологічно обґрунтоване застосування принципів UI/UX дизайну дозволяє створити цифровий продукт, що є водночас естетично переконливим, функціонально зручним і стратегічно ефективним інструментом самопрезентації для творчого фахівця.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ISO/IEC 25010:2011. Systems and software engineering — Systems and software Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE). Geneva : ISO, 2011. 34 p.
2. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 [Електронний ресурс] : W3C Recommendation / W3C. 2018. URL: <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>
3. Brown T. Change by Design. New York : HarperBusiness, 2019. 272 p.
4. Buxton B. Sketching User Experiences. San Francisco : Morgan Kaufmann, 2007. 448 p.
5. Cooper A., Reimann R., Cronin D., Noessel C. About Face: The Essentials of Interaction Design. 4th ed. Indianapolis : John Wiley & Sons, 2014. 720 p.
6. Garrett J. J. The Elements of User Experience. 2nd ed. Berkeley : New Riders, 2011. 192 p.
7. Gothelf J., Seiden J. Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams. 3rd ed. Sebastopol : O'Reilly Media, 2021. 250 p.
8. Krug S. Don't Make Me Think, Revisited. 3rd ed. Berkeley : New Riders, 2014. 216 p.
9. Norman D. A. The Design of Everyday Things. Revised ed. New York : Basic Books, 2013. 368 p.
10. Rosenfeld L., Morville P., Arango J. Information Architecture: For the Web and Beyond. 4th ed. Sebastopol : O'Reilly Media, 2015. 486 p.
11. Saffer D. Microinteractions: Designing with Details. Sebastopol : O'Reilly Media, 2013. 168 p.
12. Tidwell J. Designing Interfaces. 3rd ed. Sebastopol : O'Reilly Media, 2020. 624 p.
13. Wroblewski L. Mobile First. New York : A Book Apart, 2011. 135 p.
14. Figma Inc. Figma Help Center: Prototyping in Figma [Electronic resource]. 2024. URL: <https://help.figma.com/hc/en-us/categories/360002051613>

15. Nielsen J. 10 Usability Heuristics for User Interface Design [Electronic resource]. Nielsen Norman Group. 2020. URL: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
16. Вакуленко О. В. Вільний простір у веб-дизайні. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2017. Вип. 32. С. 209–224. DOI: 10.5281/zenodo.573832
17. Вакуленко О. В. Періоди та технологічні передумови розвитку веб-дизайну. Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство». 2017. № 36. С. 139–149. DOI: 10.31866/2410-1176.36.2017.157686
18. Vasyliiev O. Дизайн веб-сайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти : дис. ... д-ра філос. : 022 «Дизайн» / КНУТД. Київ, 2024. 390 с.
19. Гамалія К., Омеляшко Ю. Аналіз сучасних вебплатформ у векторі цифрової архівації. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2025. Т. 8, № 2. С. 275–286. DOI: 10.31866/2617-7951.8.2.2025.347432
20. Геренко С. Штучний інтелект у графічному дизайні: кейс генеративних нейромереж. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2024. Т. 7, № 1. С. 78–91. DOI: 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300924
21. Губницька Ю. С., Писаревський М. Я. Розробка технології проєктування інтерфейсу мобільного додатку. Системи обробки інформації. 2017. Вип. 4 (150). С. 69–72. DOI: 10.30748/soi.2017.150.13
22. Курцева О. Особливості дизайну освітніх сайтів та порталів: художньо-образні засоби виразності : дис. ... д-ра філос. : 022 «Дизайн» / ХДАДМ. Харків, 2023. 226 с.
23. Мельник О. Конвергенція комунікативних складників у інфографіці. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2024. Т. 7, № 1. С. 24–35. DOI: 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300917
24. Павлюк А., Салига П. Графічний та нульовий підходи у гібридних інтерфейсах мобільних додатків. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2025. Т. 8, № 1. С. 33–48. DOI: 10.31866/2617-7951.8.1.2025.330441

25. Салига П. Вплив цифрової нестабільності на дослідження дизайну інтерфейсів. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Т. 7, № 2. С. 289–302. DOI: 10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463
26. Салига П., Ситник О. Дизайн інтерфейсу на основі теорії когнітивного навантаження. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2025. Т. 8, № 2. С. 241–258. DOI: 10.31866/2617-7951.8.2.2025.347381
27. Фенно Є. В. Принципи формування користувацького досвіду в UI/UX-дизайні цифрових туристичних платформ. *Теорія та практика дизайну*. 2026. Вип. 1 (39). С. 330–337. DOI: 10.32782/2415-8151.2026.39.33
28. Божко Т., Чуєва О. Іміджевий стиль інформаційних стартапів: засоби втілення. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Т. 7, № 1. С. 36–51. DOI: 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300919
29. Бушиков В. Засоби моушн-дизайну та художньо-стилістичні особливості пояснювальних відео для брендів у сфері ІТ. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2026. Т. 9, № 1. С. 113–130. DOI: 10.31866/2617-7951.9.1.2026.361479
30. Гамалія К., Тимошенко Д. Дослідницька база феномена візуального шуму в координатах графічного дизайну. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2026. Т. 9, № 1. С. 8–19. DOI: 10.31866/2617-7951.9.1.2026.361440
31. Гардабхадзе І., Висоцька А. Еволюція вимог до дизайну інтер'єру бібліотек в умовах цифровізації з відзеркаленням громадської думки. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2023. Т. 6, № 2. С. 327–339. DOI: 10.31866/2617-7951.6.2.2023.292157
32. Геренко С. Генеративний дизайн як новий етап розвитку проєктно-технічної графіки. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2026. Т. 9, № 1. С. 100–112. DOI: 10.31866/2617-7951.9.1.2026.361477
33. Далик Н. О. Емоційно-адаптивний дизайн користувацьких інтерфейсів на підставі аналізу міміки системою FACS. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2025. Т. 35, № 3. С. 150–157. DOI: 10.36930/40350316

34. Книжникова С. Специфіка дизайну вступних титрів до фільмів жанру «драма-комедія». Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2023. Т. 6, № 2. С. 298–310. DOI: 10.31866/2617-7951.6.2.2023.292154

35. Луговський О., Яковець І., Чугай Н. Застосування сучасних технологій дизайн-діяльності при проєктуванні інклюзивного середовища. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2024. Т. 7, № 2. С. 234–247. DOI: 10.31866/2617-7951.7.2.2024.315454

36. Несмачний С. М., Шостакович В. Г. Композиція як базова складова професійної підготовки дизайнера: теоретичне обґрунтування та емпірична перевірка. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2025. № 3. С. 173–180. DOI: 10.32461/2226-3209.3.2025.344375

37. Соколов Я. Б. Дослідження методів колірної адаптації графічних користувацьких інтерфейсів. Науковий вісник НЛТУ України. 2026. Т. 36, № 2. С. 125–131. DOI: 10.36930/40360214

38. Удріс-Бородавко Н. Глокальний дизайн як міждисциплінарна модель проєктної діяльності. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2024. Т. 7, № 1. С. 8–23. DOI: 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300916

39. Удріс-Бородавко Н. Структурна модель графічного дизайну як соціокультурного явища. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2025. Т. 8, № 1. С. 8–20. DOI: 10.31866/2617-7951.8.1.2025.330434

40. Богуславський М. Напрями розроблення ефективної методики вивчення користувацьких інтерфейсів у мультимедіа. Теорія та практика дизайну. 2024. № 33. DOI: 10.32782/2415-8151.2024.33.13

41. Ратушняк Т.В., Руднєв О. Актуальність вебресурсів з візуальним контентом // Збірник тез доповідей IV Міжнар. наук.-практич. конфер. «Інновації та перспективні шляхи розвитку інформаційних технологій (ІПШРІТ-2025)» (25 лист. 2025 р., м. Черкаси) [Електронний ресурс] / упоряд. : Т. О. Прокопенко, О. І. Підкуйко. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2025. – 301 с. С.247-248.
https://drive.google.com/file/d/1vfK7HzALRZHFTE8SKi6P_c-D3X4K3YPK/view

42. Ратушняк Т.В. Інклюзивний вебдизайн: стандарти та цифрові інструменти тестування доступності вебсайту // [Т.В. Ратушняк, А.А. Омельчук, О.В. Гладченко, А.В. Хом'як, С.М. Хоцкіна] // Прикладні питання математичного моделювання, 2024. - № 2, Том 7. - С. 189-206. DOI: <https://doi.org/10.32782/mathematical-modelling/2024-7-2-17>