

**Заїка О.В.,**

студентка IV курсу кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Одробінський Ю.В., кандидат мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ ДИЗАЙНУ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ДЛЯ МАГАЗИНІВ КОСМЕТОЛОГІЇ**

Сучасний світ не може обійтись без мережі Інтернет. На початку 2000-х набирає обертів почала нова сфера діяльності – UX/UI-дизайн.

UX/UI дизайн мобільних додатків – це імідж компанії серед величезної кількості користувачів, що дає можливість охопити різну цільову аудиторію та створити для них особливу атмосферу та можливості, якими вони самі захочуть користуватися. UX/UI дизайн додатків – це побудова логіки та структури програмного забезпечення для мобільних платформ, при якій враховується вся можлива взаємодія користувача з додатком. Головне завдання дизайнера в UI – допомогти користувачеві легко зрозуміти, як взаємодіяти з товаром. Для досягнення цього потрібно знати і програмування, і психологічні аспекти кольорів, прийоми роботи з растровими та векторними зображеннями, мати почуття стилю, логіки і прогнозування [6]. Світ UX/UI дизайну постійно розвивається – одні тренди приходять, інші йдуть, змінюються тенденції і технології. Оскільки покупки в Інтернеті стають все більш популярними, дуже важливо, щоб сайти інтернет-магазинів працювали стабільно і розвивались, забезпечували користувачеві можливість комфортного оформлення замовлення, а також мали грамотний хороший дизайн [5]. З початку 2017 року почали з'являться дійсно цікаві тренди UX/UI дизайну, що і сьогодні не втратили свою актуальність. Головним принципом тут є функціональність, зручність користування (юзабіліті), стильний дизайн оформлення інтерфейсу, розуміння необхідності високої швидкодії при завантаженні і прагнення забезпечити максимально якісний досвід взаємодії користувача з сайтом на широкому спектрі пристроїв – від настільних комп'ютерів до смартфонів і планшетів [1].

Сучасні тренди дизайну додатків для інтернет-магазинів косметики передбачають в собі такі важливі критерії, як легкість, змістовність та структурованість, велика кількість вільного простору. Саме такі важливі позиції потрібно враховувати дизайнеру при створенні концепту. Незважаючи на те, що

контент багато в чому впливає на успішність сайту, якщо його занадто багато, це також може позначатися негативно [3].

Як показує статистика, користувач інтернет-магазину косметики більше звертає увагу на красиву та зручну картинку, що є запорукою успішного дизайну додатка [2].

Успішний дизайн-проект інтернет-магазину косметики – це адаптивний дизайн з великою кількістю зображень, що пов'язано із необхідним візуальним прийняттям для рекламування продукту. Більшість відвідувачів сайтів відрізняються дуже низькою концентрацією уваги в процесі перегляду сайтів, тому використання якісних фотографій товару і створення візуально привабливого контенту, може стати вирішальним аргументом успіху в електронній комерції.

Для дизайну фону сайту даного типу використовують у більшості звичайний базовий білий колір або світлі пастельні тони. Це дозволяє сконцентрувати увагу на змісті зображень на текстів і ліквідує плутанину користувача. Окремий яскравий колірний контраст можуть створювати окремі кнопки із закликами до дії, проте, зображення і тексти іноді дизайнери поєднують для створення додаткового ефективного акценту [4]. Наприклад, вдало з'єднані дизайнером зображення і текст заклик до дії, здатні збільшити показник конверсії і змусити потенційного покупця натиснути кнопку «Купити». Таким чином, типографічні шрифтові акцидентні композиції стали один із важливіших компонентів UX/UI-дизайну, що особливо помітно при перегляді зарубіжних сайтів, розробникам яких доступна більша різноманітність шрифтів [2].

Також, особливе значення для UI-дизайну Інтернет-магазин косметики, має створення дизайну картки товару, що є одним із сучасних трендів цієї сфери. Вона має бути структурованою та мати оригінальну композицію в стилевих відтінках бренду [2].

Підсумовуючи даний аналіз, треба зазначити, що ключовою характеристикою дизайну інтернет-магазину косметики повинен бути створений мінімалістичним і функціональним для перегляду і користування, враховуючи різний контент, особливості і переваги товару, де основна його функція – популяризація і продаж.

### Список використаних джерел:

1. Хто такий UX/UI дизайнер. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://dan-it.com.ua/uk/blog/vse-pro-profesiju-ui-ux-dizajnera/> – Назва з екрану. - дата звернення 09.12.2022.
2. Тренди веб-дизайну для інтернет-магазинів. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/trendy-veb-dizajna-v-2016-2017/> – Назва з екрану. – дата звернення 09.12.2022.
3. Норман, Д. А. Дизайн звичних речей / Д. А Норман // Interactions Magazine, 2019. – С 32.
4. Норман, Д. А. Емоції та дизайн: привабливі речі працюють краще» / Д.А Норман // Interactions Magazine. – ix (4).,2002. – С. 36–42.

5. Основи рекламного дизайну: підручник / С.В. Прищенко, Є.А. Антонович. – К. : НАКККіМ, 2017. – 384 с.
6. Рожкова Н. Г. Графічний дизайн і реклама на комп'ютері. Краткое руководство / Н. Г. Рожкова, П. П. Данилов, В. Н. Шитов. – М.: Вільямс, 2006. – 320 с.

**Зозуля В. М.,**

студент IV курсу кафедри музичного та хореографічного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Сологуб В.Д., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри музичного та хореографічного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

## **ОРІЄНТАЛЬНА МУЗИКА У ТВОРЧОСТІ ГІТАРНИХ КОМПОЗИТОРІВ КІНЦЯ ХІХ - ПОЧАТКУ ХХ СТ.**

Актуальність дослідження орієнтальної музики у творчості гітарних композиторів кінця ХІХ початку ХХ ст. обумовлена багатогранністю цієї течії у музичному мистецтві. За рахунок цього, в повну міру, тема не розкрита повністю навіть сучасними музикознавцями та професійними гітаристами, виконавцями та дослідниками гітарного мистецтва.

Метою дослідження цієї теми є розбір, аналіз та порівняння різних видів та типів орієнтальної музики. Їх підґрунтя, характерні риси та особливості. Вплив на розвиток музики у кінці ХІХ століття та на початку ХХ століття. Причини та наслідки звернення та написання орієнтальної музики гітарних композиторів цього періоду.

Поняття «Орієнталізм» в перекладі з латинського – «Східний». В світовому розумінні це все, що пов'язано з впливом на культуру та мистецтво західних країн від країн сходу, таких як : Турція, Китай, Японія, Єгипет, Угорщина, Арабські країни, тощо. Все обґрунтування течії спиралось на нереальних або поверхнево сприйнятих явищах неєвропейської культури, такої як «екзотика». Для більш вдалого порівняння, дослідники вивели дві метафори : *Метафора Заходу*; *Метафора Сходу*.

«Захід» традиційно пов'язують з культом індивідуальності, автономію особистості. «Схід» відображає уявлення, як світ містики, самодостатньої замкненості, естетика і практичність нероздільні, домінування цілого над окремим, колективу над індивідуальністю. Перш за все це світ традицій, що базується на невтручанні у життя природи.