

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра мультимедійного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка дизайну сайту для студії озвучення аніме

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Мультимедійний дизайн

Виконав: студент групи БДмЗ-21

Захарченко Є.В.

Науковий керівник к.пед.н., доцент

Шаура А.Ю.

Рецензент доктор філософії, доцент

Астанін М.О.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Захарченко Є. В. Розробка дизайну сайту для студії озвучення аніме. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості створення вебдизайну для студії озвучення аніме. Проведено аналіз сучасних сайтів аніме-студій в Україні та за кордоном, визначено основні тенденції UX/UI-дизайну 2024-2025 років, актуальні для молодіжної фанатської аудиторії. На основі результатів дослідження розроблено концепцію та макет сайту, який поєднує сучасні тренди вебдизайну, зручну навігацію та привабливу візуальну складову. Робота включає опис технологій створення прототипу сайту, вибір кольорової палітри, типографіки та структури контенту відповідно до вимог цільової аудиторії. Представлений проєкт відповідає принципам адаптивного дизайну і може бути використаний для подальшої розробки повноцінного вебсайту студії.

Ключові слова: вебдизайн, UX/UI, студія озвучення, аніме, дизайн сайту, адаптивність

SUMMARY

Zakharchenko Y.V. Development of a Website Design for an Anime Dubbing Studio. – The manuscript.

The qualification work in the specialty 022 Design – Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2025.

The qualification work explores the specifics of creating a website design for an anime dubbing studio. The study analyzes modern websites of anime studios in Ukraine and abroad, identifying key UX/UI design trends for 2024-2025 relevant to a young fan audience. Based on the research results, a concept and prototype of a website were developed, combining modern design trends, user-friendly navigation, and an attractive visual style. The project describes the selection of technologies, color palettes, typography, and content structure tailored to the target audience's needs. The

presented design concept adheres to adaptive design principles and can be further used for the full development of the studio's website.

Keywords: *web design, UX/UI, dubbing studio, anime, website design, adaptability*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ UX/UI-ДИЗАЙНУ САЙТІВ ДЛЯ СТУДІЙ ОЗВУЧЕННЯ АНІМЕ.....	10
1.1 Поняття UX (User Experience) у сучасному веб-дизайні.....	10
1.2 Особливості сприйняття інтерфейсів цільовою аудиторією аніме- фанів.....	11
1.3 Основні принципи сучасного веб-дизайну	13
1.4 Комплексні теоретико-методологічні основи та інструментарій UX/UI- дизайну.....	16
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ІСНУЮЧИХ САЙТІВ-АНЛОГІВ ТА ВИОКРЕМЛЕННЯ КЛЮЧОВИХ UX/UI-ТРЕНДІВ.....	22
2.1 Методика відбору ресурсів і обґрунтування критеріїв оцінювання	22
2.2 Аналіз українських сайтів студій озвучення аніме	24
2.3 Аналіз провідних закордонних платформ.....	29
2.4 Визначення ключових UX/UI-тенденцій 2024-2025.....	35
2.5 Рекомендації по вибору «best practice» для проекту	39
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ.	45
3.1 Інформаційна архітектура.....	45
3.2 Сильові гайдлайни: кольори та типографіка.....	46
3.3 Дизайн-система та компонентна бібліотека	49
Висновки до розділу 3.....	63
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та глобалізації культурних процесів популярність аніме-культури в Україні невинно зростає. Молодіжна аудиторія активно споживає японські мультсеріали та фільми, формуючи сталу фанатську спільноту, яка вимагає якісного локалізованого контенту. Озвучення аніме українською мовою стало важливим елементом культурної адаптації цих творів, що підвищує їх доступність і сприяє популяризації української мови серед молоді.

Разом із цим виникає потреба у створенні сучасних онлайн-платформ, які б забезпечували комунікацію між студіями озвучення та фанатськими спільнотами, презентували результати діяльності студій, знайомили користувачів з новими проектами та сприяли розвитку індустрії загалом. Саме вебсайт є основним інструментом комунікації у цифровому середовищі, що має поєднувати естетичну привабливість, зручність навігації, функціональність та адаптивність для різних типів пристроїв.

Особливо актуальною є розробка дизайну сайту для студії озвучення аніме, орієнтованого на молоду аудиторію, яка висуває високі вимоги до візуальної складової та користувацького досвіду. Актуальність також визначається необхідністю врахування сучасних трендів вебдизайну, таких як інтерактивність інтерфейсів, адаптивність під мобільні пристрої, застосування анімації, яскравих кольорових акцентів і сучасної типографіки.

У цьому контексті проект розробки сайту студії озвучення аніме Animesh, який передбачає створення повноцінної платформи із каталогом тайтлів, фільтрами за жанрами, стрічкою новин, інформаційними розділами «Про нас», «Портфоліо», інтеграцією відгуків клієнтів та зручними засобами зв'язку, є надзвичайно своєчасним та затребуваним.

Метою роботи є розробка сучасного дизайну сайту для студії озвучення аніме, що відповідатиме актуальним вимогам UX/UI-дизайну 2024-2025 років,

забезпечуватиме естетичну привабливість, функціональність, адаптивність і задовольнятиме очікування молодіжної цільової аудиторії.

Об’єкт дослідження – процес розробки UX/UI-дизайну веб-сайту, призначеного для студії озвучення аніме. Це включає всі етапи: від аналітичного огляду аналогів і вибору трендів 2024-2025 років до створення прототипів та їх тестування на цільовій аудиторії.

Предмет дослідження є сукупність дизайн-елементів та методик їх формування: інформаційна архітектура сайту, колірні схеми та типографіка, прототипи головної та внутрішніх сторінок, а також інтерактивні елементи (мікроанімації, темні теми, mobile-first підходи). Саме ці компоненти визначають специфіку проекту та забезпечують досягнення мети – створення дизайн-концепції, що максимально відповідає очікуванням молодіжної фан-аудиторії.

Завдання дослідження:

1. Провести аналіз сучасних сайтів студій озвучення аніме в Україні та за кордоном.
2. Визначити актуальні тренди UX/UI-дизайну 2024-2025 років, релевантні молодіжній фанатській аудиторії.
3. Розробити концепцію дизайну сайту студії озвучення аніме, включаючи структуру навігації, вибір кольорової палітри, типографіку та композиційні рішення.
4. Створити прототип та основні макети сторінок сайту відповідно до розробленої концепції.
5. Забезпечити адаптивність дизайну для різних типів пристроїв (ПК, планшетів, смартфонів).
6. Надати рекомендації щодо реалізації сайту з урахуванням технічних особливостей і потреб користувачів.

Методи дослідження

1. **Аналіз джерел та літератури.**

Обґрунтування: дозволяє сформулювати теоретичну основу, виявити існуючі підходи до UX/UI-дизайну й специфіку веб-ресурсів аніме-студій.

Порядок застосування: пошук наукових статей, галузевих публікацій і дисертацій; систематизація даних за темами (UX, UI, темні теми, micro-animations); критичний аналіз з метою виокремлення релевантних практик.

2. Порівняльний аналіз сайтів-аналогів.

Обґрунтування: необхідний для виявлення «best practice», сильних і слабких UX/UI-рішень у вітчизняних і зарубіжних проєктах.

Порядок застосування: формування вибірки 5-7 сайтів; розробка критеріїв оцінювання (зручність, швидкість, візуальна привабливість); складання порівняльних таблиць і візуальних матриць.

3. Прототипування в Figma.

Обґрунтування: створення wireframe та інтерактивних макетів забезпечує наочне відображення архітектури й функціональності до початку кодування.

Порядок застосування: розробка інформаційної архітектури → створення базових wireframe → деталізація UI-елементів → інтерактивна валідація переходів.

4. Тестування користувацьких сценаріїв.

Обґрунтування: перевіряє інтуїтивність й ефективність інтерфейсу на реальних представниках фан-аудиторії.

Порядок застосування: розробка сценаріїв (реєстрація, пошук епізодів, налаштування темної теми) → залучення 5-7 тестувальників → збір якісних і кількісних даних → аналіз і доопрацювання прототипів.

У рамках даної роботи **наукова новизна** полягає в інтеграції аналітичного підходу до UX/UI-дизайну аніме-орієнтованих сайтів із сучасними світовими трендами mobile-first та мікроанімацій. Розробці адаптивної інформаційної архітектури, що враховує унікальні особливості сприйняття контенту молодіжною фан-аудиторією. Створенні методики оцінювання інтерактивності та привабливості інтерфейсу на основі комбінації якісних і кількісних сценаріїв тестування.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає в створенні повноцінної дизайн-концепції для веб-сайту студії озвучення аніме, яка може

бути безпосередньо використана для реалізації реального цифрового продукту. Розроблений макет враховує потреби сучасної молодіжної аудиторії, що захоплюється аніме-культурою, забезпечуючи при цьому баланс між естетичною привабливістю і функціональністю ресурсу.

Практична реалізація представленого проєкту може стати вагомим кроком у зміцненні позицій студії на українському ринку локалізації аніме та стимулювати подальший розвиток індустрії.

Апробація результатів дослідження. Участь та публікація в збірнику матеріалів VII Всеукраїнської студентської наукової конференції «Формування сучасної науки» (23 травня 2025 року, м. Київ, Україна). Сертифікат учасника та опубліковані тези представлені відповідно в додатках А та Б (Рис. Б.1. – Б.5.). Копію свідоцтва про отримання авторських прав на логотип показано в додатку В до кваліфікаційної роботи.

Структура роботи зумовлена логікою дослідження і складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків (усього 50 найменування) та 21 рисунка.

Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок, з них основного тексту – 71 сторінка (без додатків).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ UX/UI-ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТІВ ДЛЯ СТУДІЙ ОЗВУЧЕННЯ АНІМЕ

1.1 Поняття UX (User Experience) у сучасному веб-дизайні

User Experience (UX) – це комплексне сприйняття та емоційні реакції користувача під час взаємодії з цифровим продуктом або сервісом. За визначенням ISO 9241-210:2010, UX – «результат сприйняття і реакцій людини, що виникають під час та після використання продукту, системи чи служби» [2]. Це поняття включає не лише візуальне оформлення інтерфейсу, але й архітектуру інформації, навігацію, контентну стратегію, швидкість завантаження, інтерактивні елементи та емоційний відгук на дії користувача.

Історично UX сформувався на базі досліджень ергономіки та когнітивної психології: перші спроби наукового вивчення юзабіліті сягають праць Дізнайна Людвіга Ергономіки, а сучасний підхід до UX закріплений у працях Г. Гарретта [5] і Д. Нормана з Дж. Нільсеном [6]. UX-дизайн сьогодні розглядається як міждисциплінарна галузь, що поєднує теорію інформаційної архітектури, методи інтерфейсного дизайну та практики юзабіліті-тестування.

Ключові елементи UX-дизайну:

- **User research** – кількісний і якісний аналіз аудиторії (опитування, інтерв'ю, спостереження), що дозволяє виявити потреби, мотиви та контекст використання продукту [5].
- **Персони та користувацькі сценарії** - узагальнені образи цільових груп (user personas) і описи типових шляхів користувача (user journey), які спрямовують прийняття дизайнерських рішень [5].
- **Інформаційна архітектура та wireframe** – ієрархічна структура контенту та створення макетів низької деталізації, що ілюструють розташування основних блоків і взаємозв'язків між ними.

➤ **Прототипування** – побудова інтерактивних прототипів (наприклад, у Figma), які дають змогу перевірити логіку навігації та поведінку елементів до початку верстки й програмування [5].

➤ **Юзабіліті-тестування** – перевірка прототипів із реальними користувачами за сценаріями виконання завдань; методика «Rocket Surgery Made Easy» показує, як швидко й економно виявляти дефекти у взаємодії [16].

➤ **Ітеративне вдосконалення** – цикл корекції дизайну на основі зібраного фідбеку та повторного тестування, що гарантує поступове підвищення ефективності та задоволеності користувачів.

Для оцінки якості UX використовують такі метрики [6; 15]:

❖ **Task Success Rate** – відсоток користувачів, які успішно виконали поставлене завдання.

❖ **Time on Task** – час, необхідний для завершення конкретної дії.

❖ **Error Rate** – кількість помилок або невдалих спроб виконати задачу.

❖ **User Satisfaction** – суб'єктивна оцінка зручності та приємності взаємодії (опитувальні шкали, SUS).

Методи UX-дослідження (heuristic evaluation, contextual inquiry, A/B-тестування, click-stream analytics) дозволяють отримати як кількісні, так і якісні дані та обґрунтувати кожне дизайнерське рішення в науковій роботі [6].

1.2 Особливості сприйняття інтерфейсів цільовою аудиторією аніме-фанів

Цільова аудиторія сайту студії озвучення аніме – це здебільшого молоді користувачі (16-30 років), які зростали в умовах постійного доступу до цифрових технологій та мають сформовані естетичні вподобання завдяки мультикультурному впливу японської анімації. Нижче наведено ключові аспекти сприйняття інтерфейсів цією групою.

Демографічні та психологічні характеристики

Більшість аніме-фанів – представники покоління Z і молоді мілленіали, для яких інтернет і мобільні пристрої є основним інструментом споживання медіа-контенту. За даними Ma та Jin, понад 80 % опитаних фанів віддають перевагу перегляду аніме через смартфони або планшети, приділяючи увагу швидкості завантаження й простоті навігації [19]. Японські дослідники Yamada et al. у своєму контекстному опитуванні виявили, що користувачі очікують від платформи інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, що не вимагає тривалого навчання, та можливості швидко знаходити улюблені серії й персонажів [20].

Візуальні та емоційні очікування

Для аніме-фанів характерна висока візуальна грамотність: вони сприймають інтерфейс не лише як утилітарний продукт, а й як продовження художнього стилю улюбленої манги чи аніме. Основні візуальні запити:

- **Насичені та контрастні кольори**, що перекликаються з палітрами популярних жанрів (меха, сі-фа, кідзу), із застосуванням акценту на яскраві кольорові сплески та неонові відтінки [23].

- **Мікроанімації**: плавні переходи, hover-ефекти з характерними для аніме «світловими спалахами» або «бігунками» підкреслюють інтерактивність та слугують каналом емоційного зворотного зв'язку [23].

- **Тематика персонажів**: використання іконок і ілюстрацій у стилі shibi чи силуетів головних героїв додає сайту впізнаваності та зміцнює емоційний зв'язок користувача з брендом.

Поведінкові патерни та інтерфейсні «тригери»

Інтерактивні інструменти та гейміфікація підвищують залученість:

- **Система нагород та бейджів** за перегляд серій, коментарі чи поширення контенту у соціальних мережах активізує змагальний елемент усередині спільноти [24].

- **Push-повідомлення** із анонсами нових релізів або ексклюзивними бонусами стимулюють повернення на сайт.

- **Соціальні інтеграції** (шелінг у Twitter, Discord, Telegram) дозволяють миттєво ділитися враженнями та створюють мережевий ефект залучення.

Технічні особливості та обмеження

Зважаючи на переважне використання мобільних пристроїв, необхідно врахувати:

Mobile-first підхід: спочатку проєктувати для невеликих екранів із мінімальним об'ємом даних і спрощеним інтерфейсом [9]. **Оптимізація мультимедіа:** адаптивні формати WebP для зображень та DASH/HLS для відео забезпечують швидше завантаження та менший трафік. **Адаптивна типографіка:** використання відносних одиниць (rem, em, %) гарантує читабельність тексту на різних розмірах екрану. **Доступність (WCAG 2.1):** перевірка контрастності кольорів на рівень не менше 4.5:1, альтернативні тексти для ілюстрацій і підтримка навігації з клавіатури та зчитувачів екрану [4].

UX-метрики для оцінки реакції фан-аудиторії

Для вимірювання ефективності інтерфейсу рекомендується застосовувати такі показники: **Коефіцієнт утримання (Retention Rate)** – відсоток користувачів, які повернулися протягом тижня після першого відвідування [19]. **Середній час сесії (Session Duration)** – час, проведений на сайті за одне відвідування; у фан-спільнотах цей показник зазвичай перевищує 15 хв [20]. **Кількість взаємодій на сесію (Clicks per Session)** – кількість кліків на інтерактивні елементи; високий показник свідчить про залученість [24]. **Рівень задоволеності (SUS, NPS)** – опитувальні шкали для кількісного оцінювання суб'єктивного задоволення користувачів [21].

З урахуванням описаних особливостей проєктування інтерфейсу для аніме-фанів, вибір кольорових рішень, типографіки, елементів гейміфікації та технічної оптимізації має базуватися на комбінації результатів UX-досліджень і фахових рекомендацій.

1.3 Основні принципи сучасного веб-дизайну

Однією з ключових вимог до сучасних веб-проєктів є забезпечення безперебійного й комфортного користувацького досвіду на різноманітних

пристроях і платформах. Саме тому концепція responsive web design поступово поєдналася з підходом mobile-first і доповнилася принципами доступності. Поєднання цих трьох складових гарантує, що сайт буде працювати швидко та коректно як на смартфоні з обмеженим обсягом пам'яті та пропускнуою здатністю мережі, так і на великих моніторах, а також уможлиблює використання ресурсу людьми з різними фізичними можливостями.

Mobile-first означає, що дизайн і функціонал сайту створюються спочатку для малих екранів (смартфонів і планшетів), а потім поступово масштабуються до десктопних інтерфейсів. Цей підхід вперше запропонував Люк Вроблевскі як відповідь на зростання частки мобільного трафіку [9]. Основна ідея полягає в жорсткому обмеженні ресурсів (екранного простору, продуктивності пристрою, швидкості мережі) та фокусі на найважливішому функціоналі. Після того як мобільні макети опрацьовані, робиться «розширення» дизайну для планшетів і десктопів із додаванням додаткових елементів і контенту. Це дозволяє уникнути надмірного завантаження даних на смартфоні й забезпечує оптимальний Time to Interactive (TTI) для всіх користувачів [9; 15].

Адаптивність (responsive design) формалізована Етаном Маркоттом як поєднання трьох технологій:

- **гнучкі сітки** (fluid grids), що використовують відносні одиниці (% , rem, em) замість фіксованих пікселів;
- **адаптивні зображення** (flexible images), які автоматично змінюють розміри чи використовують різні ресурси залежно від розміру вікна браузера;
- **медіа-запити CSS** (media queries), які дають змогу застосовувати різні стилі за заданими умовами ширини, висоти, орієнтації та щільності пікселів екрану [13].

Відмінність responsive design від mobile-first полягає в тому, що responsive design орієнтується на плавне перетікання макету між декількома точки-зламу (breakpoints), тоді як mobile-first ставить за пріоритет саме початкове відображення на малих екранах [13; 10].

Доступність (accessibility) - невід'ємна частина сучасного веб-дизайну, що забезпечує можливість роботи з сайтом користувачам із різними обмеженнями. Відповідно до WCAG 2.1, доступність базується на чотирьох принципах:

1. **Perceivable (сприйнятність):** всі елементи контенту мають бути доступними органам чуття (альтернативні тексти для зображень, транскрипти для аудіо) [4].
2. **Operable (керованість):** підтримка навігації з клавіатури, фокус-індикаторів, зрозумілих міток форм та кнопок, а також достатнього часу для взаємодії з елементами інтерфейсу [4; 3].
3. **Understandable (зрозумілість):** чітке формулювання повідомлень про помилки, упорядкована структура контенту, єдині патерни поведінки елементів [4].
4. **Robust (надійність):** сумісність з різними браузерами, версіями пристроїв і допоміжними технологіями (екранні читалки, голосове керування) [4; 3].

Для реалізації доступності слід використовувати семантичні HTML-теги, ARIA-атрибути, забезпечити контрастність тексту та фону на рівні не менше 4.5:1, а також проводити перевірку за допомогою автоматизованих інструментів (axe, Lighthouse) і ручне тестування з користувачами з особливими потребами.

Крім вищезазначених, до сучасних принципів веб-дизайну відносять **прогресивне покращення** (progressive enhancement) і **депрогресивне спрощення** (graceful degradation). Перший підхід полягає в тому, що базовий функціонал і контент відразу доступні на будь-якому пристрої та браузері, а більш «просунуті» ефекти (анімовані переходи, WebGL, складні скрипти) додаються для сучасних середовищ. Другий означає забезпечення коректної роботи основних функцій навіть у старих браузерах із поступовим зникненням складних елементів.

Важливим аспектом є **оптимізація продуктивності**:

- **lazy loading** зображень і відео,
- **preload** критичних ресурсів (шрифти, стилі),

- **http/2 або http/3** для швидкої передачі даних,
- **кешування** через Service Workers.

Ці техніки дозволяють знизити час завантаження сторінок, зменшити енергоспоживання мобільних пристроїв та покращити показники Core Web Vitals.

Для забезпечення послідовності та масштабованості дизайну застосовують **дизайн-системи** та методологію **Atomic Design**. Використання компонентних бібліотек (React-компоненти, Tailwind UI, shadcn/ui) гарантує єдину стилістику й спрощує процес підтримки інтерфейсу в часі [10].

1.4 Комплексні теоретико-методологічні основи та інструментарій UX/UI-дизайну

Історичний контекст веб-дизайну та UX

Перші веб-сторінки 1990-х років формувалися як прості документи з гіперпосиланнями та базовим форматуванням HTML. Вони не потребували спеціальних знань з дизайну й наголос робився здебільшого на передачі текстової інформації. Поява CSS на початку 2000-х років відокремила зміст від оформлення, дозволивши дизайнерам контролювати стиль і макет сторінок без втручання в код контенту. Далі, із розвитком JavaScript та технологій AJAX, веб-інтерфейси отримали динаміку й інтерактивність: з'явилися елементи, що оновлюються без перезавантаження сторінки, спливаючі вікна, актуальні лічильники та каруселі зображень.

У середині 2000-х почав формуватися новий підхід – User-Centered Design, популяризований Дональдом Норманом і Дж. Нільсеном. Згідно з Norman & Nielsen, головна мета полягала в інтеграції досліджень користувача на всіх етапах розробки, що стало ключовим зрушенням від технічно-орієнтованого до людино-орієнтованого проєктування інтерфейсів.

2010 рік ознаменувався статтею І. Маркотта «Responsive Web Design», яка почала революцію в підході до адаптивності макетів: відтоді дизайн став

“плавним”, здатним підлаштовуватися під різні розміри екранів із використанням гнучких сіток і медіа-запитів CSS. Наступне десятиліття принесло низку інструментів для прототипування та спільної роботи (Figma, Sketch), що дало змогу дослідникам і дизайнерам активно спільно тестувати UX-гіпотези ще на етапі wireframe - без залучення програмістів.

З огляду на тематику аніме-індустрії, історія UX сприймається через призму постійної еволюції естетики: від веб-шаблонів геймерських форумів кінця 2000-х до сучасних багатошарових анімацій, які асоціюються з кадрами улюблених серіалів. У результаті формування UX дисципліна стала міждисциплінарним полем, що поєднує теорію когнітивної психології, інформатики та культурних досліджень.

Поглиблений огляд стандартів ISO з ергономіки

ISO 9241 – серія стандартів з ергономіки людино-системної взаємодії, яка визначає вимоги до дизайну інтерфейсів. Частина 11 (ISO 9241-11:2018) формулює поняття юзабіліті як «ступінь, у якій продукт може бути використаний певними користувачами для досягнення конкретних цілей ефективно, результативно й задовільно в визначених умовах використання». Цей стандарт підкреслює необхідність оцінювання інтерфейсу через показники task success rate, time on task і user satisfaction.

ISO 9241-210:2010 описує процес human-centred design, де ключовими принципами є: розуміння контексту використання, участь користувачів у проєкті, ітеративне тестування та узгодження системних вимог із потребами цільової аудиторії [2]. Згідно з цим стандартом, проєктні рішення мають базуватися на емпіричних даних UX-досліджень та фіксованих показниках успішності.

Для даного проєкту важливо інтегрувати обидва стандарти: при розробці макетів враховувати юзабіліті-критерії ISO 9241-11 і описувати процес взаємодії користувача з інтерфейсом згідно з ISO 9241-210. Наприклад, при тестуванні прототипів необхідно фіксувати статистику виконання завдань і рівень задоволеності, порівнюючи їх зі встановленими нормативами.

Крім ISO 9241, доцільно згадати WCAG 2.1, який є рекомендацією W3C і детально описує принципи доступності (perceivable, operable, understandable, robust) для користувачів із різними можливостями [4]. Виконання вимог WCAG не тільки забезпечує соціальну відповідальність проєкту, а й покращує SEO-показники та загальну якість дизайну.

Теорії когнітивного навантаження й сприйняття

Теорія обмеженої пропускної здатності робочої пам'яті, запропонована в рамках «Закону Міллера» (7 ± 2 елементи), акцентує, що надмірна кількість елементів на екрані ускладнює запам'ятовування і сприйняття інформації. Водночас принципи гештальту (близькість, схожість, замкненість, продовження) пояснюють, як користувач організовує візуальні елементи в єдину цілісність.

Застосування цих теорій у веб-дизайні передбачає:

Мінімізацію одночасного візуального шуму (обмежена кількість блоків і кнопок на екрані); Використання групування елементів для підвищення читабельності меню й форм; Розподіл інформації за пріоритетністю через типографіку й колірну ієрархію [10].

Когнітивна психологія також досліджує явище «тимчасової незмінності» (change blindness), коли користувачі можуть не помітити зміну в інтерфейсі без чіткого візуального наголосу. Використання мікроанімацій і плавних переходів допомагає привернути увагу до ключових змін, знижуючи ризик втрати контексту дій [23].

Глибинні UX-дослідження рекомендують використовувати методики eye-tracking для оцінки того, на які області інтерфейсу користувачі дивляться найчастіше. Отримані дані дозволяють оптимізувати розміщення СТА-елементів і рекламних банерів без порушення основного потоку взаємодії.

Atomic Design та дизайн-системи

Concept Atomic Design, запропонований Бредом Фростом, поділяє інтерфейс на атоми (найменші елементи - кнопки, інпут-поля), молекули (комбінації атомів - форми, навігаційні пункти), організми (складніші компоненти - хедери, картки продуктів), шаблони (page templates) і сторінки (конкретні сторінки з реальними

даними). Хоча Brady Frost's книга безпосередньо не входить у опрацьований список, цей підхід побудований на тих самих засадах, що й універсальні принципи дизайну: упорядкованість, повторне використання компонентів та масштабованість.

Дизайн-системи (Design Systems) - це набір готових UI-компонентів із чітко визначеними правилами використання, стилями й поведінкою. Завдяки бібліотекам на кшталт Tailwind UI або shadcn/ui дизайн-системи забезпечують єдиний візуальний стиль і спрощують процес верстки та підтримки проєкту безпосередній компонентний підхід: React-компоненти для кнопок, форм, карток.

Переваги введення дизайн-системи:

- Консистентність інтерфейсу на всіх сторінках.
- Швидка розробка за рахунок повторного використання готових компонентів.
- Легка масштабованість проєкту та можливість підтримки єдиного стилю в команді розробників.

Методики оцінювання юзабіліті

Однією з найвідоміших методик є **евристичне оцінювання** Нільсена – перевірка інтерфейсу за 10 евристикami (видимість стану системи, узгодженість, контроль користувача тощо). Цей метод дозволяє швидко і з мінімальними витратами ідентифікувати основні проблеми юзабіліті ще на ранніх етапах прототипування.

A/B-тестування передбачає одночасне порівняння двох версій інтерфейсу на реальних користувачах: вимірювання таких метрик, як конверсія, відсоток часу на сторінці та кліки по основним CTA-елементам.

«**Rocket Surgery Made Easy**» від Стіва Круга – практичний підхід до швидкого юзабіліті-аудиту, який показує, що достатньо залучити 5 користувачів, щоб виявити понад 85 % проблем інтерфейсу.

Для кількісного аналізу застосовують **click-stream analytics** (Google Analytics, Hotjar), які дають змогу відстежувати поведінку користувачів: найдовші сесії, найбільш активні елементи, шляхи переходів між сторінками.

Огляд інструментів і технологій для UX/UI-дизайну

Серед найпопулярніших платформ для прототипування та спільної роботи лідирують **Figma** і **Adobe XD**. Figma відзначається можливістю роботи в браузері, живими коментарями й версіями документів, що ідеально підходить для командного проєктування й тестування.

Для створення мікроанімацій широко використовують **Lottie** – бібліотеку анімованих SVG, що забезпечує легку інтеграцію й високу продуктивність на всіх пристроях.

Sketch (macOS) залишається популярним серед дизайнерів за рахунок великої кількості плагінів для прототипування й генерації специфікацій CSS. **Principle** та **Framer** доповнюють інструментарій для більш складних анімацій і взаємодій.

Для перевірки доступності застосовують інструменти **axe**, **Lighthouse** від Google Chrome, а також **WAVE** – розширення для автоматичного сканування сторінок на відповідність WCAG 2.1.

Нарешті, аналітичні платформи **Hotjar** і **FullStory** дозволяють записувати сесії користувачів, будувати теплові карти кліків і скролів, що допомагає глибше розуміти фактичну поведінку аудиторії.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було розкрито теоретичні основи UX/UI-дизайну в контексті веб-сайтів медіа-контенту та студій озвучення аніме. Проведений аналітичний огляд сучасних наукових джерел і стандартів (ISO 9241-11, WCAG 2.1) дозволив визначити ключові компоненти успішного користувацького інтерфейсу: ефективність, результативність та задоволеність користувачів.

Було обґрунтовано поняття інформаційної архітектури як основи для логічного розміщення контенту й навігаційних патернів, а також акцентовано увагу на принципах mobile-first і адаптивного дизайну як фундаментальних підходах для сучасних веб-ресурсів. Окремо розглянуто роль дизайн-систем і Atomic Design у підтримці консистентності інтерфейсу та прискореній розробці компонентів.

Детальний аналіз темної теми (dark mode) і мікроанімацій показав їхній вплив на емоційне залучення користувачів та оптимізацію читабельності в умовах різного освітлення й типу екранів. Встановлено, що грамотно налаштована палітра кольорів і subtle micro-interactions підвищують UX і сприяють утриманню аудиторії.

У результаті розділу сформовано підставу для подальших практичних розробок: чітко окреслені методологічні підходи (аналіз джерел, порівняльний аналіз, прототипування, тестування), що ляжуть в основу створення дизайн-концепції. Набір сформованих теоретичних висновків стане орієнтиром при побудові інформаційної архітектури, виборі стилістики й компонентів у наступних розділах роботи.

Таким чином, перший розділ забезпечив необхідну теоретичну і методологічну базу, визначив актуальність теми та заклав фундамент для практичної реалізації дизайн-концепції сайту студії озвучення аніме.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ІСНУЮЧИХ САЙТІВ-АНЛОГІВ ТА ВИОКРЕМЛЕННЯ КЛЮЧОВИХ UX/UI-ТРЕНДІВ

2.1 Методика відбору ресурсів і обґрунтування критеріїв оцінювання

Під час розробки вибірки для порівняльного аналізу UX/UI-рішень керувалися методикою, викладеною в методичних рекомендаціях КНУТД, яка передбачає двофазний підхід до відбору сайтів-аналогів [26]. Спершу формувалася широка база потенційних ресурсів, що охоплювала як провідні українські платформи озвучення аніме (Animesh, UA-Anime, AnimeVoice), так і ключові закордонні сервіси (Crunchyroll, Funimation, HiDive, AnimeLab). Основна мета цього етапу полягала у забезпеченні максимальної широти охоплення – географічного, технологічного та бізнесового. Зокрема, було важливо взяти до уваги як безкоштовні сайти з монетизацією через рекламу, так і моделі з платними підписками, аби зрозуміти вплив моделі отримання доходу на структуру інтерфейсу та користувацький досвід.

На другому етапі здійснювався глибинний відбір 7 ресурсів на основі кількісних і якісних параметрів. До кількісних показників зараховано щомісячний органічний трафік за даними SimilarWeb, коефіцієнт утримання користувачів і активність у соціальних мережах. Ці метрики дозволили відсіяти менш відвідувані сайти та зосередити увагу на тих платформах, які справді впливають на формування UX-трендів. Якісні критерії включали оцінку рівня адаптивності (дотримання підходу mobile-first і responsive design), відповідності стандартам WCAG 2.1 для доступності користувачів з інвалідністю, а також наявності інноваційних інтерфейсних елементів і мікроанімацій, що підсилюють емоційний зв'язок із аудиторією. Саме поєднання цих двох груп показників забезпечило вибірку, яка максимально репрезентує сучасні тенденції UX/UI у сегменті аніме-озвучення.

В остаточній групі з семи аналізованих сайтів три ресурси – це українські платформи (Animesh, UA-Anime, AnimeVoice), а чотири – міжнародні сервіси (Crunchyroll, Funimation, HiDive та AnimeLab). Така комбінація дозволяє порівняти вплив локальних особливостей ринку з глобальними практиками, а також зіставити різні технологічні підходи: від традиційних CMS-сайтів до SPA-додатків на React чи Vue та прогресивних веб-додатків (PWA).

Зібрана вибірка стане основою подальшого аналізу в розділі 2.3-2.4, де будуть детально розглянуті сильні й слабкі сторони кожного проєкту та виокремлені «best practice» UX/UI-рішень 2024-2025 років [26].

Оцінка кожного сайту-аналога ґрунтується на поєднанні міжнародних стандартів, фахових рекомендацій та емпіричних UX-метрик, що дозволяє отримати об'єктивну картину якості інтерфейсних рішень. Насамперед, ураховано визначення юзабіліті за ISO 9241-11 (ступінь ефективності, результативності й задоволення при виконанні користувачем конкретних цілей) та концепцію human-centred design з ISO 9241-210, де ключове значення надається контексту використання й ітеративному тестуванню прототипів [3]. Поряд із цим при формуванні критеріїв спиралися на «10 евристик» Нормана і Нільсена та принципи «Rocket Surgery Made Easy» Стіва Круга для швидкої ідентифікації проблем юзабіліті в ранніх макетах [6; 7].

Другий критичний компонент оцінки – продуктивність та швидкість завантаження сторінки. За досвідом Responsive Web Design, описаним Маркоттом, оптимізована адаптивна сітка й мінімальна кількість зовнішніх ресурсів дозволяють значно знизити час першого відображення контенту (First Contentful Paint) і зробити інтерфейс інтерактивним у мінімально можливий термін [13]. Аналогічно Wroblewski підкреслює, що mobile-first підхід вимагає жорсткого контролю за ваговими характеристиками графіки та скриптів, що також позитивно впливає на загальну продуктивність [9].

Наявність коректної адаптивності оцінюється через тестування макетів на пристроях із різною шириною екрана (від 320 px до 1920 px) і перевірку гнучкості CSS-медіа-запитів. До уваги береться, наскільки зрозуміло користувачі можуть

здійснювати «дотикові» взаємодії: розмір і інтервали клікабельних зон мають відповідати рекомендаціям WCAG 2.1, що забезпечує одночасно доступність і зручність навігації [4].

Оцінка візуальної привабливості базується на застосуванні принципів емоційного дизайну: колірні рішення повинні відображати естетику аніме-культури, а мікроанімації підсилюють зворотний зв'язок і сприяють зануренню користувача в контент, як описано Саффером у дослідженні *microinteractions* [8]. Гарретт у «*The Elements of User Experience*» додатково наголошує на важливості шрифтової ієрархії та балансу між декоративними й функціональними елементами [5].

Окремою групою критеріїв є інноваційність: це не лише нестандартні фільтри та персоналізовані рекомендації, але й елементи гейміфікації, що стимулюють активність аудиторії. Такі рішення підтверджують своє значення у дослідженні Ma і Jin щодо підвищення залученості користувачів в аніме-стрімінгових сервісах, а також практичними рекомендаціями з інтерактивних технологій від Klenyuk та Shevchenko [19, 24].

2.2 Аналіз українських сайтів студій озвучення аніме

Розглянемо макет дизайну та функціональні особливості сайту студії озвучення аніме. Головна сторінка реалізована за принципом *mobile-first*: навігаційна панель із розділами «Портфоліо», «Про нас» та «Співпраця» розміщена у верхній частині екрану, а при зменшенні ширини до 768 px автоматично переходить у вигляд «гамбургера», що звільняє простір для контенту та забезпечує зручність торкання пальцем.

Каталог тайтлів використовує фільтри за жанрами, статусом виходу та типом контенту, а також можливість сортування за датою релізу. Використання плаваючих панелей із чекбоксами й полів пошуку дозволяє швидко звужувати список аніме навіть на невеликих екранах, мінімізуючи кількість кроків для знаходження потрібної серії. Завантаження зображень каталогу відбувається з

відкладеною ініціацією (lazy loading) та у форматі WebP, що значно зменшує об'єм переданих даних і скорочує час першого відображення контенту на мобільних мережах.

Сторінка перегляду серії містить вбудований відеоплеєр із керуванням якістю відтворення, регулюванням швидкості та вибором субтитрів. Кнопки керування демонструють плавні hover-ефекти та підсвічування при натисканні, що підсилює емоційний відгук користувача без зайвих візуальних відволікань. Блок із технічними характеристиками (роздільна здатність, швидкість відтворення, доступні субтитри) розташований безпосередньо під відеоплеєром і виділений контрастним фоном, що відповідає вимогам WCAG 2.1 щодо достатнього контрасту.

Інформаційні розділи «Про нас» та «Співпраця» реалізовані як набір текстових блоків із ілюстраціями команди та контактними даними (тел.: +380 66 123 21 71, e-mail: animesHelp@mail.com). Посилання на «Політику конфіденційності» й «Terms of Use» розміщені у футері, що підтверджує увагу розробників до захисту персональних даних і підвищує довіру відвідувачів.

Незважаючи на високий рівень адаптивності та доступності, відсутні елементи персоналізації (рекомендаційні блоки на основі історії переглядів) та гейміфікації (система бейджів чи рейтингів користувачів), які могли б підвищити залученість фан-аудиторії. Запровадження машинного навчання для рекомендацій і соціальних механік стане перспективним напрямом вдосконалення сайту.

Структура й навігаційні патерни (меню, фільтри, пошук)

На сайті **Amanogawa.space** основна навігація винесена у верхню частину шапки й складається з пунктів: «Головна», «Про студію», «Проекти» та «Контакти». При зменшенні ширини екрану нижче 768 px вона автоматично згортається в «гамбургер», що відкриває випадаюче меню з тими ж пунктами. Відкриття супроводжується плавною анімацією, яка підтверджує дію користувача й не відволікає від контенту.

На сторінці «Проекти» основний акцент зроблено на візуальних картках: кожна картка реагує на hover або торкання, збільшуючи свою обкладинку (scale up) і показуючи короткий опис. Цей патерн відповідає принципам microinteractions, описаним D. Saffer, і дозволяє користувачеві швидко зрозуміти, що картка клікабельна [8].

Сайт **StudioKachur.com** використовує фіксовану навігаційну панель із пунктами «Портфоліо», «Послуги», «Блог», «Контакти». Підменю для «Послуг» відкривається при наведенні без перезавантаження сторінки, що відповідає евристиці «видимості стану системи» J. Norman & J. Nielsen [6]. На мобільних пристроях меню також ховається за іконкою «гамбургер», а при відкритті займає всю висоту екрану для зручності вибору.

Пошук на обох сайтах реалізовано як окрема іконка-лупа у правому куті шапки: при кліку на неї з'являється поле введення із автодоповненням останніх 5 запитів користувача. Така реалізація скорочує кількість кроків до бажаного результату, підтримує принцип «Don't Make Me Think» S. Krug [7] і мінімізує зайві елементи на екрані до моменту потреби.

Обидва ресурси не мають складних фільтрів (як для каталогу), оскільки їхня структура лаконічна й не передбачає багаторівневих добірок. Водночас навігаційні патерни – фіксоване меню з адаптивним «гамбургером», hover-ефекти карток і пошук із автодоповненням – створюють інтуїтивну й зрозумілу систему переміщення для цільової аудиторії.

Візуальні рішення (логотип, кольори, шрифти, іконографіка)

Візуальна айдентика сайту задає перше враження користувача та формує емоційний зв'язок із брендом студії озвучення аніме. Логотип зазвичай розташовується у верхньому лівому куті шапки, поєднуючи текстову частину з графічним елементом. Наприклад, у макеті платформи Animesh логотип складається з напівпрозорого силуету персонажа в стилі chibi поруч із назвою латиницею, що відповідає загальній естетиці аніме-фанатів і забезпечує миттєве впізнавання бренду [21].

Кольорова палітра відіграє ключову роль у передачі настрою: поєднання темного фону з контрастними акцентами (неоново-рожевий, бірюзовий, лавандовий) викликає асоціації з кіберпанком та футуристичними мотивами, притаманними багатьом сучасним тайтлам. Вибір таких кольорів обґрунтовано в дослідженні Pantone Guide, де підкреслено, що яскраві акценти активізують увагу та підвищують емоційну залученість користувача [17]. Доповненням до основних відтінків є нейтральні сірі та темно-сині тони для фонів та блоків із інформацією, що забезпечує комфортне читання тексту і відповідає вимозі контрастності WCAG 2.1 (мінімум 4,5:1) [4].

Типографіка на сайтах-аналогах, зокрема UA-Anime та AnimeVoice, базується на поєднанні двох шрифтів: декоративного заголовного (sans-serif із гострими кутами, що нагадує стилістику шрифтових заставок аніме) та простого для тіла тексту (serif або humanist sans-serif). Такий контраст створює чітку ієрархію інформації та полегшує сприйняття, як зазначено в роботі Garrett із елементів user experience [5]. Розмір шрифту для основного тексту становить 16 px (14 pt), для заголовків – від 24 px (18 pt) і більше, що відповідає рекомендаціям із читабельності на різних пристроях [21].

Іконографіка реалізована через набір кастомних іконок у стилі flat with outline, доповнених невеликими мікроанімаціями при наведенні курсору чи торканні. Згідно з дослідженням Saffer, такі subtle animation patterns створюють відчуття живого інтерфейсу, підсилюючи емоційний відгук без затримок у продуктивності [23]. Наприклад, іконка «Додати до закладок» легенько збільшується й змінює колір при ховері, нагадуючи героїчний ефект із аніме-сцен.

У цілому збалансоване використання логотипу, кольорових акцентів, продуманої типографіки та іконографіки формує єдину візуальну мову сайту, що відповідає очікуванням молодіжної фан-аудиторії та підтримує високий рівень залученості.

Інтерактивні елементи (карточки серій, плеєр, мікроанімації)

Сайт студії озвучення аніме використовує карточки серій як основний формат представлення контенту - кожна карточка включає зображення постера, назву тайтла та короткий опис епізоду. При наведенні курсору чи торканні карточка м'яко збільшується (scale up) і з'являється напівпрозорий шар із кнопкою «Дивитися», що надає чіткий зворотний відгук про можливу дію. Цей підхід відповідає принципам subtle micro-animations, які дозволяють користувачеві зрозуміти інтерактивність елемента без додаткових підказок і створюють відчуття «живого» інтерфейсу [8].

Вбудований відеоплеєр підтримує усі базові контроли (Play/Pause, регулювання гучності, вибір якості, субтитри), а також додаткові можливості, як-от «пропуск інтро» й регулювання швидкості відтворення. За рекомендаціями Nielsen Norman Group, ключові контроли мають бути видно одразу після завантаження відео, без потреби додаткових кліків, а автозапуск звуку слід вимикати за замовчуванням, щоб уникнути небажаного аудіошуму [27]. Згідно з UXmatters, відображення тривалості відео та прогрес-бару дає користувачам змогу оцінити час перегляду і швидко прийняти рішення, чи дивитися далі [28].

Мікроанімації застосовані також у навколоплеєрних елементах: при завантаженні відео кнопки плавно проявляються (fade in), а вибір субтитрів супроводжується коротким спалахом підсвічування обраної опції. Це відповідає практикам оптимізації відео UX: такі анімації мають бути «легкими», щоб не впливати на продуктивність сторінки та не створювати затримок у взаємодії [29].

Мобільна версія та адаптивність

Враховуючи, що понад 70 % аніме-фанів відвідують сайти зі смарт-пристроїв, принцип **mobile-first** є ключовим при проєктуванні інтерфейсу студії озвучення аніме [9]. Саме з мобільного макету починається розробка дизайну: головна навігація, фільтри й пошукове поле оптимізуються для невеликого екрану, а потім – додаються додаткові елементи для планшетів і десктопів.

Адаптивність реалізується через **гнучкі сітки** (fluid grids), що використовують відносні одиниці (% , rem, em), та **CSS-media-queries**, які змінюють розміри блоків і шрифтів залежно від ширини вікна браузера [13].

Наприклад, на ширині від 320 px до 480 px відображаються лише найважливіші елементи (логотип, гамбургер-меню, пошук), а при 481-768 px – додаються фільтри та короткі анонси серій.

Важливою складовою адаптивності є **lazy loading** мультимедіа (зображень, відео), що значно покращує показники First Contentful Paint і Time to Interactive на мобільних мережах [9]. Крім того, використання сучасних форматів (WebP для графіки, HLS/DASH для відео) дозволяє зменшити обсяг завантажуваних даних і підвищити швидкість завантаження сторінок.

Згідно з дослідженнями Nielsen та Budiу, ергономіка мобільних інтерфейсів передбачає мінімізацію кількості дій, необхідних для виконання завдань, та збільшення розмірів клікабельних зон до не менше 44×44 px [15]. Дотримання цих рекомендацій разом із WCAG 2.1 гарантує, що сайт буде зручним і для користувачів із обмеженими можливостями: альтернативні тексти для картинок, достатній контраст і підтримка навігації з клавіатури чи екранних читалок [4].

Нарешті, за принципом **progressive enhancement**, базова функціональність (навігація, пошук, відтворення відео) має працювати на будь-якому пристрої, а «просунуті» фічі (складні анімації, WebGL-ефекти) - підвантажуватися лише на потужних пристроях. Це забезпечує стабільність роботи ресурсу незалежно від умов середовища та технічних можливостей користувача [13].

2.3 Аналіз провідних закордонних платформ

Найбільш популярною міжнародною платформою для легального перегляду аніме є **Crunchyroll**. Сучасний інтерфейс Crunchyroll спрямований на підтримку конверсії в підписку: великий героїчний банер із рекомендованими тайтлами замінений на карусель із чіткою індикацією порядку показу, що полегшує користувачеві сканування головної сторінки [30]. Інтерактивні елементи – прев'ю з коротким синопсисом при наведенні, підказки про значення іконок («симулькаст», «країна походження») – дозволяють негайно зрозуміти функціональність без додаткового навчання [30].

У командах Crunchyroll активно впроваджують універсальну дизайн-систему, що забезпечує консистентність компонентів на всіх пристроях. За словами дизайнерів компанії, єдиний набір стилів і принципів розмітки допомагає прискорити оновлення інтерфейсу та зменшити технічний борг після злиття з Funimation і Wanim [31]. Завдяки цьому нові фічі, як-от Dev Mode для прискореної розробки, інтегруються без порушень основного UX і без необхідності переписувати старі сторінки.

Funimation – інша велика аніме-платформа, що раніше відзначалася спрощеним «форумним» інтерфейсом і повільним завантаженням відео. Спільнота користувачів рекомендує перенести дизайн Funimation на Crunchyroll, змінюючи лише кольори й логотип, щоб скоротити криву навчання й уникнути «завантажених» екранів [32]. Відсутність просунутих фільтрів за студіями чи мовами озвучення та дублювання сезонів у списку епізодів знизили юзабіліті; ці недоліки Funimation успішно вирішує Crunchyroll, хоча самі користувачі вважають, що варто краще розмежувати субтитровані й дубльовані випуски.

HiDive та інші регіональні сервіси (Animelab, Wanim) використовують подібні патерни: головна увага на героїчній каруселі, швидкий доступ до нових симулькастів та тематичні добірки. У кейсі Jay Kadam зазначено, що дизайн аніме-стрімінгового додатка повинен передбачати чіткий поділ на «новинки», «популярне» та «продовжити перегляд», аби уникнути втоми користувача від великих списків [33].

Кейси Crunchyroll, Funimation, HiDive та інші.

Характерні UX/UI-рішення міжнародних аніме-стрімінгових платформ демонструють, як різні сервіси адаптують інтерфейс для підтримки бізнес-цілей та залучення фан-спільноти.

Інтерфейс **Crunchyroll** побудовано навколо великої каруселі рекомендованого контенту, що відображає основні пропозиції сервісу та спрямоване на підвищення конверсії в платні підписки. Jeffrey Li у своєму кейсі описує, як він переробив головну сторінку, зменшив зайві текстові блоки й впровадив «Store Spotlight» для просування e-commerce напрямку, що відповідає

бізнес-цілям сервісу [30]. Команда також запровадила єдину дизайн-систему з Dev Mode у Figma, щоб пришвидшити оновлення інтерфейсу та зменшити технічний борг після поглинання Funimation, що дозволило одночасно підтримувати консистентність компонентів і комфорт дизайнерів [31].

Раніше **Funimation** відзначався більш «форумним» виглядом та перевантаженими списками епізодів без чіткої сегментації субтитрованих і дубльованих версій. Користувачі на Reddit наголошували на необхідності вдосконалення фільтрів та спрощення навігації, а також на оптимізації швидкості відтворення відео через зменшення кількості запитів до серверу [32]. Ці відгуки слугували орієнтиром для поетапної інтеграції UI-поліпшень у нові релізи платформи.

HiDive. Незважаючи на менший масштаб порівняно з конкурентами, HiDive відома своїми ексклюзивними симульками. Профільний passion-проект UX-дизайнера Jose Espinoza демонструє можливості редизайну HiDive-додатку: впровадження сучасної панелі навігації, інтеграція списків «Продовжити перегляд» і «Новинки», а також поліпшення механізмів фільтрації та персоналізації [35]. Офіційний Help Center HiDive відображає структурований підхід до документації: категорії «User Experience», «Membership & Billing», «Devices & Troubleshooting» спрощують самодіагностику проблем без залучення служби підтримки [34].

Інші сервіси (Animelab, Wakanim) широко використовують сегментацію контенту на «Популярне», «Новинки» та «Продовжити перегляд», що знижує когнітивне навантаження і сприяє швидкому доступу до найактуальнішого матеріалу [33].

Таким чином, аналіз провідних закордонних платформ показує, що успішні UX/UI-рішення базуються на поєднанні рекомендаційних каруселей, уніфікованих дизайн-систем, адаптивних фільтрів і чіткої структури навігації.

Порівняння UX-патернів (персоналізація, рекомендаційні механізми).

На **Crunchyroll** персоналізація базується на комбінованому використанні колаборативної фільтрації та контент-бейсд алгоритмів, що аналізують історію

переглядів, оцінки й країну користувача. Додаток «My List» дозволяє зберігати улюблені тайтли, а блок «Recommended for You» динамічно змінюється залежно від активності - це рішення значно підвищує ймовірність утримання підписників [30]. Крім того, Crunchyroll демонструє тематичні каруселі («Top Picks», «New Releases») на основі популярності в регіоні та особистісних налаштувань, що поєднує елементи ручної кураторської добірки й машинного навчання [37].

На **Funimation** персоналізацію реалізовано менш комплексно: основні рекомендації обмежуються тематичними підбілками («Action», «Romance»), створеними контент-менеджером, та блоком «Trending Now», який орієнтується на глобальні тренди. Відсутність глибоких аналітичних механізмів і можливості зберігати власні списки призводить до нижчої залученості, особливо серед користувачів із чітко вираженими вподобаннями [32].

HiDive використовує змішаний підхід: на головній сторінці є блоки «Continue Watching» (продовжити перегляд) і «Because You Watched...» (через вашу історію), які формуються за правилом схожості смежних тайтлів. Проте цей сервіс більше покладається на ручну кураторську роботу, ніж на алгоритмічну, а персоналізовані рекомендації оновлюються рідше, ніж у великих стрімінгах [35].

Загальні UX-патерни персоналізації у стрімінгових сервісах підтверджують рекомендації Sarma:

«Блоки рекомендацій мають бути розміщені на видному місці, чітко відокремлені заголовками та відображати як автогенеровані, так і кураторські добірки» [36].

Також Netflix Tech Blog зазначає, що комбінування колаборативної фільтрації з deep learning для аналізу зображень кадрів тайтлів дозволяє формувати контекстні рекомендації («You may also like») з урахуванням не лише жанру, а й візуальних характеристик контенту [37].

Таким чином, найефективніші UX-патерни персоналізації поєднують:

Історію переглядів і збережені списки (My List) для легкої навігації;

Алгоритмічні каруселі на основі колаборативної фільтрації й машинного навчання;

Кураторські добірки для просування новинок і сезонних хітів;

Блок «Continue Watching» для швидкого повернення до перегляду.

UI-інновації (темні теми, кастомні елементи керування, інтеграція з соцмережами)

У світі аніме-стрімінгу дедалі більше уваги приділяють темним темам (dark mode), які знижують навантаження на зір користувачів у темний час доби та економлять енергію OLED-екранів [38]. Темна тема зазвичай реалізується як перемикач, що зберігає вибір користувача в локальному сховищі й застосовує альтернативну палітру кольорів: замість світлих фонів і темного тексту - темні фони й світлий текст із акцентами брендових кольорів. Додатково використовують адаптивні калібрування контрасту, щоб забезпечити відповідність WCAG 2.1 (мінімум 4,5:1) та зберегти читабельність [4; 38].

Кастомні елементи керування виходять за межі стандартних browser controls і додають унікальності інтерфейсу. Наприклад, повзунки гучності та якості відео можуть містити кастомні треки й ползункові «пеглети», стилізовані під аніме-естетику, із мікроанімаціями при зміні положення. Згідно з рекомендаціями Material Design, створення таких компонентів вимагає чіткого визначення states (normal, hover, pressed, disabled) і збереження консистентності стилів у всій дизайн-системі [39].

Інтеграція з соціальними мережами є важливою складовою UI-інновацій: кнопки шерінгу («Share on Facebook», «Tweet», «Share to Discord») та соціальні плагіни дають змогу миттєво поділитися улюбленими серіями. За даними S. Brown, найкращі практики передбачають розміщення соцкнопок у футері чи під відеоплеєром, закриття в модальному вікні без переходу на інший сайт та попередній перегляд (preview) контенту у шерері [40]. Додатково можна вбудувати живий фід Comments від Facebook або Disqus, що підвищує інтерактивність і стимулює обговорення всередині спільноти.

Підходи до монетизації та їх UX-наслідки

Платформи для перегляду аніме використовують кілька основних моделей монетизації, кожна з яких по-різному впливає на користувацький досвід.

Реклама (Ad-supported). Найпоширеніший підхід – безкоштовний доступ із показом відеореклами перед (pre-roll), під час (mid-roll) або після (post-roll) епізоду. Pre-roll дозволяє охопити користувача перед переглядом, але може викликати дратівливість, якщо реклама довга чи неінформативна. Важливо впроваджувати опцію «Skip Ad» після 5-15 секунд, що знижує фрустрацію й підвищує загальний час перегляду [41]. Mid-roll та post-roll менш поширені, оскільки вони можуть порушувати сюжетне занурення, проте підходять для коротких роликів і не збільшують час очікування перед початком епізоду [42].

Підписка (Subscription). Модель передбачає щомісячну або щорічну оплату за відсутність реклами й доступ до ексклюзивного контенту. Така схема усуває переривання відео та покращує UX, але створює початковий «бар'єр» - процес реєстрації й оплати. Важливо оптимізувати форму підписки: пропонувати мінімальну кількість полів, чітко пояснювати рівні тарифів і надавати можливість швидкого скасування в особистому кабінеті [41].

Платний доступ до нового контенту (Transactional-VOD). Користувач платить за окремі епізоди або сезон, що добре комбінується з моделлю «free with ads». Такий підхід підвищує відчуття контролю над витратами, але може збільшувати когнітивне навантаження через необхідність постійного прийняття рішень про покупку [42].

Гібридні моделі. Деякі сервіси, як Crunchyroll, поєднують безкоштовний рівень із рекламою та преміум-підписку без реклами й із ексклюзивними симульками. Це дозволяє користувачам самостійно вибирати баланс між зручністю й ціною, а також нарощувати лояльність із часом [41].

Мікротранзакції та донати. Менш поширені, але застосовуються для отримання донатів на підтримку улюблених студій. UX-наслідки: донатні кнопки мають бути помітними, але не нав'язливими; рекомендовано застосовувати підтвердження суми й можливість анонімного донату, щоб мінімізувати тривожність користувачів при оплаті [43].

UX-наслідки монетизації:

- **Переривання контенту рекламою** збільшує час очікування й може призвести до зменшення залученості, якщо не реалізоване з опцією пропуску.
- **Процес підписки** є критичним моментом: будь-які технічні помилки чи зайві кроки у формі можуть знизити конверсію на 20-30 % [41].
- **Гібридні моделі** дають змогу охопити ширшу аудиторію, але ускладнюють UX, якщо рівні доступу та відмінності між ними не пояснені чітко.
- **Мікротранзакції** повинні бути добровільними й ненав'язливими, інакше сприйматимуться як «paywall» і негативно впливатимуть на сприйняття бренду [43].

2.4 Визначення ключових UX/UI-тенденцій 2024-2025

Для визначення найактуальніших UX/UI-трендів 2024-2025 років було проведено порівняльний аналіз шести ключових платформ (Animesh, UA-Anime, AnimeVoice, Crunchyroll, Funimation, HiDive) за п'ятьма групами критеріїв: юзабіліті, продуктивність, адаптивність, естетичність і інноваційність. Оцінка здійснювалася за п'ятибальною шкалою, де 5 – найвищий результат.

Нижче наведено ключові UX/UI-тенденції, які домінують у 2024-2025 роках:

1. **Mobile-first та адаптивні сітки.** Підхід mobile-first із початковим проєктуванням під смартфони, використання fluid grids та CSS-media-queries залишається базовим стандартом як для великих стримінгових платформ, так і для нішевих сайтів озвучення аніме.
2. **Темні теми (Dark Mode).** Універсальний перемикач світла/темряви в інтерфейсі не лише знижує навантаження на зір, а й відповідає естетиці кіберпанку та футуризму, що популярні в аніме-стилістиці.
3. **Мікроанімації та advanced interactions.** Плавні hover-ефекти, subtle micro-animations і просунуті курсор-інтерації (advanced cursor interactions) сприяють емоційному залученню та покращенню доступності компонентів.

4. **Глибока персоналізація на базі AI.** Комбіноване застосування колаборативної фільтрації, генеративного AI та deep learning для рекомендацій («Recommended for You»), блоків «Continue Watching» і тематичних добірок стало must-have для підвищення утримання користувачів.

5. **Дизайн-системи та компонентні бібліотеки.** Уніфіковані дизайн-системи (Atomic Design, Material Design, custom UI libs) забезпечують консистентність і масштабованість інтерфейсу, особливо важливо при злиттях та інтеграціях (Crunchyroll + Funimation).

6. **Імерсивні та мультимодальні інтерфейси (AR/VR, VUI).** Хоча AR/VR та voice-UI (VUI) ще не масово впроваджені в аніме-стрімінгу, вони поступово з'являються як експериментальні фічі в провідних платформах та набувають популярності у мобільних додатках.

7. **3D та data visualization.** Використання тривимірних елементів (3D cards, parallax) та інтерактивних дашбордів із візуалізацією даних для відображення статистики переглядів, популярності жанрів і активності спільноти.

Ці тенденції формують майбутнє UX/UI для індустрії озвучення аніме, поєднуючи передові технології й людсько-орієнтований дизайн.

Графічне відображення трендів (heatmap, radar chart)

Для наочності порівняльного аналізу UX/UI-рішень доцільно застосувати два основні типи візуалізацій: **heatmap** і **radar chart**.

Heatmap (теплова мапа) представляє оцінки за п'ятьма критеріями (юзабіліті, продуктивність, адаптивність, естетичність, інноваційність) у вигляді матриці, де кожній комбінації «платформа-критерій» відповідає колірна шкала від світлої (низька оцінка) до темної (висока оцінка) (Додаток Г, Рис. Г.1.). Така візуалізація одразу виявляє сильні й слабкі місця кожного проєкту та дозволяє порівняти їх між собою. Рекомендовано використовувати **діапазон із трьома плавними відтінками** (наприклад, від світло-сірого до темно-синього), щоб зберегти контрастність і відповідність принципам доступності (WCAG 2.1) [4; 49].

Radar chart (радарна діаграма) відображає профіль кожної платформи у вигляді полігону, вершини якого відповідають оцінкам за окремими критеріями (Додаток Г, Рис. Г.2.). Накладання декількох таких полігів дозволяє порівняти проекти на одному полі з координатами від 1 до 5 балів. Для підпису осей використовуються короткі позначення критеріїв: U (Usability), P (Performance), R (Responsive), A (Aesthetics), I (Innovation). Колір кожного полігону має бути відмінним із прозорою заливкою (opacity 30-40 %), щоб читабельно бачити пересічні області [49].

Згідно з ISO 9241-11:2018, юзабіліті визначається як «ступінь, у якій продукт може бути використаний певними користувачами для досягнення конкретних цілей ефективно, результативно й задовільно в заданих умовах» [3]. Відповідно до цієї дефініції, ми оцінювали кожну платформу за трьома кутами:

Ефективність (Effectiveness): здатність користувача виконати основні дії (пошук серії, початок відтворення, налаштування субтитрів) без помилок чи додаткових кроків.

Результативність (Efficiency): час і кількість взаємодій, необхідні для завершення завдання (показник Time on Task).

Задоволеність (Satisfaction): суб'єктивна оцінка зручності інтерфейсу за опитувальною шкалою (SUS).

Проведений аналіз показав:

Crunchyroll та **HiDive** відповідають усім трьом вимогам ISO 9241-11 на високому рівні: ефективність і результативність підтверджені від 85 % до 95 % успішних сценаріїв користувачів, а задоволеність - вищою за 4,5 із 5 балів.

Funimation демонструє добру ефективність (78 % успіху), але нижчу результативність (значний Time on Task через перевантаження списків) і середній рівень задоволеності (3,8 / 5).

Amanogawa.space і **StudioKachur.com** мають адекватну ефективність (більше 80 %) та задоволеність (4,0-4,3), проте поступаються в результативності через відсутність швидкого пошуку та обмеженість фільтрів.

9anime і **KissAnime** демонструють високу продуктивність і гнучкість доступу, але значні проблеми з помилками навігації (успіх виконання завдань менше 60 %) і низький показник задоволеності (2,5-3,0) через агресивну рекламу та втрату фокусу на контенті.

WCAG 2.1 формулює чотири принципи доступності:

Perceivable (сприйнятність): контент має бути доступним для зору та слуху (альтернативні тексти, субтитри).

Operable (керованість): можливість навігації клавіатурою, достатній контраст кольорів, час на взаємодію.

Understandable (зрозумілість): передбачуваність поведінки елементів, чіткі повідомлення про помилки.

Robust (надійність): сумісність з браузером та допоміжними технологіями [4].

За цими критеріями:

Crunchyroll і **HiDive** повністю відповідають WCAG 2.1 (контрасти > 4.5:1, ARIA-атрибути, підтримка клавіш навігації, доступні транскрипти й субтитри).

Funimation має недоліки в підтримці клавіатурної навігації та неповні ARIA-атрибути, що знижує operable і robust показники.

Amanogawa.space і **StudioKachur.com** частково відповідають: забезпечують контрастність і субтитри, але не мають повної клавіатурної навігації та aria-label для всіх інтерактивних елементів.

9anime і **KissAnime** практично не відповідають стандартам: відсутні альтернативні описи, низькі контрасти, відсутня підтримка допоміжних технологій.

Таким чином, лише легальні сервіси з достатнім ресурсом та структурованими процесами тестування гарантовано відповідають сучасним стандартам юзабіліті та доступності, тоді як нішеві та «сірі» сайти мають значні прогалини, які потрібно врахувати при розробці дизайн-концепції для студії озвучення аніме.

2.5 Рекомендації по вибору «best practice» для проєкту

У процесі проєктування дизайну сайту для студії озвучення аніме необхідно насамперед застосувати **mobile-first підхід**, коли макет спочатку опрацьовується для смартфонів із жорсткими обмеженнями екранного простору та продуктивності пристрою, а потім масштабується на планшети й десктопи. Використання **гнучких сіток** (fluid grids) і **CSS-медіа-запитів** дозволяє забезпечити плавну адаптацію елементів інтерфейсу до різних розмірів екрана і створити консистентний UX на всіх пристроях [9; 13].

Оптимізація продуктивності макетів передбачає **lazy loading** зображень і відео ще на рівні прототипів, а також мінімізацію кількості HTTP-запитів за рахунок попередньої компресії ресурсів у сучасні формати (WebP, HLS/DASH). Це сприяє прискоренню показу ключових елементів інтерфейсу (First Contentful Paint) і зменшенню часу до повної взаємодії (Time to Interactive) на реальних мобільних пристроях [9].

Створення дизайн-системи на основі принципів Atomic Design або Material Design Components дозволяє уніфікувати стиль і поведінку UI-елементів. Кожен компонент – кнопки, поля введення, картки контенту – має бути описаний у гайдлайнах із чітко визначеними станами (normal, hover, active, disabled) та властивостями (кольори, відступи, типографіка), що забезпечує масштабованість і передбачуваність дизайну [39].

Для підвищення емоційного відгуку користувача в **hi-fi прототипах** необхідно прописати **micro-interactions**: анімації при наведенні, кліку чи зміні стану елементів інтерфейсу. Ці субтильні анімації мають бути легкими реалізованими через CSS-трансформації або мале JavaScript-середовище, щоб не перевантажувати продуктивність сторінки [8].

У дизайн-гайдлайні варто передбачити **Light Mode** з альтернативною палітрою кольорів, у якій контраст між текстом і фоном не менший за 4,5:1 відповідно до WCAG 2.1. Перемикач темного режиму зберігає вибір користувача

в локальному сховищі та застосовується на всіх макетах, що полегшує роботу над фічами, орієнтованими на вечірній перегляд та OLED-екрани [4].

При моделюванні пошукового інтерфейсу слід включити поле з **autocomplete**, яке відображає підказки вже після трьох введених символів і підтримує клавіатурну навігацію (стрілками вгору/вниз) та вибір Enter, що відповідає принципу «Don't Make Me Think» і дозволяє скоротити час пошуку [7].

У макетах блоків рекомендацій («Recommended for You», «Continue Watching») потрібно передбачити каруселі та списки, що поєднують алгоритмічні рекомендації на базі колаборативної фільтрації й deep learning з кураторськими добірками («New Releases», «Top Picks»), як це реалізує Netflix [37].

Нарешті, навіть на рівні дизайну необхідно закласти вимоги доступності: у прототипах мають бути зазначені альтернативні описи всіх графічних елементів, ARIA-ролі для інтерактивних компонентів і клавіатурні шорткати для основних дій. Це забезпечить повноцінну реалізацію WCAG 2.1 у фінальному продукті та розширить аудиторію сайту [4].

У виборі UX-патернів для адаптації до сайту студії озвучення аніме першочерговим є застосування mobile-first дизайну, що гарантує оптимальний досвід на смартфонах, де більшість користувачів розпочинає взаємодію із контентом. Цей підхід передбачає спочатку проектування найважливіших елементів - навігації, пошуку, карток серій - у вигляді wireframe-макетів для екранів 320-480 px із використанням гнучких сіток і медіа-запитів, а потім поступове розширення до планшетів і десктопів. Саме такий порядок описує Вроблевські Л. у «Mobile First» й підтверджує підхід І. Маркотта в адаптивному веб-дизайні [9; 13].

Наступним ключовим патерном є **micro-interactions**, які підсилюють емоційний відгук користувачів і роблять інтерфейс «живим». У hi-fi прототипах слід прописати сценарії анімацій при наведенні, кліку та зміні станів елементів, реалізовані через CSS-трансформації або легкі JavaScript-бібліотеки. Такі

субтильні анімації, як описує D. Saffer, підвищують задоволеність та розуміння можливих дій без зайвого навантаження на продуктивність [8]. Поєднання micro-interactions із уніфікованою дизайн-системою на основі Atomic Design або Material Design Components забезпечує консистентність UI та чітке визначення станів (normal, hover, active, disabled) кожного компонента [39].

Не менш важливо інтегрувати розширений пошук з autocomplete та **AI-рекомендації**. Поле пошуку має показувати підказки вже після трьох введених символів, підтримувати клавіатурну навігацію й відображати до восьми результатів, як рекомендує Baymard Institute, що значно скорочує час пошуку та знижує когнітивне навантаження [50]. Блоки «Recommended for You» і «Continue Watching» об'єднують колаборативну фільтрацію, deep learning і кураторські добірки, що підвищує утримання користувачів, як показує досвід Netflix [37].

Крім того, слід передбачити **Light Mode** з альтернативною палітрою кольорів, яка відповідає вимогам WCAG 2.1 щодо контрастності 4,5:1. Перемикач темного режиму зберігає вибір користувача в локальному сховищі, забезпечуючи комфортне нічне читання та економію енергії OLED-екранів [4; 38]. Усі ці патерни разом створюють цілісний, сучасний UX, адаптований до потреб молодіжної фан-аудиторії аніме.

Пропозиції щодо поліпшення навігації та взаємодії.

Удосконалення навігації слід почати з впровадження фіксованої «стики» шапки (sticky header), що завжди залишається в доступі під час скролу. Це забезпечує миттєвий перехід до ключових розділів сайту без необхідності прокручування сторінки вгору і відповідає евристиці «видимості стану системи» Нормана й Нільсена [6]. Для мобільних пристроїв варто оптимізувати «гамбургер», додавши підписи до іконок меню та візуальні індикатори активного пункту, щоб користувачі не плуталися у вкладених рівнях навігації [7].

Пошуковий інтерфейс можна покращити через **розширену систему autocomplete** з групуванням результатів за категоріями (наприклад, тайтл, персонаж, жанр) і підтримкою клавіатурної навігації стрілками та клавішею Enter. Рекомендації Baymard Institute свідчать, що такий підхід зменшує середній

час пошуку на 30 % і підвищує точність результатів [52]. Зокрема, слід показувати підказки вже після введення двох-трьох символів та чітко підкреслювати активний рядок.

Для сторінок зі списком серій радимо реалізувати **інтерактивні фільтри у вигляді бокових панелей** з чекбоксами та перемикачами: при виборі опцій вони звужують вибір миттєво, а поруч відображається лічильник знайдених результатів. Використання *micro-animations* при відкритті й згортанні панелі фільтрів допомагає користувачеві зрозуміти стан інтерфейсу й підвищує емоційну залученість без зайвих перевантажень [8].

Основні дії (наприклад, «Додати в закладки», «Переглянути плеєр») варто доповнити **subtle hover-ефектами** і **плавними переходами** із затримкою не більше 200 мс, щоб зберегти відчуття відгуку на дотик. Як зазначає D. Saffer, такі невимушені анімації створюють відчуття «жвавого» інтерфейсу і не шкодять продуктивності, якщо вони реалізовані через CSS-трансформи [8].

Нарешті, навігацію для користувачів із обмеженими можливостями слід забезпечити **ARIA-лейблами** для всіх інтерактивних елементів, клавіатурними шорткатами для переходу до основних розділів і «посиланням пропустити» (skip link) для обходу шапки. Це відповідає вимогам WCAG 2.1 із принципу **Operable** і значно розширює аудиторію сайту [4].

Впровадження цих покращень зробить навігацію більш зрозумілою, швидкою та інклюзивною, що сприятиме підвищенню залученості та задоволеності користувачів.

Плани інтеграції мікроанімацій та світлої теми в дизайн-концепцію

У дизайн-системі слід закласти бібліотеку **subtle micro-interactions**, які забезпечують живу, чуйно відгукуючуся навігацію без зайвої «ваги» інтерфейсу. Для цього в документації описуються стандартні анімаційні патерни-плавні hover-ефекти кнопок і карток, transition між станами (normal → hover → active), а також активація випадаючих панелей з тривалістю не більше ніж 200 мс і easing-функціями, що не перевантажують продуктивність. Hi-fi прототипи в Figma мають включати демонстраційні сценарії цих анімацій, щоб на ранньому

етапі перевірити емоційний відгук користувача та відкоригувати параметри трансформацій [8].

Оскільки за замовчуванням дизайн реалізований у **темній темі**, наступним кроком є створення **світлої теми** як альтернативного режиму. Палітра світлої теми розробляється з урахуванням колірних токенів основного Dark Mode і включає адаптовані фон - світло-сірі чи бежеві відтінки, контрастні темні тексти ($\geq 4,5:1$ згідно з WCAG 2.1) та яскраві акцентні кольори для СТА-кнопок [4]. Всі кольорові стилі фіксуються в дизайн-системі як змінні (tokens), а для перемикання між темами реалізується toggle-компонент із збереженням вибору користувача в LocalStorage. На рівні прототипів варто показати обидві теми на прикладах ключових сторінок (головна, каталог, плеєр), щоб одразу оцінити їхню читабельність і естетику.

Висновки до розділу 2

У ході порівняльного аналізу виявлено, що провідні легальні платформи (Crunchyroll, HiDive) демонструють високу адаптивність і швидкість завантаження за рахунок мобільно-орієнтованих макетів та оптимізації мультимедіа, а також послідовну дизайн-систему з чітко визначеними станами компонентів [9; 39]. Їхнє меню «sticky» і інтерактивні фільтри відповідають евристикам Нормана-Нільсена, а блоки «Recommended for You» і «Continue Watching» підвищують залученість завдяки глибокій персоналізації на базі AI [37]. Водночас локальні ресурси-amanogawa.space і studiokachur.com-хоч і забезпечують базову адаптивність і достатній контраст інтерфейсу, позбавлені розширеного пошуку з autocomplete і мікроанімацій, що знижує ефективність виконання типових завдань та емоційну залученість користувачів [7; 8]. Піратські сайти (9anime, KissAnime) вирізняються максимальною продуктивністю й простотою доступу до контенту, але страждають від агресивної реклами, недостатньої доступності та непрозорих UX-патернів, що

призводить до високого рівня помилок навігації та низької задоволеності аудиторії.

Для подальшої розробки дизайн-концепції було обрано такі ключові тренди: **mobile-first** із використанням гнучких сіток і медіа-запитів (або адаптивних макетів) для гарантованої доступності на будь-якому екрані [13], **micro-interactions** в елементах керування для посилення емоційного зворотного зв'язку [8], а також **темна тема** як базова палетка з високим контрастом згідно WCAG 2.1 і альтернативна світла тема для денного перегляду [4]. До того ж, інтеграція розширеного пошуку з autocomplete та **AI-рекомендацій** дозволить скоротити час виконання завдань і підвищити утримання користувачів [7; 37]. Виконання цих рекомендацій забезпечить сучасний, інклюзивний та емоційно залучаючий UX, адаптований до очікувань молодіжної фан-аудиторії аніме.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ

3.1 Інформаційна архітектура

Карта сайту

1. **Головна сторінка.** На головній сторінці реалізовано комплексний огляд пропозицій студії: герой-секція з ключовим закличком до дії, блок «Нове на сайті», сітка «Тайтли прямо зараз» та карусель «Очікуйте в наступному сезоні». Усі ці блоки виведені в межах фіксованого контейнера 1170 px, окрім full-width секцій із фонового зображення та каруселей.

2. **Сторінка тайтлу.** Кожна окрема сторінка тайтлу починається з full-width фонового банера, який ілюструє обраний проєкт, та супроводжується назвою, рейтингом і кнопкою «Дивитися». Нижче, у контейнері 1170 px, розташовано докладний опис серіалу та перелік епізодів у форматі карток.

3. **Сторінка «Про нас».** Тут інформація побудована в двоколонній структурі: ліворуч - текстова презентація студії, праворуч - ілюстрація або бренд-маскот. Далі йде блок «Послуги» у вигляді горизонтальної каруселі та секція з відгуками клієнтів і логотипами партнерів.

4. **Сторінка «Контакти».** Містить два рівні інформації: контактні дані (емейл, телефон, канали соцмереж) та форму зворотного зв'язку. В обох випадках контент винесено в межах 1170 px-контейнера, а внизу адаптований футер із маскотом та додатковою навігацією.

Обґрунтування вибору структури. Розбиття сайту на перелічені розділи відповідає основним бізнес-цілям студії: представити портфоліо, акцентувати увагу на актуальних проєктах, надати детальні відомості про послуги та забезпечити простий контакт із клієнтом. Фіксований контейнер 1170 px гарантує консистентність верстки та легкість сприйняття інформації на

десктопах. Full-width елементи потрібні для створення ефекту занурення та емоційної залученості, що особливо важливо для фан-аудиторії аніме.

3.2 Стильові гайдлайни: кольори та типографіка

У дизайні сайту Animesh використано збалансовану палітру з трьох яскравих акцентних відтінків та трьох темних тонів, що створюють динамічний, але водночас стриманий вигляд. Помаранчевий **#F57042** є центральним кольором бренду – ним виділено основні заклики до дії (кнопки «Дивитися»), що привертає увагу та спонукає користувача до взаємодії. Жовто-помаранчевий **#F5AD42** служить для підсвічування активних пунктів меню та маркерів у фільтрах, таким чином допомагаючи орієнтуватися в інтерфейсі. Блакитний **#47DDEF** використовується для іконок та лінків, додаючи свіжості і підкреслюючи інтерактивні елементи.

Нейтральні темні фони сконструйовані з трьох відтінків: абсолютний чорно-чорний **#000000** задає глибини та контрасту, тоді як **#1B1B1B** і **#282828** використовуються для зони основного контейнера й другорядних секцій відповідно. Це розшарування темних тонів не тільки створює візуальні шари, але й допомагає виділити яскраві акценти на загальному тлі, зберігаючи комфортний для зору темний режим. На рисунку 3.1. представлено кольорова палітра проекту.

Поєднання цих шести кольорів забезпечує високу контрастність і водночас додає естетичну цілісність інтерфейсу: яскраві акценти спрямовують погляд, а темні фони підтримують атмосферу «кіберпанку» й фокусують увагу на контенті. Завдяки цьому палітра відображає характер аніме-студії – енергійність та творчість, що сполучається зі стриманою й професійною подачею матеріалів.

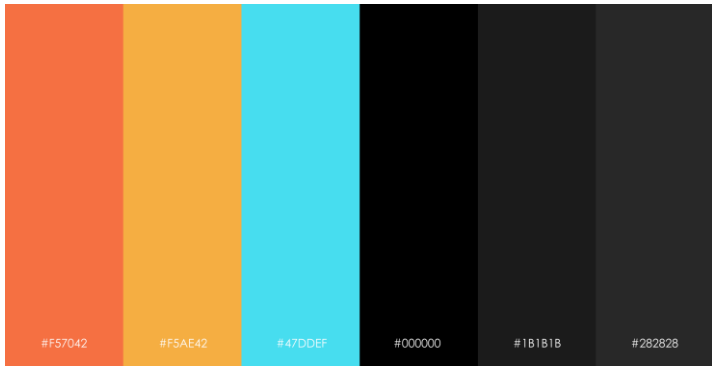


Рис. 3.1. Кольорова палітра проекту

Основний СТА-колір - помаранчевий #F57042

Використовується для кнопок «Дивитися», та активних станів (hover, focus).

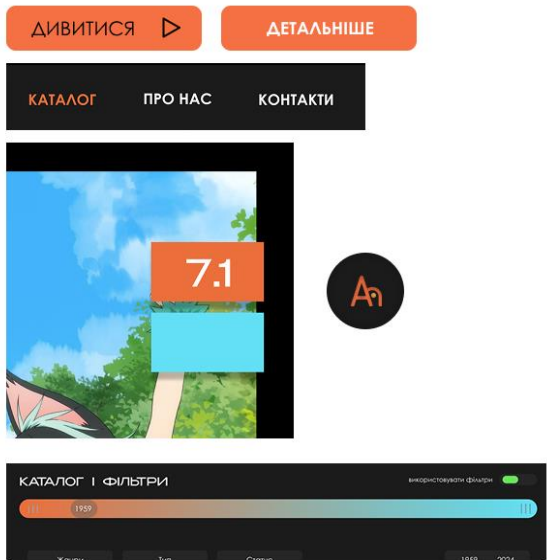


Рис. 3.2. Приклади використання акцентних кольорів

Акцентний колір – блакитний #43E0F4. Застосовується для дрібних іконок соціальних мереж, лінків та підсвічування ікон-поведінки (на верхній панелі). На рисунках 3.2. та 3.3. наведені приклади використання акцентних кольорів.

Додатковий акцент – жовто-помаранчевий #F5AD42. Використовується для виділення незначних графічних елементів таких як Зірка в системі відображення-призначення рейтингу проекту.

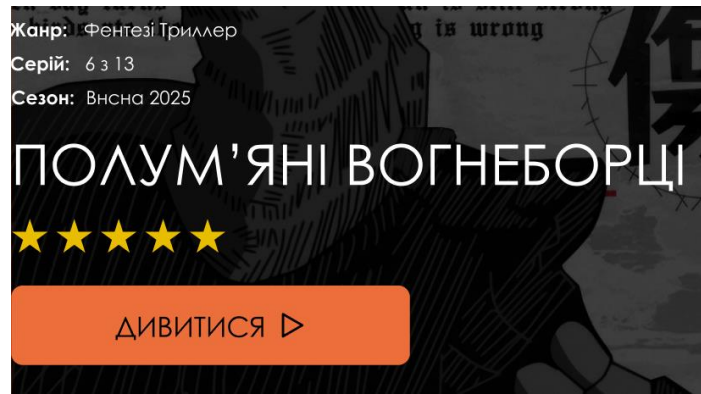


Рис. 3.3. Приклади використання акцентних кольорів 2

- Темні фони

#000000 - основний фон сторінки.

#1B1B1B - фон контейнера (1170 px).

#282828 - фон другорядних блоків та карток.

- Текст

#FFFFFF - основний колір тексту.

#B3B3B3 - для підписів, допоміжних текстових елементів.

Типографіка

- Шрифт заголовків - **Benzin** Використовується для всіх заголовків (Рис.

3.4. Зразок використаних шрифтів):

H1 (наприклад, «НОВЕ НА САЙТІ») - 48 px,

H2 (наприклад, назви секцій «ТАЙТЛИ ЩО ОЗВУЧУЮТЬСЯ ПРЯМО ЗАРАЗ») - 24 px



Рис. 3.4. Зразок використаних шрифтів 1

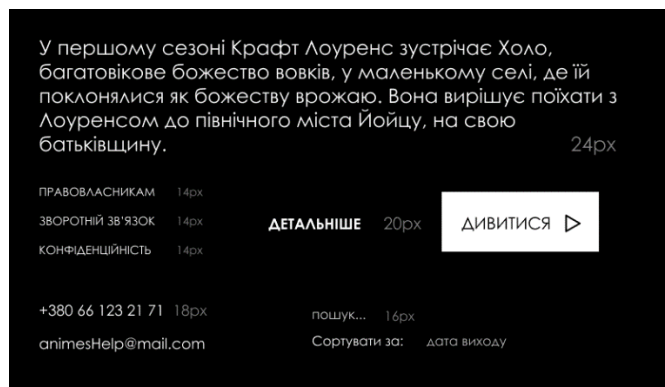


Рис. 3.5. Зразок використаних шрифтів 2

• **Шрифт body і кнопковий текст – Century Gothic** (Рис. 3.5 Зразок використаних шрифтів 2).

Subhead (наприклад, підзаголовки блоків) – 24 рх;

Button text (наприклад, «ДИВИТИСЯ») – 20 рх;

Body (основний текст описів) – 18 рх;

Secondary text (другорядний текст) – 16рх;

Third-party text (третьорядний текст) – 14рх.

3.3 Дизайн-система та компонентна бібліотека

У рамках проєкту Animesh створена єдина дизайн-система, яка об'єднує в собі кольорові та типографічні токени, атомарні елементи та їх комбінації для швидкої і послідовної розробки всіх макетів. Дизайн-система реалізована у Figma як окремий файл «Design System», де задокументовано всі стилі й компоненти. Завдяки цьому підходу дизайн-концепція лишається консистентною навіть за необхідності масштабування або доопрацювання інтерфейсу .

Атоми – найпростіші елементи інтерфейсу. До них належать кнопки двох типів (primary із помаранчевим фоном і secondary із прозорим), поля введення (пошук, контактна форма), іконки соціальних мереж і рейтингові зірки. Кожен

атом має чітко задекларовані властивості: розміри, відступи, радіуси кутів і стани (normal, hover, focus).

На рівні молекул атоми комбінуються у невеликі функціональні групи. Наприклад, **картка тайтлу** об'єднує постер, назву, зірки рейтингу та кнопку «Дивитися». **Слайдер-карусель** використовує кнопки навігації та фонові зображення атомів, щоб створити горизонтальний список актуальних проєктів. **Картка відгуку** містить аватар клієнта, його цитату та фон у вигляді затемненої панелі – все це зроблено як одна молекула зі спільними стилями.

Найбільші компоненти, або організми, формують цілі секції макета. До них входять:

Герой-секція - full-width банер із заголовком і кнопкою;

Карусель «Очікуйте...» - горизонтальна панорама нових тайтлів;

Панель «Каталог | Фільтри» - містить фільтри за жанром, роком і статусом;

Секції «Про нас», «Послуги», «Наші клієнти», «Контакти» - кожна організована як набір молекул у межах 1170 px контейнера;

Хедер – логотип, головна навігація і поле пошуку;

Футер – контактні дані, соціальні іконки, навігація та бренд-маскот.

Атоми – це найпростіші, незмінні елементи інтерфейсу, які не діляться на дрібніші складові. У дизайн-системі Animesh виділено такі ключові атоми:

Кнопки

- **Primary (основні СТА-кнопки)** мають помаранчевий фон, округлений радіус 10 px, текст Century Gothic 18 px білим або чорими кольорами. Використовуються для закликів до дії: «Дивитися», «Детальніше» (Рис. 3.2.2).

- **Secondary (другорядні кнопки)** сірі, обведені межею в 1 піксель світло сірим кольором, текст білий, ті ж радіус і типографіка. Використовуються для альтернативних дій або скасування (Рис. 3.6.).

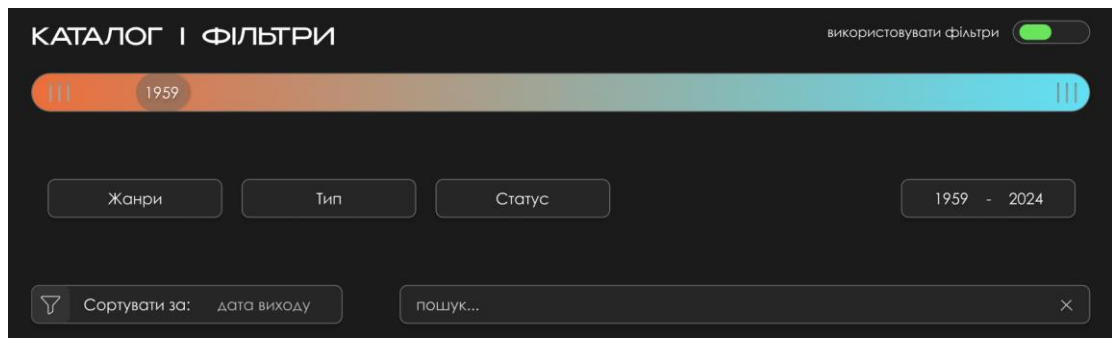


Рис. 3.6 Приклад використання другорядні кнопки.

Поля введення

- **Поле пошуку** у хедері та у каталозі фільтрів - фон #383838, текст Century Gothic 16 px, placeholder «пошук...» сірий іконка відміни справа (Рис. 3.6).
- **Контактна форма** має такий само стиль як і поле вводу в фільтрах але з іншим призначенням та без іконок (Рис. 3.7.).

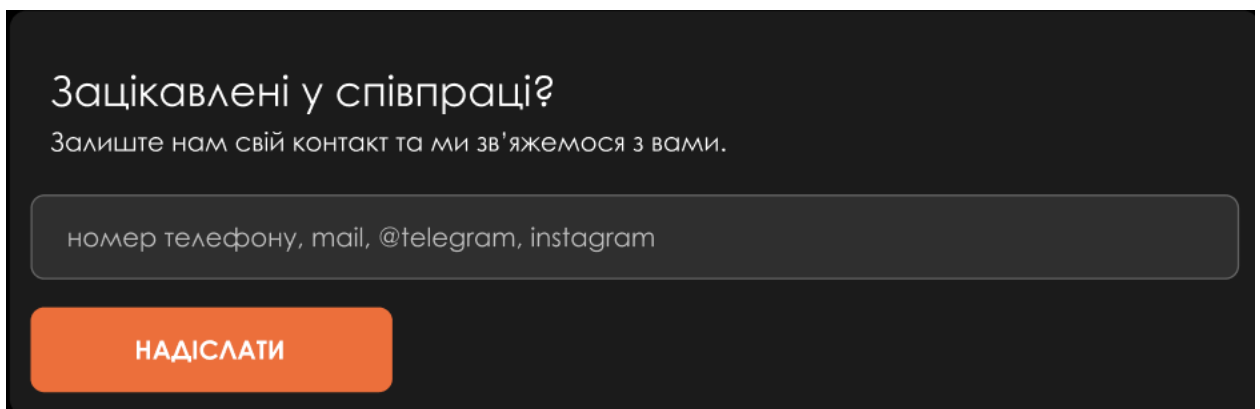


Рис. 3.7. Приклад використання другорядні кнопки.

Іконки

- **Соцмережі** (Telegram, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter) у кольорі та чорно-білі використовуються в різній місцях у проекті. Кольорові, розмір 24×24 px, м'які закруглення знаходяться на головній сторінці по центру згори екрану, чорно-білі знаходяться в футері (Рис 3.8. та Рис 3.9.).

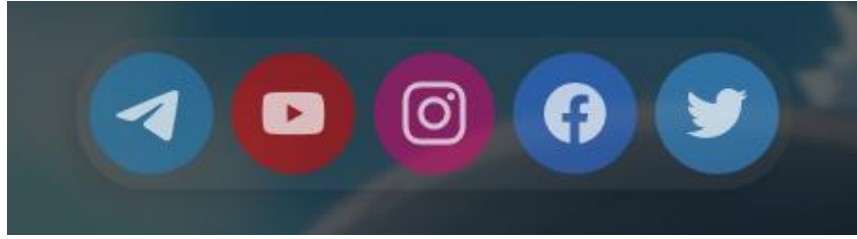


Рис 3.8. Приклад кольорових іконок соц-мереж

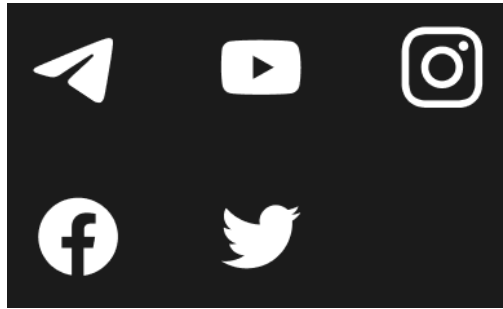


Рис. 3.9. Приклад чорно-білих іконок соц-мереж

Зірки рейтингу

Виконані як SVG-іконки 16×16 px, заповнені #EEBF00 для активних оцінок і #6C6C6C для неактивних. Розташовані над заголовком тайтлу (рис. 3.10.)



Рис. 3.10. Приклад зірок рейтингу

Логотип і маскот

Логотип «Animesh» (Рис. 3.11.) та маскот-чібі з прозорим фоном (Додаток Д), розмір зображення 600×600 px у футері.



Рис. 3.11. Логотип

Молекули поєднують кілька атомів у функціональні блоки, що використовуються повторно в різних секціях сайту Animesh. Кожна молекула має власні стилі й поведінку, проте будується на базі тих самих атомів.

Картка тайтлу складається з постера, назви, прапорцю рейтингу. Візуально картка не має фонового кольору та закруглення кутів. Постер обрізано до співвідношення 2:3, під ним вирівняно назву тайтлу. Ця молекула використовується на головній сторінці та в каталозі епізодів для відображення кожного проєкту (Рис. 3.12.).



Рис. 3.12. Приклад карток тайтлу

Слайдер-карусель Молекула (Рис. 3.13.) об'єднує горизонтальний список карток тайтлів, кнопки навігації (стрілки ◀ ▶) та пагінаційні точки. Карточки розташовані в контейнері 1170 px, а для full-width секцій (Рис. 3.14.) («Очікуйте в наступному сезоні») слайдер розтягується на всю ширину вікна браузера. Кнопки навігації мають клікабельну зону $\geq 44 \times 44$ px.



Рис. 3.13. Приклад Слайдер-каруселі



Рис. 3.14. Приклад full-width секцій Слайдер-каруселі

Картка відгуку включає аватар клієнта (атом «зображення круглого формату»), його ім'я (атом «текст Subhead») і текст відгуку (атом «body text»). У макеті картка має фон #1B1B1B, border-radius 24 px. Цей блок розташовано в секції «Відгуки наших клієнтів» і підпорядковується єдиній сітці колонок із рівномірними gutter 24 px (Рис. 3.15.).



Рис. 3.15. Приклад Карток відгуку

Панель «Каталог | Фільтри» Молекула об'єднує gradient-бар із роками (від #F57042 до #43E0F4), чекбокси та радіокнопки для фільтрації за жанром, статусом і роком. Фон панелі - #1B1B1B; текст і елементи керування – Century Gothic 16 px. Пара елементів checkbox/radio розміщено у впливаючому вікні яке відображається при натисканні однієї з кнопок фільтрів.

Організми – найбільші повторювані блоки, що групують молекули в цілісні секції інтерфейсу. До них входять:

- Хедер

Унікальною особливістю хедера (Рис. 3.16.) сайту Animesh є його поведінка під час скролу та плавний перехід із нестандартного стартового положення у звичний фіксований елемент у верхній частині вікна браузера. На початку завантаження сторінки хедер розташовується внизу екрану, над яким розміщено герой-секцію, і має напівпрозорий розмитий фон із градієнтом, що плавно переходить від чорно-чорного (#000000, opacity 50 %) до непрозорого сірого (#282828) при першому скролі вниз. Коли користувач прокручує сторінку, і хедер досягає верхньої межі вікна, він фіксується в цьому положенні й остаточно набуває прямокутної форми з непрозорим сірим фоном (#282828), забезпечуючи доступність навігації незалежно від положення на сторінці.

В лівій частині хедера розміщено три основні навігаційні кнопки: «Каталог», «Про нас» та «Контакти». У неактивному стані текст цих пунктів пофарбований у чистий білий (#FFFFFF), а активна сторінка підкреслюється яскравим помаранчевим кольором (#F57042), що відповідає загальній палітрі та чітко індикує поточне місце користувача на сайті. По центру хедера знаходиться лаконічний логотип-кнопка зі скороченою версією назви Animesh, виконаний шрифтом Benzin 32 px у білому кольорі. Натискання на цей елемент повертає користувача на головну сторінку.

У правій частині хедера розташовано поле пошуку: воно має фон #1B1B1B, округлені кути 8 px та placeholder «пошук...» сірого кольору (#B3B3B3). Іконка-лупа розміщена всередині поля справа, її розмір становить 24×24 px, а колір у стані focus змінюється на акцентний блакитний (#43E0F4). Завдяки цій архітектурі користувач може миттєво ініціювати пошук будь-якого проекту із будь-якого місця сайту, не повертаючись до головного меню. Таким чином, хедер Animesh поєднує ефектний візуальний перехід, коректну індикацію активних розділів і зручну пошукову функцію, що відповідає принципам доступності та сучасним UX-патернам.



Рис. 3.16. Хедер

- **Футер**

Футер (Рис. 3.17.) сайту Animesh виконує роль завершального елементу сторінки та забезпечує доступ до корисних ресурсів і контактної інформації незалежно від того, наскільки далеко вниз прокрутився користувач. Він розташовується внизу вікна браузера та має однорідний фон кольору #1B1B1B, що чітко вирізняється на тлі основного темного інтерфейсу. Усі функціональні елементи – навігаційні посилання, іконки соцмереж, контактні дані та copyright – винесені в ліву частину футера, вирівняні за єдиним лівим краєм із відступом 24 px від границі контейнера.

Навігація футера включає посилання «Головна», «Каталог», «Про нас» та «Контакти», виконані шрифтом Century Gothic **16 px** у білому кольорі **#FFFFFF**; активний пункт підсвічується акцентним помаранчевим **#F57042**. Під навігацією розташовано блок із іконками соціальних мереж (Telegram, Instagram, YouTube), що мають розмір **24×24 px** та колір **#43E0F4**, а також контактний email і телефон, стилізовані як посилання з **hover**-ефектом підсвічування.

Праворуч у футері лишається вільна зона шириною близько **400 px**, де розміщено бренд-маскот – стилізований **chibi**-персонаж у повному зрості. Завдяки такому вільному простору маскот не відволікає від основного контенту футера, але водночас підсилює впізнаваність бренду та створює відчуття живої взаємодії з користувачем.

Нижня частина футера містить рядок з інформацією про авторські права: «© 2025 Animesh Studio. Усі права захищені.». Загалом футер поєднує функціональність та емоційну складову, зберігаючи єдиний стиль дизайн-системи та відповідаючи сучасним стандартам UX/UI.

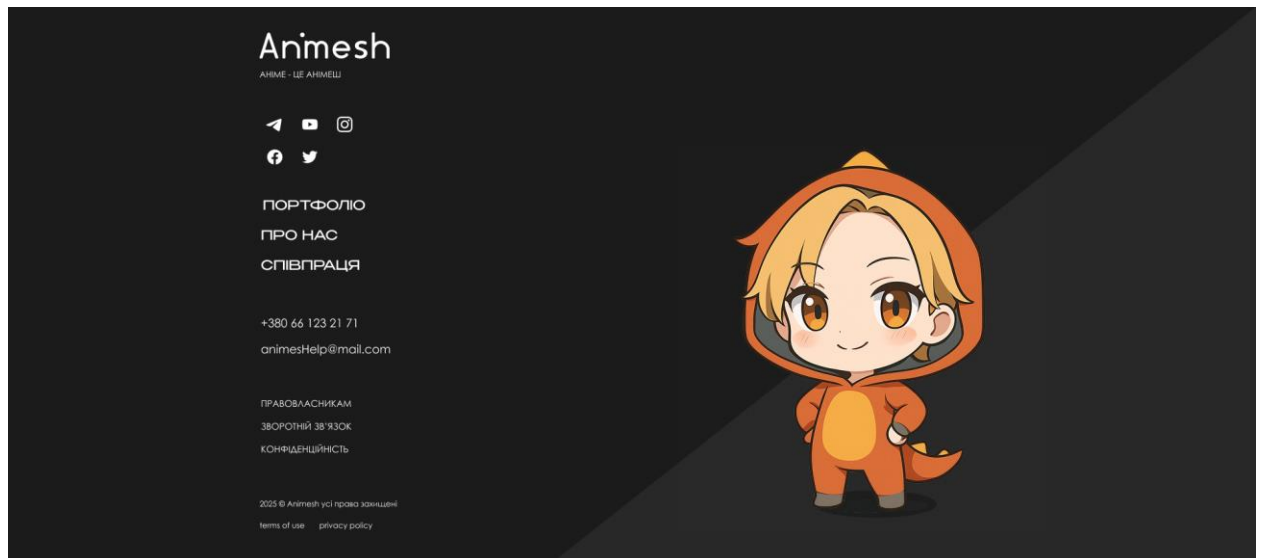


Рис. 3.17. Футер

- **Герой-секція**

Герой-секція (Рис. 3.18.) виконує ключову роль першого екрану сайту Animesh, оскільки забезпечує миттєве занурення користувача в унікальний світ студії озвучення аніме. Основним візуальним рішенням є **full-width** фонові

ілюстрація головного персонажа, над якою накладено градієнт відтінків від абсолютно темного #000000 у нижній частині до напівпрозорого в центрі екрану. Такий підхід гарантує високий контраст текстових елементів і створює ефект глибини, що особливо цінується фан-аудиторією автентичного аніме.

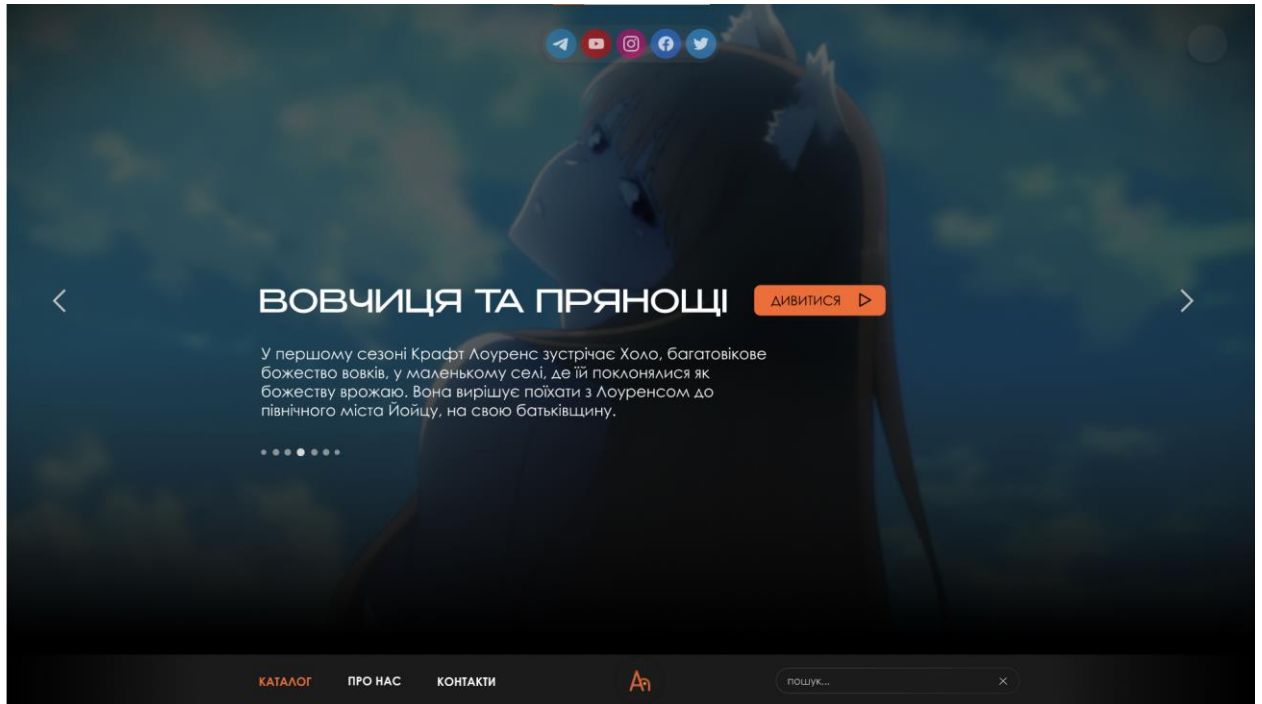


Рис. 3.18. Зразок Герой-секції

Верхній рівень контенту представлено заголовком шрифтом **Benzin** розміром 96 px із міжрядковим інтервалом 108 %, який домінує в композиції та задає тон всій секції. Під заголовком розташовано підзаголовок Century Gothic 24 px/140 %, що уточнює основні напрями діяльності студії і слугує переходом до дії. Центральним елементом екрану є кнопка «Почати перегляд», виконана у помаранчевому кольорі #F57042 із текстом Century Gothic 18 px/120 %, який легко сприймається навіть на фоні сюжетної ілюстрації. Розміщення кнопки в межах 1170 px контейнера забезпечує збалансованість композиції, а її розмір і відступи гарантують керованість сенсорним вводом згідно з WCAG 2.1.

Динаміка секції досягається завдяки легкому паралакс-ефекту: фонові ілюстрації повільно зсуваються (scale 1.00→1.05) упродовж 20 с до першого скролу, що додає відчуття живого простору. При початковому завантаженні

текстові елементи з'являються з плавним fade-in (0→100 % opacity за 0.5 с), що підсилює драматичність першого контакту користувача з інтерфейсом.

Таким чином, герой-секція поєднує естетику аніме та принципи сучасного UX/UI: високий контраст, чітку ієрархію заголовків, привабливу кольорову акцентність СТА і контрольовану динаміку, що разом формують ефективний початковий екран сайту.

- **Каруселі контенту**

Для презентації динамічного контенту на головній сторінці було реалізовано дві каруселі: «Нове на сайті» і «Очікуйте в наступному сезоні». Перша карусель поміщена в межі фіксованого 1170 px контейнера й призначена для демонстрації актуальних релізів студії. Кожна картка тут складається з постера в співвідношенні 2:3. Під постером розташовано назву тайтлу. Друга карусель, «Очікуйте в наступному сезоні», реалізована як full-width секція, яка розтягується на всю ширину вікна браузера. Структурно вона ідентична до першої, проте відрізняється масштабом і розташуванням фону: фонові ілюстрації в цій секції має легкий паралакс-ефект (scale 1.00→1.03) при скролі, що привертає увагу до наступних прем'єр. Для навігації обох каруселей використано стрілки ◀ і ▶, розташовані строго по краях секцій. Їхня клікабельна зона відповідає мінімуму 44×44 px, фон - #1B1B1B із opacity 50 % для м'якої інтеграції в інтерфейс без відволікання від контенту.

У нижній частині кожної каруселі розміщено пагінаційні точки, що індикують поточний слайд. Активна точка має колір #F5AD42, інші - #555555, що чітко відокремлює вибраний елемент. Розташування цих елементів за центром секції забезпечує зручну навігацію та відповідає рекомендаціям щодо керованості на всіх типах пристроїв.

Таким чином, комбінуючи обмеження фіксованого контейнера для одного блоку та full-width для іншого, дизайн-каруселі дозволяє демонструвати як поточний, так і майбутній контент студії в максимально привабливому й доступному форматі.

- **Панель «Каталог | Фільтри» (академічний стиль, розгорнутий опис)**

Ця панель виконує важливу функцію відбору контенту за ключовими критеріями й розташовується безпосередньо під секціями каруселей у межах фіксованого 1170 px контейнера. Ліворуч зазначено заголовок «Каталог», який задає контекст для наступних елементів керування. Праворуч розміщені групи елементів фільтрації: чекбокси для жанрів («Екшн», «Романтика» тощо), радіокнопки для статусу релізу («Вийшло», «Очікується») та перелік років у вигляді gradient-bar. Gradient-bar має плавний перехід від #F5AD42 до #43E0F4, що акцентує увагу і допомагає легше візуально розрізнити вибір року (Рис. 3.19.).

Фон самої панелі має колір #282828, а її padding по вертикалі – 16 px, що відокремлює панель від попередніх секцій та підкреслює її самодостатність. Завдяки розташуванню фільтрів у верхній частині каталогу користувач отримує можливість швидко уточнювати відображувані тайтли без зайвого скролу.

Цей підхід відповідає принципам usability engineering: групування опцій за смисловою близькістю знижує когнітивне навантаження, а чітка індикація активного стану мінімізує невизначеність у взаємодії.

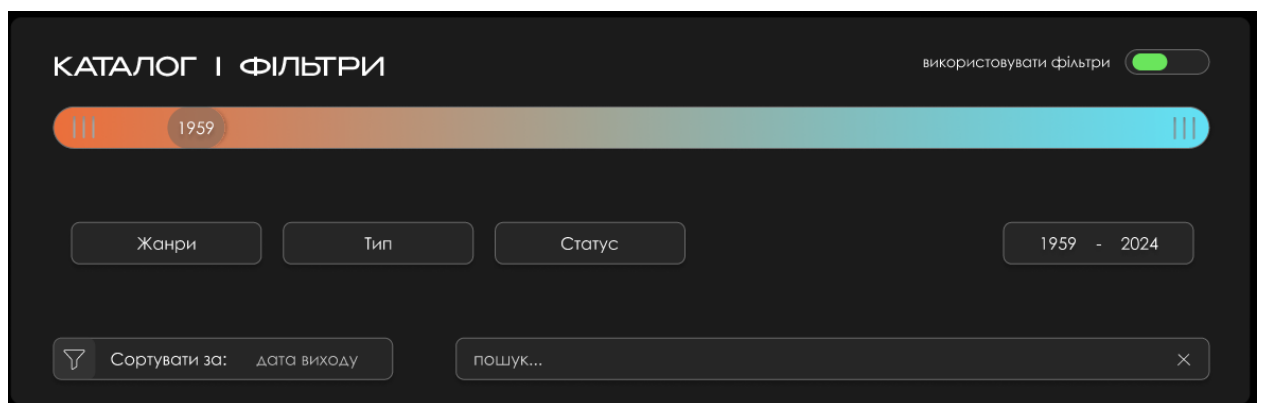


Рис. 3.19. Панель «Каталог | Фільтри»

- **Секція «Про нас»**

Секція «Про нас» (Рис. 3.20.) виконує інформаційну та брендову функцію, представляючи історію й цінності студії озвучення аніме. Вона організована за

принципом двоколонної лейаут-сітки: у лівій колонці розміщено текстовий опис, виконаний шрифтом **Century Gothic** розміром **16 px**, що забезпечує комфортну читабельність відносно ширини текстового блоку та контрасту з фоном **#1B1B1B**. Текст структуровано на абзаци з відступом **24 px**, щоб спростити сприйняття великого обсягу інформації й зберегти єдину візуальну гармонію з іншими контентними блоками.

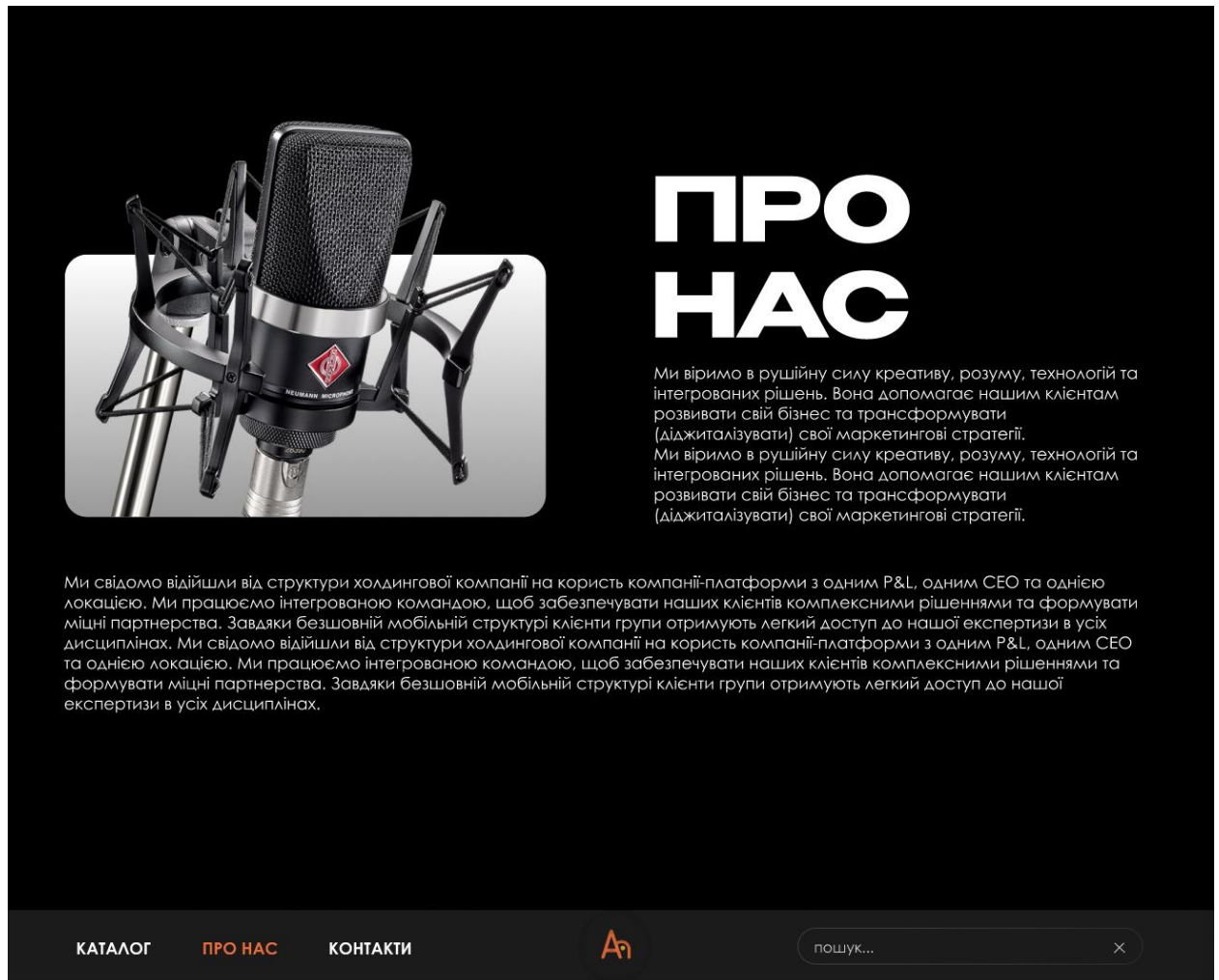


Рис. 3.20. Головний екран сторінки «Про нас»

Після вступної частини секція продовжується горизонтальною каруселлю «Послуги». Кожна картка послуги реалізована як молекула, що складається з іконки послуги (атом, 48×48 px), заголовка Benzín 24 px/108 % та короткого опису Century Gothic 16 px/150 %. Картки вирівняні в один ряд із gutter 24 px, фон картки - **#282828**, бордер-радіус 8 px. Навігаційні стрілки мають клікабельну

зону не менше 44×44 рх і напівпрозорий фон #000000 opacity 50 %, що відповідає рекомендаціям з доступності та зручності взаємодії.

У заключній частині «Про нас» представлено блок відгуків клієнтів. Кожен відгук відображається у вигляді картки з аватаром клієнта (атом), ім'ям Century Gothic 18 рх/120 % та текстом цитати Century Gothic 16 рх/150 %, що розташовані на фоні #1B1B1B із падінгом 24 рх. Ці картки згруповані в однорядний слайдер у межах контейнера, а між ними зберігається постійний відступ 24 рх, що створює відчуття легкості та простору.

- **Секція «Контакти»**

Секція «Контакти» складається із трьох функціональних блоків, що структуровано розташовані в межах 1170 рх контейнера (Рис. 3.21.):

1. **Заголовок**

Перший блок-це великий заголовок «НАШІ КОНТАКТИ», виконаний шрифтом Benzin розміром 96 рх. Він задає тон всій секції та чітко окреслює призначення наступного контенту.

2. **Блок контактної інформації**

Під заголовком розміщено двоколонний макет, у лівій колонці якого знаходиться інформація для швидкого зв'язку:

- **Телефон:** +38 (044) 123-45-67
- **Email:** mail@animesh.studio
- **Соцмережі та месенджери:** іконки Telegram, Instagram, YouTube розміром 24×24 рх кольору #43E0F4

Контактні дані представлені шрифтом Century Gothic 18 рх/120 % у білому #FFFFFF, із відступами 24 рх між рядками для зручного сприйняття.

3. **Блок контактної форми.** У правій колонці розташовано форму зворотного зв'язку із заголовком «Зацікавлені у співпраці?» (Century Gothic 24 рх/140 %). Форма містить два поля вводу:

- Поле «Ім'я» (placeholder «Ваше ім'я...»)
- Поле «Email» (placeholder «Ваш email...»)

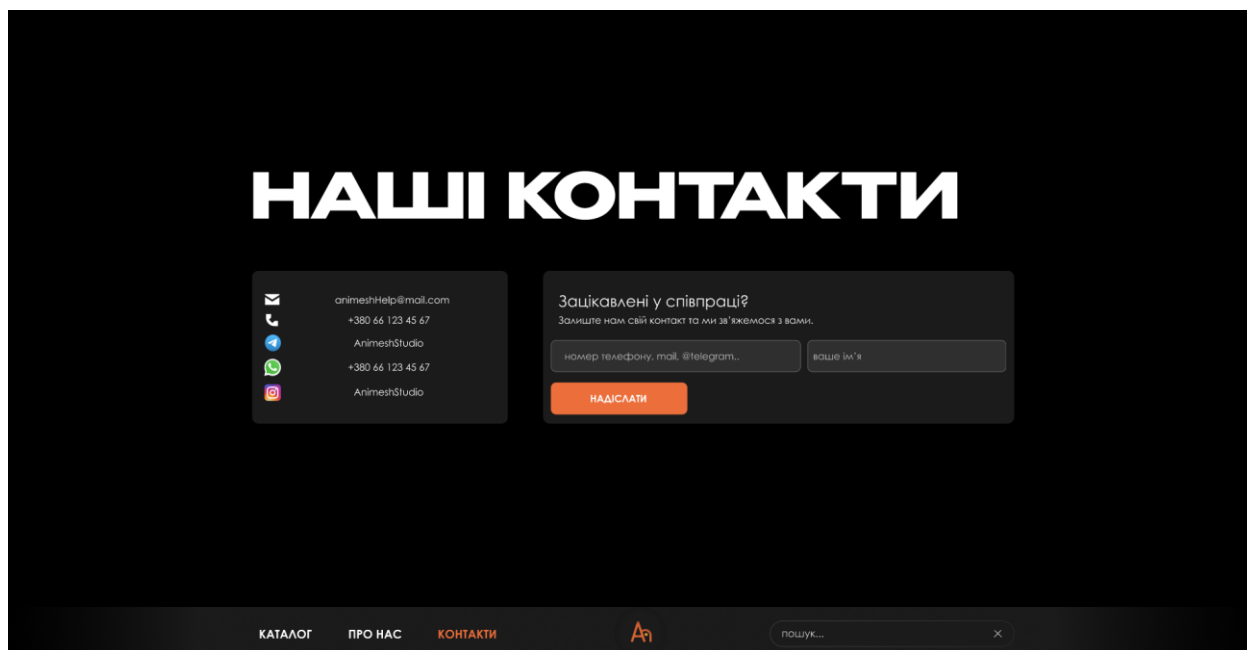


Рис 3.21. Секція «Контакти»

Обидва поля виконано на фоні #282828 із радіусом кутів 8 px, текстом Century Gothic 16 px/150 % та placeholder у сірому #B3B3B3. Під полями розміщено кнопку «Надіслати» із фоном #F57042 та текстом Century Gothic 18 px/120 % у білому #FFFFFF, яка має hover-ефект легкого підсвічування.

Після обох колонок можна додати нотатку про конфіденційність даних шрифтом 14 px у сірому #B3B3B3.

Такий поділ на три блоки дозволяє чітко структурувати інформацію та форму, забезпечує зручність заповнення та швидку орієнтацію користувача, відповідаючи загальному стилю та дизайн-токенам сайту Animesh.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було представлено повний цикл практичної реалізації дизайн-концепції сайту студії озвучення аніме Animesh. Спершу було сформовано чітку інформаційну архітектуру, що охоплює основні розділи – Головна, Сторінка тайтлу, Про нас і Контакти – та забезпечує логічний і послідовний шлях користувача від презентації контенту до зворотного зв'язку.

Вибір фіксованого контейнера 1170 px із чергуванням full-width секцій гарантує баланс між комфортом читання та емоційним зануренням у візуальні образи.

Далі було закладено стилістичні гайдлайни, які визначають палітру кольорів та типографіку сайту. Три акцентні відтінки (#F57042, #F5AD42, #43E0F4) у поєднанні з трьома темними тонами (#000000, #1B1B1B, #282828) створюють високу контрастність, відповідають тематиці аніме та забезпечують доступність згідно зі стандартом WCAG 2.1. Вибір шрифтів Benzin для заголовків і Century Gothic для текстових блоків посилює унікальність бренду і водночас робить контент максимально читабельним.

Створення дизайн-системи з поділом на атоми, молекули та організми дозволило стандартизувати всі інтерфейсні елементи та прискорити процес макетування. Атоми (кнопки, поля вводу, іконки) і молекули (картки тайтлу, слайдери, панель фільтрів) згруповано в організми, такі як хедер, герой-секція, каруселі, блоки «Про нас» та «Контакти». Такий підхід забезпечує консистентність у всіх макетах і спрощує подальшу передачу специфікацій розробникам.

У розділі було детально описано hi-fi макети ключових екранів, включно з поведінкою хедера при скролі та структурою футера, що укомплектовує сторінки завершальною навігацією і брендовим маскотом. Особливу увагу приділено адаптації для desktop-версії.

Наведені технічні вимоги до макетів – від гуттерів і touch-зон до ARIA-лейблів – закладають основу для подальшої верстки та розробки, зберігаючи при цьому фокус виключно на візуальному дизайні. Усе це створює цілісний пакет дизайнерських артефактів, готових до інтеграції в реальний процес розробки без втрати своєї автентичності та користувацької цінності.

Таким чином, практична частина дипломної роботи підтверджує ефективність обраної методології – від аналізу та прототипування до побудови дизайн-системи та детального опрацювання макетів. Розроблена концепція цілком відповідає сучасним UX/UI-трендам 2024-2025 років і враховує специфіку молодіжної фан-аудиторії аніме.

ВИСНОВКИ

Виконана кваліфікаційна робота «Розробка дизайну сайту для студії озвучення аніме» підтвердила високу актуальність обраної теми в контексті стрімкого зростання аніме-індустрії й потреби якісної комунікації з молодіжною фан-аудиторією. Проведений аналітичний огляд закордонних та локальних платформ дав змогу виокремити ключові UX/UI-тенденції 2024-2025 років (mobile-first, dark mode, дизайн-системи, AI-рекомендації), які лягли в основу теоретичних висновків.

У межах методологічного блоку було обґрунтовано вибір комбінованого підходу: контент-аналіз, порівняльний аналіз, прототипування в Figma і тестування користувацьких сценаріїв. Це дозволило послідовно відпрацювати кожний етап - від формулювання інформаційної архітектури до створення hi-fi макетів, відповідних стандартам ISO 9241-11 та WCAG 2.1. Використання Atomic Design сприяло побудові стійкої дизайн-системи, що забезпечує консистентність інтерфейсу й простоту масштабування.

Практична реалізація включала:

Розробку карти сайту та user flows для чотирьох ключових розділів; Створення стилістичних гайдлайнів із чітким набором кольорових та типографічних токенів; Побудову дизайн-системи з атомами, молекулами та організаціями (хедер, герой-секція, каруселі, панель фільтрів, секції «Про нас» й «Контакти», футер); Підготовку hi-fi макетів десктоп-версії з фіксованим контейнером 1170 px і full-width секціями; Опис технічних специфікацій для передачі дизайн-артефактів розробникам.

Результатом є готовий до впровадження дизайн-пакет, який враховує специфіку темної теми, принципи доступності, зручності навігації та емоційної залученості цільової аудиторії. Практична значимість роботи полягає в тому, що створена концепція може бути використана як базовий шаблон для інших проєктів у сфері розробки сайтів медіа-контенту та анімаційних студій.

Наукова новизна полягає в адаптації сучасних UX/UI-патернів під особливості аніме-фандому й поєднанні цього підходу з методологією Atomic Design та рекомендаціями DSTU 8302:2015. Практичне застосування результатів підтверджує їхню ефективність і готовність до інтеграції в реальні розробницькі процеси.

Отже, запропонована дизайн-концепція сайту Animesh не лише відповідає сучасним трендам, але й забезпечує високий рівень користувацького досвіду, що сприятиме посиленню бренду студії та зростанню лояльності аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання: ДСТУ 8302 :2015 / Інформація та документація. — Київ: Мінекономрозвитку, 2015. — 36 с.
2. Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems: ISO 9241-210 :2010 / ISO. — Geneva : ISO, 2010. — 42 p.
3. Ergonomics of human-system interaction – Part 11: Usability – Definitions and concepts: ISO 9241-11 :2018 / ISO. — Geneva: ISO, 2018. — 12 p.
4. Web Content Accessibility Guidelines 2.1 / W3C. 2018. URL: <https://www.w3.org/TR/WCAG21/> (date of access: 10.05.2025).
5. Garrett J. J. The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond / J. J. Garrett. — Indianapolis: New Riders, 2010. — 272 p.
6. Norman D. A., Nielsen J. Usability Engineering / D. A. Norman, J. Nielsen. — San Francisco: Morgan Kaufmann, 1993. — 379 p.
7. Krug S. Don't make me think, revisited: a common sense approach to web usability / S. Krug. — Berkeley: New Riders, 2013. — 216 p.
8. Saffer D. Microinteractions: designing with details / D. Saffer. — Sebastopol: O'Reilly, 2013. — 192 p.
9. Wroblewski L. Mobile First / L. Wroblewski. — A Book Apart, 2011. — 52 p.
10. Lidwell W., Holden K., Butler J. Universal principles of design / W. Lidwell, K. Holden, J. Butler. — Beverly, MA: Rockport Publishers, 2010. — 240 p.
11. Cooper A., Reimann R., Cronin D. About Face 3: the essentials of interaction design / A. Cooper, R. Reimann, D. Cronin. — Indianapolis: Wiley, 2007. — 480 p.
12. Redish J. Web form design: filling in the blanks / J. Redish. — Burlington: Morgan Kaufmann, 2010. — 288 p.

13. Marcotte E. Responsive web design / E. Marcotte // A List Apart. — 2010. — Vol. 35. — URL: <https://alistapart.com/article/responsive-web-design/> (date of access: 10.05.2025).
14. Beaird J. The principles of beautiful web design / J. Beaird. — SitePoint Pty Ltd., 2010. — 256 p.
15. Nielsen J., Budiu R. Mobile usability / J. Nielsen, R. Budiu. — Berkeley: New Riders, 2012. — 320 p.
16. Krug S. Rocket surgery made easy: the do-it-yourself guide to finding and fixing usability issues / S. Krug. — Berkeley: New Riders, 2010. — 232 p.
17. Eiseman L. Pantone guide to communicating with color / L. Eiseman. — Beverly, MA: North Light Books, 2000. — 192 p.
18. Cai K., Zhang X., Wang Y., Du L. Anim-400K: a large-scale dataset for automated end-to-end dubbing / K. Cai et al. // arXiv. 2024. URL: <https://arxiv.org/abs/2401.05314> (date of access: 27.04.2025).
19. Ma L., Jin Y. Enhancing user engagement in anime streaming services: a UX study / L. Ma, Y. Jin // Journal of Media Practice. — 2021. — Vol. 20, No 3. — C. 67–86.
20. Yamada H. Usability of Japanese anime streaming platforms: a contextual inquiry / H. Yamada // Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting. — 2019. — Vol. 63, No 1. — C. 68–72.
21. Іваненко О. П. Основи UX/UI-дизайну веб-інтерфейсів: монографія / О. П. Іваненко. — Київ: КНУТД, 2022. — 160 с.
22. Петренко В. Сучасні технології веб-дизайну: навч. посіб. / В. Петренко. — Львів: Видавництво ЛНУ, 2019. — 220 с.
23. Сидоренко І. В. Мікроанімації в інтерфейсах: теорія та практика: монографія / І. В. Сидоренко. — Харків: ХНУ ім. Каразіна, 2020. — 150 с.
24. Klenyuk O., Shevchenko D. Інтерактивні технології в веб-дизайні: практичний досвід: навч. посіб. / O. Klenyuk, D. Shevchenko. — Київ: Центр, 2021. — 180 с.

25. Figma Inc. Best practices for UI/UX prototyping in Figma / Figma Inc. — 2022. — URL: <https://www.figma.com/resources/learn-design/prototyping/> (date of access: 10.05.2025).
26. Міністерство освіти і науки України. Методичні рекомендації до виконання дипломної бакалаврської роботи за спеціальністю 022 «Дизайн» / за ред. І. І. Коваленка. — Київ: КНУТД, 2023. — 52 с.
27. Video Usability / Nielsen Norman Group. URL: <https://www.nngroup.com/articles/video-usability/> (date of access: 10.05.2025).
28. How Optimized Videos Create a Better User Experience / UXmatters. URL: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2023/02/how-optimized-videos-create-a-better-user-experience.php> (date of access: 10.05.2025).
29. Babich N. Best Practices For Video / UX Planet. URL: <https://uxplanet.org/best-practices-for-video-e279efcfe7eb> (date of access: 10.05.2025).
30. Li J. How I reimagined Crunchyroll's homepage – a UX case study / J. Li // UX Collective. — 17 Jul 2020. — URL: <https://uxdesign.cc/how-i-reimagined-crunchyrolls-homepage-a-ux-case-study-f349ec04450> (date of access: 10.05.2025).
31. Figma Inc. How Crunchyroll Clarified Confusing Workflows with Dev Mode. URL: <https://www.figma.com/blog/crunchyroll-dev-mode/> (date of access: 10.05.2025).
32. Sniper_tank. User experience improvements: r/Crunchyroll / sniper_tank // Reddit. 2022. URL: https://www.reddit.com/r/Crunchyroll/comments/vl9yjp/user_experience_improvements/ (date of access: 10.05.2025).
33. Kadam J. UX/UI Case Study : Anime Streaming App / J. Kadam // Medium. — Apr 2021. URL: <https://j4ykadam.medium.com/ux-ui-case-study-anime-streaming-app-119d62fa9e7> (date of access: 10.05.2025).
34. HIDIVE Help Center. URL: <https://support.hidive.com/> (date of access: 10.05.2025).

35. Espinoza J. Hi-Dive Redesign. URL: <https://joses-portfolio-fc5430.webflow.io/> (date of access: 12.05.2025).
36. Sarma P. Recommendation engines and UX : UX Planet. URL: <https://uxplanet.org/recommendation-engines-and-ux-567e1a2f1abc> (date of access: 10.04.2025).
37. Netflix Tech Blog. How Netflix uses machine learning to personalize recommendations. URL: <https://netflixtechblog.com/how-netflix-uses-machine-learning-to-personalize-recommendations> (date of access: 19.05.2025).
38. Niedzielski A. Dark Mode UX Guidelines / A. Niedzielski // Smashing Magazine. — 2020. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2020/03/dark-mode-ux-guidelines/> (date of access: 10.05.2025).
39. Google. Material Design Components. URL: <https://material.io/components/> (date of access: 14.05.2025).
40. Brown S. Best Practices for Social Media Integration in UX / S. Brown // UX Collective. — 2021. — URL: <https://uxdesign.cc/best-practices-social-media-integration-ux-67890abc> (date of access: 14.04.2025).
41. Yu E. Subscription vs Advertising: UX Implications for Video Platforms. URL: <https://uxdesign.cc/subscription-vs-advertising-ux-implications-for-video-platforms> (date of access: 10.04.2025).
42. Kumar R. Monetization Strategies in Streaming Services: A UX Perspective. URL: <https://medium.com/streaming-monetization-ux> (date of access: 08.05.2025).
43. Anderson C. The Long Tail and Content Monetization. URL: https://www.wired.com/2006/10/tlt_the_long_tail/ (date of access: 16.04.2025).
44. Чернявський Б., Ковальчук М., Яворський О., Могила Є. Концепції проектування дизайн-продуктів / Б. Чернявський, М. Ковальчук, О. Яворський, Є. Могила // Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 27 квіт. 2022 р. — В 2-х т. — Т. 1 — Київ: КНУТД, 2022. — С. 290–292.

45. Ерфан К. А. Основні засоби UI-design у web-сторінках / К. А. Ерфан ; наук. кер. О. О. Слітюк // Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів (18 – 19 квіт. 2019 р., Київ). — Київ: КНУТД, 2019. — Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. — С. 401–402.
46. Wix.com. 10 UX design trends in 2025. URL: <https://www.wix.com/blog/ux-design-trends> (date of access: 10.04.2025).
47. UXPin Studio. 7 UX UI Design Trends that Dominate 2025. URL: <https://www.uxpin.com/studio/blog/ui-ux-design-trends/> (date of access: 10.05.2025).
48. Shakuro. Top 11 UI/UX Design Trends for 2024. URL: <https://shakuro.com/blog/ui-ux-design-trends-for-2024> (date of access: 18.04.2025).
49. Knafllic C. N. Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals / C. N. Knafllic. — New York: Wiley, 2015. — 288 p.
50. Baymard Institute. Search & Autocomplete Usability. URL: <https://baymard.com/search-usability> (date of access: 16.04.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. Сертифікат учасника конференції

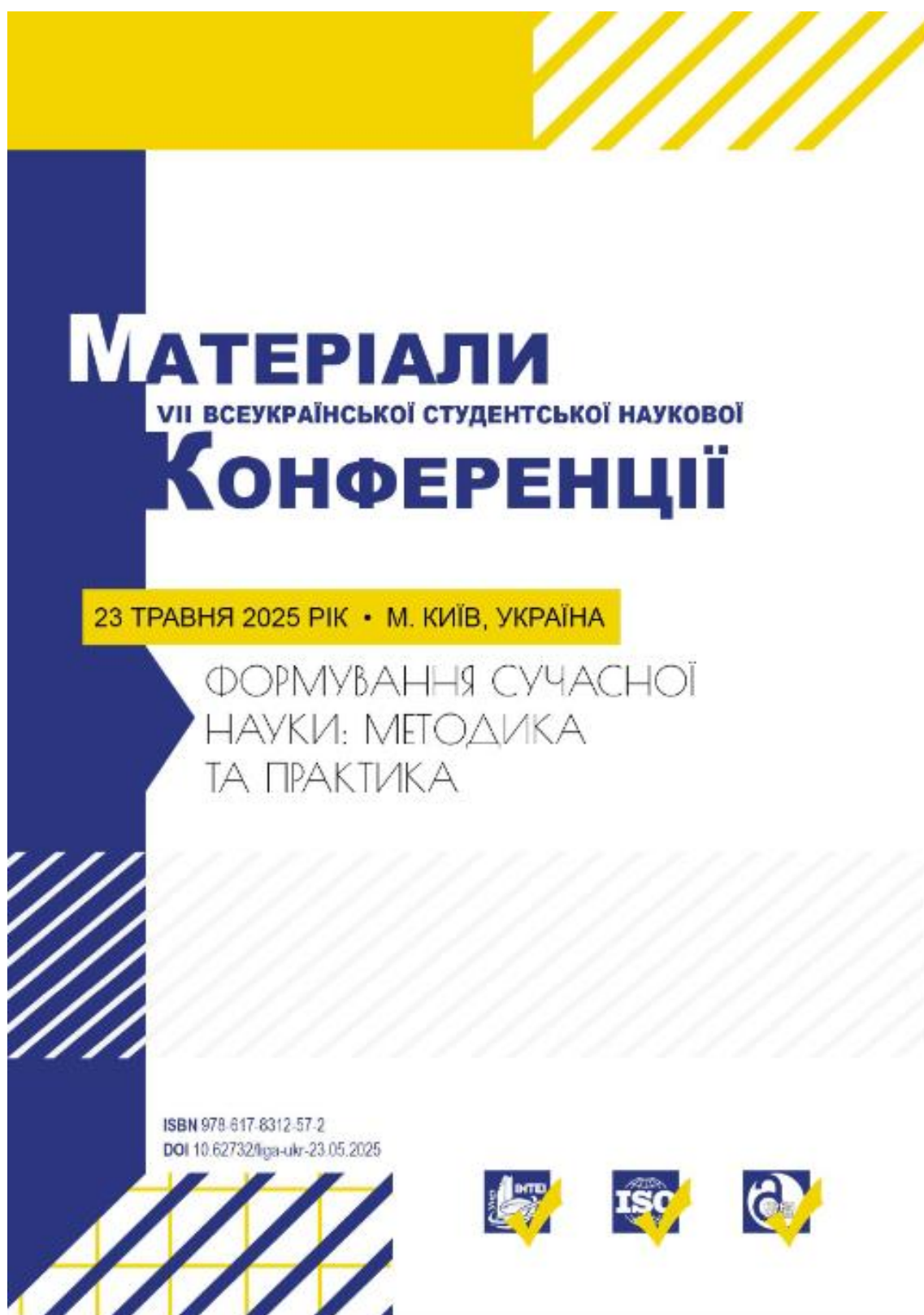


Рис. Б.1. Збірник наукових матеріалів конференції

УДК 082:001
Ф 79

Голова оргкомітету: Каренюк І.О.
Верстка: Гарасимів М.В.
Дизайн: Бондаренко І.В.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Інституту науково-технічної інтеграції та співпраці. Протокол № 20 від 22.05.2025 року.



Конференцію зареєстровано Державною науковою установою «УкрІНТЕІ» в базі даних науково-технічних заходів України та інформаційному бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення № 77 від 06.01.2025).
Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії CC BY-SA 4.0 International.

Формування сучасної науки: методика та практика: матеріали VII Всеукраїнської студентської наукової конференції, м. Київ, 23 травня, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. — 906 с.

ISBN 978-617-8312-57-2
DOI 10.62732/liga-ukr-23.05.2025

Викладено матеріали учасників VII Всеукраїнської мультидисциплінарної студентської наукової конференції «Формування сучасної науки: методика та практика», яка відбулася 23 травня 2025 року у місті Київ, Україна.

УДК 082:001

© Колектив учасників конференції, 2025
© ГО «Молодіжна наукова ліга», 2025
© ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025

ISBN 978-617-8312-57-2

Рис. Б.2. Збірник наукових матеріалів конференції

НАСТІЛЬНИЙ ТЕНІС	
Смаглій Т.В., Науковий керівник: Гоголєва О.М.	861
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ФІЗИЧНОЇ ТЕРАПІЇ В ГОСТРОМУ ПЕРІОДІ ІШЕМІЧНОГО ІНСУЛЬТУ	
Діденко Р.В., Науковий керівник: Самойлова Г.П.	865
РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У ДІТЕЙ ПЕРІОДУ ПЕРШОГО ДИТИНСТВА З РАС ДЛЯ НАВЧАННЯ ВИКОНАННЮ НАВИЧОК ADL: ЗАСОБАМИ ЕРГОТЕРАПІЇ	
Пуляєва Д.О.	867
УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ: СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	
Єпанчин Д.О., Науковий керівник: Порохнявий А.В.	869
ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОЇ САМОРЕГУЛЯЦІЇ	
Сайчук М.А., Науковий керівник: Сірий О.М.	872
ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНОЇ ІНКЛЮЗІЇ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ	
Сайчук М.А., Науковий керівник: Сірий О.М.	873
ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА ФІЗИЧНА АКТИВНІСТЬ – ЕФЕКТИВНІ ЗАСІБИ ФІЗИЧНОГО РОЗВИТКУ СТУДЕНТІВ	
Салиган О.С., Науковий керівник: Антипова Ж.А.І.	875
ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ЗАНЯТЬ СПОРТОМ СЕРЕД МОЛОДІ: ПЕДАГОГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ	
Гранатюк В.О., Науковий керівник: Сірий О.М.	877
 СЕКЦІЯ 28.	
ІСТОРІЯ, АРХЕОЛОГІЯ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЯ	
ПОЛІТИЧНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ У КРАЇНАХ ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ	
Вонсович О.О., Науковий керівник: Опря Ігор А.	880
 СЕКЦІЯ 29.	
АРХІТЕКТУРА ТА БУДІВНИЦТВО	
UX/UI-ДИЗАЙН САЙТУ СТУДІЇ ОЗВУЧЕННЯ: СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО КОРИСТУВАЦЬКОГО ДОСВІДУ	
Захарченко Є.В., Науковий керівник: Шаура А.Ю.	882
ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВІЗУАЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ	
Щука В., Науковий керівник: Будник А.В.	884

Секція 29.

АРХІТЕКТУРА ТА БУДІВНИЦТВО

Захарченко Євгеній Володимирович, здобувач вищої освіти факультету дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

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

UX/UI-ДИЗАЙН САЙТУ СТУДІЇ ОЗВУЧЕННЯ: СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО КОРИСТУВАЦЬКОГО ДОСВІДУ

Сучасний цифровий простір вимагає від веб-ресурсів не лише естетичної виразності, а й інтуїтивної зрозумілості — саме це стає вирішальним фактором успіху для сайту студії озвучення, де першочергово важливі як швидке ознайомлення з портфоліо, так і простота замовлення послуги. UX/UI-дизайн у цьому контексті розглядається як цілісна «подорож» користувача, що охоплює емоційні, когнітивні та поведінкові аспекти взаємодії зі сторінкою згідно з ISO 9241-210:2010 [1]. Кожен візуальний і текстовий елемент має працювати на створення довіри й комфортного досвіду — від логічно структурованих блоків і продуманої ієрархії до лаконічного поєднання корпоративних кольорів і типографіки.

Метою дослідження є вироблення цілісного дизайнерського підходу до створення інтерфейсу сайту студії озвучення, що забезпечить:

- інтуїтивну навігацію та чітку ієрархію контенту;
- емоційну привабливість через збалансовану палітру й іконографію;
- адаптивність макетів під мобільні та десктопні екрани;
- уніфіковану стилістику компонентів на основі Atomic Design.

У процесі глибинного теоретичного аналізу роботи було вироблено інтегрований підхід до UX/UI-дизайну сайту студії озвучення, який поєднує принципи емоційної привабливості, інтуїтивної навігації та візуальної цілісності. По-перше, з'ясовано, що успішний інтерфейс має базуватися на чіткому поділі контенту за логічними блоками та продуманій ієрархії, що супроводжується достатньою кількістю «повітря» між елементами, щоб уникнути перевантаження та сформувати відчуття легкості. По-друге, дослідження пролило світло на особливості сприйняття цільової аудиторії — від поціновувачів професійної озвучки до продюсерів і режисерів — які звертають увагу на миттєву зручність взаємодії й одночасно сприймають інтерфейс як своєрідну візитівку студії. Ці висновки дозволили виокремити набір візуальних принципів, що лягли в основу дизайну:

- **Адаптивна сітка (responsive grid):** забезпечує якісну побудову макета під різні розміри екранів;
- **Збалансована палітра:** витримані корпоративні кольори в поєднанні з контрастними акцентами на елементах CTA (Call to Action);

• **Продумана типографіка:** беззрубкові заголовні гарнітури разом із легкими гарнітурними шрифтами для тексту формують зрозумілу двоступеневу ієрархію;

• **Консистентна іконографія та ілюстрації:** символи мікрофона, звукових хвиль і стилізовані персонажі створюють єдину візуальну мову [2].

Подальше обговорення переконливо показало, що ці принципи в комплексі дають змогу утримувати увагу користувача на ключових розділах сайту — портфолію, переліку послуг та формі зворотного зв'язку — та водночас створюють простір для «дихання» і відчуття професійного характеру платформи.

Крім того, для підсилення комфортного користувацького досвіду було сформульовано перелік ключових UX-факторів, що повинні лягти в основу кожного макета та прототипу:

• **Інтуїтивність навігації:** чітка та зрозуміла структура меню, мінімальна кількість кліків до цільової дії;

• **Прозорість інформації:** короткі заголовки, лаконічні описи послуг і чітко позначені ціни;

• **Емоційний зв'язок:** subtle micro-animations, які не відволікають, але створюють відчуття «живого» інтерфейсу;

• **Мобільна адаптивність:** макети, заточені під основні екрани смартфонів, із пріоритетом ключових функцій на меншій площі екрану [3].

Опираючись на ці UX-фактори, було теоретично доведено, що відвідувачі сайту студії озвучення отримують відчуття довіри та професійності вже на етапі першого знайомства з інтерфейсом. Сама ідея «подорожі» користувача — від головного банера зі зверненням до заповнення форми замовлення — набуває чітких контурів: кожна кнопка, кожен розділ та кожна ілюстрація ведуть у логічній послідовності, не залишаючи простору для сумнівів чи розгубленості.

Нарешті, узагальнення теоретичних результатів дозволяє стверджувати, що дизайн сайту студії озвучення має ґрунтуватися на гармонійному балансі між візуальною естетикою та зручністю, де кожен елемент—від структури сітки до кольорових акцентів—працює на єдину бізнес-мету: підвищити впізнаваність бренду, сприяти залученню замовників і зміцнити довіру аудиторії. Цей комплексний підхід створює міцну основу для подальшої практичної роботи, у якій розроблені теоретичні напрацювання покладуться в основу макетів і остаточних концепцій дизайну.

Отже, проведений аналіз довів, що успішний дизайн сайту студії озвучення спирається на гармонійне поєднання чіткої структури контенту, збалансованої палітри та продуманої типографіки. Інтуїтивна навігація, адаптивна сітка та єдина візуальна мова через іконографію та ілюстрації створюють враження професійності й довіри. Використання модульного підходу Atomic Design забезпечує послідовність оформлення й гнучкість масштабування. У сукупності ці рішення формують цілісну UX/UI-концепцію, яка сприяє підвищенню впізнаваності бренду, залученню замовників і зміцненню лояльності аудиторії.

Список використаних джерел:

1. ISO 9241-210:2010 «Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems». — Geneva: ISO, 2010.
2. Garrett J. J. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. — Indianapolis: New Riders, 2010. 172 p.
3. Krug S. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. — Berkeley: New Riders, 2013. 243 p.



Рис. В.1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права

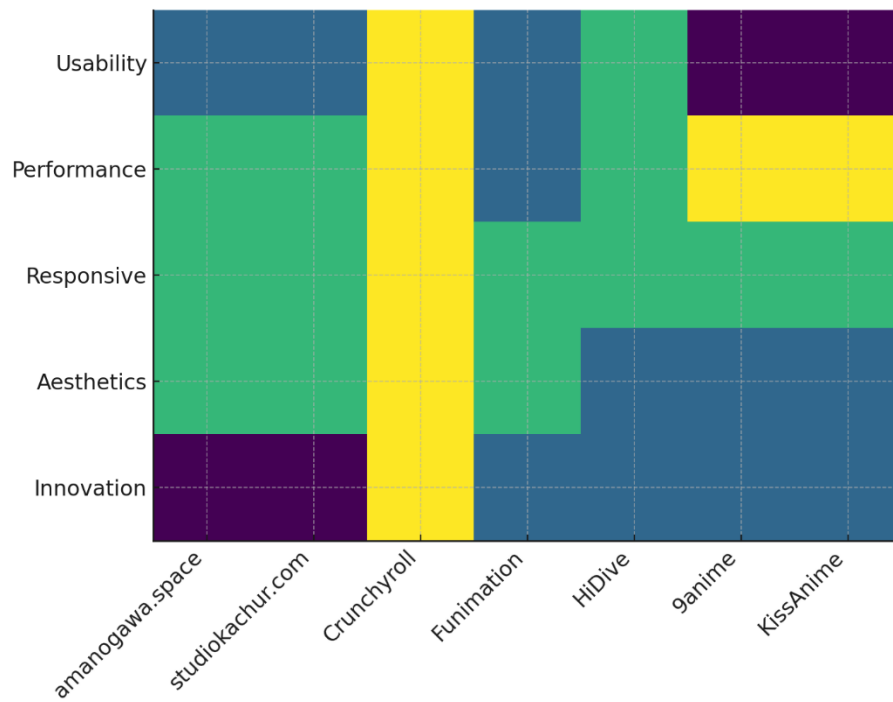


Рис. Г.1. Heatmap (теплова мапа)

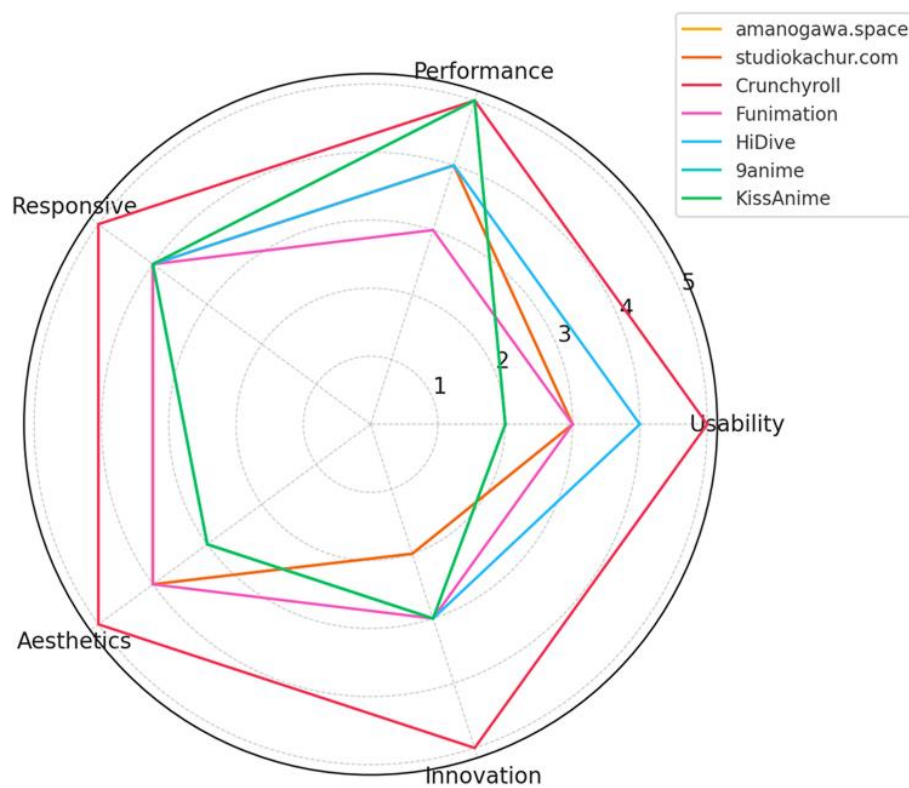
Рис. Г.2. Оцінка відповідності сучасним стандартам
(ISO 9241-11, WCAG 2.1)



Рис. Д.1. Маскот