

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВОГО РОЗВИТКУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”»

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 121 Інженерія програмного забезпечення
освітньо-професійної програми «Технології цифрового розвитку»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Євгенія ІВАНОВА

(підпис)

Виконав: здобувачка вищої освіти групи ТЦР-41

Євгенія ІВАНОВА

Керівник:

Вікторія ЖЕБКА

д-р техн. наук, проф.

Рецензент:

Київ 2026

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Навчально-науковий інститут інформаційних технологій

Кафедра Технологій цифрового розвитку

Ступінь вищої освіти Бакалавр

Спеціальність 121 Інженерія програмного забезпечення

Освітньо-професійна програма «Технології цифрового розвитку»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Технологій цифрового розвитку

_____ Вікторія ЖЕБКА

« ____ » _____ 2026 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Іванової Євгенії Романівні

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise»
керівник кваліфікаційної роботи д-р техн. наук, професор Вікторія ЖЕБКА,
затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від «20» лютого 2026 року № 51.
2. Строк подання кваліфікаційної роботи «18» травня 2026 року.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: теоретичні відомості про UI/UX-дизайн, принципи зручності, доступності та адаптивності веб-інтерфейсів, матеріали щодо розробки інформаційної архітектури онлайн-журналів, методи аналізу користувацького досвіду, приклади сучасних онлайн-журналів і медіаплатформ, а також засоби створення дизайн-макетів цифрових продуктів у середовищі Figma.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
 1. Огляд теоретичних засад UI/UX-дизайну онлайн-журналів та визначення його ролі у створенні цифрових медіаресурсів.

2. Аналіз предметної області, цільової аудиторії та існуючих онлайн-журналів-конкурентів з точки зору UI/UX-дизайну.
 3. Розробка методу оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” з урахуванням потреб гостьового користувача та зареєстрованого читача.
 4. Створення дизайн-макетів основних сторінок онлайн-журналу “SheRise” та перевірка UI-фреймів за критеріями зручності, доступності й адаптивності.
5. Перелік графічного матеріалу: *презентація*
1. Актуальність теми дослідження.
 2. Мета, об’єкт і предмет дослідження.
 3. Завдання кваліфікаційної роботи.
 4. Аналіз онлайн-журналів-конкурентів: Vogue UA, Elle UA, Wonderzine.
 5. Визначення цільової аудиторії онлайн-журналу “SheRise”.
 6. Потреби гостьового користувача та зареєстрованого читача.
 7. Вимоги до UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.
 8. Інформаційна архітектура онлайн-журналу “SheRise”.
 9. Карта сайту онлайн-журналу “SheRise”.
 10. Користувацькі сценарії для гостьового користувача та зареєстрованого читача.
 11. Метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.
 12. Візуальна концепція, кольорова палітра та типографіка.
 13. UI-фрейми для гостьового користувача.
 14. UI-фрейми для зареєстрованого читача.
 15. Перевірка UI-фреймів за критеріями зручності, доступності та адаптивності.
 16. Висновки.
6. Дата видачі завдання «20» лютого 2026 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Підбір та аналіз науково-технічної літератури	20.02.2026- 12.03.2026	
2	Аналіз та дослідження існуючих онлайн-журналів-конкурентів	15.03.2026- 01.04.2026	

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
3	Огляд теоретичних засад UI/UX-дизайну онлайн-журналів	15.03.2026 – 01.04.2026	
4	Визначення цільової аудиторії та потреб користувачів онлайн-журналу “SheRise”	01.04.2026- 05.04.2026	
5	Розробка методу оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”	05.04.2026- 15.04.2026	
6	Створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи	15.04.2026 - 01.05.2026	
7	Перевірка UI-фреймів за критеріями зручності, доступності та адаптивності	05.05.2026- 10.05.2026	
8	Оформлення роботи: вступ, висновки, реферат	10.05.2026- 15.05.2026	
9	Розробка демонстраційних матеріалів	15.05.2026- 17.05.2026	
10	Попередній захист роботи	18.05.2026	

Здобувач(ка) вищої освіти _____
(підпис)

Євгенія ІВАНОВА

Керівник
кваліфікаційної роботи _____
(підпис)

Вікторія ЖЕБКА

РЕФЕРАТ

Текстова частина кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра: 86 стор., 9 табл., 18 рис., 27 джерел.

Мета роботи – підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії користувачів з онлайн-журналом “SheRise” шляхом розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

Об’єкт дослідження – процес оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу.

Предмет дослідження – методи, принципи та засоби оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.

Короткий зміст роботи: У роботі проаналізовано сучасні підходи до розробки UI/UX-дизайну онлайн-журналів та цифрових медіаплатформ. Досліджено особливості інформаційної архітектури, навігації, візуальної ієрархії, адаптивності та доступності інтерфейсів.

Проведено аналіз аналогів онлайн-журналів, визначено потреби основних груп користувачів платформи “SheRise”: гостя, зареєстрованого читача та автора публікацій. На основі отриманих результатів сформовано вимоги до інтерфейсу та розроблено метод оптимізації UI/UX.

У практичній частині створено фірмовий стиль, карту сайту, користувацькі сценарії та UI-фрейми основних сторінок онлайн-журналу “SheRise”. Проведено перевірку розроблених фреймів за критеріями зручності, логічності навігації, адаптивності та відповідності потребам цільової аудиторії.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: UI/UX-ДИЗАЙН, ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ, ІНТЕРФЕЙС, ОПТИМІЗАЦІЯ, UI-ФРЕЙМИ, FIGMA, ІНФОРМАЦІЙНА АРХІТЕКТУРА, КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД, АДАПТИВНИЙ ДИЗАЙН, SHERISE.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ UI/UX-ДИЗАЙНУ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІВ.....	12
1.1 Поняття UI/UX-дизайну та його роль у створенні цифрових медіаресурсів.....	12
1.2 Онлайн-журнал як різновид інформаційного веб-сайту.....	15
1.3 Особливості взаємодії користувача з онлайн-журналом	19
1.4 Принципи зручності, доступності та адаптивності веб-інтерфейсів.....	22
1.5 Методи оцінювання ефективності UI/UX інтерфейсу	26
2 АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ ТА ІСНУЮЧИХ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІВ.....	31
2.1 Загальна характеристика онлайн-журналу “SheRise”	31
2.2 Визначення цільової аудиторії та основних груп користувачів	34
2.3 Аналіз потреб користувачів онлайн-журналу “SheRise”	38
2.4 Аналіз онлайн-журналів-конкурентів з точки зору UI/UX-дизайну	41
2.4.1 Аналіз онлайн-журналу Vogue UA	42
2.4.2 Аналіз онлайн-журналу Elle UA.....	44
2.4.3 Аналіз онлайн-журналу Wonderzine / Wonder Україна.....	45
2.5 Визначення основних проблем інтерфейсів онлайн-журналів	48
2.6 Формування вимог до UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”	51
3 РОЗРОБКА МЕТОДУ ОПТИМІЗАЦІЇ UI/UX ІНТЕРФЕЙСУ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ “SHERISE”	55
3.1 Обґрунтування необхідності оптимізації UI/UX інтерфейсу	55
3.2 Визначення критеріїв оптимізації інтерфейсу	57
3.3 Розробка інформаційної архітектури онлайн-журналу “SheRise”	60
3.4 Формування карти сайту онлайн-журналу “SheRise”	63

3.5 Розробка користувацьких сценаріїв для гостьового користувача та зареєстрованого читача	66
3.6 Опис запропонованого методу оптимізації UI/UX інтерфейсу	70
4 РЕАЛІЗАЦІЯ UI-ФРЕЙМІВ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ “SHERISE”	74
4.2 Обґрунтування вибору кольорової палітри, типографіки та графічних елементів	77
4.3 Розробка UI-фреймів для гостьового користувача	81
4.4 Розробка UI-фреймів для зареєстрованого читача	87
4.5 Перевірка UI-фреймів за критеріями зручності, доступності та адаптивності	94
ВИСНОВКИ	98
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	100
ДОДАТОК А. ДЕМОНСТРАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ	103

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах онлайн-журнали стали важливим способом поширення інформації та взаємодії з аудиторією. Користувачі все частіше читають матеріали саме в цифровому форматі: через сайти, мобільні пристрої та соціальні мережі. Тому для онлайн-журналу важливим є не тільки якісний контент, а й зручний інтерфейс, зрозуміла структура сторінок, швидкий доступ до матеріалів і комфортне читання.

UI/UX-дизайн має великий вплив на те, як користувач сприймає сайт. Якщо інтерфейс зрозумілий, візуально приємний і не перевантажений зайвими елементами, користувачеві легше знайти потрібну інформацію та залишатися на платформі довше. Якщо ж сайт має складну навігацію, дрібний текст, незручне меню або хаотичне розміщення матеріалів, навіть цікавий контент може втратити свою цінність.

Онлайн-журнал “SheRise” розглядається як цифрова платформа для читання матеріалів, пов’язаних із жіночим розвитком, самореалізацією, натхненням, освітою, стилем життя та особистим досвідом. Такий ресурс має бути не просто красивим, а зручним і зрозумілим для користувачів. Особливо важливо продумати взаємодію для двох основних груп: гостьового користувача та зареєстрованого читача.

Гостьовий користувач повинен швидко зрозуміти, про що онлайн-журнал, які матеріали доступні на платформі та чому варто повернутися до сайту знову. Зареєстрований читач потребує більш персоналізованої взаємодії: доступу до профілю, збережених матеріалів, історії читання, сповіщень і налаштувань. Саме тому актуальною є розробка методу оптимізації UI/UX інтерфейсу, який допоможе зробити платформу “SheRise” більш зручною, ефективною та візуально цілісною.

Мета роботи - підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії користувачів з онлайн-журналом “SheRise” шляхом розробки методу

оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

Об'єкт дослідження - процес оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу.

Предмет дослідження - методи, принципи та засоби оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.

Методи дослідження. У роботі використано аналіз літературних та інтернет-джерел, порівняльний аналіз онлайн-журналів Vogue UA, Elle UA та Wonderzine, аналіз цільової аудиторії, метод побудови інформаційної архітектури, сценарне моделювання взаємодії користувачів та візуальне проєктування інтерфейсу у Figma. Перевірку дизайн-макетів проведено за критеріями зручності, доступності, адаптивності та візуальної цілісності.

Практична значущість одержаних результатів полягає у створенні дизайн-макетів основних сторінок онлайн-журналу “SheRise”, які можуть бути використані як основа для подальшої технічної розробки цифрової платформи. Запропонований метод оптимізації UI/UX інтерфейсу дає змогу покращити структуру сайту, зробити навігацію зрозумілішою, підвищити зручність читання матеріалів і забезпечити персоналізовану взаємодію для зареєстрованого читача. Результати роботи можуть бути корисними під час створення онлайн-журналів, цифрових медіаплатформ, інформаційних сайтів та інших веб-ресурсів, де важливими є зручність, доступність і якісна взаємодія користувача з контентом.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ UI/UX-ДИЗАЙНУ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІВ

У першому розділі розглянуто основні поняття UI/UX-дизайну, особливості онлайн-журналу як інформаційного веб-сайту, принципи взаємодії користувача з таким ресурсом, а також базові вимоги до зручності, доступності та адаптивності інтерфейсу. Цей розділ потрібен для того, щоб сформуванати теоретичну основу для подальшого аналізу конкурентів і розробки методу оптимізації інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.

1.1 Поняття UI/UX-дизайну та його роль у створенні цифрових медіаресурсів

У цьому підрозділі розглянуті поняття UI/UX-дизайну та його значення для створення сучасних цифрових медіаресурсів. Для онлайн-журналу інтерфейс має особливе значення, тому що користувач взаємодіє не лише з окремими кнопками чи сторінками, а з великою кількістю текстів, зображень, рубрик, пошуку та персональних функцій. Саме тому якість UI/UX-дизайну напряду впливає на те, чи буде користувачеві зручно читати матеріали, знаходити потрібну інформацію та повертатися до сайту знову.

UI/UX-дизайн складається з двох пов’язаних понять: UI та UX. UI - User Interface - це користувацький інтерфейс, тобто візуальна частина цифрового продукту. До UI належать кольори, шрифти, кнопки, іконки, картки матеріалів, меню, зображення, відступи та загальна композиція сторінки. Interaction Design Foundation визначає UI-дизайн як процес створення інтерфейсів у програмних продуктах або цифрових пристроях з акцентом на зовнішній вигляд і стиль. Мета UI-дизайну - зробити інтерфейс зрозумілим, приємним і зручним для користувача.

UX - User Experience - означає користувацький досвід. Це не тільки те, як сайт виглядає, а й те, як людина почувається під час взаємодії з ним. Nielsen Norman Group пояснює, що user experience охоплює всі аспекти взаємодії користувача з

компанією, її сервісами та продуктами. Тобто UX включає зручність, логіку дій, швидкість пошуку інформації, зрозумілість структури, емоційне враження та загальне відчуття від використання сайту.

Якщо пояснити простіше, UI відповідає за те, що користувач бачить, а UX - за те, наскільки йому зручно цим користуватися. Наприклад, красива кнопка належить до UI, але те, чи зрозуміло користувачу, куди вона веде і чи легко її знайти, вже стосується UX. Для онлайн-журналу важливо, щоб ці дві частини працювали разом. Гарний візуальний стиль не допоможе, якщо користувач не може знайти потрібну статтю. І навпаки, логічна структура буде сприйматися слабше, якщо сайт виглядає неохайно або незручно для читання.

Веб-дизайн поєднує кілька складових: графічний дизайн, дизайн інтерфейсу, взаємодію з користувачем, контент, структуру сторінок і технічні особливості сайту. Усі ці елементи разом формують загальне враження від цифрового продукту. Для онлайн-журналу це особливо важливо, бо користувач приходить на сайт саме за контентом, але сприймає його через інтерфейс. Якщо текст важко читати, сторінка перевантажена, а навігація заплутана, навіть корисний матеріал може залишитися непоміченим.

У працях з UI/UX-дизайну підкреслюється, що UI відповідає за візуальний вигляд і функціональність інтерфейсу, а UX - за аналіз досвіду користувача, його потреб і зручність взаємодії з продуктом. Таке розділення допомагає краще зрозуміти, що дизайн сайту - це не тільки “красива картинка”, а й продумана система дій, яку проходить користувач.

Для цифрових медіаресурсів UI/UX-дизайн виконує кілька важливих функцій. Перша функція - організація контенту. Онлайн-журнал містить багато матеріалів, тому користувач повинен легко бачити, де розміщені головні статті, нові публікації, рубрики, пошук і персональні розділи. Якщо структура сайту не продумана, людина швидко губиться серед матеріалів.

Друга функція - покращення читабельності. Онлайн-журнал працює з текстом, тому шрифт, розмір літер, міжрядковий інтервал, ширина текстового

блоку та контраст мають велике значення. Якщо користувачеві незручно читати статтю, він може не дочитати її до кінця. Тому UI-рішення мають підтримувати комфортне сприйняття тексту, а не заважати йому.

Третя функція - спрощення шляху користувача. UX-дизайн допомагає зробити так, щоб користувач міг швидко виконати потрібну дію: знайти статтю, перейти до рубрики, скористатися пошуком, увійти в профіль, зберегти матеріал або переглянути історію читання. Nielsen Norman Group також визначає usability як показник того, наскільки легко користувачам працювати з інтерфейсом. Це означає, що зручність сайту можна і потрібно оцінювати не лише за зовнішнім виглядом, а й за простотою використання.

Четверта функція - формування довіри до ресурсу. Для онлайн-журналу довіра дуже важлива, бо користувач сприймає матеріали не окремо від сайту, а разом із його візуальною подачею. Якщо інтерфейс виглядає сучасно, послідовно й охайно, користувачеві легше сприймати платформу як якісне медіа. Якщо ж сторінки виглядають хаотично, кнопки мають різний стиль, а структура незрозуміла, довіра до ресурсу знижується.

П'ята функція - підтримка персоналізованої взаємодії. У межах онлайн-журналу "SheRise" важливо врахувати не тільки гостьового користувача, який вперше знайомиться з платформою, а й зареєстрованого читача. Гість повинен швидко зрозуміти, про що сайт, які матеріали доступні та як перейти до читання. Зареєстрований читач має отримати зручний доступ до профілю, збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань. Саме через це UI/UX-дизайн має підтримувати різні сценарії взаємодії.

У дослідженнях з веб-дизайну також звертається увага на те, що простий і приємний сайт утримує користувачів довше, а зрозуміла структура допомагає швидше знаходити потрібну інформацію. До важливих принципів зручності відносять доступність, ясність, впізнаваність, достовірність і актуальність. Для "SheRise" ці принципи мають практичне значення: сайт повинен бути зрозумілим, не перевантаженим, візуально послідовним і корисним для своєї аудиторії.

Окремо важливо враховувати доступність цифрового продукту. W3C пояснює, що веб-доступність означає створення сайтів, інструментів і технологій так, щоб ними могли користуватися люди з різними можливостями. Користувачі повинні мати змогу сприймати інформацію, розуміти її, переміщатися сайтом і взаємодіяти з ним. Для онлайн-журналу це означає, що текст має бути читабельним, кнопки - помітними, структура - зрозумілою, а інтерфейс - зручним на різних пристроях.

Для онлайн-журналу “SheRise” UI/UX-дизайн має не тільки технічне, а й емоційне значення. Платформа орієнтована на теми жіночого розвитку, самореалізації, натхнення, освіти, стилю життя та особистого досвіду. Тому інтерфейс має створювати відчуття легкості, довіри та зручності. Він не повинен відволікати від матеріалів або ускладнювати читання. Навпаки, дизайн має допомагати користувачеві швидко знайти потрібний контент і комфортно взаємодіяти з платформою.

Отже, UI/UX-дизайн є основою якісного цифрового медіаресурсу. UI формує зовнішній вигляд онлайн-журналу, а UX відповідає за зручність, логіку і загальне враження користувача. Для “SheRise” це особливо важливо, тому що мета платформи полягає не лише в публікації матеріалів, а й у створенні зручної, ефективної та персоналізованої взаємодії для гостьового користувача і зареєстрованого читача. Саме тому подальша оптимізація інтерфейсу має спиратися на простоту, зрозумілу структуру, читабельність, доступність і візуальну цілісність.

1.2 Онлайн-журнал як різновид інформаційного веб-сайту

Онлайн-журнал є різновидом інформаційного веб-сайту, головна мета якого - публікувати, зберігати, структурувати та зручно подавати матеріали для читачів. На відміну від сайту-візитки, який зазвичай коротко представляє компанію,

людину або послугу, онлайн-журнал має більшу кількість сторінок, рубрик, текстових матеріалів, зображень і додаткових функцій. Такий сайт не просто показує інформацію, а створює постійний простір для читання та повернення користувача до контенту.

Веб-сайти можуть мати різне призначення: комерційне, інформаційне, освітнє, розважальне або особисте. За способом доступу вони можуть бути відкритими або закритими, а за розташуванням - загальнодоступними або локальними. Відкриті сайти доступні для будь-якого користувача, а закриті вимагають спеціального доступу або пароля. Для онлайн-журналу “SheRise” важливим є відкритий формат, адже гостьовий користувач має мати змогу швидко ознайомитися з матеріалами та зрозуміти цінність платформи.

Інформаційні сайти створюються для того, щоб користувач міг швидко отримати потрібні відомості. Для таких ресурсів важливими є зручна навігація, зрозуміла структура, якісний контент, доступність, адаптивність і правильне розміщення матеріалів. Якщо сайт містить багато інформації, але вона подана хаотично, користувачеві буде складно знайти потрібний матеріал. Тому для онлайн-журналу важлива не тільки кількість статей, а й те, як вони розміщені на сторінках.

Онлайн-журнал має спільні риси з кількома типами веб-сайтів. По-перше, він схожий на контентний сайт, тому що містить матеріали на певні теми або в межах кількох близьких напрямів. У працях з веб-дизайну контентні сайти описуються як ресурси, де ведеться огляд обраної теми або споріднених тем. Для “SheRise” такими напрямками можуть бути саморозвиток, кар’єра, освіта, натхнення, стиль життя, психологічний комфорт і особистий досвід.

По-друге, онлайн-журнал має риси блогу, бо матеріали можуть мати більш живу, зрозумілу й емоційну подачу. Блог зазвичай пов’язаний із регулярним оновленням текстів і можливістю ділитися думками, досвідом або корисною інформацією. Однак онлайн-журнал відрізняється від блогу більш чіткою

структурою, редакційною подачею, поділом на рубрики та ширшою системою сторінок.

По-третє, онлайн-журнал частково схожий на портал. Портали мають розширену структуру, пошук, різні розділи та можливість взаємодії з матеріалами. Для “SheRise” це важливо, тому що платформа має включати не тільки головну сторінку і статті, а й пошук, профіль читача, збережені матеріали, історію читання, сповіщення та налаштування. Саме ці елементи роблять онлайн-журнал не просто сторінкою з текстами, а повноцінним цифровим середовищем для користувача.

Основна відмінність онлайн-журналу від звичайного інформаційного сайту полягає у регулярності оновлення та більш глибокій роботі з аудиторією. Користувач заходить на онлайн-журнал не один раз, а повертається до нього за новими статтями, добірками, порадами або матеріалами за інтересами. Тому для такого ресурсу важливо створити зручну структуру, яка допомагає швидко знаходити потрібні теми й не губитися серед великої кількості контенту.

Для онлайн-журналу особливо важливою є головна сторінка. Вона має одразу показувати користувачеві, про що платформа, які матеріали є новими або важливими, які рубрики доступні та які дії можна виконати. На головній сторінці варто розміщувати головні статті, популярні матеріали, тематичні блоки, пошук, кнопки входу або реєстрації. Якщо головна сторінка перевантажена або незрозуміла, користувач може не перейти до читання матеріалів.

Сторінка статті також є однією з головних для онлайн-журналу. Саме на ній користувач проводить найбільше часу. Тому ця сторінка має бути зручною для читання: з достатнім розміром шрифту, зрозумілим заголовком, нормальними відступами, якісним зображенням, простим доступом до збереження матеріалу та переходом до схожих статей. Якщо сторінка статті незручна, користувач може не дочитати матеріал до кінця, навіть якщо тема йому цікава.

Ще однією важливою частиною онлайн-журналу є рубрикація. Рубрики допомагають упорядкувати матеріали та зробити сайт зрозумілішим. Наприклад, у “SheRise” можуть бути розділи, пов’язані з розвитком, кар’єрою, освітою,

натхненням, стилем життя або досвідом. Чіткий поділ на теми дозволяє гостьовому користувачу швидко зрозуміти напрям платформи, а зареєстрованому читачу - легше повертатися до цікавих матеріалів.

Пошук є ще одним обов'язковим елементом для онлайн-журналу. Коли на сайті багато матеріалів, користувач не завжди хоче переглядати всі рубрики вручну. Йому зручніше ввести ключове слово й одразу отримати потрібні статті.

У дослідженнях з інформаційної архітектури зазначається, що чітка структура сайту допомагає краще зрозуміти продукт, розташування основних елементів і логіку переходів між сторінками.

Для онлайн-журналу “SheRise” важливо враховувати дві основні групи користувачів: гостьового користувача та зареєстрованого читача. Гостьовий користувач має швидко зрозуміти, що це за платформа, які матеріали вона пропонує і чому варто залишитися. Для нього важливими є простий перший екран, зрозумілі рубрики, доступ до статей, пошук і помітна можливість реєстрації.

Зареєстрований читач має ширші потреби. Йому важливо не тільки читати матеріали, а й зберігати їх, переглядати історію читання, отримувати сповіщення та змінювати налаштування профілю. Тому онлайн-журнал має підтримувати персоналізовану взаємодію. Це означає, що сайт має не просто показувати однаковий контент усім користувачам, а давати читачеві відчуття власного простору в межах платформи.

Також онлайн-журнал повинен бути адаптивним. Користувачі можуть відкривати сайт із комп'ютера, планшета або смартфона. Через це сторінки мають коректно відображатися на різних екранах. Особливо це стосується сторінки статті, меню, пошуку, карток матеріалів і профілю читача. Якщо мобільна версія незручна, користувачеві буде складно читати матеріали та взаємодіяти з сайтом.

Окрему роль відіграє візуальний стиль онлайн-журналу. Він має відповідати тематиці платформи та очікуванням цільової аудиторії. Для “SheRise” важливо створити відчуття легкості, сучасності, довіри та підтримки. Візуальний стиль має допомагати читанню, а не змагатися з контентом за увагу користувача.

Отже, онлайн-журнал можна визначити як складний інформаційний веб-сайт, який поєднує публікацію матеріалів, рубрикацію, пошук, персональні функції та адаптивний інтерфейс. Для “SheRise” такий формат є доречним, оскільки платформа має не тільки подавати контент, а й створювати зручну та персоналізовану взаємодію для гостьового користувача і зареєстрованого читача. Саме тому під час розробки дизайн-макетів важливо врахувати структуру сайту, логіку читання, зручність навігації та потреби основних груп користувачів.

1.3 Особливості взаємодії користувача з онлайн-журналом

Взаємодія користувача з онлайн-журналом починається ще до читання статті. Спочатку людина відкриває сайт, оцінює його зовнішній вигляд, швидко переглядає головну сторінку, звертає увагу на заголовки, зображення, рубрики, меню та пошук. За кілька секунд користувач вирішує, чи зрозумілий йому сайт і чи хоче він залишатися на ньому далі. Тому перше враження має велике значення для онлайн-журналу.

Для онлайн-журналу взаємодія не обмежується одним переходом на сторінку. Користувач може переглядати головну сторінку, відкривати рубрики, читати статті, користуватися пошуком, зберігати матеріали, переглядати історію читання, змінювати налаштування профілю або отримувати сповіщення. Через це інтерфейс має бути побудований так, щоб усі ці дії були зрозумілими й не вимагали зайвих кроків.

Зручність сайту напрямую пов’язана з тим, наскільки швидко користувач може знайти потрібну інформацію. У працях з веб-дизайну зазначається, що простий і приємний сайт утримує користувачів довше, а також допомагає їм швидше знаходити необхідні матеріали. До важливих принципів юзабіліті належать доступність, ясність, впізнаваність, достовірність та актуальність. Для онлайн-журналу “SheRise” ці принципи особливо важливі, бо платформа має бути зрозумілою як для нового користувача, так і для постійного читача.

Однією з головних особливостей взаємодії з онлайн-журналом є пошук і вибір матеріалів. Користувач може зайти на сайт із конкретною метою, наприклад знайти статтю про кар'єру, саморозвиток або натхнення. Інший користувач може зайти без чіткого запиту й просто переглядати нові або популярні матеріали. Тому інтерфейс має підтримувати обидва сценарії: швидкий пошук конкретної теми та вільне перегортання контенту.

Для цього важливо правильно організувати головну сторінку. На ній мають бути помітні основні рубрики, нові матеріали, популярні статті, пошук і зрозумілі кнопки входу або реєстрації. Якщо головна сторінка виглядає хаотично, користувач може не зрозуміти, що саме пропонує онлайн-журнал. Якщо ж структура зрозуміла, людина швидше переходить до потрібної дії.

Окрему роль відіграє навігація. Вона допомагає користувачу переміщатися між сторінками та розуміти, де він знаходиться. Навігація має бути простою, доступною і послідовною. У дослідженнях з UI/UX-дизайну підкреслюється, що орієнтація на користувача пов'язана з адаптивністю, інтуїтивністю та доступністю, а продумані рішення допомагають створити просту навігацію, швидкий доступ до матеріалів і уникнути перевантаження сторінок.

Для “SheRise” навігація має бути зрозумілою для двох груп користувачів: гостьового користувача та зареєстрованого читача. Гостьовий користувач має швидко знайти рубрики, статті, пошук, кнопку входу або реєстрації. Зареєстрований читач має легко перейти до профілю, збережених матеріалів, історії читання, сповіщень і налаштувань. Якщо ці функції заховані надто глибоко, персоналізація втрачає сенс.

Взаємодія гостьового користувача з онлайн-журналом має бути максимально простою. Гість ще не знає платформу, тому йому потрібно швидко показати її цінність. Для цього важливо, щоб перший екран пояснював тематику журналу, демонстрував основні матеріали та давав можливість перейти до читання без примусової реєстрації. На цьому етапі не варто перевантажувати людину великою кількістю форм або спливаючих блоків.

Зареєстрований читач має більш глибоку взаємодію з платформою. Він очікує, що сайт запам'ятовує його дії та допомагає швидко повернутися до потрібних матеріалів. Для нього важливими є збережені статті, історія читання, персональні сповіщення, налаштування профілю та швидкий доступ до улюблених тем. Така взаємодія робить онлайн-журнал не просто місцем для одноразового читання, а персональним простором користувача.

Сторінка статті є одним із головних елементів онлайн-журналу. Саме на ній користувач проводить найбільше часу. Тому сторінка має бути зручною для читання: з чітким заголовком, якісним зображенням, зрозумілою структурою тексту, достатнім розміром шрифту, нормальними відступами та кнопкою збереження матеріалу. Якщо сторінка статті перевантажена зайвими блоками, користувачеві складніше зосередитися на тексті.

Типографіка також має велике значення. Читабельні шрифти, помітні заголовки та достатні пробіли допомагають користувачеві легше сприймати інформацію. У працях з веб-дизайну підкреслюється, що правильне оформлення текстових блоків допомагає користувачу краще зрозуміти інформацію на сайті. Для “SheRise” це особливо важливо, бо основний контент платформи - це статті.

Ще одна особливість взаємодії з онлайн-журналом - емоційне сприйняття. Користувач оцінює не тільки функції сайту, а й загальну атмосферу. Колірна палітра, зображення, стиль заголовків, мікротексти та відступи формують відчуття бренду. Для “SheRise” інтерфейс має створювати відчуття легкості, довіри, розвитку та підтримки. Він не повинен бути надто холодним або перевантаженим.

Важливим елементом є впізнаваність. Користувачі вже звикли до певних правил: меню зазвичай розташовується зверху, пошук позначається іконкою лупи, профіль - іконкою користувача, а збережені матеріали - іконкою закладки або серця. Якщо базові елементи зробити занадто незвично, користувач може розгубитися. Тому в дизайні можна бути оригінальною, але не варто перетворювати базові дії на загадку.

Для онлайн-журналу також важлива адаптивність. Користувач може читати матеріали з комп'ютера, планшета або смартфона. На мобільному екрані взаємодія змінюється: людина частіше гортає сторінку вертикально, натискає пальцем, швидше переглядає заголовки й очікує швидкого доступу до основних функцій. Тому мобільна версія має бути не просто зменшеною копією десктопної сторінки, а зручною версією для реального використання.

У межах “SheRise” взаємодія користувача має будуватися навколо двох основних сценаріїв. Перший сценарій - гостьовий користувач знайомиться з платформою, переглядає головну сторінку, відкриває статтю, користується пошуком і за потреби реєструється. Другий сценарій - зареєстрований читач входить у профіль, читає матеріали, зберігає статті, переглядає історію читання, отримує сповіщення і змінює налаштування.

Таким чином, взаємодія користувача з онлайн-журналом має бути простою, логічною та послідовною. Для “SheRise” важливо створити такий інтерфейс, який допомагає гостю швидко зрозуміти цінність платформи, а зареєстрованому читачу - комфортно користуватися персональними функціями. Саме ці особливості потрібно врахувати під час розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

1.4 Принципи зручності, доступності та адаптивності веб-інтерфейсів

Під час створення веб-інтерфейсу важливо враховувати не тільки зовнішній вигляд сторінок, а й те, наскільки зручно користувачеві взаємодіяти з сайтом. Для онлайн-журналу це має особливе значення, тому що користувач приходить на платформу не просто подивитися одну сторінку, а читати матеріали, переходити між рубриками, користуватися пошуком, зберігати статті та працювати з особистим профілем.

Основними принципами якісного веб-інтерфейсу є зручність, доступність, адаптивність, послідовність, зрозумілість і візуальна цілісність. Якщо хоча б один

із цих принципів не враховано, користувацький досвід може погіршитися. Наприклад, сайт може виглядати гарно, але бути незручним для читання. Або навпаки - мати потрібні функції, але виглядати хаотично й не викликати довіри.

Першим важливим принципом є зручність. Зручність означає, що користувач може швидко зрозуміти, як працює сайт, і без зайвих дій виконати потрібну задачу. Для онлайн-журналу це може бути відкриття статті, пошук матеріалу, перехід до рубрики, збереження публікації, вхід у профіль або перегляд історії читання. Якщо для простої дії потрібно зробити занадто багато кроків, інтерфейс потребує оптимізації.

Для “SheRise” принцип зручності важливий для обох основних груп користувачів. Гостьовий користувач має швидко зрозуміти, про що журнал, де розміщені основні матеріали та як перейти до читання. Зареєстрований читач має без складнощів знаходити збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування. Якщо ці елементи будуть розміщені нелогічно, персоналізована взаємодія стане слабшою.

Другим принципом є зрозумілість інтерфейсу. Кнопки, меню, іконки, форми та назви розділів мають бути такими, щоб користувач не витрачав час на здогадки. Наприклад, кнопка “Зберегти” має чітко показувати свою функцію, пошук має бути помітним, а назви рубрик мають відповідати змісту матеріалів. Інтерфейс не повинен перетворюватися на загадку, де користувач натискає навмання і сподівається на краще.

Зрозумілість також стосується структури сторінок. На головній сторінці користувач має бачити головні матеріали, нові статті, рубрики, пошук і можливість входу або реєстрації. На сторінці статті має бути чіткий заголовок, зображення, текст, кнопка збереження та перехід до схожих матеріалів. У профілі читача мають бути логічно розміщені збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування.

Третім принципом є доступність. Доступність означає, що сайтом можуть комфортно користуватися різні люди в різних умовах. Це стосується не тільки

користувачів із порушеннями зору, слуху або моторики, а й тих, хто читає сайт зі смартфона, перебуває в транспорті, працює при поганому освітленні або має втому після довгої роботи за комп'ютером.

Для забезпечення доступності важливо використовувати читабельні шрифти, достатній контраст між текстом і фоном, зрозумілі кнопки, просту навігацію та достатній розмір інтерактивних елементів. Якщо текст занадто дрібний, кнопки складно натискати, а кольори зливаються між собою, користувачеві буде незручно взаємодіяти з платформою.

Для онлайн-журналу доступність особливо важлива через велику кількість текстового контенту. Користувач має мати змогу читати статті без зайвого напруження. Тому потрібно враховувати розмір основного тексту, міжрядковий інтервал, ширину текстового блоку, відступи між абзацами та контрастність. Зручне читання напряду впливає на те, чи залишиться користувач на сторінці.

Четвертим принципом є адаптивність. Адаптивність означає, що сайт має коректно відображатися на різних пристроях: комп'ютері, ноутбучі, планшеті та смартфоні. Сучасні користувачі часто читають онлайн-журнали саме з мобільних пристроїв, тому мобільна версія не може бути другорядною. Вона має бути такою ж зручною, як і десктопна.

Адаптивний інтерфейс не означає просте зменшення всіх елементів сторінки. На смартфоні користувач взаємодіє із сайтом інакше: гортає сторінку вертикально, натискає пальцем, швидко переглядає заголовки й очікує простого доступу до основних функцій. Тому меню, картки статей, пошук, кнопки, текст і профіль читача мають перебудовуватися під менший екран.

Для “SheRise” адаптивність має бути врахована в основних дизайн-макетах. Особливо це стосується головної сторінки, сторінки статті, пошуку, реєстрації, входу та профілю читача. Якщо ці сторінки будуть зручними тільки на великому екрані, значна частина користувачів не отримає повноцінного досвіду взаємодії з платформою.

П'ятим принципом є послідовність. Послідовність означає, що всі сторінки сайту мають виглядати як частина однієї системи. Кольори, шрифти, кнопки, іконки, відступи, картки статей і загальна логіка сторінок мають бути узгодженими. Якщо на різних сторінках кнопки виглядають по-різному або навігація змінює своє місце без причини, користувач може розгубитися.

Для онлайн-журналу “SheRise” послідовність допомагає створити відчуття професійності та довіри. Користувач має розуміти, що він залишається в межах однієї платформи, навіть коли переходить із головної сторінки до статті, пошуку або профілю. Єдиний стиль також підтримує візуальний образ журналу і робить платформу більш впізнаваною.

Шостим принципом є візуальна ієрархія. Вона допомагає користувачеві зрозуміти, які елементи сторінки є головними, а які - другорядними. Наприклад, головна стаття має бути помітнішою за звичайні матеріали, заголовок - виразнішим за основний текст, а кнопка важливої дії - достатньо помітною. Без візуальної ієрархії сторінка виглядає перевантаженою, і користувач не розуміє, з чого почати.

Візуальна ієрархія створюється за допомогою розміру, кольору, контрасту, відступів, розташування елементів і типографіки. Для “SheRise” це важливо, бо онлайн-журнал містить багато матеріалів. Якщо всі блоки будуть однаково активними, користувачеві буде складно швидко обрати статтю або рубрику.

Сьомим принципом є мінімізація зайвих елементів. Інтерфейс не повинен бути перевантажений декоративними деталями, які не допомагають користувачу. Для онлайн-журналу головним має залишатися контент. Дизайн має підтримувати читання, а не змагатися зі статтями за увагу. Зайві банери, надмірна кількість кнопок, дрібні блоки та хаотичні відступи можуть погіршити сприйняття сторінки.

Для “SheRise” важливо створити легкий і чистий інтерфейс, у якому користувач швидко знаходить потрібний матеріал і не втомлюється від візуального шуму. Це особливо важливо для тем, пов'язаних із саморозвитком, натхненням, освітою та особистим досвідом. Такий контент потребує спокійної та комфортної подачі.

Також важливим принципом є відповідність очікуванням користувача. Більшість людей уже має досвід користування онлайн-журналами, новинними сайтами або блогами. Вони очікують, що меню буде розміщене у верхній частині сторінки, пошук буде легко знайти, профіль буде позначений зрозумілою іконкою, а збережені матеріали будуть доступні з особистого кабінету. Якщо базові елементи зробити занадто незвично, користувач може втратити орієнтацію.

У межах “SheRise” варто поєднати знайому логіку веб-інтерфейсів із власним візуальним стилем. Тобто структура має бути зрозумілою, а оформлення - унікальним і таким, що відповідає характеру онлайн-журналу. Це дозволить зробити платформу одночасно зручною та впізнаваною.

Отже, принципи зручності, доступності та адаптивності є основою якісного UI/UX інтерфейсу. Для онлайн-журналу “SheRise” вони допомагають зробити платформу зрозумілою для гостьового користувача, комфортною для зареєстрованого читача та придатною для використання на різних пристроях. Саме ці принципи я враховую під час подальшої розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

1.5 Методи оцінювання ефективності UI/UX інтерфейсу

Оцінювання ефективності UI/UX інтерфейсу потрібне для того, щоб зрозуміти, чи справді сайт є зручним для користувача. Гарний зовнішній вигляд ще не означає, що людина швидко знайде потрібну статтю, зрозуміє структуру сторінки або зможе зберегти матеріал. Тому під час роботи над онлайн-журналом важливо оцінювати не тільки візуальну частину, а й логіку взаємодії.

Для онлайн-журналу “SheRise” оцінювання інтерфейсу має особливе значення, бо платформа орієнтована на читання, пошук матеріалів і персоналізовану взаємодію. Гостьовий користувач має швидко зрозуміти, про що сайт і де шукати матеріали. Зареєстрований читач має легко користуватися профілем, збереженими статтями, історією читання, сповіщеннями та

налаштуваннями. Якщо ці дії складні або незрозумілі, інтерфейс потрібно покращувати.

Одним із методів оцінювання є аналіз користувацьких сценаріїв. Цей метод дозволяє перевірити, як користувач проходить певний шлях на сайті. Наприклад, для гостьового користувача сценарій може бути таким: відкрити головну сторінку, переглянути рубрики, перейти до статті, скористатися пошуком і зареєструватися. Для зареєстрованого читача сценарій може включати вхід у профіль, читання статті, збереження матеріалу, перегляд історії читання та налаштування профілю.

Аналіз сценаріїв допомагає побачити, чи немає зайвих кроків. Якщо користувачеві потрібно довго шукати кнопку або переходити через кілька сторінок для простої дії, це ознака проблеми. Для “SheRise” такий метод є важливим, тому що сайт має бути простим і зрозумілим для обох груп користувачів.

Другим методом є евристична оцінка. Це перевірка інтерфейсу за певними принципами зручності. Під час такої оцінки аналізують, чи зрозуміла навігація, чи однаково оформлені кнопки, чи видно важливі елементи, чи не перевантажена сторінка, чи логічно розміщені розділи. Евристична оцінка належить до експертних методів і часто використовується для виявлення проблем в інтерфейсі ще до повного запуску сайту.

Для онлайн-журналу “SheRise” евристична оцінка може застосовуватися до основних дизайн-макетів: головної сторінки, сторінки статті, пошуку, входу, реєстрації, профілю читача, збережених матеріалів та історії читання. Можемо перевірити, чи зрозуміло користувачеві, де він знаходиться, як перейти до потрібної сторінки та як виконати основні дії.

Третім методом є перевірка за чек-листом. Чек-лист - це список критеріїв, за якими послідовно оцінюється інтерфейс. У нього можна включити такі питання: чи зрозуміла навігація, чи легко знайти пошук, чи читабельний текст, чи достатній контраст, чи однаково оформлені кнопки, чи не перевантажена сторінка, чи зручно користуватися мобільною версією. Чек-листи часто використовуються для того, щоб не пропустити важливі елементи під час перевірки сайту.

Для “SheRise” чек-лист є дуже доречним, тому що в роботі створюються саме дизайн-макети основних сторінок, а не готовий сайт із програмною реалізацією.

Тому перевіряємо макети за такими критеріями:

- зрозумілість навігації;
- зручність розміщення рубрик;
- читабельність тексту;
- помітність кнопок;
- логічність сторінки статті;
- доступність пошуку;
- зручність профілю читача;
- наявність збережених матеріалів;
- адаптивність основних сторінок;
- загальна візуальна цілісність.

Четвертим методом є порівняльний аналіз конкурентів. Він дозволяє зрозуміти, які рішення вже використовують інші онлайн-журнали, що в них працює добре, а що може бути незручним для користувачів. У межах цієї роботи аналізуємо Vogue UA, Elle UA та Wonderzine. Порівняння цих ресурсів допомагає сформулювати вимоги до “SheRise” і не повторювати типові помилки, наприклад перевантажені сторінки, складну навігацію або слабку персоналізацію.

П'ятим методом є оцінювання інформаційної структури сайту. Для онлайн-журналу важливо правильно організувати сторінки, рубрики та переходи між ними. Якщо структура складна, користувачеві важко зрозуміти, де шукати потрібний матеріал. Тому потрібно перевірити, чи логічно побудована карта сайту, чи зрозумілі назви розділів і чи не забагато кроків потрібно для переходу до основних функцій.

Для “SheRise” інформаційна структура має включати головну сторінку, рубрики, сторінку статті, пошук, вхід, реєстрацію, профіль читача, збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування. Така структура допомагає розділити функції для гостьового користувача та зареєстрованого читача.

Шостим методом є оцінювання візуальної ієрархії. Візуальна ієрархія показує, які елементи сторінки користувач бачить першими. На головній сторінці має бути зрозуміло, який матеріал головний, які статті нові, де розташовані рубрики та де знаходиться пошук. На сторінці статті головним має бути текст, а додаткові блоки не повинні заважати читанню.

Для “SheRise” важливо, щоб дизайн не створював візуального шуму. Якщо всі елементи сторінки однаково яскраві, користувачеві складно зрозуміти, на що звернути увагу. Тому під час оцінювання потрібно перевірити розмір заголовків, контраст, відступи, розташування кнопок, картки статей і загальну композицію сторінки.

Сьомим методом є аналіз доступності. Доступність допомагає зробити сайт комфортним для різних користувачів. Для цього потрібно перевірити контраст тексту і фону, розмір шрифту, зрозумілість кнопок, логічну структуру сторінок і достатній розмір клікабельних елементів. Особливо це важливо для онлайн-журналу, де користувач багато читає.

Восьмим методом є перевірка адаптивності. Сайт має бути зручним не тільки на комп’ютері, а й на смартфоні або планшеті. Під час оцінювання потрібно перевірити, чи правильно перебудовуються блоки, чи зберігається читабельність тексту, чи зручно натискати кнопки, чи не губиться навігація на маленькому екрані. У працях з UI/UX-дизайну адаптивний дизайн, проста навігація, сучасні шрифти, зрозумілий пошук і зручний інтерфейс розглядаються як важливі вимоги до якісної цифрової платформи.

Після запуску повноцінного сайту можна використовувати й додаткові методи оцінювання. До них належать веб-аналітика, теплові карти, карти кліків і аналіз поведінки користувачів. Теплові карти показують, на які частини сторінки користувачі звертають найбільше уваги, а карти кліків допомагають побачити, на які елементи вони натискають найчастіше. Такі методи корисні для подальшого вдосконалення сайту вже після його запуску.

У межах цієї роботи не проводяться тестування готового сайту, тому що практичним результатом є дизайн-макети основних сторінок. Через це найбільш доречними методами оцінювання є аналіз користувацьких сценаріїв, евристична оцінка, чек-лист, порівняльний аналіз конкурентів, перевірка інформаційної структури, візуальної ієрархії, доступності та адаптивності.

Отже, оцінювання ефективності UI/UX інтерфейсу потрібне для того, щоб перевірити, чи відповідає дизайн реальним потребам користувачів. Для онлайн-журналу “SheRise” воно допомагає визначити, чи зручно гостю знайомитися з платформою, а зареєстрованому читачу - користуватися персональними функціями. Саме ці методи використовуємо як основу для подальшої розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів цифрової платформи.

2 АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ ТА ІСНУЮЧИХ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІВ

У цьому розділі було досліджено предметну область онлайн-журналів та визначила, які особливості потрібно врахувати під час розробки інтерфейсу “SheRise”. Для цього розглянемо саму ідею платформи, її цільову аудиторію, основні групи користувачів, а також проведемо аналіз конкурентів: Vogue UA, Elle UA та Wonderzine.

Аналіз конкурентів є важливим етапом перед створенням власного інтерфейсу. Він допомагає побачити, які рішення вже використовуються на ринку, які елементи працюють добре, а які можуть ускладнювати взаємодію користувача з сайтом. У дослідженнях з UI/UX-дизайну підкреслюється, що перед розробкою власного сайту потрібно дослідити конкурентів, визначити цільову аудиторію, сформулювати вимоги до інтерфейсу та продумати структуру сторінок.

Для онлайн-журналу особливо важливо, щоб структура сайту була логічною. Найчастіше структуру подають у вигляді дерева: головна сторінка є основою, а від неї відходять основні розділи та додаткові сторінки. Такий підхід допомагає краще зрозуміти, як користувач буде переміщатися сайтом і де мають бути розміщені основні функції.

2.1 Загальна характеристика онлайн-журналу “SheRise”

“SheRise” - це онлайн-журнал, який розглядаємо як цифрову платформу для читання матеріалів, пов’язаних із жіночим розвитком, самореалізацією, натхненням, освітою, стилем життя та особистим досвідом. Головна ідея платформи - створити зручний простір, де користувач може швидко знайти корисний матеріал, зберегти його та повернутися до нього пізніше.

Назва “SheRise” передає ідею руху вгору, розвитку та внутрішньої сили. Тому інтерфейс онлайн-журналу має підтримувати цю ідею: бути легким, зрозумілим, сучасним і візуально цілісним. Для такого ресурсу важливо не просто показати статті, а зробити читання комфортним і приємним.

За типом сайту “SheRise” можна віднести до інформаційного онлайн-журналу. Основний контент платформи - це статті, добірки, тематичні матеріали та рекомендації. Але платформа має включати не тільки сторінки для читання, а й персональні функції для зареєстрованого читача: профіль, збережені матеріали, історію читання, сповіщення та налаштування.

Основними групами користувачів “SheRise” є:

- гостьовий користувач;
- зареєстрований читач.

Гостьовий користувач - це людина, яка заходить на сайт без авторизації. Вона може вперше знайомитися з онлайн-журналом, переглядати головну сторінку, відкривати статті, переходити до рубрик, користуватися пошуком і приймати рішення, чи варто реєструватися. Для цієї групи важливо швидко зрозуміти, про що платформа і яку користь вона дає.

Зареєстрований читач - це користувач, який має власний профіль на платформі. Для нього важлива більш персоналізована взаємодія. Він має мати змогу зберігати статті, переглядати історію читання, отримувати сповіщення, змінювати налаштування профілю та швидко повертатися до цікавих матеріалів.

Основними функціями онлайн-журналу “SheRise” є:

- перегляд головної сторінки;
- перегляд статей;
- перехід до тематичних рубрик;
- пошук матеріалів;
- реєстрація та вхід;
- перегляд профілю читача;
- збереження статей;
- перегляд історії читання;
- перегляд сповіщень;

- зміна налаштувань профілю.

Головна сторінка має виконувати роль першого знайомства з платформою. На ній потрібно показати основні матеріали, рубрики, пошук, кнопку входу або реєстрації, а також коротко передати настрої журналу. Якщо головна сторінка буде перевантажена, користувач може не зрозуміти, з чого почати. Тому її структура має бути простою та зрозумілою.

Сторінка статті є однією з найважливіших сторінок онлайн-журналу. Саме на ній користувач проводить найбільше часу. Тому я враховую, що ця сторінка має бути зручною для читання: з чітким заголовком, якісним зображенням, достатнім розміром тексту, нормальними відступами та кнопкою для збереження матеріалу.

Пошук потрібен для швидкого доступу до матеріалів. Якщо користувач знає, яку тему шукає, йому не потрібно переглядати всі рубрики вручну. Для онлайн-журналу з великою кількістю статей пошук є не додатковою, а базовою функцією.

Профіль читача потрібен для персоналізованої взаємодії. У ньому користувач має бачити збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування. Це допомагає зробити сайт не просто місцем для разового читання, а особистим простором читача.

Під час розробки “SheRise” було враховано, що інтерфейс має бути зручним для різних пристроїв. Користувач може читати матеріали з ноутбука, планшета або смартфона. Тому дизайн-макети мають передбачати адаптивність, зручну навігацію, читабельний текст і зрозуміле розташування кнопок.

Таким чином, “SheRise” можна визначити як онлайн-журнал із функціями персоналізованої взаємодії. Його інтерфейс має допомагати гостьовому користувачу швидко зрозуміти цінність платформи, а зареєстрованому читачу - зручно користуватися особистими функціями. Саме ці особливості я враховую під час подальшого аналізу цільової аудиторії, конкурентів і формування вимог до UI/UX інтерфейсу.

2.2 Визначення цільової аудиторії та основних груп користувачів

Визначення цільової аудиторії є важливим етапом у розробці UI/UX інтерфейсу. Перед створенням дизайн-макетів потрібно зрозуміти, для кого саме створюється онлайн-журнал, які потреби мають ці користувачі, які сторінки для них важливі та які дії вони будуть виконувати на платформі. Якщо не визначити цільову аудиторію, інтерфейс може вийти красивим, але незручним або непотрібним для реальних користувачів.

Цільова аудиторія - це група людей, які потенційно зацікавлені у продукті та можуть ним користуватися. У працях з UI/UX-дизайну підкреслюється, що визначення цільової аудиторії допомагає краще зрозуміти проблеми, які має вирішувати платформа, а також впливає на функціональність, структуру, контент і дизайн сайту.

Онлайн-журнал “SheRise” орієнтований переважно на жіночу аудиторію, яка цікавиться саморозвитком, освітою, кар’єрою, стилем життя, натхненням, психологічним комфортом і особистим досвідом. Це можуть бути студентки, молоді спеціалістки, жінки, які шукають нові можливості для розвитку, читають онлайн-медіа та хочуть мати доступ до корисних матеріалів у зручному форматі.

Під час визначення цільової аудиторії я врахувала не тільки вік або стать користувачів, а й їхні потреби під час взаємодії з онлайн-журналом. Для UI/UX-дизайну важливо зрозуміти, що саме користувач хоче зробити на сайті: швидко прочитати статтю, знайти матеріал за темою, зберегти корисний текст, повернутися до історії читання або налаштувати свій профіль.

Основну цільову аудиторію “SheRise” можна умовно поділити на такі сегменти:

- дівчата та жінки віком 18-25 років, які навчаються, починають професійний шлях, шукають натхнення, корисні поради, матеріали про саморозвиток і стиль життя;

- жінки віком 25-35 років, які цікавляться кар’єрою, освітою, психологічним комфортом, особистою ефективністю та балансом між роботою й особистим життям;
- користувачки, які регулярно читають онлайн-журнали та хочуть мати зручний доступ до матеріалів за інтересами;
- користувачки, які хочуть не просто переглядати статті, а зберігати їх, повертатися до прочитаного й отримувати більш персоналізований досвід.

Для цієї аудиторії важливо, щоб сайт був зрозумілим, естетичним і не перевантаженим. Користувачки онлайн-журналу очікують, що вони швидко знайдуть потрібні матеріали, легко перейдуть між рубриками, зможуть комфортно читати статті з телефону або ноутбука та не будуть витрачати зайвий час на пошук базових функцій.

Окремо важливо врахувати, що онлайн-журнал має бути зручним для користувачів із різним рівнем цифрового досвіду. Одні користувачі добре орієнтуються в сайтах і швидко знаходять потрібні функції. Інші можуть потребувати більш очевидної навігації та простіших підказок. Тому структура “SheRise” має бути інтуїтивною: меню, пошук, кнопка входу, профіль і збережені матеріали мають розміщуватися в логічних місцях.

У межах онлайн-журналу “SheRise” виділимо дві основні групи користувачів:

- гостьовий користувач;
- зареєстрований читач.

Гостьовий користувач - це людина, яка заходить на сайт без авторизації. Вона може потрапити на платформу через пошук, соціальні мережі, рекламу або пряме посилання. Для такого користувача важливо швидко зрозуміти, про що онлайн-журнал, які теми він пропонує та чи є сенс залишатися на сайті. Гостьовий користувач може переглядати головну сторінку, читати відкриті матеріали, переходити до рубрик, користуватися пошуком і реєструватися.

Основні потреби гостьового користувача:

- швидко зрозуміти тематику онлайн-журналу;
- побачити нові, популярні або рекомендовані матеріали;
- перейти до рубрик;
- відкрити статтю без зайвих перешкод;
- скористатися пошуком;
- побачити зрозумілу можливість входу або реєстрації;
- комфортно читати матеріали з різних пристроїв.

Для гостьового користувача важливий перший екран сайту. Якщо на ньому одразу видно, що таке “SheRise”, які матеріали є на платформі та як перейти до читання, користувач швидше залишається на сайті. Якщо ж головна сторінка виглядає хаотично або не пояснює цінність журналу, людина може закрити сайт.

Тут усе просто: перше враження або працює, або користувач уже десь читає конкурентів.

Зареєстрований читач - це користувач, який має власний профіль на платформі. Його взаємодія з онлайн-журналом глибша, тому що він не тільки читає матеріали, а й користується персональними функціями. Для цієї групи важливі збережені статті, історія читання, сповіщення, налаштування профілю та швидкий доступ до обраного контенту.

Основні потреби зареєстрованого читача:

- швидкий вхід у профіль;
- збереження цікавих статей;
- перегляд збережених матеріалів;
- перегляд історії читання;
- отримання сповіщень;
- редагування персональних налаштувань;
- швидкий доступ до улюблених тем;
- зручна взаємодія на мобільному пристрої.

Для зареєстрованого читача важливо, щоб платформа створювала відчуття персонального простору. Якщо користувач зберіг статтю, він має швидко знайти її

в профілі. Якщо він читав матеріал раніше, історія читання має допомогти повернутися до нього. Якщо приходять сповіщення, вони мають бути зрозумілими та не перевантажувати інтерфейс.

Аналіз аудиторії також допомагає визначити, які елементи інтерфейсу мають бути пріоритетними. Для гостьового користувача це головна сторінка, рубрики, пошук, сторінка статті, вхід і реєстрація. Для зареєстрованого читача - профіль, збережені матеріали, історія читання, сповіщення та налаштування. Таке розділення допомагає не перевантажувати інтерфейс зайвими функціями та створити зрозумілу структуру.

Таблиця 2.1

Основні групи користувачів онлайн-журналу “SheRise”

Група користувачів	Основна мета	Основні потреби
Гостьовий користувач	Ознайомитися з платформою та прочитати матеріали	Головна сторінка, рубрики, пошук, статті, вхід, реєстрація
Зареєстрований читач	Регулярно читати матеріали та користуватися персональними функціями	Профіль, збережені статті, історія читання, сповіщення, налаштування

Визначення цільової аудиторії також впливає на візуальний стиль онлайн-журналу. Для “SheRise” важливо створити інтерфейс, який виглядає сучасно, м’яко, охайно та не перевантажує увагу. Оскільки платформа пов’язана з темами жіночого розвитку та натхнення, дизайн має підтримувати відчуття легкості, довіри й особистої цінності.

Отже, цільова аудиторія “SheRise” - це користувачки, які шукають корисний і зрозуміло поданий контент про розвиток, стиль життя, освіту, натхнення та особистий досвід. Основними групами користувачів є гостьовий користувач і зареєстрований читач. Їхні потреби я враховую під час формування вимог до UI/UX інтерфейсу, розробки структури сайту та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

2.3 Аналіз потреб користувачів онлайн-журналу “SheRise”

Після визначення цільової аудиторії були проаналізовані потреби основних груп користувачів онлайн-журналу “SheRise”. Це потрібно для того, щоб зрозуміти, які функції мають бути в інтерфейсі, які сторінки є обов’язковими та як зробити взаємодію з платформою зручною. Якщо не врахувати реальні потреби користувачів, дизайн може виглядати привабливо, але не виконувати свої основні задачі.

Для онлайн-журналу “SheRise” виділимо дві основні групи користувачів:

- гостьовий користувач;
- зареєстрований читач.

Кожна з цих груп має власну мету під час взаємодії з платформою.

Гостьовий користувач зазвичай тільки знайомиться з онлайн-журналом, тому йому важливо швидко зрозуміти тематику сайту, переглянути матеріали та вирішити, чи варто реєструватися. Зареєстрований читач уже зацікавлений у платформі, тому йому потрібні персональні функції: профіль, збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування.

Потреби гостьового користувача пов’язані з першим враженням від платформи. Коли людина вперше відкриває онлайн-журнал, вона не повинна довго шукати, про що сайт і де знаходяться основні матеріали. Головна сторінка має одразу показувати тематику “SheRise”, основні рубрики, актуальні статті та можливість перейти до читання.

Для гостьового користувача важливими є такі потреби:

- швидко зрозуміти ідею онлайн-журналу;
- побачити нові та популярні матеріали;
- перейти до потрібної рубрики;
- скористатися пошуком;
- відкрити статтю без обов’язкової реєстрації;
- побачити зрозумілу кнопку входу або реєстрації;

- комфортно читати матеріали з комп'ютера або смартфона.

Гостьовий користувач не має бути перевантажений зайвими діями. Якщо сайт одразу просить зареєструватися, закриває матеріали або показує багато спливаючих блоків, це може відштовхнути людину. Тому на першому етапі інтерфейс має більше знайомити з платформою, ніж вимагати від користувача активних дій.

Для гостьового користувача особливо важливими є головна сторінка, сторінка статті, рубрики, пошук, вхід і реєстрація. Ці сторінки мають бути простими, зрозумілими й візуально легкими. Людина має швидко побачити, що “SheRise” пропонує корисні матеріали про розвиток, натхнення, освіту, стиль життя та особистий досвід.

Зареєстрований читач має інші потреби, бо він уже взаємодіє з платформою глибше. Для нього важливо не тільки читати статті, а й мати власний простір у межах онлайн-журналу. Такий користувач хоче зберігати матеріали, повертатися до прочитаного, отримувати сповіщення та керувати своїм профілем.

Для зареєстрованого читача важливими є такі потреби:

- швидко входити у профіль;
- зберігати цікаві статті;
- переглядати збережені матеріали;
- бачити історію читання;
- отримувати сповіщення;
- змінювати персональні налаштування;
- швидко повертатися до улюблених тем;
- користуватися платформою з різних пристроїв.

Особистий профіль зареєстрованого читача має бути простим і логічним. У ньому не повинно бути зайвих розділів, які не мають цінності для користувача. Основний акцент потрібно зробити на збережених статтях, історії читання, сповіщеннях і налаштуваннях. Саме ці функції створюють персоналізовану взаємодію з платформою.

Збережені статті є важливою функцією для онлайн-журналу, тому що користувач не завжди має час прочитати матеріал одразу. Якщо стаття здається корисною, читач може зберегти її та повернутися пізніше. Через це кнопка збереження має бути помітною на сторінці статті та в картках матеріалів.

Історія читання також покращує користувацький досвід. Вона допомагає повернутися до матеріалів, які користувач уже відкривав. Це особливо зручно для онлайн-журналу, де багато статей і тем. Якщо читач не пам'ятає назву матеріалу, історія читання допомагає швидко його знайти.

Сповіщення потрібні для того, щоб користувач бачив важливі оновлення. Це можуть бути нові матеріали за цікавими темами, рекомендації або зміни в профілі. Але сповіщення не мають бути нав'язливими. Якщо їх занадто багато, вони не допомагають, а дратують. Тому в інтерфейсі важливо передбачити зрозумілий і спокійний формат сповіщень.

Налаштування профілю потрібні для того, щоб користувач міг змінювати свої дані, керувати обліковим записом і налаштовувати взаємодію з платформою. Цей розділ має бути простим, без зайвих складних форм. Користувач має розуміти, що саме він може змінити і де це зробити.

Під час аналізу потреб також врахуємо, що обидві групи користувачів потребують зрозумілої навігації. Гість має швидко перейти до статей і рубрик, а зареєстрований читач - до профілю та персональних розділів. Тому навігація має бути єдиною, логічною та доступною з основних сторінок.

Аналіз потреб користувачів допомагає визначити, які задачі має вирішувати UI/UX інтерфейс онлайн-журналу. Для гостьового користувача головне – швидке знайомство з платформою та простий доступ до матеріалів. Для зареєстрованого читача головне – персоналізована взаємодія та зручне повернення до контенту.

Таблиця 2.2

Потреби користувачів онлайн-журналу “SheRise”

Група користувачів	Основні потреби	Важливі сторінки та елементи
Гостьовий користувач	Зрозуміти тематику журналу, переглянути матеріали, знайти потрібну статтю, зареєструватися	Головна сторінка, рубрики, пошук, сторінка статті, вхід, реєстрація
Зареєстрований читач	Читати матеріали, зберігати статті, переглядати історію читання, отримувати сповіщення, керувати профілем	Профіль читача, збережені статті, історія читання, сповіщення, налаштування

Отже, під час створення дизайн-макетів “SheRise” враховуємо потреби двох груп користувачів. Інтерфейс має бути простим для нового користувача і достатньо функціональним для постійного читача. Саме цей аналіз є основою для формування вимог до UI/UX інтерфейсу та подальшої розробки методу його оптимізації.

2.4 Аналіз онлайн-журналів-конкурентів з точки зору UI/UX-дизайну

Для розробки UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” був проведений аналіз три онлайн-журнали-конкуренти: Vogue UA, Elle UA та Wonderzine / Wonder Україна. Обрали саме ці ресурси, тому що вони працюють у близькій сфері: мода, краса, стиль життя, культура, кар’єра, здоров’я, жіночий досвід і саморозвиток. Також ці платформи мають велику кількість контенту, рубрики, статті, візуальні матеріали та власний стиль подачі.

Метою аналізу було визначити, які UI/UX-рішення можна використати як орієнтир для “SheRise”, а яких помилок краще уникнути. Під час аналізу я звертала увагу на такі критерії:

- структура головної сторінки;
- зручність навігації;
- рубрикація матеріалів;

- візуальна ієрархія;
- читабельність статей;
- адаптивність;
- наявність пошуку;
- персоналізація;
- загальне враження від інтерфейсу.

2.4.1 Аналіз онлайн-журналу Vogue UA

Vogue UA - це українська версія відомого онлайн-журналу про моду, красу, стиль, культуру та lifestyle-напрям. На сайті представлені матеріали про моду, красу, культуру, покази, відео, lifestyle та події. Така структура показує, що ресурс має широку тематичну базу й орієнтується на читачів, які цікавляться преміальним fashion- і cultural-контентом.

З точки зору UI-дизайну Vogue UA має виразний візуальний стиль. Основний акцент зроблено на великих фотографіях, помітних заголовках і редакційній подачі матеріалів. Сайт виглядає сучасно, стримано та впізнавано. Візуальна частина добре підтримує статус бренду, тому користувач одразу відчуває, що це професійне медіа.

Навігація побудована навколо основних тематичних розділів. Користувач може перейти до моди, краси, культури, показів або відеоматеріалів. Це зручно для тих, хто вже розуміє, яку тему хоче переглядати. Однак через велику кількість контенту новому користувачеві може бути складніше швидко зорієнтуватися на сайті.

Сторінки матеріалів мають сильну візуальну подачу. Фото займають важливе місце, а заголовки одразу привертають увагу. Такий підхід добре працює для fashion-журналу, де візуальний контент є дуже важливим. Для “SheRise” це корисний приклад того, як зображення можуть створювати настрій і підтримувати стиль платформи.

До сильних сторін Vogue UA можна віднести:

- якісний візуальний контент;
- чіткий стиль бренду;
- виразні заголовки;
- зрозумілий поділ на тематичні розділи;
- сильну редакційну подачу;
- відчуття преміальності.

До слабких сторін можна віднести:

- велику кількість контенту на сторінках;
- можливе інформаційне перевантаження;
- слабо помітну персоналізацію для читача;
- акцент більше на перегляді матеріалів, ніж на особистому просторі користувача.

Для “SheRise” із цього аналізу можна взяти акцент на якісних зображеннях, чіткій візуальній ієрархії та впізнаваному стилі. Водночас потрібно уникнути надмірного перевантаження сторінок і зробити персональні функції для зареєстрованого читача більш помітними.

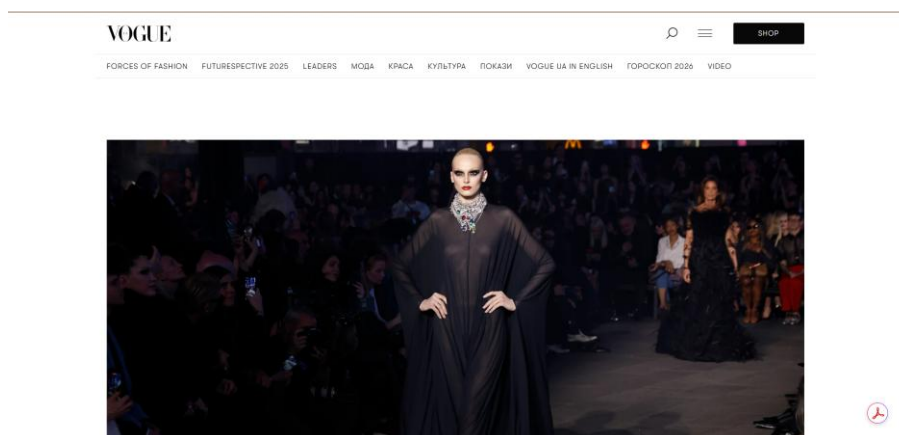


Рис. 2.1 Головна сторінка онлайн-журналу Vogue UA

2.4.2 Аналіз онлайн-журналу Elle UA

Elle UA - це український онлайн-журнал про моду, красу, стиль життя, людей, стосунки, культуру та інші теми, пов'язані з жіночою аудиторією. На сайті є розділи “Мода”, “Краса”, “Стосунки”, “Стиль життя”, “Люди”, а також додаткові напрями, наприклад ELLE Decoration, спецпроекти й передплата.

З точки зору структури Elle UA має широку рубрикацію. Це допомагає охопити багато тем і дати користувачеві вибір. Такий підхід близький до ідеї “SheRise”, оскільки майбутній онлайн-журнал також має працювати з різними напрямками: розвиток, стиль життя, освіта, натхнення, особистий досвід і корисні матеріали для читачок.

UI-дизайн Elle UA виглядає більш насиченим, ніж Vogue UA. На сторінках багато матеріалів, карток статей, зображень, заголовків, рекламних або додаткових блоків. Це створює відчуття активного медіа, яке постійно оновлюється. Але водночас така насиченість може ускладнювати фокусування користувача на одному матеріалі.

UX-рішення Elle UA побудовані навколо швидкого доступу до різних тем. Користувач може перейти до моди, краси, стосунків, стилю життя або людей. Також на сайті видно авторів матеріалів, що додає редакційності й довіри. Для онлайн-журналу “SheRise” це корисно, тому що користувачі краще сприймають матеріали, коли бачать не лише заголовок, а й контекст публікації.

До сильних сторін Elle UA можна віднести:

- широку систему рубрик;
- багато актуальних матеріалів;
- активне використання карток статей;
- зрозумілу тематичну структуру;
- поєднання моди, краси, стосунків і стилю життя;
- наявність авторської подачі.

До слабких сторін можна віднести:

- перевантаженість окремих сторінок;

- багато інформаційних блоків поруч;
- можливе відволікання від основного контенту;
- не завжди очевидний шлях до персональних функцій.

Для “SheRise” із цього аналізу варто взяти чіткий поділ на рубрики та зручне подання карток статей. Але дизайн “SheRise” має бути спокійнішим і менш перевантаженим, щоб користувачеві було легше читати матеріали й користуватися персональними функціями.

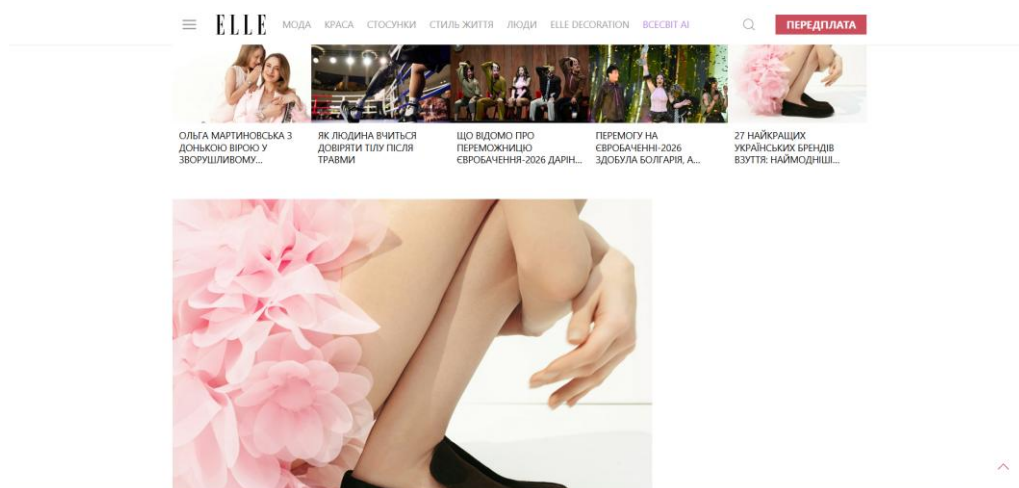


Рис. 2.2 Головна сторінка онлайн-журналу Elle UA

2.4.3 Аналіз онлайн-журналу Wonderzine / Wonder Україна

Wonder Україна - це онлайн-журнал для жінок. На сторінці “Про нас” зазначено, що темами видання є гендерна рівність, кар’єра, стосунки, здоров’я, стиль, культура та усвідомленість. Також на сайті є основні розділи: “Життя”, “Здоров’я”, “Кар’єра”, “Краса”, “Культура”, “Стиль”, пошук і вхід.

Wonderzine є найближчим конкурентом для “SheRise” за тематикою. Обидва ресурси орієнтуються на жіночу аудиторію та працюють із темами розвитку, суспільства, кар’єри, здоров’я, стилю та особистого досвіду. Саме тому аналіз Wonderzine є особливо важливим для розробки UI/UX “SheRise”.

Інтерфейс Wonder Україна має редакційний характер. Основна увага приділяється матеріалам, рубрикам і текстовому контенту. Сайт виглядає більш

медійним і менш глянцеvim, ніж Vogue UA або Elle UA. Це створює відчуття більш прямої комунікації з читачем.

Навігація на Wonderzine досить зрозуміла: основні рубрики винесені в меню, є пошук і можливість входу. Це важливо для користувача, який хоче швидко перейти до конкретної теми. Водночас персоналізована взаємодія не виглядає головним акцентом сайту. Для “SheRise” це означає, що можна зробити персональні функції більш помітними та корисними для зареєстрованого читача.

До сильних сторін Wonderzine можна віднести:

- близькість до тематики “SheRise”;
- зрозумілу рубрикацію;
- акцент на жіночій аудиторії;
- соціально важливі теми;
- просту навігацію;
- наявність пошуку та входу.

До слабких сторін можна віднести:

- менш виразну персоналізацію;
- обмежений акцент на особистому просторі читача;
- візуальну стриманість, яка може здаватися менш емоційною;
- меншу увагу до збережених матеріалів або історії читання.

Для “SheRise” цей аналіз показує, що важливо зберегти зрозумілу рубрикацію та близькість до потреб жіночої аудиторії. Але при цьому варто додати більше м’якості, візуальної цілісності та персональних функцій для зареєстрованого читача.

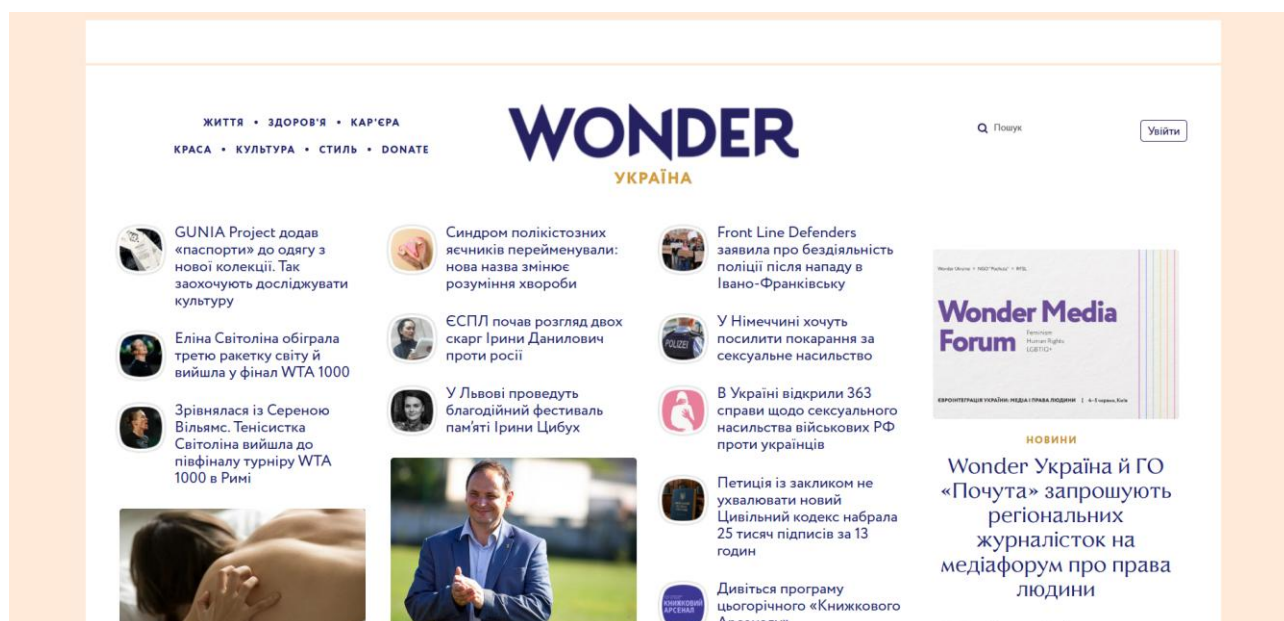


Рис. 2.3 Головна сторінка онлайн-журналу Wonderzine

Таблиця 2.3

Порівняльний аналіз онлайн-журналів-конкурентів

Критерій	Vogue UA	Elle UA	Wonderzine / Wonder Україна
Основна тематика	Мода, краса, культура, lifestyle	Мода, краса, стосунки, стиль життя, люди	Жіночий досвід, кар'єра, здоров'я, культура, стиль
Візуальний стиль	Преміальний, стриманий, з акцентом на фото	Насичений, журнальний, активний	Редакційний, простіший, більш соціальний
Навігація	Тематичні розділи, акцент на головних напрямках	Багато рубрик і підрозділів	Зрозумілі основні рубрики
Читабельність	Хороша, але багато візуального контенту	Може ускладнюватися через насиченість сторінок	Достатньо зручна, акцент на тексті
Критерій	Vogue UA	Elle UA	Wonderzine / Wonder Україна
Персоналізація	Виражена слабо	Виражена слабо	Є вхід, але персональний досвід не є головним акцентом
Сильні сторони	Візуальна якість, стиль бренду, сильні фото	Велика кількість тем, активна структура, картки статей	Близька тематика, прості рубрики, жіноча аудиторія
Слабкі сторони	Можливе перевантаження, слабка персоналізація	Багато блоків, складніше фокусувати увагу	Менше емоційності та персональних функцій

Проведений аналіз показав, що всі три онлайн-журнали мають сильні сторони, які можна врахувати під час розробки “SheRise”. Vogue UA демонструє якісну візуальну подачу та сильний стиль бренду. Elle UA показує приклад широкої рубрикації та активної структури матеріалів. Wonderzine є близьким за тематикою і має зрозумілий поділ на розділи для жіночої аудиторії. Водночас у всіх трьох конкурентів можна помітити певні проблеми, які важливо врахувати під час створення “SheRise”: перевантаженість сторінок, не завжди помітна персоналізація, складність фокусування на головному матеріалі та недостатній акцент на особистому просторі читача.

Отже, для онлайн-журналу “SheRise” доцільно поєднати сильні сторони конкурентів: якісну візуальну подачу, зрозумілу рубрикацію, просту навігацію та тематичну близькість до жіночої аудиторії. При цьому потрібно зробити інтерфейс менш перевантаженим, а персональні функції для зареєстрованого читача - більш зрозумілими й доступними.

2.5 Визначення основних проблем інтерфейсів онлайн-журналів

Після аналізу онлайн-журналів Vogue UA, Elle UA та Wonderzine визначаємо основні проблеми, які часто зустрічаються в інтерфейсах медіаплатформ. Ці проблеми важливо врахувати під час створення дизайн-макетів “SheRise”, щоб інтерфейс був не тільки красивим, а й справді зручним для користувачів.

Перша проблема - інформаційне перевантаження сторінок. Онлайн-журнали часто мають багато матеріалів, рубрик, зображень, рекламних блоків, рекомендацій і додаткових посилань. Якщо всі ці елементи розміщені дуже щільно, користувачеві складно зрозуміти, на що звернути увагу спочатку. Через це сторінка виглядає важкою, а читач швидше втомлюється.

Для “SheRise” ця проблема є важливою, тому що платформа теж буде містити багато статей і тематичних матеріалів. Щоб уникнути перевантаження, потрібно чітко розділяти блоки, використовувати достатньо вільного простору, виділяти

головні матеріали та не робити всі елементи однаково активними. У UI/UX-дизайні важливими є інтуїтивність, простота навігації, швидкий доступ до потрібних матеріалів і уникнення перевантаження сторінок.

Друга проблема - складна або нечітка навігація. Якщо користувач не розуміє, де знаходиться потрібна рубрика, як повернутися на головну сторінку або як перейти до профілю, це погіршує користувацький досвід. Для онлайн-журналу навігація має бути простою, бо користувач часто переходить між головною сторінкою, статтями, рубриками, пошуком і профілем.

У “SheRise” навігація має бути зрозумілою для двох груп користувачів - гостя та зареєстрованого читача. Гостьовий користувач має швидко знайти рубрики, пошук, статті, вхід і реєстрацію. Зареєстрований читач має легко перейти до профілю, збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань.

Третя проблема - слабка персоналізація. Багато онлайн-журналів дають можливість читати матеріали, але не завжди створюють відчуття особистого простору для користувача. Якщо немає збережених статей, історії читання або зрозумілого профілю, користувачеві складніше повертатися до потрібного контенту.

Для “SheRise” персоналізована взаємодія є однією з основних ідей. Зареєстрований читач має мати доступ до збережених матеріалів, історії читання, сповіщень і налаштувань. Це допоможе зробити платформу не просто місцем для разового читання, а зручним особистим простором.

Четверта проблема - недостатня читабельність тексту. Онлайн-журнал працює з великою кількістю текстового контенту, тому сторінка статті має бути максимально комфортною для читання. Якщо шрифт дрібний, рядки занадто довгі, контраст слабкий або відступи недостатні, користувачеві складно сприймати матеріал.

Для “SheRise” потрібно приділити особливу увагу типографіці. Основний текст має бути достатнього розміру, заголовки мають чітко виділятися, а сторінка статті не повинна бути перевантажена сторонніми елементами. У веб-дизайні

важливо, щоб текст легко читався, а навігація була доступною з основних частин сторінки.

П'ята проблема - слабка адаптивність. Навіть якщо сайт відкривається на смартфоні, це ще не означає, що ним зручно користуватися. На маленькому екрані можуть виникати проблеми з меню, кнопками, картками статей, розміром тексту та розташуванням блоків. Для онлайн-журналу це критично, бо багато користувачів читають матеріали саме з телефону.

Для "SheRise" адаптивність потрібно врахувати ще на етапі створення дизайн-макетів. Головна сторінка, сторінка статті, пошук, вхід, реєстрація та профіль читача мають бути зручними і на великому екрані, і на смартфоні. Адаптивний дизайн і цифрова доступність є важливими умовами сучасного UI/UX-рішення.

Шоста проблема - візуальна непослідовність. Якщо на різних сторінках сайту кнопки, картки, заголовки, іконки або відступи виглядають по-різному без логічної причини, користувач може сприймати сайт як неохайний. Для онлайн-журналу це погано, бо інтерфейс має викликати довіру.

У "SheRise" потрібно зберігати єдиний стиль: однакову кольорову палітру, типографіку, вигляд кнопок, карток статей, іконок і навігації. Це допоможе зробити платформу впізнаваною та цілісною.

Сьома проблема - недостатня увага до доступності. Якщо контраст тексту і фону слабкий, кнопки маленькі, а структура сторінки заплутана, частині користувачів буде складно користуватися сайтом. Доступність важлива не тільки для людей із постійними обмеженнями, а й для тих, хто читає сайт у транспорті, на сонці, зі смартфона або після тривалої роботи за комп'ютером.

У таблиці 2.4 наведено основні проблеми інтерфейсів онлайн-журналів та рішення, які були враховані для "SheRise".

Таблиця 2.4

Основні проблеми інтерфейсів онлайн-журналів та можливі рішення для
“SheRise”

Проблема	Як вона впливає на користувача	Рішення для “SheRise”
Інформаційне перевантаження	Користувач втомлюється і не розуміє, з чого почати	Чітка структура блоків, вільний простір, виділення головного
Складна навігація	Важко знайти потрібну сторінку або функцію	Просте меню, зрозумілі рубрики, помітний пошук
Слабка персоналізація	Користувач не має власного простору на сайті	Профіль читача, збережені статті, історія читання
Низька читабельність	Користувачеві незручно читати статті	Зручний шрифт, нормальні відступи, достатній контраст
Слабка адаптивність	Сайт незручно використовувати зі смартфона	Адаптивні дизайн-макети для основних сторінок
Візуальна непослідовність	Сайт виглядає нецілісно	Єдина палітра, типографіка, кнопки, картки та іконки
Недостатня доступність	Частині користувачів складно взаємодіяти із сайтом	Контраст, великі клікабельні елементи, зрозуміла структура

Отже, основними проблемами інтерфейсів онлайн-журналів є перевантажені сторінки, складна навігація, слабка персоналізація, низька читабельність, недостатня адаптивність, візуальна непослідовність і недостатня доступність. Саме ці проблеми враховуємо під час формування вимог до UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.

2.6 Формування вимог до UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”

На основі аналізу предметної області, цільової аудиторії, потреб користувачів і конкурентів сформуємо вимоги до UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”. Ці вимоги потрібні для того, щоб дизайн-макети були не випадковими, а пов’язаними з реальними задачами платформи.

Головна вимога до інтерфейсу “SheRise” - зробити взаємодію користувача з онлайн-журналом зручною, зрозумілою та персоналізованою. Гостьовий користувач має швидко зрозуміти тематику платформи й перейти до читання. Зареєстрований читач має мати простий доступ до персональних функцій: профілю, збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань.

Першою групою є функціональні вимоги. Вони визначають, які сторінки та можливості мають бути в онлайн-журналі. Для “SheRise” важливо передбачити головну сторінку, рубрики, сторінку статті, пошук, вхід, реєстрацію, профіль читача, збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування.

Другою групою є UX-вимоги. Вони відповідають за логіку взаємодії. Інтерфейс має бути таким, щоб користувач не витрачав зайвий час на пошук потрібних дій. Основні функції мають бути доступні з логічних місць, а перехід між сторінками має бути зрозумілим. Сайт повинен бути зручним насамперед для користувача, а оцінювати його потрібно не тільки за зовнішнім виглядом, а й за зручністю, змістом, поведінкою аудиторії та якістю взаємодії.

Третьою групою є UI-вимоги. Вони стосуються зовнішнього вигляду інтерфейсу. Для “SheRise” важливо створити єдиний візуальний стиль, який відповідає темі жіночого розвитку, натхнення, освіти та особистого досвіду. Колірна палітра має бути приємною, шрифти - читабельними, кнопки - зрозумілими, а картки статей - охайними й зручними для перегляду.

Четверта група - вимоги до читабельності. Оскільки онлайн-журнал працює з текстовими матеріалами, сторінка статті має бути особливо продуманою. Текст повинен легко читатися, заголовки мають виділятися, а додаткові блоки не повинні заважати основному матеріалу. Для сторінки статті важливо передбачити зображення, вступ, основний текст, кнопку збереження та схожі матеріали.

П'ята група - вимоги до адаптивності. Дизайн-макети мають враховувати різні пристрої. Користувач може читати журнал із ноутбука, планшета або смартфона, тому основні сторінки мають бути зручними на різних екранах.

Адаптивний інтерфейс має зберігати читабельність тексту, зручність кнопок, логіку меню та правильне розміщення карток статей.

Шоста група - вимоги до доступності. Для “SheRise” потрібно забезпечити достатній контраст, зрозумілу структуру сторінок, помітні кнопки, читабельний текст і достатній розмір інтерактивних елементів. Це зробить сайт зручнішим для ширшої аудиторії.

Сьома група - вимоги до персоналізації. Оскільки мета роботи пов’язана з підвищенням персоналізованої взаємодії, у “SheRise” потрібно передбачити особистий профіль читача. У ньому мають бути збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування. Ці функції допомагають користувачеві повертатися до матеріалів і відчувати, що платформа підлаштована під його потреби.

Таблиця 2.5

Основні вимоги до UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.

Група вимог	Зміст вимог
Функціональні вимоги	Головна сторінка, рубрики, стаття, пошук, вхід, реєстрація, профіль, збережені статті, історія читання, сповіщення, налаштування
UX-вимоги	Проста навігація, логічна структура, швидкий доступ до основних функцій, зрозумілі сценарії для гостя та читача
Група вимог	Зміст вимог
UI-вимоги	Єдиний стиль, читабельні шрифти, гармонійна палітра, зрозумілі кнопки, охайні картки статей
Вимоги до читабельності	Зручна сторінка статті, достатній розмір тексту, нормальні відступи, зрозумілі заголовки
Вимоги до адаптивності	Коректне відображення на комп’ютері, планшеті та смартфоні
Вимоги до доступності	Контрастність, помітні кнопки, зрозуміла структура, достатні клікабельні зони
Вимоги до персоналізації	Профіль читача, збережені статті, історія читання, сповіщення, налаштування

Також визначимо вимоги до основних сторінок платформи:

- Головна сторінка має швидко пояснювати, що таке “SheRise”, показувати головні матеріали, рубрики, нові або популярні статті, пошук, вхід і реєстрацію.
- Сторінка рубрики має допомагати користувачеві переглядати матеріали за конкретною темою. Вона повинна мати зрозумілу назву, картки статей і можливість швидко перейти до потрібного матеріалу.
- Сторінка статті має бути зручною для читання. На ній потрібно передбачити заголовок, обкладинку, текст, кнопку збереження, дату або категорію, а також блок схожих матеріалів.
- Пошук має бути помітним і простим. Користувач повинен мати змогу швидко знайти матеріал за темою або ключовим словом.
- Вхід і реєстрація мають бути простими та не перевантаженими зайвими полями. Користувач має швидко зрозуміти, що потрібно заповнити.
- Профіль читача має містити головні персональні функції: збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування.

Отже, сформовані вимоги є основою для подальшої розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу “SheRise”. Вони допомагають зрозуміти, яким має бути майбутній інтерфейс: простим, зрозумілим, адаптивним, візуально цілісним і корисним для гостьового користувача та зареєстрованого читача.

3 РОЗРОБКА МЕТОДУ ОПТИМІЗАЦІЇ UI/UX ІНТЕРФЕЙСУ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ “SHERISE”

У цьому розділі було розроблено метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”. Основою для цього стали результати теоретичного аналізу, дослідження цільової аудиторії, аналіз потреб гостьового користувача та зареєстрованого читача, а також порівняння з онлайн-журналами-конкурентами. Метод оптимізації потрібен для того, щоб процес створення інтерфейсу був не випадковим, а послідовним. Спочатку визначимо проблеми, які можуть виникати в інтерфейсах онлайн-журналів, потім сформуємо вимоги до “SheRise”, після цього розробила структуру сайту, користувацькі сценарії та критерії перевірки дизайн-макетів.

Основна ідея методу полягає в тому, щоб покращити зручність, ефективність і персоналізовану взаємодію користувачів з онлайн-журналом. Для цього інтерфейс має бути зрозумілим для гостьового користувача, зручним для зареєстрованого читача, адаптивним для різних пристроїв і візуально цілісним.

3.1 Обґрунтування необхідності оптимізації UI/UX інтерфейсу

Оптимізація UI/UX інтерфейсу потрібна для того, щоб зробити онлайн-журнал більш зручним, зрозумілим і корисним для користувачів. Якщо сайт має складну структуру, перевантажені сторінки або слабку навігацію, користувачеві важко знайти потрібний матеріал. У результаті він може швидко залишити платформу, навіть якщо сам контент є якісним.

Для онлайн-журналу “SheRise” оптимізація має особливе значення, тому що платформа працює з текстовим контентом, рубриками, пошуком і персональними функціями. Користувач має не просто відкрити сайт, а швидко зрозуміти його

тематику, перейти до потрібної статті, зберегти матеріал або повернутися до історії читання.

Під час аналізу предметної області я визначила, що для онлайн-журналів часто характерні такі проблеми:

- перевантаження головної сторінки великою кількістю матеріалів;
- складна або нечітка навігація;
- недостатня читабельність сторінки статті;
- слабка персоналізація для зареєстрованого читача;
- незручне відображення сторінок на мобільних пристроях;
- візуальна непослідовність між різними сторінками;
- недостатня увага до доступності інтерфейсу.

Для “SheRise” ці проблеми потрібно врахувати ще на етапі створення дизайн-макетів. Якщо цього не зробити, інтерфейс може виглядати привабливо, але не вирішувати реальні задачі користувача. Саме тому розглянемо оптимізацію не як просте покращення зовнішнього вигляду, а як послідовну роботу зі структурою, навігацією, сценаріями взаємодії та візуальним оформленням.

Гостьовий користувач потребує швидкого знайомства з платформою. Він має одразу зрозуміти, про що онлайн-журнал, які рубрики доступні, де знаходяться основні матеріали та як перейти до читання. Для такого користувача важливі головна сторінка, рубрики, пошук, сторінка статті, вхід і реєстрація.

Зареєстрований читач має інші потреби. Йому важливо зручно користуватися профілем, зберігати статті, переглядати історію читання, отримувати сповіщення та змінювати налаштування. Якщо ці функції розміщені нелогічно або заховані надто глибоко, персоналізована взаємодія стає слабкою.

Оптимізація UI/UX інтерфейсу “SheRise” має бути спрямована на такі напрями:

- спрощення навігації;
- покращення структури сторінок;
- підвищення читабельності тексту;

- створення зручного профілю читача;
- забезпечення адаптивності;
- покращення доступності;
- створення єдиного візуального стилю;
- зменшення зайвого візуального шуму.

У цьому розділі було послідовно описано критерії оптимізації, інформаційну архітектуру, карту сайту, користувацькі сценарії та сам метод оптимізації. Такий підхід дозволяє перейти від загального аналізу до конкретної структури майбутнього інтерфейсу.

Отже, необхідність оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” зумовлена потребою зробити платформу зрозумілою, зручною, адаптивною та персоналізованою. Оптимізований інтерфейс має допомагати гостьовому користувачу швидко знайомитися з журналом, а зареєстрованому читачу - комфортно користуватися особистими функціями та повертатися до цікавих матеріалів.

3.2 Визначення критеріїв оптимізації інтерфейсу

Для розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” було визначено критерії, за якими можна оцінити якість майбутніх дизайн-макетів. Ці критерії потрібні для того, щоб перевірити, чи відповідає інтерфейс потребам гостьового користувача та зареєстрованого читача.

Оптимізація інтерфейсу не повинна зводитися тільки до покращення зовнішнього вигляду. Важливо оцінити, чи зручно користувачу переміщатися сайтом, читати матеріали, знаходити потрібні статті, користуватися пошуком і персональними функціями. Саме тому критерії оптимізації мають охоплювати як візуальну частину, так і логіку взаємодії.

Таблиця 3.1

Критерії оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”

Критерій	Що оцінюється	Значення для “SheRise”
Зручність	Наскільки легко користувач виконує основні дії	Допомагає швидко перейти до статті, рубрики, пошуку або профілю
Критерій	Що оцінюється	Значення для “SheRise”
Зрозуміла навігація	Чи легко користувач орієнтується між сторінками	Дозволяє не губитися між головною сторінкою, статтями, рубриками та профілем
Читабельність	Наскільки зручно читати текстові матеріали	Важлива для сторінки статті, бо основний контент журналу - текст
Персоналізація	Чи має читач доступ до особистих функцій	Забезпечує збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування
Адаптивність	Чи зручно користуватися сайтом на різних пристроях	Дозволяє комфортно читати журнал з комп’ютера, планшета та смартфона
Доступність	Чи зручний інтерфейс для різних користувачів	Передбачає контраст, читабельні шрифти, помітні кнопки та зрозумілу структуру
Візуальна цілісність	Чи всі сторінки мають єдиний стиль	Формує впізнаваність онлайн-журналу та довіру до платформи
Відсутність перевантаження	Чи не містить сторінка зайвих елементів	Допомагає користувачу зосередитися на матеріалах, а не губитися серед блоків

Першим критерієм є зручність. Вона показує, наскільки легко користувач може виконати основні дії на сайті. Для гостьового користувача це перегляд головної сторінки, відкриття статті, перехід до рубрики, використання пошуку та реєстрація. Для зареєстрованого читача це вхід у профіль, збереження матеріалу, перегляд історії читання та зміна налаштувань.

Другим критерієм є зрозуміла навігація. Онлайн-журнал має містити багато сторінок, тому користувач повинен швидко розуміти, де він знаходиться і куди може перейти далі. Навігація має бути простою, логічною та однаковою на

основних сторінках. Якщо користувач не може швидко знайти рубрики, пошук або профіль, інтерфейс потребує покращення.

Третім критерієм є читабельність. Оскільки основний контент “SheRise” - це статті, сторінка матеріалу має бути зручною для читання. Для цього важливо правильно підібрати шрифт, розмір тексту, міжрядковий інтервал, ширину текстового блоку та контраст між текстом і фоном. Якщо читати незручно, користувач може залишити сторінку, навіть якщо тема статті його цікавить.

Четвертим критерієм є персоналізація. Для зареєстрованого читача важливо мати власний простір на платформі. У “SheRise” персоналізована взаємодія має проявлятися через профіль читача, збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування. Це допомагає користувачу повертатися до матеріалів і частіше користуватися онлайн-журналом.

П'ятим критерієм є адаптивність. Користувачі можуть відкривати онлайн-журнал із різних пристроїв, тому дизайн-макети мають враховувати десктопну та мобільну взаємодію. На смартфоні текст має залишатися читабельним, кнопки - зручними для натискання, а меню - простим і доступним.

Шостим критерієм є доступність. Інтерфейс має бути комфортним для різних користувачів і різних умов використання. Для цього потрібно враховувати контрастність, розмір шрифту, зрозумілі назви кнопок, достатній розмір клікабельних елементів і просту структуру сторінок. Доступність робить сайт зручнішим не тільки для окремих груп користувачів, а для всієї аудиторії.

Сьомим критерієм є візуальна цілісність. Усі сторінки “SheRise” мають виглядати як частина однієї платформи. Для цього потрібно використовувати єдину кольорову палітру, типографіку, стиль кнопок, карток статей, іконок і відступів. Візуальна цілісність допомагає сформувати впізнаваність онлайн-журналу та створити відчуття професійності.

Восьмим критерієм є відсутність перевантаження. Онлайн-журнал може містити багато матеріалів, але це не означає, що всі елементи потрібно показувати одночасно. Якщо сторінка перевантажена, користувачеві складно зосередитися.

Тому в дизайн-макетах “SheRise” потрібно залишати достатньо вільного простору, виділяти головні матеріали та не додавати зайві блоки без потреби.

Отже, визначені критерії є основою для подальшої розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу. Вони допомагають оцінити, чи є майбутній інтерфейс “SheRise” зручним, зрозумілим, адаптивним, доступним і корисним для основних груп користувачів. У наступних підрозділах ці критерії будуть використані під час розробки інформаційної архітектури, карти сайту та користувацьких сценаріїв.

3.3 Розробка інформаційної архітектури онлайн-журналу “SheRise”

Інформаційна архітектура потрібна для того, щоб визначити, з яких основних сторінок і розділів складається онлайн-журнал та як користувач буде переходити між ними. Простими словами, це логічна структура сайту. Вона допомагає зрозуміти, де розміщується основна інформація, які сторінки є головними, а які виконують додаткову функцію.

Для онлайн-журналу “SheRise” інформаційна архітектура має особливе значення, тому що платформа складається не з однієї сторінки, а з кількох пов’язаних між собою розділів. Користувач має переходити між головною сторінкою, рубриками, статтями, пошуком, входом, реєстрацією та профілем читача без зайвих труднощів.

Під час розробки інформаційної архітектури було враховано дві основні групи користувачів: гостьового користувача та зареєстрованого читача. Гостьовий користувач має швидко зрозуміти, що таке “SheRise”, які теми є на платформі та де можна прочитати матеріали. Для нього важливими є головна сторінка, рубрики, сторінка статті, пошук, вхід і реєстрація.

Зареєстрований читач потребує ширшої взаємодії з платформою. Для нього важливі не тільки статті, а й персональний простір: профіль, збережені матеріали,

історія читання, сповіщення та налаштування. Саме ці сторінки формують персоналізовану взаємодію з онлайн-журналом.

Основними елементами інформаційної архітектури “SheRise” є головна сторінка, рубрики, сторінка статті, пошук, вхід, реєстрація, профіль читача та його внутрішні розділи.

Таблиця 3.2

Інформаційна архітектура онлайн-журналу “SheRise”

Розділ або сторінка	Призначення	Для кого призначено
Головна сторінка	Перше знайомство з онлайн-журналом, перегляд головних матеріалів і рубрик	Гостьовий користувач, зареєстрований читач
Рубрики	Поділ матеріалів за темами	Гостьовий користувач, зареєстрований читач
Сторінка статті	Перегляд і читання окремого матеріалу	Гостьовий користувач, зареєстрований читач
Пошук	Швидке знаходження матеріалів за темою або ключовим словом	Гостьовий користувач, зареєстрований читач
Вхід	Авторизація користувача	Зареєстрований читач
Реєстрація	Створення облікового запису	Гостьовий користувач
Профіль читача	Персональний простір користувача	Зареєстрований читач
Збережені статті	Перегляд матеріалів, які користувач зберіг	Зареєстрований читач
Історія читання	Перегляд раніше відкритих матеріалів	Зареєстрований читач
Сповіщення	Отримання оновлень і повідомлень	Зареєстрований читач
Налаштування	Керування профілем і персональними даними	Зареєстрований читач

Головна сторінка є центральною точкою входу на платформу. Вона має показувати основну ідею онлайн-журналу, головні матеріали, популярні або нові статті, рубрики, пошук і можливість входу або реєстрації. Саме з головної сторінки користувач найчастіше починає взаємодію з “SheRise”.

Рубрики потрібні для впорядкування матеріалів за темами. Для онлайн-журналу “SheRise” було передбачено такі основні рубрики: саморозвиток, кар’єра,

освіта, стиль життя та натхнення. Такий поділ допомагає користувачу швидше знайти потрібний матеріал. Наприклад, якщо читач шукає статті про професійний розвиток, він може перейти до рубрики “Кар’єра”. Якщо йому потрібні матеріали для мотивації або особистого ресурсу, він може обрати “Натхнення” або “Саморозвиток”.

Сторінка статті є однією з найважливіших сторінок онлайн-журналу. Саме тут користувач читає основний контент. Тому вона має бути пов’язана з головною сторінкою, рубриками, пошуком і схожими матеріалами. Так користувач зможе переходити від однієї статті до іншої без зайвих дій.

Пошук потрібен для швидкого доступу до матеріалів. Якщо користувач знає, яку тему шукає, йому не потрібно переглядати всі рубрики вручну. Пошук має бути доступним із головної сторінки та інших основних сторінок сайту.

Вхід і реєстрація є частиною взаємодії з користувачем. Гостьовий користувач може читати матеріали, але для доступу до персональних функцій йому потрібно зареєструватися або увійти в профіль. Тому ці сторінки мають бути помітними, але не нав’язливими.

Профіль читача є головним персональним розділом для зареєстрованого користувача. У ньому розміщуються збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування. Збережені статті дають змогу користувачеві повертатися до матеріалів, які він хоче прочитати пізніше або перечитати повторно. Історія читання допомагає знайти статті, які вже відкривалися раніше. Сповіщення потрібні для інформування про нові матеріали або важливі оновлення. Налаштування дозволяють користувачеві керувати своїм профілем.

Після створення інформаційної архітектури можна побачити, що структура “SheRise” побудована навколо двох напрямів: відкритого перегляду матеріалів і персональної взаємодії читача. Відкритий перегляд доступний гостьовому користувачу через головну сторінку, рубрики, пошук і сторінку статті. Персональна взаємодія доступна зареєстрованому читачу через профіль і пов’язані з ним розділи.

Така структура дозволяє не перевантажувати користувача зайвими сторінками. Гість бачить основний контент і може швидко перейти до читання, а зареєстрований читач отримує додаткові можливості після входу в профіль. Це допомагає зробити інтерфейс простішим і зрозумілішим.

Інформаційна архітектура також допомагає визначити, які дизайн-макети потрібно створити в практичній частині роботи. Основними макетами мають бути:

- головна сторінка;
- сторінка рубрики;
- сторінка статті;
- сторінка пошуку;
- сторінка входу;
- сторінка реєстрації;
- профіль читача;
- збережені статті;
- історія читання;
- сповіщення;
- налаштування.

Отже, розроблена інформаційна архітектура онлайн-журналу “SheRise” показує логічну структуру платформи та основні зв’язки між сторінками. Вона допомагає побудувати зрозумілий шлях для гостьового користувача та зареєстрованого читача, а також є основою для подальшого створення карти сайту, користувацьких сценаріїв і дизайн-макетів основних сторінок.

3.4 Формування карти сайту онлайн-журналу “SheRise”

Карта сайту потрібна для того, щоб показати, які сторінки входять до структури онлайн-журналу “SheRise” та як вони пов’язані між собою. Якщо інформаційна архітектура пояснює загальну логіку платформи, то карта сайту конкретизує перелік сторінок і шлях переходу між ними.

Для онлайн-журналу карта сайту є важливою, тому що платформа містить різні типи сторінок: сторінки для перегляду матеріалів, сторінки для пошуку, сторінки для входу та реєстрації, а також персональні сторінки зареєстрованого читача. Без чіткої карти сайту структура може стати заплутаною, а користувачеві буде складніше знайти потрібний матеріал або функцію.

Під час формування карти сайту “SheRise” врахуємо дві основні групи користувачів:

- гостьовий користувач;
- зареєстрований читач.

Гостьовий користувач має доступ до відкритої частини платформи. Він може переглядати головну сторінку, рубрики, сторінки статей, користуватися пошуком, а також перейти до входу або реєстрації. Для нього важливо, щоб шлях до контенту був коротким і зрозумілим.

Зареєстрований читач після входу отримує доступ до персональних сторінок. До них належать профіль читача, збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування. Ці сторінки створюють персоналізовану взаємодію з онлайн-журналом і допомагають користувачеві повертатися до потрібних матеріалів.

Карта сайту “SheRise” побудована навколо головної сторінки. Саме вона є основною точкою входу на платформу. З головної сторінки користувач може перейти до рубрик, сторінки статті, пошуку, входу, реєстрації або профілю читача. Така структура дозволяє зробити навігацію простою та зрозумілою.

Основна структура карти сайту онлайн-журналу “SheRise” має такий вигляд:

- Головна сторінка
- рубрики;
- сторінка статті;
- пошук;
- вхід;
- реєстрація;
- профіль читача.

Рубрики

- саморозвиток;
- кар'єра;
- освіта;
- стиль життя;
- натхнення.

Профіль читача

- збережені статті;
- історія читання;
- сповіщення;
- налаштування.

Головна сторінка є основним центром карти сайту. Вона має швидко показати користувачеві тематику онлайн-журналу, основні рубрики та актуальні матеріали. Також із головної сторінки має бути доступний пошук, вхід і реєстрація. Це важливо для гостьового користувача, який тільки знайомиться з платформою.

Рубрики потрібні для поділу матеріалів за темами. Для “SheRise” я передбачила п'ять основних рубрик: саморозвиток, кар'єра, освіта, стиль життя та натхнення. Такий поділ відповідає тематиці онлайн-журналу та допомагає користувачеві швидко перейти до потрібного напрямку.

Сторінка статті є ключовою для читання матеріалів. Вона має містити заголовок, основне зображення, текст, кнопку збереження та блок схожих матеріалів. Для гостьового користувача ця сторінка має бути доступною для перегляду. Для зареєстрованого читача додатково має бути доступна функція збереження статті.

Пошук допомагає швидко знайти потрібний матеріал. Він має бути доступним із головної сторінки та інших важливих сторінок. Для онлайн-журналу це важливо, тому що кількість статей може зростати, і користувач не завжди захоче переглядати всі рубрики вручну.

Сторінки входу та реєстрації забезпечують перехід від гостьового перегляду до персоналізованої взаємодії. Вони мають бути простими та не перевантаженими зайвими полями. Користувач повинен швидко зрозуміти, що саме потрібно заповнити.

Профіль читача є головною сторінкою для зареєстрованого користувача. Через нього користувач отримує доступ до збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань. Така структура допомагає об'єднати персональні функції в одному логічному місці.

Збережені статті потрібні для того, щоб користувач міг повернутися до матеріалів пізніше. Історія читання допомагає знайти статті, які вже були відкриті раніше. Сповіщення інформують про нові матеріали або важливі оновлення. Налаштування дозволяють керувати профілем і персональними даними.

Карта сайту також допомагає визначити, які дизайн-макети потрібно створити в практичній частині. На основі цієї карти я можу перейти до розробки фреймів головної сторінки, сторінки рубрики, сторінки статті, пошуку, входу, реєстрації та профілю читача з його внутрішніми розділами.

Отже, карта сайту онлайн-журналу “SheRise” показує логічну структуру платформи та основні переходи між сторінками. Вона допомагає зробити інтерфейс зрозумілим для гостьового користувача та зручним для зареєстрованого читача. Надалі ця карта використовується як основа для формування користувацьких сценаріїв і створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

3.5 Розробка користувацьких сценаріїв для гостьового користувача та зареєстрованого читача

Користувацький сценарій показує, які дії виконує користувач під час взаємодії з сайтом. Для онлайн-журналу “SheRise” це важливо, тому що різні користувачі мають різні потреби. Гостьовий користувач найчастіше хоче швидко ознайомитися з платформою та прочитати матеріали. Зареєстрований читач уже має власний профіль і потребує доступу до персональних функцій.

Під час розробки користувацьких сценаріїв було враховано структуру сайту, потреби основних груп користувачів і критерії оптимізації інтерфейсу. Основна мета сценаріїв - зробити шлях користувача зрозумілим, коротким і логічним.

Користувач не повинен витрачати багато часу на пошук статті, рубрики, профілю або збережених матеріалів.

У межах онлайн-журналу “SheRise” розроблено два основні сценарії:

- сценарій гостьового користувача;
- сценарій зареєстрованого читача.

Перший сценарій описує шлях користувача, який ще не має облікового запису або не увійшов у систему. Такий користувач потрапляє на головну сторінку, переглядає рубрики, відкриває статтю, користується пошуком і за потреби переходить до реєстрації.

Сценарій гостьового користувача має таку послідовність:

1. Користувач відкриває головну сторінку онлайн-журналу “SheRise”.
2. Переглядає головні матеріали та основні рубрики.
3. Обирає цікаву рубрику або статтю.
4. Відкриває сторінку статті.
5. Читає матеріал.
6. За потреби користується пошуком.
7. Якщо хоче зберегти статтю або отримати доступ до персональних функцій, переходить до реєстрації.
8. Після реєстрації може перейти до профілю читача.

Для гостьового користувача важливо, щоб основний шлях був простим. Він має швидко зрозуміти, про що онлайн-журнал, які матеріали доступні та як перейти до читання. На цьому етапі не потрібно перевантажувати користувача зайвими формами або вимагати реєстрацію до перегляду базового контенту. Реєстрація має бути запропонована тоді, коли користувач хоче отримати більше можливостей, наприклад зберігати статті або мати історію читання.



Рис. 3.1 Користувацький сценарій гостьового користувача онлайн-журналу “SheRise”

Другий сценарій описує взаємодію зареєстрованого читача. Такий користувач уже має обліковий запис і може користуватися персональними функціями. Його основна потреба - не тільки читати матеріали, а й зберігати їх, повертатися до історії читання, отримувати сповіщення та керувати налаштуваннями профілю.

Сценарій зареєстрованого читача має таку послідовність:

1. Користувач відкриває сайт “SheRise”.
2. Виконує вхід у власний профіль.
3. Переходить на головну сторінку або до потрібної рубрики.
4. Відкриває статтю.
5. Читає матеріал.
6. Зберігає статтю у профілі.
7. Переходить до розділу “Збережені статті”.
8. Переглядає історію читання.

9. Перевіряє сповіщення.

10. За потреби змінює налаштування профілю.

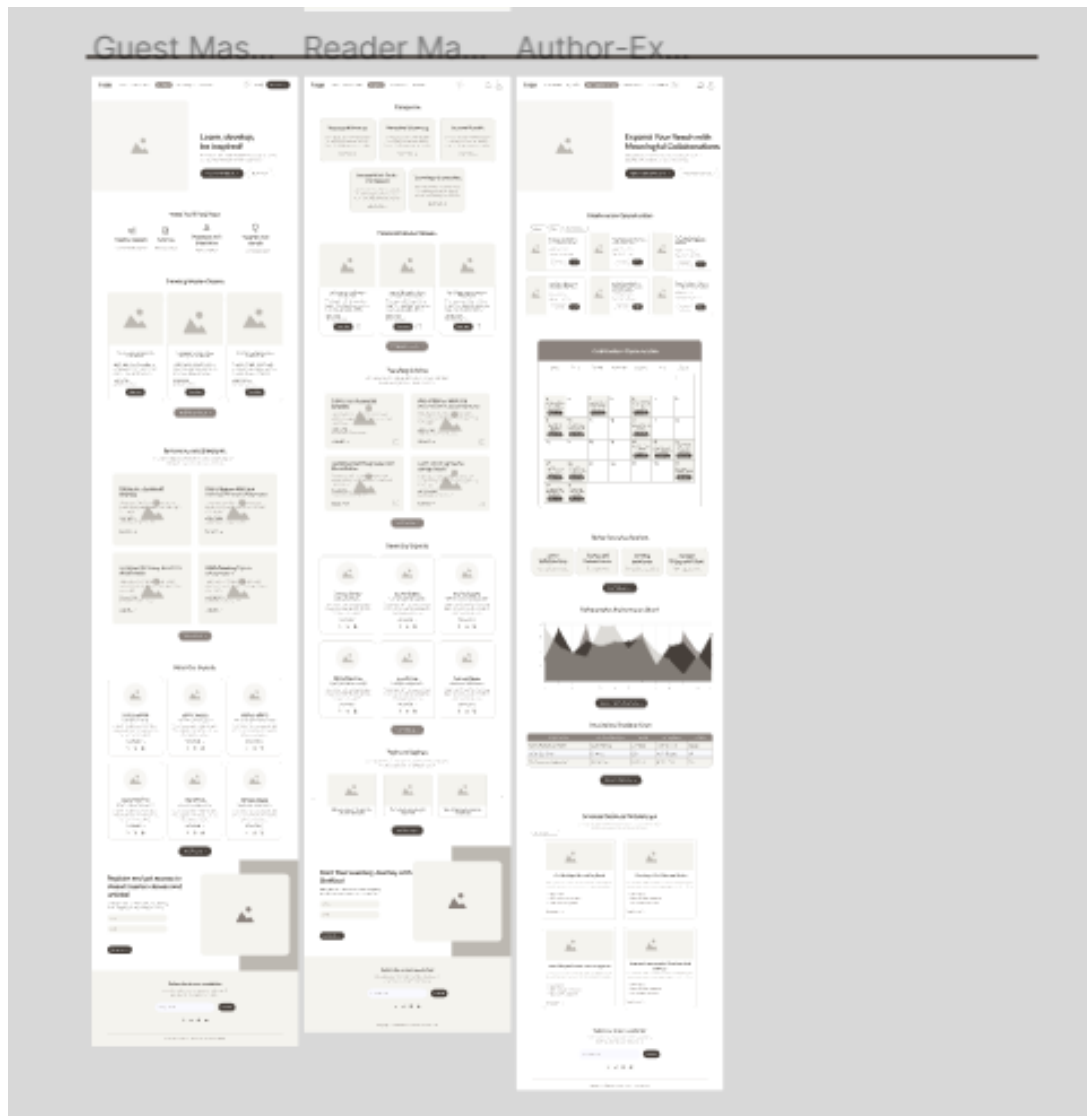


Рис. 3.2 Користувацький сценарій зареєстрованого читача онлайн-журналу “SheRise”

Для зареєстрованого читача головним є зручний доступ до персональних функцій. Профіль має бути логічно організований, щоб користувач швидко знаходив збережені матеріали, історію читання, сповіщення та налаштування. Якщо ці функції розміщені надто глибоко або незрозуміло, персоналізація втрачає свою цінність.

Користувацькі сценарії допомагають зрозуміти, які сторінки мають бути пов’язані між собою. Для гостьового користувача головними є головна сторінка,

рубрики, сторінка статті, пошук, вхід і реєстрація. Для зареєстрованого читача важливими є головна сторінка, сторінка статті, профіль, збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування.

Розроблені сценарії також допомагають визначити, які дизайн-макети потрібно створити в практичній частині роботи. Вони показують не просто перелік сторінок, а реальний шлях користувача всередині платформи. Завдяки цьому інтерфейс “SheRise” можна будувати не навмання, а відповідно до конкретних дій користувача.

Отже, користувацькі сценарії для “SheRise” показують два основні напрями взаємодії: ознайомлення з платформою для гостьового користувача та персоналізоване користування для зареєстрованого читача. Ці сценарії є основою для подальшого опису методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

3.6 Опис запропонованого методу оптимізації UI/UX інтерфейсу

Після визначення критеріїв оптимізації, розробки інформаційної архітектури, карти сайту та користувацьких сценаріїв було сформовано метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”. Цей метод потрібен для того, щоб процес створення дизайн-макетів був послідовним і спирався не тільки на візуальні рішення, а й на реальні потреби користувачів.

Запропонований метод спрямований на підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії користувачів з онлайн-журналом. Його основна ідея полягає в тому, щоб спочатку дослідити проблеми й потреби користувачів, а вже потім створювати структуру сторінок і дизайн-макети. Такий підхід дозволяє уникнути ситуації, коли інтерфейс виглядає красиво, але не допомагає користувачу виконати потрібні дії.

Метод оптимізації UI/UX інтерфейсу “SheRise” складається з кількох послідовних етапів.

Таблиця 3.3

Етап	Назва етапу	Зміст етапу	Результат
1	Аналіз конкурентів	Дослідження Vogue UA, Elle UA та Wonderzine	Визначення сильних і слабких сторін конкурентів
2	Аналіз користувачів	Визначення потреб гостьового користувача та зареєстрованого читача	Список основних потреб користувачів
3	Визначення проблем	Аналіз типових проблем інтерфейсів онлайн-журналів	Перелік проблем, які потрібно уникнути
4	Формування вимог	Визначення функціональних, UI та UX-вимог	Вимоги до інтерфейсу “SheRise”
5	Визначення критеріїв оптимізації	Вибір критеріїв для оцінювання майбутнього інтерфейсу	Критерії зручності, доступності, адаптивності та персоналізації
6	Розробка структури сайту	Створення інформаційної архітектури та карти сайту	Логічна структура сторінок
7	Розробка сценаріїв	Опис шляхів взаємодії гостя та читача з платформою	Користувацькі сценарії
8	Створення дизайн-макетів	Розробка основних сторінок онлайн-журналу	Дизайн-макети цифрової платформи
9	Перевірка результату	Оцінювання макетів за визначеними критеріями	Виявлення відповідності макетів потребам користувачів

Перший етап методу - аналіз конкурентів. Потрібно дослідити онлайн-журнали Vogue UA, Elle UA та Wonderzine, щоб зрозуміти, як вони організовують контент, навігацію, рубрики, сторінки статей і візуальну подачу матеріалів. Це допомогло визначити сильні рішення, які можна врахувати для “SheRise”, а також проблеми, яких варто уникнути.

Другий етап - аналіз користувачів. Було визначено дві основні групи користувачів: гостьового користувача та зареєстрованого читача. Для кожної групи проаналізувати основні потреби. Гостьовому користувачу важливо швидко зрозуміти тематику журналу, знайти статті та перейти до читання. Зареєстрованому

читачу потрібні персональні функції: профіль, збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування.

Третій етап - визначення проблем інтерфейсів онлайн-журналів. На основі аналізу конкурентів визначити типові проблеми: інформаційне перевантаження, складна навігація, слабка персоналізація, недостатня читабельність, слабка адаптивність і візуальна непослідовність. Ці проблеми стали основою для подальшого формування вимог.

Четвертий етап - формування вимог до інтерфейсу “SheRise”. Визначивши, які сторінки та функції мають бути в онлайн-журналі. До основних сторінок належать головна сторінка, рубрики, сторінка статті, пошук, вхід, реєстрація, профіль читача, збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування.

П’ятий етап - визначення критеріїв оптимізації. Було формовані критерії, за якими можна оцінити майбутні дизайн-макети. До них належать зручність, зрозуміла навігація, читабельність, персоналізація, адаптивність, доступність, візуальна цілісність і відсутність перевантаження.

Шостий етап - розробка структури сайту. На цьому етапі створино інформаційну архітектуру та карту сайту “SheRise”. Це дозволило визначити, які сторінки мають бути пов’язані між собою та як користувач буде переходити від головної сторінки до статей, рубрик, пошуку або профілю.

Сьомий етап - розробка користувацьких сценаріїв. Описати два основні сценарії: сценарій гостьового користувача та сценарій зареєстрованого читача.

Це допомогло зрозуміти, які дії користувач виконує на платформі та які сторінки мають бути для нього доступними.

Восьмий етап - створення дизайн-макетів. На основі попередніх етапів починаємо розробляти дизайн-макети основних сторінок цифрової платформи. У макетах враховуються структура сайту, потреби користувачів, критерії оптимізації, адаптивність і загальний візуальний стиль “SheRise”.

Дев’ятий етап - перевірка результату. Після створення дизайн-макетів їх потрібно оцінити за визначеними критеріями. Перевіряємо, чи зручно користувачу

переміщатися сайтом, чи легко читати статті, чи зрозуміло працюють персональні функції, чи є інтерфейс адаптивним і візуально цілісним.

Запропонований метод можна подати як послідовність дій:

1. Проаналізувати конкурентів.
2. Визначити потреби користувачів.
3. Виявити основні проблеми інтерфейсів.
4. Сформулювати вимоги до “SheRise”.
5. Визначити критерії оптимізації.
6. Розробити структуру сайту.
7. Описати користувацькі сценарії.
8. Створити дизайн-макети основних сторінок.
9. Перевірити дизайн-макети за критеріями.

Особливість цього методу полягає в тому, що він поєднує аналіз, структурування та практичне створення дизайн-макетів. Тобто спочатку досліджуємо, що потрібно користувачам і які проблеми є в конкурентів, а потім на основі цього створюю інтерфейс. Це робить роботу більш логічною та обґрунтованою.

Для онлайн-журналу “SheRise” цей метод є доречним, тому що платформа має працювати з двома типами взаємодії: відкритим переглядом матеріалів для гостя та персоналізованим простором для зареєстрованого читача. Метод допомагає врахувати обидва сценарії та створити інтерфейс, який буде не тільки візуально приємним, а й зручним у використанні.

Отже, запропонований метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” базується на аналізі конкурентів, потреб користувачів, проблем інтерфейсів, вимог до платформи та критеріїв оцінювання. Його використання дозволяє послідовно перейти від дослідження до створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

4 РЕАЛІЗАЦІЯ UI-ФРЕЙМІВ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ “SHERISE”

У четвертому розділі було описано практичну частину роботи - створення дизайн-макетів основних сторінок онлайн-журналу “SheRise”. На цьому етапі використовуємо результати попередніх розділів: аналіз цільової аудиторії, потреб гостьового користувача та зареєстрованого читача, аналіз конкурентів, сформовані вимоги до інтерфейсу та розроблений метод оптимізації UI/UX.

Практична частина роботи спрямована на створення зручного, зрозумілого та візуально цілісного інтерфейсу. Основна увага приділяється головній сторінці, сторінці статті, рубрикам, пошуку, входу, реєстрації та особистому профілю зареєстрованого читача. Саме ці сторінки є ключовими для взаємодії користувача з онлайн-журналом.

Під час створення UI-фреймів враховуємо такі принципи:

- зручність навігації;
- читабельність матеріалів;
- зрозумілу структуру сторінок;
- адаптивність;
- доступність;
- візуальну цілісність;
- персоналізовану взаємодію для зареєстрованого читача.

Для створення дизайн-макетів було використано графічний редактор Figma. Цей інструмент дозволяє створювати фрейми сторінок, працювати з сіткою, типографікою, кольорами, компонентами, кнопками, картками статей та адаптивними версіями екранів.

4.1 Розробка візуальної концепції онлайн-журналу “SheRise”

Візуальна концепція онлайн-журналу “SheRise” створена з урахуванням тематики платформи, її цільової аудиторії та мети дипломної роботи. Оскільки “SheRise” орієнтований на жіночу аудиторію, саморозвиток, натхнення, освіту,

стиль життя та особистий досвід, інтерфейс має бути легким, сучасним, зрозумілим і емоційно приємним.

Під час розробки візуальної концепції не ставимо завдання зробити інтерфейс занадто декоративним. Основний акцент зроблено на зручності читання, чіткій структурі сторінок і комфортному сприйнятті контенту. Для онлайн-журналу важливо, щоб дизайн не заважав матеріалам, а допомагав користувачеві швидко знаходити потрібну інформацію.

Основна ідея візуальної концепції “SheRise” - поєднання м’якості, впевненості та сучасності. Назва платформи передає ідею зростання, руху вперед і внутрішньої сили. Тому інтерфейс має підтримувати це враження через кольори, шрифти, композицію, зображення та загальний стиль сторінок.

Візуальна концепція онлайн-журналу базується на таких принципах:

- чиста структура сторінок;
- достатня кількість вільного простору;
- акцент на заголовках і ключових матеріалах;
- легка кольорова палітра;
- читабельна типографіка;
- зрозумілі кнопки та іконки;
- охайні картки статей;
- єдиний стиль для всіх сторінок.

У дизайні головної сторінки був зроблений акцент на першому враженні користувача. Гостьовий користувач має одразу зрозуміти, що це за платформа, які матеріали можна знайти на сайті та куди натискати далі. Тому головна сторінка має містити основний заголовок, коротке пояснення ідеї журналу, блок актуальних матеріалів, рубрики та доступ до пошуку, входу або реєстрації.

Для сторінки статті головним завданням є комфортне читання. Тому було передбачено чіткий заголовок, велике зображення, зручний текстовий блок, достатні відступи та кнопку збереження матеріалу. Додаткові елементи не повинні

заважати читанню, тому вони мають розміщуватися логічно та не перевантажувати сторінку.

Для зареєстрованого читача важливо створити відчуття особистого простору. Тому візуальна концепція профілю має бути простою й зрозумілою. У профілі мають бути доступні збережені статті, історія читання, сповіщення та налаштування. Ці розділи мають виглядати як частина єдиної системи, а не як окремі випадкові сторінки.

Окрему увагу приділено карткам статей. Вони є одним із головних елементів онлайн-журналу, бо користувач бачить їх на головній сторінці, у рубриках, у результатах пошуку та в збережених матеріалах. Картка статті має містити зображення, назву матеріалу, короткий опис або рубрику, а також можливість перейти до повного тексту.

У візуальній концепції “SheRise” важливо зберегти баланс між естетикою та функціональністю. Інтерфейс має виглядати привабливо, але не бути перевантаженим. Він має підтримувати характер платформи, але не відволікати від головного - контенту.

Отже, візуальна концепція “SheRise” спрямована на створення зручного, легкого та впізнаваного інтерфейсу. Вона підтримує ідею онлайн-журналу як простору для розвитку, читання та персоналізованої взаємодії. Саме ця концепція стала основою для подальшого вибору кольорової палітри, типографіки, графічних елементів і створення UI-фреймів основних сторінок.

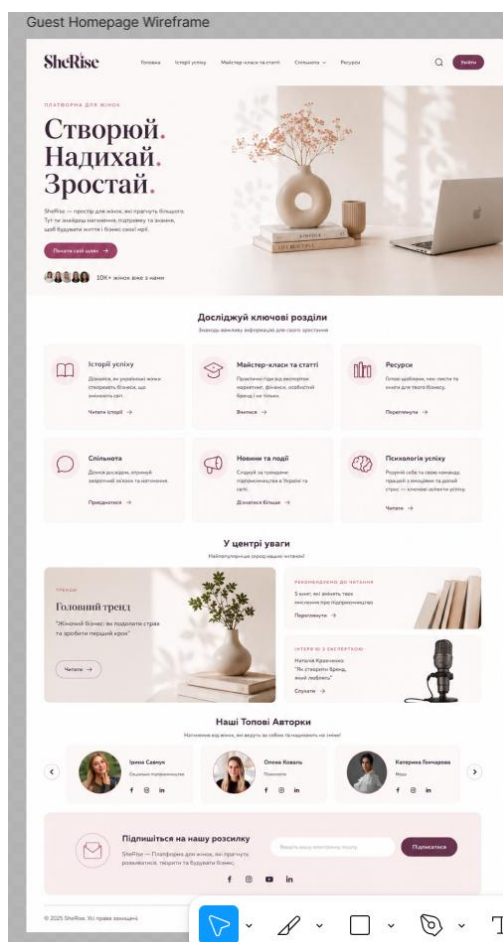


Рис. 4.1 Візуальна концепція онлайн-журналу “SheRise”

4.2 Обґрунтування вибору кольорової палітри, типографіки та графічних елементів

Під час створення дизайн-макетів онлайн-журналу “SheRise” приділено увагу кольоровій палітрі, типографіці та графічним елементам, тому що саме вони формують перше враження від платформи. Для онлайн-журналу важливо не тільки показати матеріали, а й створити цілісний візуальний стиль, який відповідає тематиці, цільовій аудиторії та загальній ідеї проєкту.

Кольорова палітра “SheRise” має підтримувати відчуття легкості, довіри, жіночності та сучасності. Оскільки журнал пов’язаний із темами саморозвитку, натхнення, освіти, стилю життя та особистого досвіду, було обрано спокійні та

м'які відтінки. Вони не перевантажують інтерфейс і не заважають читанню матеріалів. Основними вимогами до кольорової палітри були:

- візуальна м'якість;
- достатній контраст між текстом і фоном;
- відповідність тематиці онлайн-журналу;
- зручність читання;
- можливість використовувати кольори для акцентів;
- єдність стилю на всіх сторінках.

У дизайн-макетах основний фон має бути світлим, щоб сторінки виглядали чисто й легко. Для тексту доцільно використовувати темний колір, який добре читається на світлому фоні. Акцентні кольори можна застосовувати для кнопок, посилань, активних елементів, важливих блоків і позначення вибраних розділів.

Такий підхід допомагає користувачеві швидко зрозуміти, які елементи є інтерактивними. Колір у веб-інтерфейсі має не тільки декоративну, а й функціональну роль. Він допомагає виділяти головні дії, структурувати сторінку та створювати потрібний настрій. Наприклад, акцентний колір можна використати для кнопки реєстрації, збереження статті або переходу до профілю. Водночас таких акцентів не має бути занадто багато, інакше сторінка стане візуально шумною.

Для онлайн-журналу “SheRise” важливо, щоб кольори не конкурували з контентом. Основна увага користувача має залишатися на статтях, заголовках і зображеннях. Тому палітра має бути стриманою, але не безликою. Вона має передавати характер бренду: розвиток, підтримку, легкість і впевненість.

Типографіка є одним із найважливіших елементів для онлайн-журналу, тому що основний контент платформи - це текст. Якщо шрифт погано читається, користувач швидко втомлюється і може залишити сторінку. Тому під час вибору типографіки враховуємо читабельність, простоту, сучасний вигляд і зручність використання на різних пристроях. Основні вимоги до типографіки:

- читабельність основного тексту;
- чітке розділення заголовків, підзаголовків і основного тексту;

- достатній розмір шрифту;
- нормальний міжрядковий інтервал;
- зручна довжина рядка;
- відповідність загальному стилю журналу.

Для заголовків можна використовувати більш виразний шрифт, який підкреслює характер онлайн-журналу та привертає увагу до матеріалів. Для основного тексту краще використовувати простий і добре читабельний шрифт без зайвої декоративності. Це допомагає зробити сторінку статті комфортною для довгого читання. У дизайн-макетах важливо розділити типографіку за рівнями. Наприклад:

- великий заголовок для головного матеріалу;
- заголовки статей у картках;
- підзаголовки всередині тексту;
- основний текст статті;
- підписи, дати, рубрики та допоміжна інформація.

Такий поділ допомагає створити візуальну ієрархію. Користувач швидко бачить, що є головним, що є додатковим, а що виконує службову функцію. Це особливо важливо для головної сторінки, де одночасно може бути багато матеріалів.

Графічні елементи в інтерфейсі “SheRise” мають бути простими та зрозумілими. До них належать іконки, кнопки, картки статей, лінії, декоративні елементи, зображення та елементи навігації. Вони мають допомагати користувачу, а не відволікати його від контенту. Основні вимоги до графічних елементів:

- простота;
- зрозуміле призначення;
- єдиний стиль;
- помірна кількість;
- відповідність загальному настрою платформи;
- зручність використання на різних екранах.

Іконки мають бути знайомими для користувача. Наприклад, пошук можна позначити лупою, профіль - іконкою користувача, збережені статті - закладкою або серцем, сповіщення - дзвіночком. Такі елементи не потребують додаткових пояснень і допомагають швидше орієнтуватися на сайті.

Картки статей є одним із головних графічних елементів онлайн-журналу. Вони використовуються на головній сторінці, у рубриках, результатах пошуку та збережених матеріалах. Картка має містити зображення, назву статті, рубрику або короткий опис. Її структура має бути однаковою на всіх сторінках, щоб користувач швидко звикав до логіки інтерфейсу.

Кнопки мають бути помітними, але не агресивними. Важливі дії, наприклад “Зареєструватися”, “Увійти”, “Зберегти” або “Читати”, мають виділятися. Другорядні дії можуть бути менш акцентними. Це допомагає правильно розставити пріоритети на сторінці.

Зображення також відіграють важливу роль у візуальній концепції “SheRise”. Вони мають підтримувати тематику статей, передавати емоцію та не виглядати випадковими. Для онлайн-журналу важливо, щоб зображення були якісними, узгодженими за стилем і не руйнували загальну композицію сторінки.

Під час створення дизайн-макетів враховано, що всі візуальні елементи мають працювати як єдина система. Колір, шрифт, кнопки, картки, іконки та зображення не повинні існувати окремо. Вони мають підтримувати одну ідею - створити зручний, легкий і зрозумілий онлайн-журнал.



Рис. 4.2 Кольорова палітра онлайн-журналу “SheRise”

На цьому рисунку можна показати:

- основні кольори;
- додаткові кольори;
- приклади заголовків і основного тексту;
- кнопки;
- іконки;
- картку статті;
- приклад поля пошуку або елемента профілю.

Отже, вибір кольорової палітри, типографіки та графічних елементів для “SheRise” спрямований на створення цілісного, зручного та сучасного інтерфейсу. Кольори формують настрій платформи, типографіка забезпечує комфортне читання, а графічні елементи допомагають користувачу швидко орієнтуватися на сторінках. Усі ці рішення стали основою для створення UI-фреймів гостьової частини та профілю зареєстрованого читача.

4.3 Розробка UI-фреймів для гостьового користувача

Під час розробки UI-фреймів для гостьового користувача враховуємо, що цей тип користувача вперше знайомиться з онлайн-журналом “SheRise” або заходить на сайт без авторизації. Тому головна задача інтерфейсу для гостя - швидко пояснити ідею платформи, показати основні матеріали та дати можливість перейти до читання без зайвих перешкод.

Гостьовий користувач не має власного профілю, тому його взаємодія з платформою обмежується відкритими сторінками. До основних UI-фреймів для гостя належать:

- головна сторінка;
- сторінка рубрики;
- сторінка статті;
- сторінка пошуку;

- сторінка входу;
- сторінка реєстрації.

Головна сторінка є першим екраном, який бачить користувач. Саме тому було зроблено її максимально зрозумілою та візуально легкою. На ній розміщуються назва онлайн-журналу, коротке пояснення ідеї платформи, навігаційне меню, пошук, кнопки входу та реєстрації, а також блоки з актуальними матеріалами. Така структура допомагає користувачу швидко зрозуміти, що таке “SheRise” і які теми він може знайти на сайті.

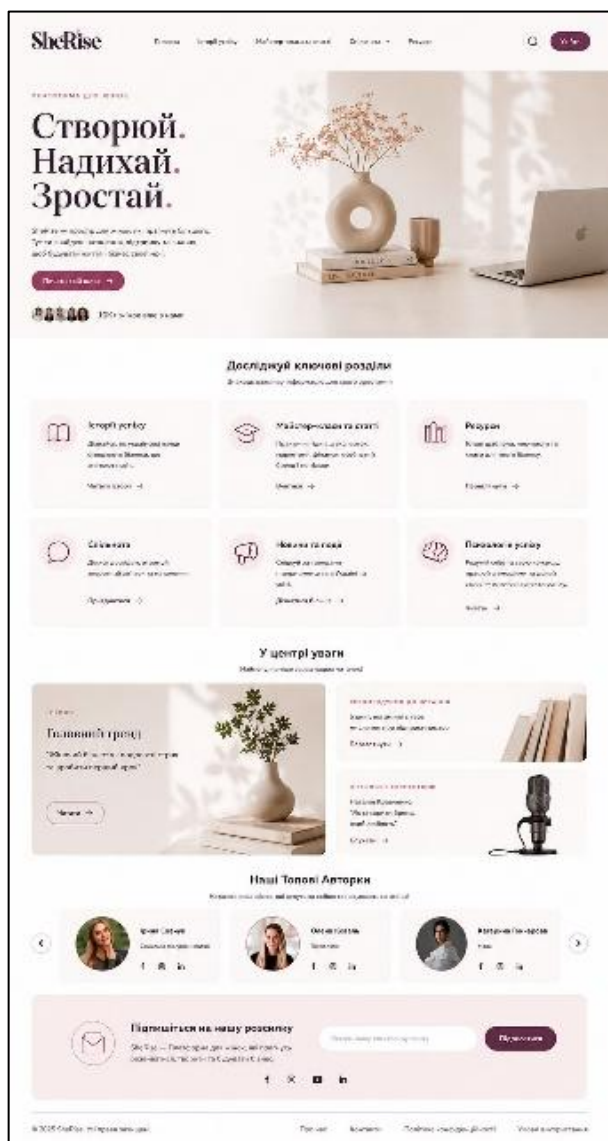


Рис. 4.3 UI-фрейм головної сторінки для гостьового користувача

На головній сторінці важливо було не перевантажити користувача великою кількістю блоків. Тому розміщуємо контент так, щоб головні матеріали були

помітними, а додаткові розділи не відволікали від основної дії - переходу до читання. Основна навігація має бути доступною у верхній частині сторінки, щоб користувач міг швидко перейти до рубрик, пошуку, входу або реєстрації.

Сторінка рубрики потрібна для перегляду матеріалів за конкретною темою. У межах “SheRise” було передбачено рубрики, пов’язані з саморозвитком, кар’єрою, освітою, стилем життя та натхненням. На сторінці рубрики користувач бачить назву розділу, короткий опис теми та картки статей. Такий підхід допомагає швидко знайти матеріали за інтересами.

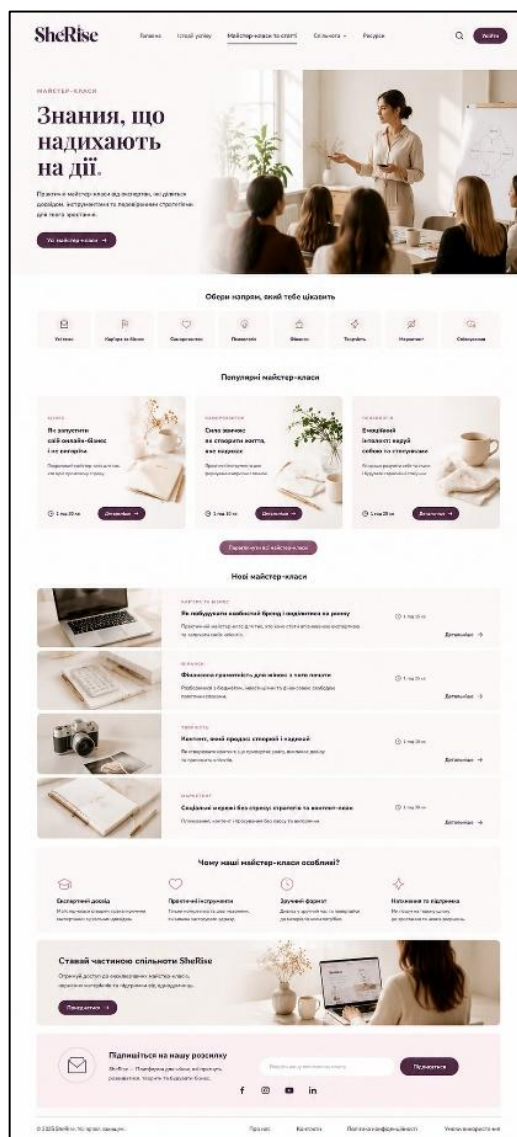


Рис. 4.4 UI-фрейм сторінки рубрики онлайн-журналу “SheRise”

Картки статей мають однакову структуру: зображення, назва матеріалу, короткий опис або позначення рубрики. Це робить інтерфейс послідовним і

зрозумілим. Користувач швидко звикає до вигляду карток і легко переходить до повного тексту статті.

Сторінка статті є однією з найважливіших для гостьового користувача. Саме на ній відбувається основна взаємодія з контентом. Під час створення цього фрейму я зробила акцент на читабельності: достатній розмір тексту, зручні відступи, чіткий заголовок, основне зображення та спокійна композиція сторінки. Додаткові елементи не повинні заважати читанню.

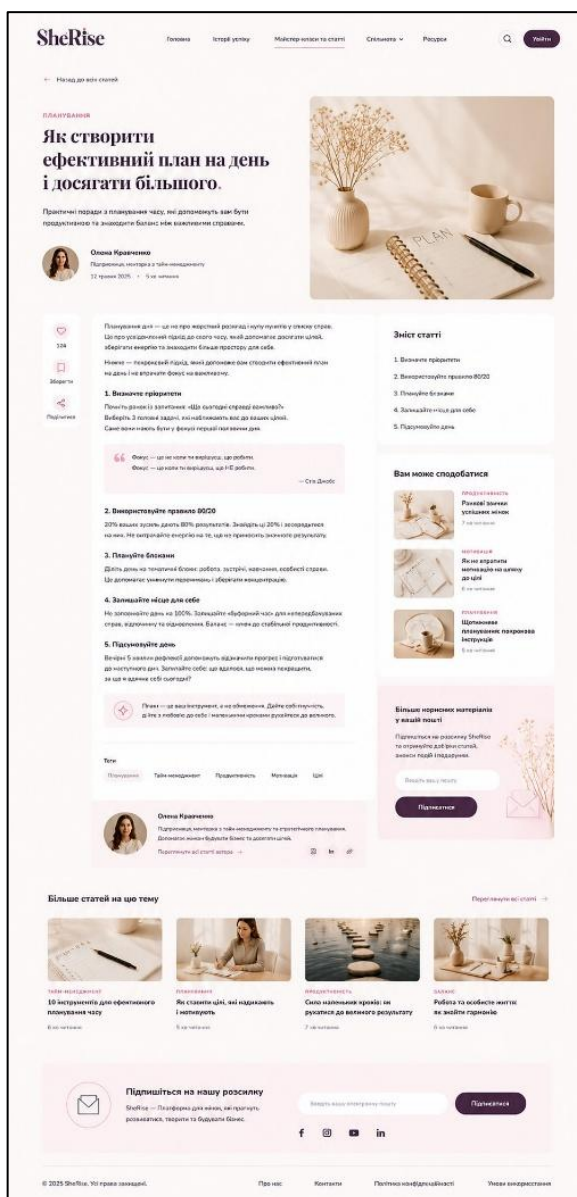


Рис. 4.5 UI-фрейм сторінки статті для гостьового користувача

Для гостьового користувача функція збереження статті може бути обмеженою. Якщо користувач натискає на збереження, система має запропонувати

йому увійти або зареєструватися. Це допомагає не блокувати читання, але водночас мотивує перейти до персоналізованої взаємодії.

Сторінка пошуку потрібна для швидкого знаходження матеріалів. У фреймі пошуку передбачено поле введення, результати пошуку та картки знайдених статей. Пошук має бути простим, тому користувач не повинен виконувати зайві дії для отримання результату.

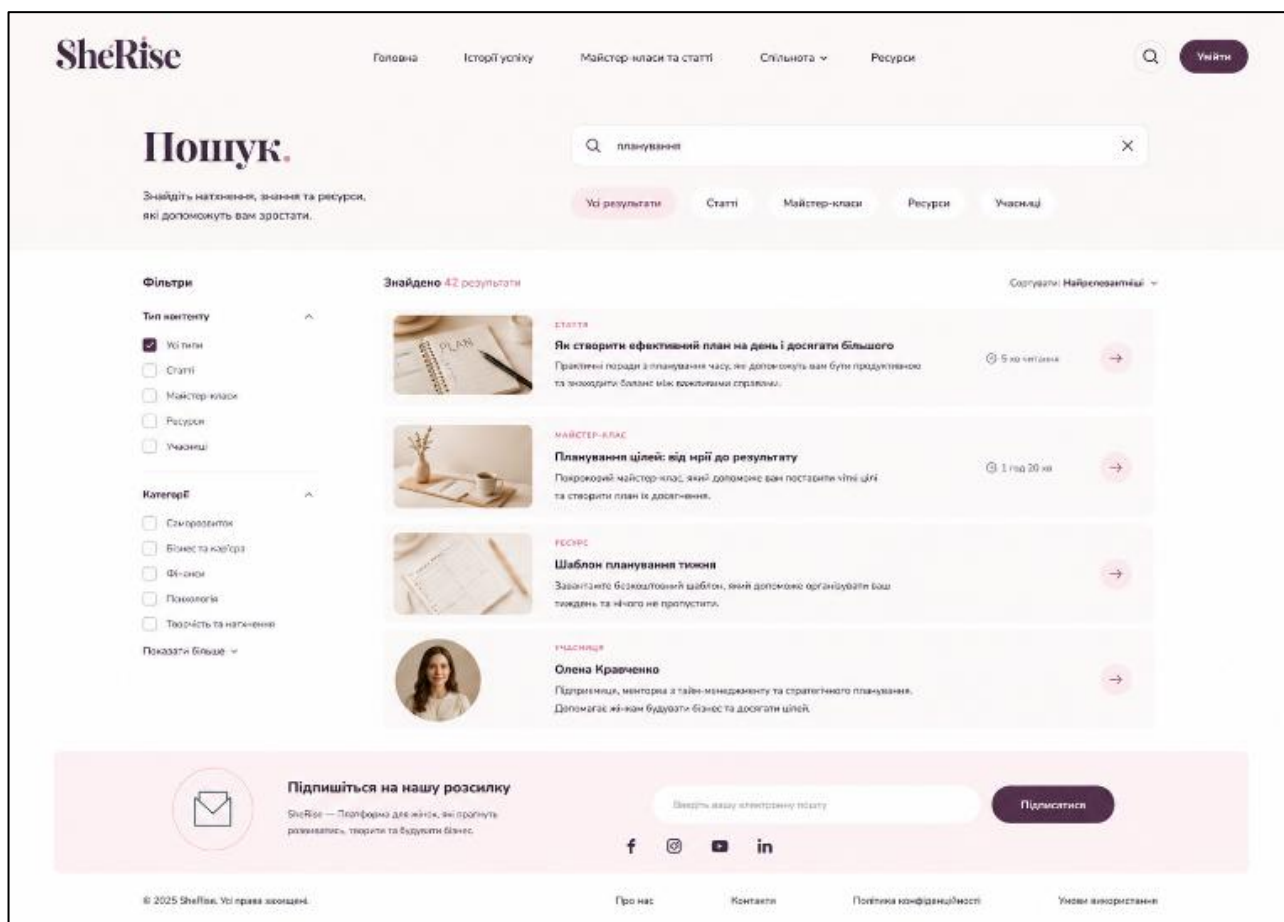


Рис. 4.6 UI-фрейм сторінки пошуку онлайн-журналу “SheRise”

Сторінки входу та реєстрації мають бути короткими й зрозумілими. Для гостьового користувача це перехід до більш повної взаємодії з платформою. Не перевантажувати ці сторінки зайвими полями, щоб процес входу або створення облікового запису був швидким.

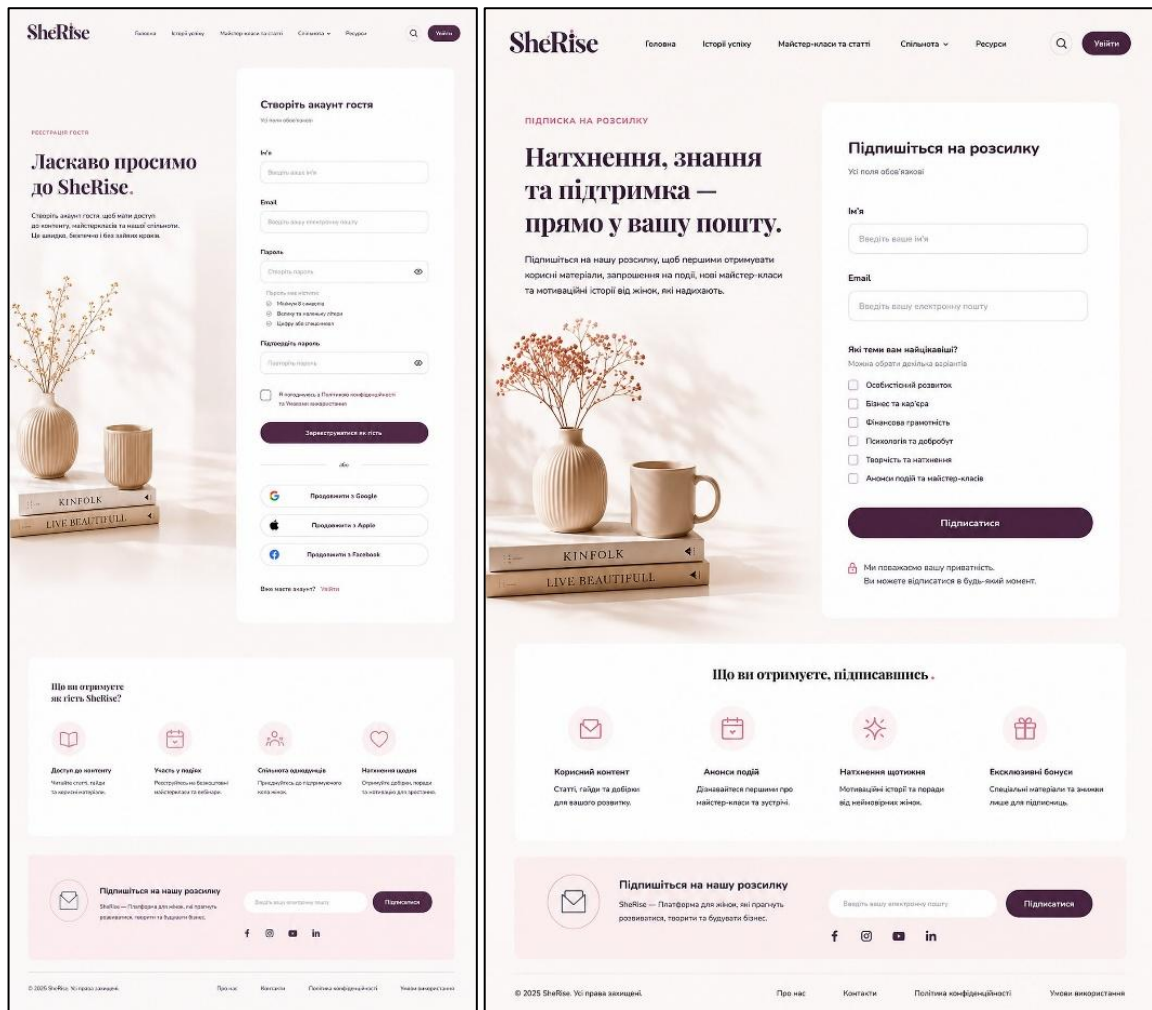


Рис. 4.7 UI-фрейми сторінок входу та реєстрації онлайн-журналу “SheRise”

У фреймах для гостьового користувача враховано такі принципи:

- швидке знайомство з платформою;
- зрозуміла навігація;
- легкий доступ до статей;
- помітний пошук;
- читабельна сторінка статті;
- ненав’язлива реєстрація;
- єдиний візуальний стиль.

Отже, UI-фрейми для гостьового користувача спрямовані на перше знайомство з онлайн-журналом “SheRise” та простий доступ до контенту. Вони

допомагають користувачу швидко зрозуміти тематику платформи, переглянути матеріали, скористатися пошуком і за потреби перейти до реєстрації.

4.4 Розробка UI-фреймів для зареєстрованого читача

UI-фрейми для зареєстрованого читача розроблено з урахуванням потреб користувача, який уже має обліковий запис і хоче користуватися персональними функціями онлайн-журналу. На відміну від гостьового користувача, зареєстрований читач взаємодіє з платформою глибше: він може зберігати статті, переглядати історію читання, отримувати сповіщення та змінювати налаштування профілю.

Основна задача інтерфейсу для зареєстрованого читача - створити зручний персональний простір. Користувач має швидко знаходити свої матеріали та не витрачати зайвий час на пошук потрібної функції. Тому в профілі всі персональні розділи мають бути розташовані логічно й зрозуміло. До основних UI-фреймів для зареєстрованого читача належать:

- головна сторінка після входу;
- профіль читача;
- збережені статті;
- історія читання;
- сповіщення;
- налаштування профілю.

Головна сторінка після входу має зберігати загальну структуру онлайн-журналу, але додатково враховувати статус зареєстрованого користувача. У верхній частині сторінки замість кнопок входу та реєстрації має бути доступ до профілю. Також користувач може бачити персональні елементи, наприклад збережені матеріали або рекомендовані статті.

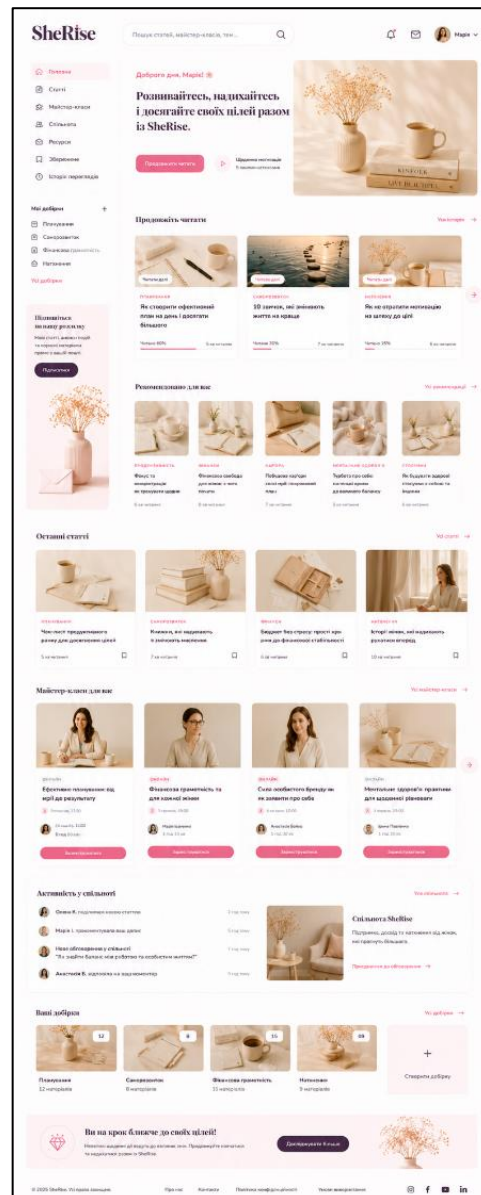


Рис. 4.8 UI-фрейм головної сторінки для зареєстрованого читача

Профіль читача є центральною сторінкою персоналізованої взаємодії. У ньому користувач має бачити основну інформацію про себе та швидко переходити до головних розділів: збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань. Зробили структуру профілю простою, щоб користувач одразу розумів, де знаходиться потрібна функція.

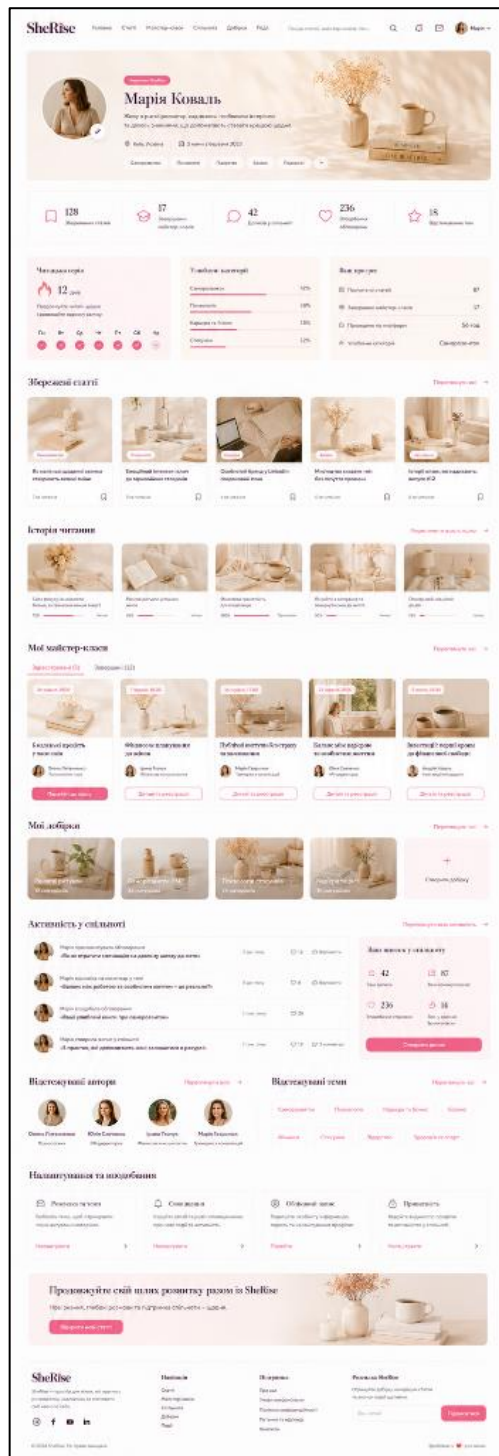


Рис. 4.9 UI-фрейм профілю зареєстрованого читача

Розділ збережених статей потрібен для того, щоб користувач міг повертатися до матеріалів, які його зацікавили. У цьому фреймі використовуємо картки статей, подібні до тих, що є на головній сторінці та сторінках рубрик. Це допомагає зберегти єдиний стиль і не змушує користувача звикати до нового вигляду елементів.

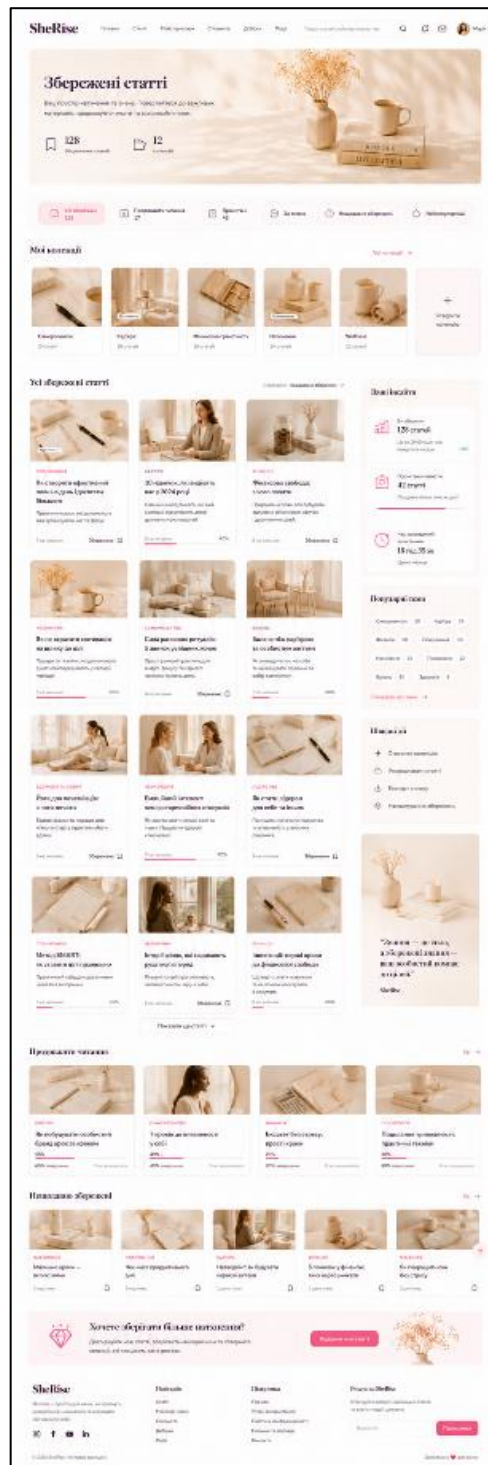


Рис. 4.10 UI-фрейм розділу “Збережені статті”

Історія читання допомагає користувачу знайти матеріали, які він уже відкривав раніше. Це корисна функція для онлайн-журналу, тому що користувач може не пам'ятати назву статті, але хотіти повернутися до неї. У цьому розділі матеріали мають бути розміщені в зрозумілому порядку, наприклад за датою перегляду.

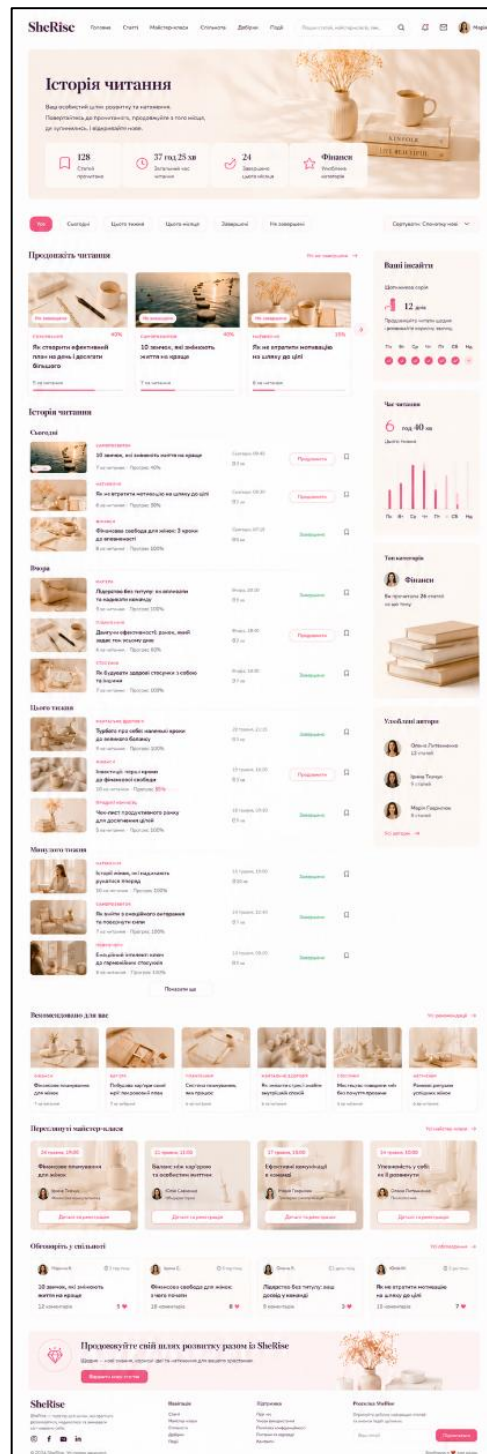


Рис. 4.11 UI-фрейм розділу “Історія читання”

Розділ сповіщень потрібен для інформування користувача про нові матеріали, оновлення або важливі повідомлення. Сповіщення не мають бути нав’язливими. Вони повинні виглядати акуратно й допомагати користувачеві швидко зрозуміти, що нового з’явилося на платформі.

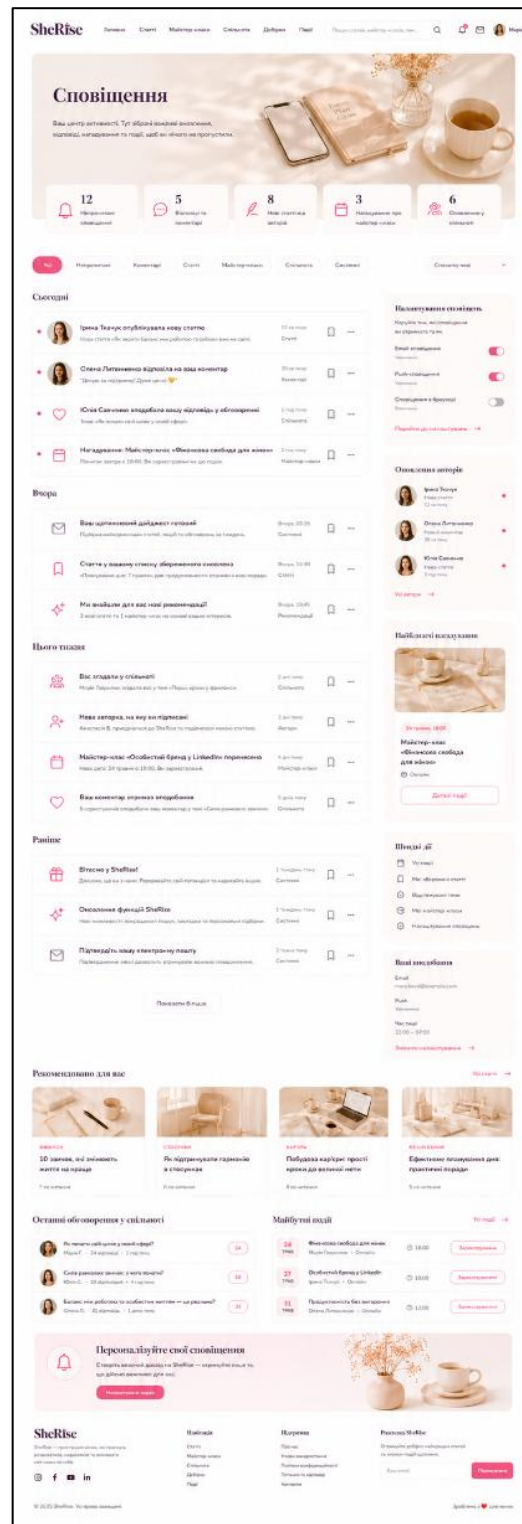


Рис. 4.12 UI-фрейм розділу “Сповідання”

Налаштування профілю дають користувачу можливість змінювати персональні дані та керувати власним обліковим записом. У цьому фреймі важливо зробити форму простою і зрозумілою. Поля мають бути логічно згруповані, а кнопки збереження змін - помітними.

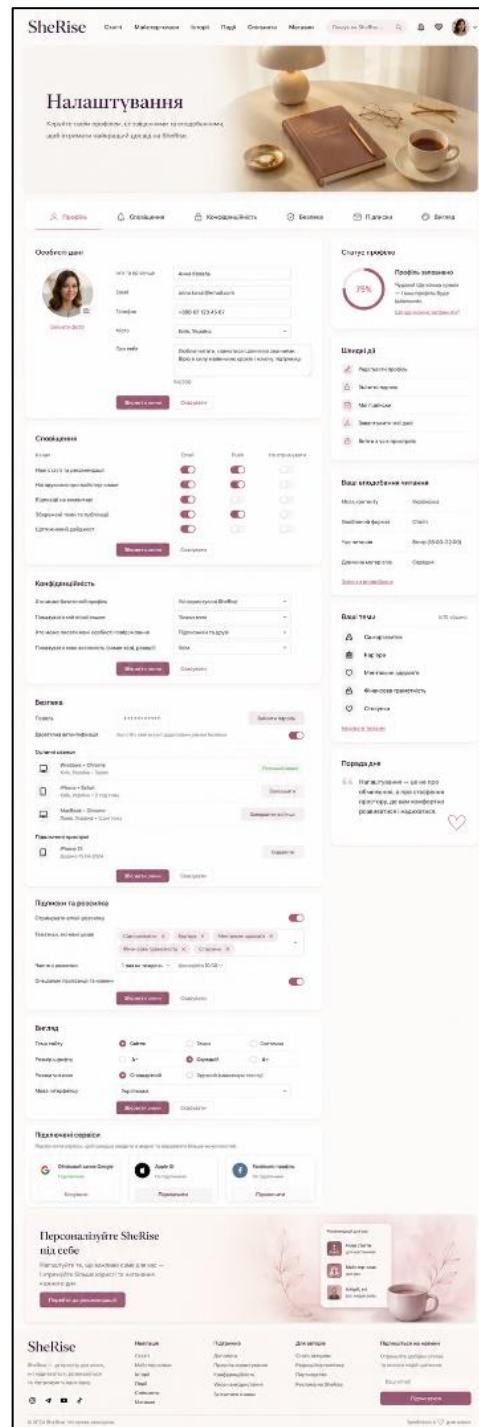


Рис. 4.13 UI-фрейм сторінки налаштувань профілю

Під час створення UI-фреймів для зареєстрованого читача враховано такі принципи:

- швидкий доступ до профілю;
- зрозуміле розміщення персональних функцій;
- однаковий стиль карток статей;

- прості форми налаштувань;
- ненав'язливі сповіщення;
- зручне повернення до збережених матеріалів;
- послідовність інтерфейсу.

Персоналізована взаємодія є важливою частиною “SheRise”. Саме вона відрізняє зареєстрованого читача від гостя. Якщо користувач має можливість зберігати матеріали, переглядати історію читання та налаштовувати профіль, платформа стає для нього більш корисною і зручною.

Отже, UI-фрейми для зареєстрованого читача спрямовані на створення персонального простору всередині онлайн-журналу. Вони забезпечують швидкий доступ до збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань. Це допомагає підвищити зручність, ефективність і персоналізовану взаємодію користувача з онлайн-журналом “SheRise”.

4.5 Перевірка UI-фреймів за критеріями зручності, доступності та адаптивності

Після створення UI-фреймів онлайн-журналу “SheRise” було проведено їх перевірку за критеріями, які були визначені в третьому розділі. Така перевірка потрібна для того, щоб оцінити, чи відповідають дизайн-макети потребам гостьового користувача та зареєстрованого читача.

Оскільки в межах роботи створено дизайн-макети, а не готовий сайт із програмною реалізацією, перевірка проводиться на рівні структури, логіки сторінок, зручності навігації, читабельності, доступності та адаптивності. Тобто оцінюємо не технічну роботу сайту, а якість UI/UX-рішень, закладених у фреймах. Основними критеріями перевірки є:

- зручність навігації;
- зрозумілість структури сторінок;
- читабельність тексту;

- доступність основних елементів;
- адаптивність;
- візуальна цілісність;
- персоналізована взаємодія для зареєстрованого читача;
- відсутність перевантаження сторінок.

Першим критерієм є зручність навігації. У дизайн-макетах “SheRise” основна навігація розміщена так, щоб користувач міг швидко перейти до головної сторінки, рубрик, пошуку, входу, реєстрації або профілю. Для гостьового користувача важливо швидко знайти матеріали та зрозуміти, як перейти до читання. Для зареєстрованого читача важливо мати швидкий доступ до профілю, збережених статей, історії читання, сповіщень і налаштувань.

Другим критерієм є зрозумілість структури сторінок. Головна сторінка побудована так, щоб користувач одразу бачив основну ідею журналу, актуальні матеріали, рубрики та можливість пошуку. Сторінка статті має логічну структуру: заголовок, зображення, основний текст, кнопка збереження та блок схожих матеріалів. Профіль читача поділений на зрозумілі розділи, які відповідають основним персональним функціям.

Третім критерієм є читабельність. Оскільки онлайн-журнал працює з текстовими матеріалами, було приділено увагу розміру шрифту, відступам, контрасту та структурі тексту. Сторінка статті не перевантажена зайвими блоками, тому користувач може зосередитися на читанні. Заголовки, підзаголовки та основний текст мають чітке візуальне розділення.

Четвертим критерієм є доступність основних елементів. У фреймах кнопки, поля пошуку, іконки профілю, збереження та переходу між сторінками розміщені в логічних місцях. Важливі дії мають бути помітними, але не агресивними. Це допомагає користувачеві швидко зрозуміти, які елементи є інтерактивними.

П'ятим критерієм є адаптивність. Під час створення дизайн-макетів враховано, що користувачі можуть відкривати онлайн-журнал із різних пристроїв. Основні сторінки мають зберігати зручність на десктопі та мобільних екранах. У

мобільній версії важливо зберегти читабельність тексту, зручність кнопок, просту навігацію та правильне розміщення карток статей.

Шостим критерієм є візуальна цілісність. Усі фрейми онлайн-журналу “SheRise” мають єдиний стиль: однакову кольорову палітру, типографіку, вигляд кнопок, карток статей, іконок і відступів. Це створює відчуття цілісної платформи, а не набору окремих сторінок. Для онлайн-журналу це важливо, бо візуальна послідовність формує довіру до ресурсу.

Сьомим критерієм є персоналізована взаємодія. Для зареєстрованого читача передбачено профіль, збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування. Ці фрейми створюють особистий простір користувача та допомагають йому повертатися до матеріалів. Саме персоналізація підтримує мету роботи - підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії з онлайн-журналом.

Восьмим критерієм є відсутність перевантаження сторінок. У дизайн-макетах я намагалася не додавати зайві декоративні елементи, які не мають функціонального значення. Основний акцент зроблено на контенті, навігації та персональних функціях. Це дозволяє користувачеві швидше орієнтуватися та не губитися серед великої кількості блоків.

Для узагальнення результатів перевірки було сформовано таблицю відповідності UI-фреймів основним критеріям.

Таблиця 4.1

Перевірка UI-фреймів онлайн-журналу “SheRise” за критеріями оптимізації

Критерій	Реалізація в UI-фреймах “SheRise”	Результат перевірки
Зручність навігації	Основне меню, пошук, вхід, реєстрація та профіль розміщені в логічних місцях	Критерій виконано
Зрозуміла структура	Сторінки мають чіткий поділ на блоки та зрозумілу логіку	Критерій виконано
Читабельність	Використано читабельний текст, достатні відступи та контраст	Критерій виконано

Критерій	Реалізація в UI-фреймах “SheRise”	Результат перевірки
Доступність	Кнопки, іконки та важливі дії помітні й зрозумілі	Критерій виконано
Адаптивність	Передбачено зручне відображення основних сторінок на різних екранах	Критерій виконано
Візуальна цілісність	Усі сторінки мають єдину палітру, типографіку та стиль елементів	Критерій виконано
Персоналізація	Реалізовано профіль, збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування	Критерій виконано
Відсутність перевантаження	Сторінки не містять зайвих декоративних елементів і візуального шуму	Критерій виконано

Результати перевірки показують, що створені UI-фрейми відповідають основним критеріям оптимізації. Вони забезпечують зрозумілу навігацію, логічну структуру сторінок, комфортне читання, доступність основних дій і персоналізовану взаємодію для зареєстрованого читача.

Також перевірка показала, що інтерфейс “SheRise” відповідає потребам двох основних груп користувачів. Гостьовий користувач може швидко ознайомитися з платформою, знайти матеріали, прочитати статтю та перейти до реєстрації. Зареєстрований читач отримує доступ до особистого профілю, збережених матеріалів, історії читання, сповіщень і налаштувань.

Отже, створені UI-фрейми онлайн-журналу “SheRise” відповідають меті роботи та запропонованому методу оптимізації. Вони спрямовані на підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії користувачів із цифровою платформою. Перевірка підтвердила, що дизайн-макети можуть бути використані як основа для подальшої розробки повноцінного онлайн-журналу.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було досліджено тему оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”. Метою роботи було підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії користувачів з онлайн-журналом шляхом розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади UI/UX-дизайну онлайн-журналів. Було визначено, що UI відповідає за візуальну частину інтерфейсу, а UX - за зручність, логіку та загальний досвід взаємодії користувача з платформою. Також я проаналізувала основні принципи зручності, доступності та адаптивності веб-інтерфейсів.

У другому розділі досліджено предметну область онлайн-журналів, визначила цільову аудиторію “SheRise” та основні групи користувачів: гостьового користувача і зареєстрованого читача. Також проаналізовано потреби цих користувачів і проведено аналіз онлайн-журналів-конкурентів: Vogue UA, Elle UA та Wonderzine. На основі цього було визначено основні проблеми інтерфейсів онлайн-журналів і сформовано вимоги до UI/UX інтерфейсу “SheRise”.

У третьому розділі був розроблений метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”. Метод включає аналіз конкурентів, визначення потреб користувачів, формування вимог, визначення критеріїв оптимізації, створення інформаційної архітектури, карти сайту та користувацьких сценаріїв.

У четвертому розділі створено UI-фрейми основних сторінок онлайн-журналу. Для гостьового користувача було передбачено головну сторінку, рубрики, сторінку статті, пошук, вхід і реєстрацію. Для зареєстрованого читача було розроблено профіль, збережені статті, історію читання, сповіщення та налаштування.

Після створення дизайн-макетів було перевірено їх за критеріями зручності, доступності, адаптивності, читабельності, візуальної цілісності та персоналізованої взаємодії. Перевірка показала, що UI-фрейми відповідають поставленим вимогам і можуть бути використані як основа для подальшої розробки онлайн-журналу “SheRise”.

Отже, поставленої мети було досягнуто. Розроблено метод оптимізації UI/UX інтерфейсу та створені дизайн-макети основних сторінок цифрової платформи “SheRise”. Практичне значення роботи полягає в тому, що створені фрейми можуть бути використані для подальшої технічної реалізації сайту та вдосконалення користувацького досвіду.

Робота пройшла апробацію:

1. Іванова Є.Р., Жебка В.В. Розробка та супровід програмного забезпечення// Всеукраїнська науково-технічна конференція «Технології цифрового розвитку: програмні системи та децентралізація», 1–3 травня 2026 року, м. Київ. Збірник тез. (Подано до друку).
2. Іванова Є.Р., Жебка В.В. Сучасні інтелектуальні технології в Україні і світі// Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні інтелектуальні інформаційні технології в науці та освіті». 15 травня 2026 року, м. Київ. Збірник тез. (Подано до друку).

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Interaction Design Foundation. What is User Experience (UX) Design? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ixdf.org/literature/topics/ux-design>
2. Interaction Design Foundation. What is User Interface (UI) Design? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ixdf.org/literature/topics/ui-design>
3. Nielsen Norman Group. The Definition of User Experience (UX) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
4. Nielsen Norman Group. What Is User Experience? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nngroup.com/articles/what-is-user-experience/>
5. Nielsen Norman Group. Usability 101: Introduction to Usability [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
6. Nielsen Norman Group. 10 Usability Heuristics for User Interface Design [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
7. Nielsen Norman Group. Information Architecture Articles and Videos [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nngroup.com/topic/information-architecture/>
8. Nielsen Norman Group. Information Architecture: Study Guide [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nngroup.com/articles/ia-study-guide/>
9. W3C. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>
10. W3C Web Accessibility Initiative. Introduction to Web Accessibility [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>

- 11.W3C Web Accessibility Initiative. Understanding WCAG 2.2 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/>
- 12.Web.dev. Responsive Web Design Basics [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://web.dev/articles/responsive-web-design-basics>
- 13.MDN Web Docs. Responsive Web Design [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn_web_development/Core/CSS_layout/Responsive_Design
- 14.Marcotte E. Responsive Web Design [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://alistapart.com/article/responsive-web-design/>
- 15.ISO. ISO 9241-210:2019 Ergonomics of human-system interaction - Human-centred design for interactive systems [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.iso.org/standard/77520.html>
- 16.Figma. What is UX Design? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.figma.com/resource-library/what-is-ux-design/>
- 17.Figma. What is UI Design? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.figma.com/resource-library/what-is-ui-design/>
- 18.Figma. UI vs UX: What is the Difference between UI and UX Design? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.figma.com/resource-library/difference-between-ui-and-ux/>
- 19.Figma. Design Basics: UI/UX, Prototyping and Core Principles [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.figma.com/resource-library/design-basics/>
- 20.Figma. UI/UX Design Principles [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.figma.com/resource-library/ui-ux-design-principles/>
- 21.Material Design. Color Contrast [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://m3.material.io/foundations/designing/color-contrast>
- 22.Material Design. Typography [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://m3.material.io/styles/typography/applying-type>

23. Vogue UA. Жіночий журнал про моду, красу і стиль [Електронний ресурс]. -
Режим доступу: <https://vogue.ua/>
24. ELLE Україна. Жіночий журнал ELLE Україна онлайн [Електронний ресурс].
- Режим доступу: <https://elle.ua/>
25. Wonderzine Україна. Офіційний сайт онлайн-журналу [Електронний ресурс].
- Режим доступу: <https://www.wonderzine.me/>
26. Wonderzine Україна. Про нас [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.wonderzine.me/pages/pro-nas>
27. Wonderzine Україна. Кар'єра [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.wonderzine.me/wonderzine/career>

ДОДАТОК А. ДЕМОНСТРАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ



ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Кафедра Технологій цифрового розвитку



Метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”

Виконала студентка 4 курсу
Групи ТЦР-43

Іванова Євгенія Романівна
Керівник роботи

Д-р техн. наук, професор, зав. кафедри ТЦР Жебка Вікторія Вікторівна

Київ-2026

1

МЕТА, ОБ'ЄКТ ТА ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета роботи – підвищення зручності, ефективності та персоналізованої взаємодії користувачів з онлайн-журналом “SheRise” шляхом розробки методу оптимізації UI/UX інтерфейсу та створення дизайн-макетів основних сторінок цифрової платформи.

Об'єкт дослідження – процес взаємодії користувачів з інтерфейсом онлайн-журналу.

Предмет дослідження – методи, принципи та інструменти оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” з урахуванням потреб різних категорій користувачів.

2

ЗАДАЧІ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

- 1.Провести аналіз сучасних онлайн-журналів та цифрових медіаплатформ.
- 2.Визначити основні проблеми UI/UX інтерфейсів у жіночих онлайн-медіа.
- 3.Сформувати вимоги до інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”.
- 4.Розробити інформаційну архітектуру та навігаційну структуру платформи.
- 5.Створити метод оптимізації UI/UX інтерфейсу на основі аналізу користувацьких сценаріїв.
- 6.Розробити дизайн основних сторінок онлайн-журналу.
- 7.Провести оцінювання зручності інтерфейсу та сформувати висновки щодо ефективності запропонованого рішення.

3

АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Критерій порівняння	Vogue UA	Elle UA	Wonderzine
Адаптивний дизайн	+	+	+
Збереження матеріалів	Частково	Частково	-
Профіль читача	-	-	-
Історія переглядів	-	-	-
Майстер-класи / події	Частково	Частково	-
Фокус на жіночому розвитку	+	+	+
Простота навігації	Середня	Середня	Висока

4

Проблеми існуючих рішень

Під час аналізу аналогів було виявлено такі недоліки:

- перевантаженість головних сторінок контентом;
- складна або неочевидна навігація;
- відсутність персоналізації для читача;
- слабка робота зі збереженими матеріалами;
- відсутність єдиного користувацького профілю;
- обмежена взаємодія між платформою та читачем.

Висновок: більшість онлайн-журналів добре подають контент, але не завжди створюють зручний шлях користувача.

5

Запропонований метод оптимізації UI/UX

Метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise” передбачає поетапне покращення взаємодії користувача з платформою.

Основні етапи методу:

1. Аналіз цільової аудиторії онлайн-журналу.
2. Визначення основних користувацьких сценаріїв.
3. Побудова логічної структури сторінок.
4. Оптимізація навігації між розділами платформи.
5. Створення зручних екранних форм для гостя та зареєстрованого читача.
6. Розробка візуально цілісного UI-дизайну.
7. Перевірка зручності інтерфейсу та внесення покращень.

Запропонований метод дозволяє зробити інтерфейс більш зрозумілим, послідовним та зручним для користувачів.

6

Вимоги до онлайн-журналу SheRise

Функціональні вимоги:

- перегляд статей онлайн-журналу;
- пошук матеріалів за ключовими словами; реєстрація та авторизація користувача;
- створення та редагування профілю читача;
- збереження обраних статей;
- перегляд історії читання;
- перегляд майстер-класів;
- створення обговорень;
- отримання сповіщень;
- персоналізований пошук матеріалів.

Нефункціональні вимоги:

- адаптивність інтерфейсу;
- зрозуміла навігація;
- візуальна цілісність сторінок;
- швидкий доступ до основних функцій;
- читабельність текстового контенту;
- зручність використання на різних пристроях.

7

Інформаційна архітектура та навігація

Структура онлайн-журналу “SheRise” побудована таким чином, щоб користувач міг швидко знайти потрібний контент і виконати основні дії без зайвих переходів.

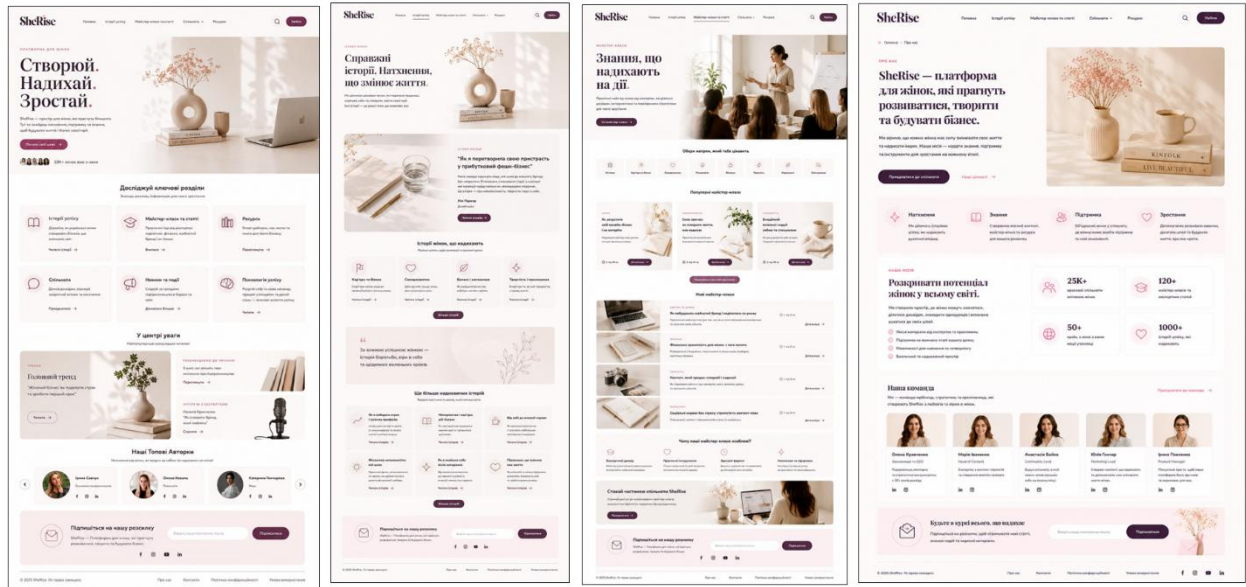
Основні розділи платформи:

- Головна сторінка;
- Статті;
- Категорії;
- Майстер-класи;
- Про SheRise;
- Пошук;
- Профіль читача;
- Збережені статті;
- Історія читання;
- Сповіщення;
- Обговорення;
- Налаштування.

8

Екранні форми інтерфейсу

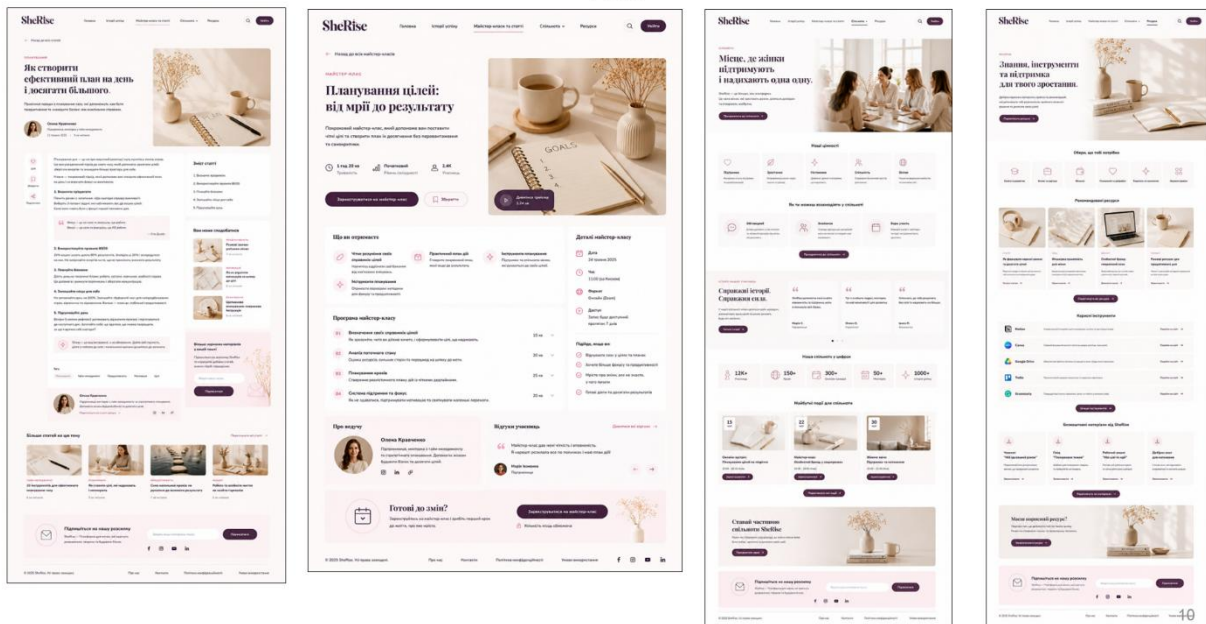
Гість



9

Екранні форми інтерфейсу

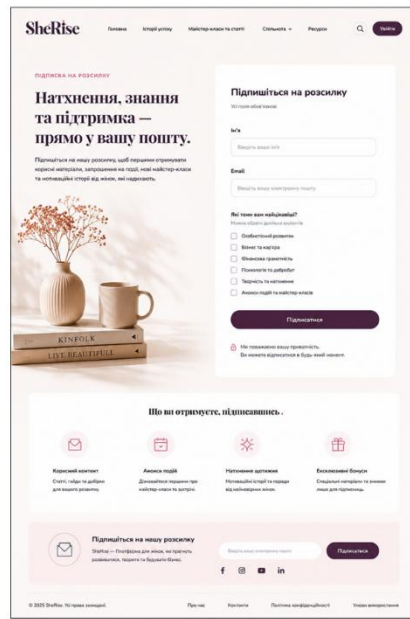
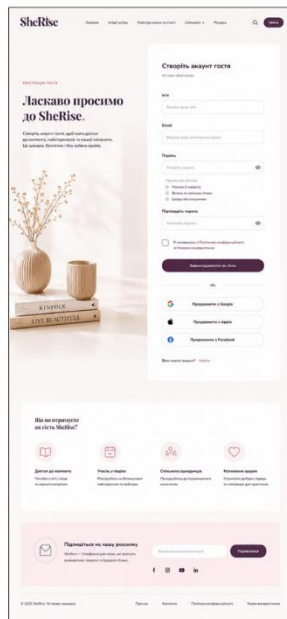
Гість



10

Екранні форми інтерфейсу

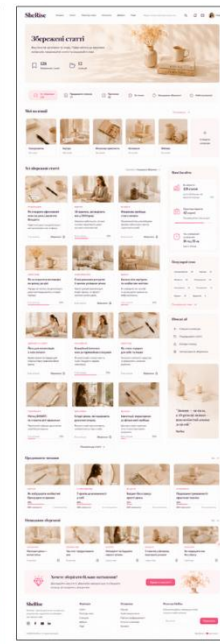
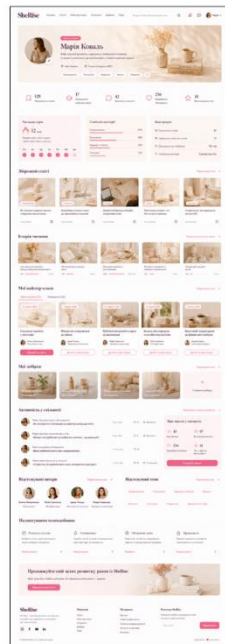
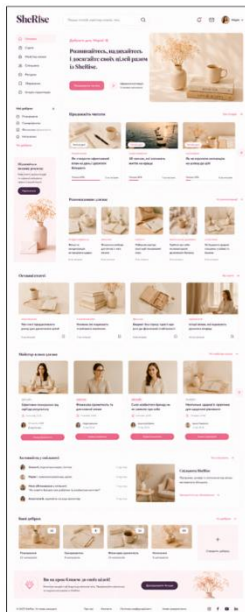
Гість



11

Екранні форми інтерфейсу

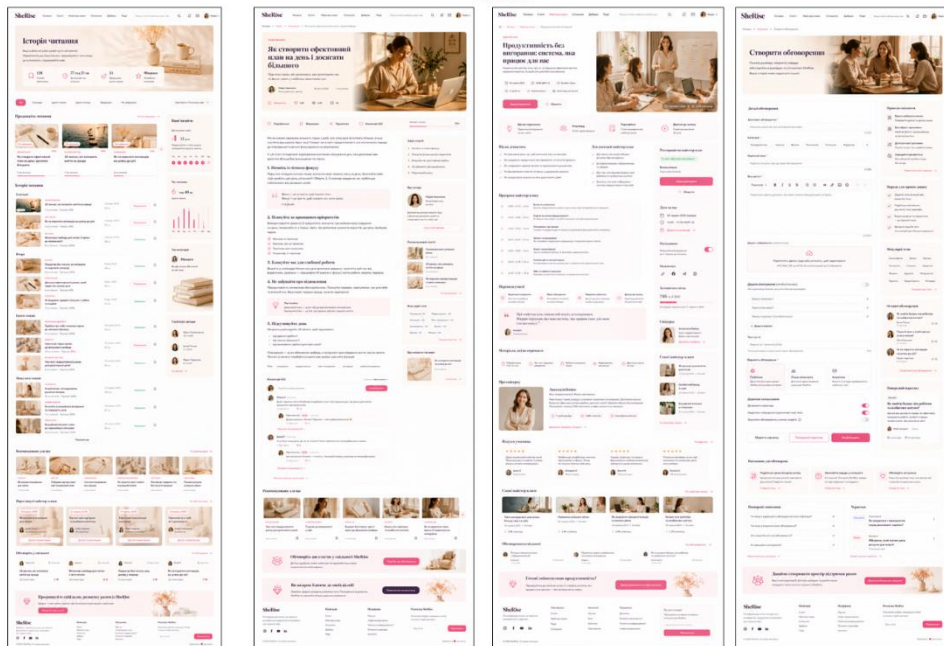
Читач



12

Екранні форми інтерфейсу

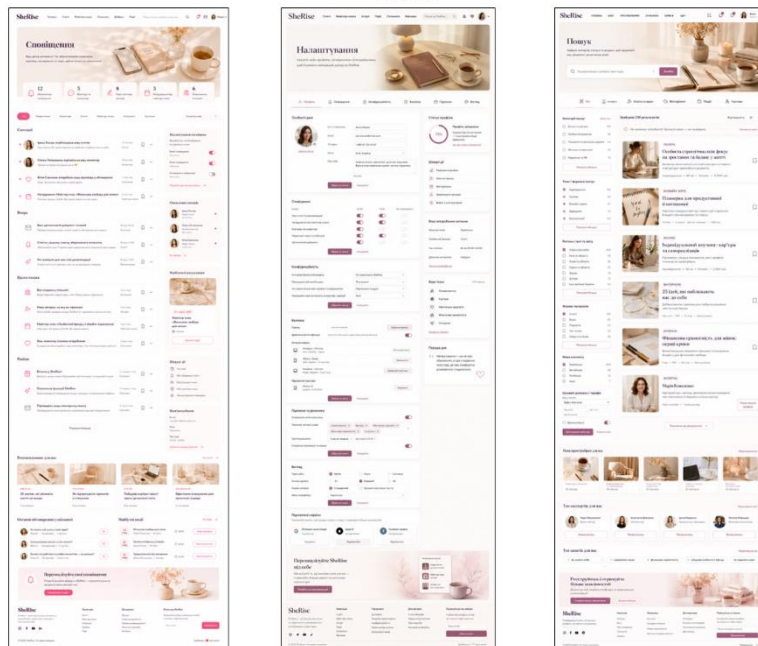
Читач



13

Екранні форми інтерфейсу

Читач



14

АПРОБАЦІЯ

1. Іванова Є.Р., Жебка В.В. Розробка та супровід програмного забезпечення// Всеукраїнська науково-технічна конференція «Технології цифрового розвитку: програмні системи та децентралізація», 1–3 травня 2026 року, м. Київ. Збірник тез. (Подано до друку).
2. Іванова Є.Р., Жебка В.В. Сучасні інтелектуальні технології в Україні і світі// Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні інтелектуальні інформаційні технології в науці та освіті». 15 травня 2026 року, м. Київ. Збірник тез. (Подано до друку).

18

ВИСНОВКИ

Розроблено метод оптимізації UI/UX інтерфейсу онлайн-журналу “SheRise”, який покращує навігацію, структуру контенту та взаємодію користувача з платформою.

Основні результати:

1. проаналізовано аналоги та визначено їхні UI/UX-недоліки;
2. сформовано вимоги до інтерфейсу “SheRise”;
3. розроблено інформаційну архітектуру та навігацію;
4. створено прототип сторінок для гостя і зареєстрованого читача.

Результат роботи — UI/UX-прототип онлайн-журналу з логічною структурою, персоналізацією та зручним користувацьким шляхом.

17