МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему: **РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ТА ІНТЕРФЕЙСУ ДЛЯ ОСВІТНЬОГО ЗАСТОСУНКУ «CROWNED KIDS»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0222
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Головань Вікторія Миколаївна

Керівник: доцент кафедри дизайну,
PhD _____ Ганна ЧЕМЕРИС

Рецензент: ст. викладач кафедри дизайну,
_____ Микола ПОТАПЕНКО

Запоріжжя

2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *соціальної педагогіки і психології*
Кафедра *дизайну*
Рівень вищої освіти *перший (бакалаврський)*
Спеціальність *022 «Дизайн»*
Освітньо-професійна програма *«Графічний дизайн»*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
_____ Ганна ЧЕМЕРИС
«_____» _____20__ року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Головань Вікторії Миколаївні

1. Тема роботи: *Розробка айдентики та інтерфейсу для освітнього застосунку «CrownEd Kids»* науковий керівник роботи *PhD Чемерис Г. Ю.* затверджені наказом ЗНУ *№1779-с від 08.12.25*
2. Строк подання студентом роботи: *08.06.26*
3. Вихідні дані до роботи: *відсутні*
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): *Теоретичні основи розробки айдентики та інтерфейсу освітніх застосунків; передпроєктне дослідження та аналіз візуальних рішень та інтерфейсів освітніх застосунків; проєктування айдентики та інтерфейсу освітнього застосунку «Crowned Kids»*
5. Перелік графічного матеріалу: *презентація, демонстраційна графіка, прототип.*
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: 08.10.25

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	**Організаційно-підготовчий етап.** Ознайомлення з методичними вимогами до виконання кваліфікаційної роботи, визначення специфіки проєктування айдентики та інтерфейсу освітнього застосунку «Crowned Kids».	05.10.2025	
2	**Формування проєктної документації.** Вибір, погодження та затвердження теми кваліфікаційної роботи, уточнення структури дослідження та основних напрямів проєктування.	15.10.2025 – 25.10.2025	
3	**Теоретико-дослідницький етап.** Опрацювання наукових і методичних джерел з айдентики, UI/UX-дизайну, цифрових освітніх платформ та особливостей дитячого візуального сприйняття.	26.10.2025 – 10.11.2025	
4	**Аналіз аналогів та конкурентного середовища.** Дослідження сучасних освітніх застосунків для дітей, аналіз інтерфейсних рішень, стилістики та користувацьких сценаріїв.	13.11.2025 – 05.12.2025	
5	**Формування теоретичної частини дослідження.** Написання першого розділу пояснювальної записки, систематизація теоретичного матеріалу та аналітичних даних.	15.01.2026 – 10.03.2026	
6	**Дослідження цільової аудиторії.** Аналіз особливостей взаємодії дітей та батьків із цифровими освітніми продуктами, формування user persona та визначення функціональних потреб застосунку.	15.03.2026 – 30.03.2026	
7	**Концептуальне та візуальне проєктування.** Створення moodboard, пошукових ескізів логотипу, визначення стилістики персонажів і формування візуальної концепції бренду «Crowned Kids».	01.04.2026 – 20.04.2026	
8	**Розробка айдентики та UI-системи.** Створення логотипу, кольорової палітри, типографіки, графічних елементів, UI-kit та базових компонентів інтерфейсу.	21.04.2026 – 10.05.2026	
9	**Проєктування інтерфейсу застосунку.** Розробка прототипів основних екранів освітнього застосунку, навігації, інтерактивних елементів та сценаріїв користувацької взаємодії.	11.05.2026 – 25.05.2026	
10	**Оформлення кваліфікаційної роботи.** Формування пояснювальної записки, написання висновків, підготовка додатків та оформлення візуальних матеріалів проєкту.	20.05.2026 – 05.06.2026	
11	**Передзахист та підготовка до захисту.** Підготовка презентації, друк графічних матеріалів і пояснювальної записки, подання роботи на кафедру та підготовка до публічного захисту.	06.06.2026 – 12.06.2026	

Студент _____ *Вікторія ГОЛОВАНЬ*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи _____ *Ганна ЧЕМЕРИС*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ *Ганна ЧЕМЕРИС*
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Головань В. М. Розробка айдентики та інтерфейсу для освітнього застосунку «CrownEd Kids» : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник, PhD, доц. Г. Ю. Чемерис. Запоріжжя : ЗНУ, 2026. 68 с.

UA : Робота викладена на 68 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 52 джерел. Об'єкт дослідження — візуальна ідентифікація. Предмет дослідження — айдентика та інтерфейс для цифрових освітніх продуктів. Мета роботи — проєктування айдентики та інтерфейсу для освітнього застосунку «Crowned Kids», спрямованого на забезпечення комфортної, естетично привабливої та ефективної взаємодії користувачів із цифровим освітнім середовищем.

Ключові слова: графічний дизайн, візуальні комунікації, айдентика, Освітній застосунок, Ux|Ui.

Golovan’ V. M. Development of Identity and Interface for the "CrownEd Kids" Educational App : Bachelor’s thesis, speciality 022 "Design", Educational and Professional Program "Graphic Design" / Sci. adv. PhD, Asoc. Prof. H. Yu. Chemerys. Zaporizhzhia: ZNU, 2026. 68 p.

EN : The work is presented on 68 pages of printed text. The list of links includes 52 sources. The object of study is visual identity. The subject of study is the identity and interface for digital educational products. The aim of this work is to design the brand identity and interface for the "Crowned Kids" educational app, aimed at ensuring a comfortable, aesthetically appealing and effective user interaction with the digital educational environment.

Key words: graphic design, visual communications, brand identity, educational app, UX|UI.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 6

РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ТА ІНТЕРФЕЙСУ ОСВІТНІХ ЗАСТОСУНКІВ..... 9

1.1. Аналіз підходів до визначення айдентики..... 9

1.2. Поняття айдентики та її роль у освітніх цифрових продуктах..... 12

1.3. Сучасні тенденції UI/UX-дизайну освітніх цифрових продуктів..... 15

РОЗДІЛ ІІ ПЕРЕДПРОЄКТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ РІШЕНЬ ТА ІНТЕРФЕЙСІВ ОСВІТНІХ ЗАСТОСУНКІВ. 22

2.1. Особливості візуального сприйняття учнівської аудиторії.....22

2.2. Аналіз аналогів та прототипів освітніх застосунків..... 28

2.3. Виявлення структури інтерфейсів сучасних освітніх застосунків..... 35

РОЗДІЛ ІІІ ПРОЄКТУВАННЯ АЙДЕНТИКИ ТА ІНТЕРФЕЙСУ ОСВІТНЬОГО ЗАСТОСУНКУ «CROWNED KIDS»..... 42

3.1. Формування концепції бренду та візуального образу.....42

3.2. Розробка елементів айдентики для освітнього застосунку «CrownEd Kids».....49

3.3. Проєктування інтерфейсу освітнього застосунку «CrownEd Kids».....53

ВИСНОВКИ..... 57

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 61

ДОДАТОК А..... 67

ДОДАТОК Б..... 68

ДОДАТОК В..... 69

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах цифровізації суспільства особливої ваги набуває створення якісних освітніх продуктів для дітей. Стрімкий розвиток мобільних технологій, поширення дистанційного навчання та інтерактивних цифрових платформ формують нові вимоги до візуальної комунікації освітнього середовища. Діти молодшого віку сьогодні активно взаємодіють із цифровими застосунками, тому графічний дизайн стає важливим інструментом не лише естетичного оформлення, а й ефективної передачі інформації, розвитку мотивації до навчання та формування позитивного користувацького досвіду. Зростаюча роль айдентики та UI/UX-дизайну в цифровому освітньому просторі та якісно сформована візуальна ідентичність бренду дозволяє створити впізнаваний образ продукту, формує довіру користувачів і забезпечує конкурентоспроможність на ринку мобільних застосунків. Інтерфейс освітнього застосунку, орієнтований на дитячу аудиторію, повинен враховувати психологічні, ергономічні та емоційні особливості сприйняття інформації дітьми. Саме тому проблема поєднання функціональності, естетики та доступності інтерфейсу є однією з важливих у сучасному графічному дизайні.

Актуальність теми визначається потребою у створенні цілісної айдентики та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу для освітнього застосунку «CrownEd Kids», орієнтованого на дітей та їхніх батьків. У сучасному середовищі велика кількість дитячих застосунків має перевантажений або недостатньо адаптований дизайн, що ускладнює процес взаємодії користувача з продуктом. Тому розробка гармонійної візуальної системи, яка поєднуватиме сучасні дизайнерські тенденції, емоційну привабливість і функціональність, є важливим практичним завданням. Особливого значення набуває використання сучасних принципів UI/UX-дизайну, адаптивної графіки, яскравої кольорової гами, персонажної стилістики та інтерактивних елементів, які сприяють підвищенню зацікавленості дитини

у навчальному процесі. Також важливо забезпечити єдність між айдентикою бренду та інтерфейсом застосунку, оскільки цілісна візуальна система підвищує рівень впізнаваності продукту та покращує користувацький досвід.

Згідно до сучасних тенденцій у графічному дизайні, з огляду на активний розвиток цифрових освітніх платформ, зростання ролі UI/UX-дизайну та потребу у створенні якісного візуального середовища для дитячої аудиторії, а також враховуючи вищевикладене, зазначимо, що тема нашого дослідження у наступному формулюванні: «Розробка айдентики та інтерфейсу для освітнього застосунку “CrownEd Kids”» є актуальною.

Актуальність і теоретична значущість проектної проблеми дозволяє нам визначити предмет, об’єкт та завдання дослідження.

Об'єкт дослідження — візуальна ідентифікація.

Предмет дослідження — айдентика та інтерфейс для цифрових освітніх продуктів.

Мета роботи — проєктування айдентики та інтерфейсу для освітнього застосунку «CrownEd Kids», спрямованого на забезпечення комфортної, естетично привабливої та ефективної взаємодії користувачів із цифровим освітнім середовищем.

Виходячи з формулювання об’єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

1. Здійснити аналіз сучасних наукових та методичних джерел з візуальної ідентичності цифрових платформ та проаналізувати сучасні тенденції UI/UX-дизайну.
2. Дослідити особливості візуального сприйняття та взаємодії дитячої аудиторії з цифровими інтерфейсами.
3. Здійснити аналіз інтерфейсів наявних освітніх застосунків для дітей.

4. Розробити айдентики освітнього застосунку «CrownEd Kids», включаючи логотип, кольорову гаму, типографіку та графічні елементи.
5. Спроєктувати дизайн інтерфейсу застосунку з урахуванням принципів зручності, адаптивності та інтерактивності.

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок, 52 літературні джерела. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 60 сторінок.

РОЗДІЛ І
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ТА ІНТЕРФЕЙСУ ОСВІТНІХ ЗАСТОСУНКІВ

1.1. Аналіз підходів до визначення айдентики

У сучасному цифровому суспільстві айдентика стала одним із важливих інструментів комунікації між брендом і цільовою аудиторією. Розвиток цифрових технологій, мобільних застосунків, соціальних мереж та інтерактивних платформ сприяв активному переосмисленню ролі графічного дизайну у формуванні візуального образу продукту. Особливо важливого значення айдентика набуває у сфері освітніх цифрових сервісів, де дизайн повинен не лише забезпечувати естетичну привабливість, а й формувати позитивний користувацький досвід, сприяти зрозумілій навігації та емоційному залученню користувача.

У сучасному графічному дизайні поняття візуальної ідентифікації тісно пов’язане із фірмовим стилем та айдентикою. У працях Аліни Вілер зазначається, що айдентика є цілісною системою візуальних рішень, яка дозволяє забезпечити єдність бренду в різних комунікаційних середовищах. Дослідниця наголошує, що сучасна візуальна ідентифікація повинна не лише вирізняти бренд серед конкурентів, а й формувати емоційний зв’язок із користувачем через колір, форму, образність та характер взаємодії [52].

Поняття візуальної ідентифікації безпосередньо пов’язане із графічним дизайном як засобом комунікації. У науковій праці «Графічний дизайн у просторі інформаційно-комунікативних технологій сучасності» зазначається, що сучасний графічний дизайн є синтетичною сферою, яка поєднує художню, комунікативну та функціональну складові. Авторка підкреслює, що дизайн сьогодні виконує не лише декоративну функцію, а стає інструментом передачі сенсів та формування взаємодії між людиною й інформаційним середовищем [2, с. 96-98].

Сучасні дослідники трактують візуальну ідентифікацію як систему графічних, шрифтових, кольорових та композиційних елементів, які забезпечують впізнаваність бренду та створюють його емоційний образ. У роботі Я. Ланчака візуальна ідентифікація визначається як система знакових і графічних зображень, здатна диференціювати певний об’єкт серед інших. Автор акцентує увагу на тому, що емблема та логотип виступають носіями символічного значення та транслюють основні цінності бренду [12, с. 31].

У науковій літературі поняття часто ототожнюють поняття айдентики з терміном «візуальна ідентифікація», який своєю чергою трактується як комплекс графічних, композиційних та стилістичних рішень, що забезпечують впізнаваність бренду та формують його унікальний візуальний образ. Візуальна ідентифікація охоплює систему знаків, кольорову палітру, типографіку, графічні елементи, принципи композиції та інші складові, які використовуються у комунікації бренду з аудиторією. Таким чином ці терміни можливо розглядати як синонімічні.

Синонімічним також є термін «берндинг», який Ф. Котлер визначає як процес формування унікального образу продукту або компанії у свідомості споживача, а візуальні елементи бренду — як один із основних засобів створення емоційної асоціації та довіри до продукту. На думку науковця, візуальна складова бренду є важливим інструментом маркетингової комунікації та безпосередньо впливає на поведінку споживача [40].

Сучасні українські дослідники також приділяють значну увагу проблематиці візуальної ідентифікації у графічному дизайні. У статті Ярослава Ланчака «Особливості візуальної ідентифікації сучасних українських театрів засобами графічного дизайну» зазначається, що візуальна ідентифікація є комплексною системою художньо-графічних засобів, спрямованих на створення впізнаваного образу об’єкта

комунікації. Автор підкреслює, що ключову роль у формуванні айдентики відіграють логотип, емблема, кольорові рішення та семіотичні образи, які формують асоціативне сприйняття бренду користувачем.

У вітчизняних дослідженнях також простежується тенденція до розширення трактування поняття візуальної ідентифікації. У збірнику наукових праць Київського університету імені Бориса Грінченка зазначається, що фірмовий стиль є основним елементом візуальної ідентифікації бренду, який формує його унікальний образ та сприяє емоційному зв'язку з аудиторією. Автори наголошують, що сучасна айдентика повинна бути адаптивною та ефективно функціонувати у цифровому середовищі.

У сучасній науковій думці також простежується тенденція до розгляду візуальної ідентифікації як інструменту емоційної комунікації. Дослідники наголошують, що дизайн має не лише передавати інформацію, а й формувати певний емоційний стан користувача. Особливо це актуально для дитячих цифрових продуктів, де кольорова палітра, персонажна стилістика, анімація та інтерактивні елементи безпосередньо впливають на рівень зацікавленості дитини та мотивацію до навчання.

У роботах українських дослідників графічного дизайну також акцентується увага на функціональній природі сучасної візуальної комунікації. У збірнику «Традиції та інновації у сучасному дизайні» зазначається, що графічний дизайн орієнтується не лише на художню виразність, а насамперед на ефективну комунікацію та передачу інформації через візуальні засоби.

Сучасні підходи до визначення візуальної ідентифікації також пов'язані із розвитком цифрових інструментів проєктування інтерфейсів. У міжнародних дослідженнях UI-дизайну значна увага приділяється створенню вайрфрейми, дизайн-систем та інтерактивних прототипів як складових формування цілісного візуального середовища цифрового

продукту. Дослідження у сфері UX/UI-проєктування підтверджують, що структурованість інтерфейсу та візуальна логіка безпосередньо впливають на ефективність взаємодії користувача із застосунком.

Для освітніх застосунків особливого значення набуває поєднання функціональності та емоційної привабливості інтерфейсу. Дитяча аудиторія потребує простих композиційних рішень, зрозумілих графічних образів, яскравої кольорової палітри та інтерактивних механік, які стимулюють інтерес до навчального процесу. Саме тому візуальна ідентифікація освітнього застосунку повинна поєднувати елементи брендингу, UI/UX-дизайну та психології дитячого сприйняття.

Здійснений аналіз сучасних наукових підходів дозволяє зробити висновок, що візуальна ідентифікація є багатокомпонентною системою візуальної комунікації, яка поєднує естетичні, функціональні та емоційні аспекти взаємодії бренду з користувачем. У сучасному цифровому середовищі айдентика інтегрується у структуру інтерфейсу та стає важливою складовою користувацького досвіду. Для освітніх цифрових платформ, орієнтованих на дитячу аудиторію, візуальна ідентифікація виконує не лише функцію впізнаваності бренду, а й сприяє формуванню комфортного, інтуїтивного та емоційно позитивного середовища навчання.

1.2. Поняття айдентики та її роль у освітніх цифрових продуктах

У сучасному цифровому середовищі айдентика є одним із важливих інструментів формування візуального образу бренду та забезпечення ефективної комунікації з аудиторією. Поняття «айдентика» походить від англійського слова identity та у сфері графічного дизайну трактується як система візуальної ідентифікації бренду, що включає логотип, кольорову палітру, типографіку, графічні елементи, іконографіку, композиційні принципи та правила їх використання. Айдентика формує цілісний образ продукту, забезпечує його впізнаваність і створює емоційний зв’язок між

брендом та користувачем. У контексті розвитку цифрового дизайну особливого значення набуває взаємозв’язок UI/UX-проєктування та айдентики, де вона вже не обмежується лише статичними графічними елементами, а інтегрується у структуру інтерфейсу та користувацький досвід. Дон Норман у праці *The Design of Everyday Things* зазначає, що дизайн цифрового продукту повинен забезпечувати не лише функціональність, а й емоційну привабливість та зрозумілість взаємодії. Саме тому в сучасному UI/UX-дизайні візуальна ідентифікація стає складовою experience design — комплексного проєктування взаємодії користувача із цифровим продуктом [46].

Сучасні дослідження UI/UX-дизайну підтверджують важливість візуальної складової у формуванні позитивного користувацького досвіду. У науковій роботі «Інновації в UI/UX-дизайні як ключ до успішного просування вебресурсів» зазначено, що якість інтерфейсних рішень безпосередньо впливає на поведінкові показники користувачів, рівень залученості та комфорт взаємодії із цифровим продуктом. Автори підкреслюють важливість мінімалізму, інтерактивності та адаптивності сучасних інтерфейсів.

Важливим аспектом сучасної візуальної ідентифікації є її адаптивність до різних цифрових середовищ. У сучасному UI/UX-дизайні брендова система повинна однаково ефективно функціонувати у мобільних застосунках, вебсервісах, соціальних мережах та рекламних матеріалах. Це сприяє формуванню цілісного візуального образу бренду та забезпечує єдність користувацького досвіду.

Одним із головних аспектів сучасної айдентики є її системність. У дослідженні «Системний підхід до вивчення явища графічного дизайну» наголошується, що графічний дизайн необхідно розглядати як комплексну систему, де всі елементи взаємопов’язані між собою. Візуальна ідентифікація формується не окремими графічними компонентами, а через

узгодженість кольору, типографіки, композиції, стилістики та комунікаційної стратегії. Саме системний підхід дозволяє створити цілісний та впізнаваний бренд-образ [17, с. 201-202].

Особливої актуальності питання візуальної ідентифікації набуває у контексті цифрового дизайну та мобільних застосунків. Сучасний користувач взаємодіє із брендом через інтерфейс, тому UI/UX-дизайн стає невід'ємною частиною айдентики. У міжнародному дослідженні «Privacy Starts with UI: Privacy Patterns and Designer Perspectives in UI/UX Practice» визначено, що інтерфейс сьогодні є не лише технічним інструментом, а й засобом формування довіри, комфорту та емоційної взаємодії користувача із продуктом. Дослідники підкреслюють важливість цілісної візуальної системи та послідовності дизайну у цифровому середовищі [34].

Саме візуальна складова є першим етапом взаємодії користувача із застосунком або вебплатформою. У цифровому середовищі користувач сприймає бренд переважно через інтерфейс, тому айдентика безпосередньо впливає на формування довіри, рівень зацікавленості та комфорт взаємодії. У праці «Графічний дизайн у просторі інформаційно-комунікативних технологій сучасності» зазначається, що сучасний дизайн цифрових продуктів виконує роль посередника між людиною та інформаційним середовищем. Авторка наголошує, що візуальна система бренду забезпечує не лише естетичну привабливість, а й полегшує навігацію та сприйняття інформації [2, с. 103]. У цифрових продуктах айдентика тісно пов'язана із UI/UX-дизайном. Якщо традиційний брендинг був орієнтований переважно на друковану продукцію та рекламу, то сучасна айдентика інтегрується безпосередньо в інтерфейс застосунку. Колірна система, кнопки, анімація, іконографіка та структура екранів та ін. стають частиною єдиної візуальної мови бренду. Саме тому UI-дизайн сьогодні розглядається як продовження айдентики у цифровому середовищі. У дослідженні [34] наголошується, що інтерфейс сучасного цифрового продукту є інструментом формування

довіри користувача. Послідовність візуальних рішень, зрозуміла навігація та цілісна стилістика впливають на психологічне сприйняття продукту та комфорт взаємодії з ним.

Особливо актуальною роль айдентики є для освітніх цифрових продуктів, де візуальна система виконує не лише функцію впізнаваності, а й сприяє залученню учня до навчального процесу. Таким чином, айдентика є важливою складовою сучасного цифрового продукту, яка забезпечує впізнаваність бренду, формує емоційний образ та впливає на користувацький досвід. У цифровому середовищі айдентика виходить за межі традиційного брендингу та інтегрується у структуру інтерфейсу, стаючи невід'ємною частиною UI/UX-дизайну. Саме комплексний підхід до формування візуальної ідентичності дозволяє створити ефективний, естетично привабливий та конкурентоспроможний цифровий продукт.

1.3. Сучасні тенденції UI/UX-дизайну освітніх цифрових продуктів

UI/UX-дизайн є одним із важливих чинників ефективності мобільних застосунків та цифрових платформ. Особливо актуальним це питання є для освітніх цифрових продуктів, орієнтованих на дитячу аудиторію, оскільки саме якість інтерфейсу та користувацького досвіду визначає рівень залученості користувача, зручність взаємодії та ефективність сприйняття навчального контенту. Сучасні освітні застосунки поєднують функціональність, емоційність та інтерактивність, а UI/UX-дизайн стає важливим інструментом мотивації до навчання та формування позитивного користувацького досвіду.

Поняття UI (User Interface) охоплює візуальну складову цифрового продукту: структуру екранів, кольорову систему, типографіку, кнопки, графічні елементи та загальну стилістику інтерфейсу. UX (User Experience) стосується користувацького досвіду, тобто зручності, логіки взаємодії,

інтуїтивності навігації та емоційного сприйняття цифрового середовища. У сучасному дизайні UI та UX є взаємопов’язаними компонентами, що формують цілісну систему взаємодії користувача з продуктом.

Американський дослідник Дон Норман визначає UX-дизайн як процес створення продуктів, які забезпечують користувачеві комфортну, ефективну та емоційно позитивну взаємодію. Науковець підкреслює, що сучасний дизайн повинен орієнтуватися не лише на естетичну привабливість, а насамперед на потреби користувача та зрозумілість взаємодії [46]. Саме тому у сучасному UI/UX-проєктуванні велика увага приділяється usability, accessibility та user-centered design.

У праці Дж. Гарретта користувацький досвід розглядається як багаторівнева структура, що складається зі стратегії, функціонального обсягу, структури, каркаса та поверхневого візуального рівня [32]. Такий підхід є важливим для проєктування освітніх мобільних застосунків, оскільки дозволяє не зводити UI/UX лише до зовнішнього оформлення. Спочатку визначаються цілі продукту, потреби користувачів і функціональні можливості, після чого формується логіка взаємодії, навігаційна система, вайрфрейми і лише потім — фінальна візуальна стилістика. Для освітніх застосунків це означає, що айдентика, кольорова система, персонажі та ігрові елементи повинні не просто прикрашати інтерфейс, а підтримувати навчальну функцію та зрозумілий сценарій користувацької взаємодії.

Важливим підходом у сучасному UI/UX-дизайні є goal-directed design, тобто проєктування, орієнтоване на цілі користувача. А. Купер наголошує на необхідності розуміння мотивації, потреб і поведінкових сценаріїв користувачів ще до створення інтерфейсних рішень [29]. У контексті освітніх застосунків це означає, що дизайнер повинен враховувати не лише дії дитини в інтерфейсі, а й роль батьків, педагогів, рівень цифрової грамотності, тривалість концентрації уваги та потребу у

швидкому зворотному зв’язку. Саме тому сучасний освітній UI/UX-дизайн має бути не лише естетичним, а й поведінково обґрунтованим.

Однією з провідних тенденцій сучасного UI/UX-дизайну є мінімалізм. Мінімалістичний підхід передбачає використання обмеженої кількості візуальних елементів, чіткої композиції, достатнього вільного простору та акцентування уваги користувача на головному змісті. У мобільному освітньому застосунку мінімалізм допомагає уникнути інформаційного перевантаження, що особливо важливо для дітей молодшого віку. Проте в дитячих продуктах мінімалізм не має означати візуальну сухість або надмірну нейтральність. Навпаки, він повинен поєднуватися з емоційними акцентами: персонажами, кольоровими маркерами, іконками, анімацією та дружньою стилістикою.

Тісно пов’язаною з мінімалізмом є тенденція flat design. Flat design характеризується відмовою від складних текстур, об’ємних ефектів і надмірної декоративності. Його основними ознаками є прості геометричні форми, чиста типографіка, виразні кольорові площини та зрозуміла іконографіка. Для освітніх застосунків flat design є зручним, оскільки полегшує сприйняття інформації та добре адаптується до різних розмірів екранів. У дитячому інтерфейсі такий підхід дозволяє створювати прості, впізнавані й зрозумілі образи, які не відволікають від навчального змісту.

Сучасний освітній UI/UX-дизайн також активно використовує адаптивність. Adaptive design та responsive design забезпечують коректне відображення інтерфейсу на різних пристроях: смартфонах, планшетах, ноутбуках або інтерактивних екранах. Для освітніх цифрових продуктів це важливо тому, що користувачі можуть взаємодіяти із застосунком у різних умовах: удома, у школі, під час дистанційного навчання або в дорозі. Адаптивність дозволяє зберегти цілісність користувацького досвіду, візуальну логіку та функціональність незалежно від формату пристрою.

Однією з головних особливостей UI/UX-дизайну мобільних застосунків є орієнтація на простоту та швидкість взаємодії. Мобільний інтерфейс повинен бути інтуїтивно зрозумілим, адаптивним та візуально структурованим. Зважаючи на обмежений розмір екрана мобільного пристрою, сучасні дизайнери прагнуть мінімізувати перевантаження інтерфейсу та забезпечити логічну ієрархію елементів. У дослідженні Дж. Тідвелл [50] зазначається, що успішний інтерфейс повинен базуватися на зрозумілих патернах взаємодії, простій навігації та передбачуваності дій користувача.

У сфері освітніх цифрових продуктів UI/UX-дизайн набуває особливого значення, оскільки інтерфейс впливає на процес навчання та рівень концентрації користувача. Для дитячої аудиторії важливими є великі інтерактивні елементи, зрозумілі візуальні символи, яскрава кольорова палітра та наявність елементів гейміфікації. Дослідники наголошують, що дитячі освітні застосунки повинні поєднувати простоту використання із візуальною привабливістю та емоційною взаємодією.

Однією із провідних тенденцій сучасного UI/UX-дизайну є мінімалізм. Мінімалістичний підхід передбачає використання обмеженої кількості візуальних елементів, простих композиційних рішень та акцентування уваги користувача на ключовому контенті. Мінімалізм сприяє підвищенню читабельності інтерфейсу, полегшує навігацію та покращує usability цифрового продукту. У сучасних освітніх платформах мінімалістичний дизайн часто поєднується із яскравими акцентами та анімованими елементами, що дозволяє створити баланс між функціональністю та емоційною привабливістю.

Тісно пов’язаною із мінімалізмом є тенденція використання flat design. Flat design характеризується відмовою від складних текстур, реалістичних ефектів та надлишкової декоративності. Основними рисами flat design є прості геометричні форми, контрастні кольори, чиста

типографіка та візуальна лаконічність. Згідно з дослідженнями Interaction Design Foundation, flat design сприяє швидшому сприйняттю інформації та забезпечує кращу адаптивність інтерфейсу до різних цифрових пристроїв [35].

У сучасному UI/UX-дизайні освітніх платформ також активно використовується adaptive design та responsive design. Адаптивний дизайн забезпечує коректне відображення інтерфейсу на різних пристроях — смартфонах, планшетах, ноутбуках та інтерактивних панелях. Для освітніх цифрових продуктів це особливо важливо, оскільки користувачі можуть взаємодіяти із застосунком у різних умовах та на різних екранах. Адаптивність дозволяє забезпечити цілісність користувацького досвіду незалежно від типу пристрою.

Однією із найбільш актуальних тенденцій сучасного освітнього UI/UX-дизайну є gamification — використання ігрових механік у неігровому середовищі. Гейміфікація сприяє підвищенню мотивації користувачів, формує емоційне залучення та стимулює інтерес до навчального процесу. До основних елементів gamification належать система винагород, досягнення, рівні, інтерактивні персонажі, бали, анімація та візуальні ефекти.

У роботі [37] К. Капп зазначає, що використання ігрових механік позитивно впливає на когнітивну активність учнів та покращує ефективність навчання. Особливо ефективною гейміфікація є у мобільних застосунках для молодшої аудиторії, де процес навчання інтегрується у формат інтерактивної гри.

Сучасні освітні цифрові продукти активно використовують анімацію та інтерактивні елементи як засіб покращення UX. Анімовані переходи, реакції кнопок, мікровзаємодії та персонажна стилістика створюють більш «живий» інтерфейс та покращують емоційне сприйняття цифрового продукту. При цьому сучасні UX-дослідження наголошують на

необхідності помірного використання анімації, щоб уникнути перевантаження інтерфейсу.

Важливу роль у сучасному UI/UX-дизайні відіграє також accessibility — доступність цифрового продукту для різних категорій користувачів. Сучасні освітні платформи повинні враховувати потреби користувачів із різними особливостями сприйняття інформації, зокрема забезпечувати достатній контраст тексту, зрозумілу навігацію та доступність інтерактивних елементів. У міжнародних рекомендаціях WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) наголошується на важливості універсального дизайну цифрових сервісів [51].

Дослідниця А. Вілер зазначає, що сучасна айдентика повинна бути інтегрованою у всі рівні цифрової комунікації бренду, а інтерфейс стає важливою складовою брендового experience design [52]. Саме тому сучасні освітні цифрові продукти створюються як цілісні дизайн-системи, де UI/UX-дизайн є продовженням візуальної ідентичності бренду.

У дослідженні [15] зазначено, що візуальна складова інтерфейсу формує перше враження користувача про продукт та суттєво впливає на рівень довіри до бренду. Автори підкреслюють, що сучасний дизайн повинен поєднувати естетичність, функціональність та емоційність.

Н. Єнчева у дослідженні візуального брендингу підкреслює значення візуальних кодів, образності та комунікаційної цілісності бренду в сучасній культурі [8]. Цей підхід важливий для проєктування дитячого освітнього застосунку, оскільки бренд має бути не лише впізнаваним, а й емоційно зрозумілим для цільової аудиторії. У освітніх застосунках візуальні коди можуть формуватися через образ корони, дружніх персонажів, яскраву кольорову систему, м’яку геометрію, ігрові елементи та позитивну тональність інтерфейсу. Зокрема, у статті Р. Косаревської про вплив графічного дизайну на споживачів зазначається, що семіотичні й комунікативні засоби дизайну формують значення, асоціації та емоційне

ставлення аудиторії до продукту [11]. Для освітнього застосунку це особливо важливо, адже довіра до бренду формується не лише у дитини, а й у батьків, які оцінюють безпечність, зрозумілість і якість цифрового середовища.

Отже, сучасні тенденції UI/UX-дизайну освітніх цифрових продуктів базуються на поєднанні функціональності, естетики, адаптивності та емоційної взаємодії. Мінімалізм і flat design забезпечують чистоту інтерфейсу та легкість сприйняття, adaptive design гарантує зручність використання на різних пристроях, а gamification підвищує мотивацію до навчання. Водночас візуальна комунікація відіграє ключову роль у формуванні бренду освітнього застосунку, оскільки саме через інтерфейс користувач найчастіше взаємодіє з продуктом.

РОЗДІЛ ІІ
ПЕРЕДПРОЄКТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ РІШЕНЬ ТА ІНТЕРФЕЙСІВ ОСВІТНІХ ЗАСТОСУНКІВ

2.1. Особливості візуального сприйняття учнівської аудиторії

Активний розвиток мобільних технологій, цифрових освітніх платформ та інтерактивних застосунків змінює способи отримання знань і формує нові вимоги до дизайну освітнього середовища. Для учнівської аудиторії дизайн інтерфейсу виконує не лише естетичну функцію, а й безпосередньо впливає на рівень концентрації уваги, мотивацію до навчання, швидкість сприйняття інформації та загальний користувацький досвід. Саме тому сучасний UI/UX-дизайн освітніх застосунків повинен враховувати психологічні, фізіологічні та поведінкові особливості дитячого та підліткового сприйняття.

Психологічні особливості школярів значною мірою визначають специфіку взаємодії з цифровими продуктами. У молодшому та середньому шкільному віці домінує образне та емоційне мислення, тому візуальні елементи сприймаються швидше й ефективніше, ніж великі масиви текстової інформації. Дослідник Жан Піаже у своїй теорії когнітивного розвитку зазначає, що у шкільному віці дитина поступово переходить від наочно-образного до логічного мислення, однак візуальні стимули продовжують відігравати провідну роль у процесі навчання [48]. Саме тому освітні цифрові продукти повинні використовувати зрозумілі графічні образи, візуальні підказки, ілюстрації та інтерактивні елементи.

Психологи також наголошують, що школярі мають коротший період концентрації уваги порівняно з дорослими користувачами. Надмірно складний або перевантажений інтерфейс може викликати втому, втрату інтересу та зниження ефективності навчального процесу. У праці Дж. Медіни зазначається, що людський мозок краще сприймає структуровану інформацію, подану через поєднання тексту, зображень та інтерактивних

стимулів [43]. Для учнівської аудиторії це означає необхідність використання чіткої композиції, візуальної ієрархії та логічного групування елементів інтерфейсу.

Особливості сприйняття школярів також пов’язані з емоційною реакцією на візуальне середовище. Діти та підлітки значно активніше реагують на кольори, персонажів, анімацію та ігрові механіки. Саме тому сучасні освітні цифрові продукти часто використовують принципи gamification, які поєднують навчальний процес із елементами гри. К. Капп зазначає, що гейміфікація сприяє формуванню внутрішньої мотивації та позитивного ставлення до навчання [37]. Для школярів важливими є система винагород, візуальні досягнення, інтерактивні персонажі та анімовані реакції інтерфейсу.

Одним із важливих факторів візуального сприйняття є колір. Кольорова психологія у дизайні освітніх платформ безпосередньо впливає на емоційний стан користувача, рівень концентрації та комфорт взаємодії з інтерфейсом. У дитячому та підлітковому віці кольори сприймаються більш емоційно та асоціативно, ніж у дорослої аудиторії. Дослідники кольорової психології зазначають, що теплі кольори активізують увагу та стимулюють активність, тоді як холодні сприяють концентрації та зниженню емоційної напруги [31]. У сучасному UI/UX-дизайні освітніх застосунків для школярів найчастіше використовуються яскраві, але збалансовані кольорові палітри. Надмірна кількість контрастних кольорів може перевантажувати сприйняття та викликати втому. Саме тому сучасний дизайн орієнтується на гармонійне поєднання акцентних та нейтральних кольорів. Наприклад, синій часто асоціюється зі спокоєм, довірою та концентрацією, зелений — із безпечністю та розвитком, жовтий — з енергією та позитивними емоціями. Червоний використовується переважно як акцентний колір для привернення уваги до важливих елементів інтерфейсу.

Дослідниця Н. Єнчева зазначає, що колір у сучасному цифровому дизайні виконує не лише декоративну, а й комунікативну функцію, формуючи емоційне сприйняття бренду та впливаючи на поведінку користувача [8]. Для дитячих освітніх застосунків кольорова система повинна створювати позитивну та безпечну атмосферу, яка стимулюватиме інтерес до навчального процесу.

Особливу роль у дитячому UI/UX-дизайні відіграють персонажі. Персонажна стилістика є одним із найефективніших засобів емоційної комунікації з дитиною. Персонажі допомагають формувати асоціативний зв’язок із брендом, створюють емоційне залучення та полегшують навігацію в інтерфейсі. У багатьох сучасних освітніх застосунках персонажі виконують роль помічників, мотиваторів або провідників у навчальному процесі. Прикладом успішного використання персонажної стилістики є застосунок Duolingo, де персонаж сови став одним із головних елементів брендової комунікації. Завдяки анімації, емоційним реакціям та інтерактивності персонаж формує емоційний контакт із користувачем і підвищує рівень залученості до навчального процесу.

Ще одним важливим інструментом залучення уваги та мотивації в учнівській аудиторії є гейміфікація, яка розглядається як один із провідних інструментів модернізації цифрової освіти та підвищення ефективності навчального процесу. Вітчизняні дослідники пов’язують її із розвитком мобільних технологій, інтерактивного навчання та цифрових освітніх платформ. Аналіз українських публікацій свідчить, що гейміфікація трактується не лише як використання гри у навчанні, а як комплексна система мотиваційних, поведінкових та візуально-комунікативних механік, інтегрованих у цифрове освітнє середовище.

У більшості досліджень гейміфікація визначається як спосіб підвищення мотивації та залученості учнів до навчального процесу. У праці Д. Вербовецького зазначено, що гейміфікація є інноваційним

підходом до організації освітнього процесу, який базується на використанні ігрових елементів у неігровому середовищі та сприяє розвитку критичного мислення, творчості й зацікавленості учнів у навчанні. Автор підкреслює, що сучасна цифрова освіта дедалі більше орієнтується на інтерактивність, мобільність та емоційне залучення користувача [5].

У дослідженні С. Переяславської та О. Смагіна [14, с. 152-254] акцентується увага на тому, що традиційні форми навчання поступово втрачають ефективність у взаємодії із сучасною учнівською аудиторією, яка звикла до цифрового середовища, швидкого отримання інформації та інтерактивних форматів комунікації. Автори зазначають, що використання гейміфікації дозволяє зробити освітній процес більш динамічним, емоційно привабливим та мотивуючим для школярів. Часто дослідники також пов’язують популяризацію гейміфікації із процесами цифровізації освіти. У навчальному посібнику «Цифрові освітні технології» гейміфікація розглядається серед важливих сучасних освітніх трендів поряд із дистанційним навчанням, мобільними платформами, adaptive learning та інтерактивними цифровими середовищами. Автори наголошують, що цифрові освітні продукти повинні враховувати психологічні особливості сучасних учнів та забезпечувати не лише передачу знань, а й підтримання постійної мотивації до навчання [18].

Значна частина досліджень присвячена впливу гейміфікації на мотивацію учнів. Так, Г. Козуб зазначає, що використання ігрових механік позитивно впливає на навчальну активність, сприяє формуванню позитивного емоційного досвіду та підтримує інтерес школярів до освітнього процесу. Дослідниця наголошує, що система балів, рівнів, винагород та досягнень стимулює внутрішню мотивацію учнів і формує позитивне ставлення до навчання [10]. Гейміфікація також розглядається як інструмент персоналізації навчального процесу. Завдяки цифровим платформам користувач отримує можливість бачити власний прогрес,

проходити індивідуальні сценарії навчання та взаємодіяти із системою у комфортному темпі. У цьому контексті гейміфікація стає не лише елементом візуальної привабливості, а й важливим UX-механізмом, який забезпечує постійний зворотний зв’язок між користувачем та освітнім продуктом.

У статті О. Анічкіної [1] зазначається, що використання ігрових механік дозволяє спростити сприйняття складного навчального матеріалу та зробити освітній процес більш доступним для учнів. Авторка підкреслює, що сучасні школярі краще реагують на інтерактивні форми навчання, які поєднують візуалізацію, сюжетність та емоційний компонент. У публікаціях І. Варнавської гейміфікація розглядається як засіб розвитку комунікативних компетентностей та підвищення активності здобувачів освіти. Авторка зазначає, що цифрові освітні продукти, побудовані на принципах гейміфікації, дозволяють формувати більш комфортне та емоційно позитивне середовище навчання [4].

Водночас у вітчизняних дослідженнях простежується й критичний підхід до використання гейміфікації. Деякі автори наголошують, що надмірне використання ігрових механік може призводити до зміщення акценту з навчального змісту на розважальну складову. Саме тому українські дослідники рекомендують використовувати гейміфікацію як допоміжний інструмент навчання, а не як самоціль.

У дослідженні Н. Цуканової звертається увага на проблему недостатньої підготовки педагогів до використання гейміфікованих технологій у цифровому середовищі. Авторка зазначає, що частина вчителів не використовує можливості цифрових платформ через відсутність практичного досвіду або недостатню цифрову компетентність [19]. Це свідчить про необхідність створення максимально зрозумілих та інтуїтивних інтерфейсів освітніх застосунків не лише для дітей, а й для педагогів та батьків. Також наголошується на важливості поєднання

гейміфікації та UX-дизайну. Автори підкреслюють, що ефективна гейміфікація неможлива без продуманого інтерфейсу, логічної навігації та зрозумілої системи взаємодії користувача із цифровим продуктом. Саме UI/UX-дизайн забезпечує доступність ігрових механік та комфортне сприйняття освітнього середовища.

Дослідження, присвячене інноваційним освітнім технологіям, зазначає, що сучасна освіта дедалі більше орієнтується на інтерактивність, персоналізацію та емоційний досвід користувача. Автори підкреслюють, що гейміфікація є одним із найефективніших способів підвищення зацікавленості школярів у навчанні та створення комфортного цифрового середовища [16].

Анімація також є важливим інструментом, зокрема використовується не лише як декоративний елемент, а як засіб покращення usability та навігації. Мікроанімації допомагають пояснювати функції елементів, створювати візуальний зворотний зв’язок та робити взаємодію більш зрозумілою. Водночас надмірна кількість анімації може негативно впливати на концентрацію уваги та перевантажувати інтерфейс. Саме тому сучасний дизайн орієнтується на помірне та функціонально обґрунтоване використання анімованих елементів.

Таким чином можливо зробити висновок, що психологічні особливості дитячої аудиторії, кольорова психологія, персонажна стилістика, анімація та гейміфікація безпосередньо впливають на ефективність навчального процесу та якість користувацького досвіду. Сучасний UI/UX-дизайн освітніх платформ орієнтується на поєднання функціональності, доступності та емоційної взаємодії, що дозволяє створювати комфортне цифрове середовище для школярів.

2.2. Аналіз аналогів та прототипів освітніх застосунків

У сучасному цифровому середовищі ринок освітніх мобільних застосунків активно розвивається та характеризується високим рівнем конкуренції. UI/UX-дизайн, айдентика та візуальна комунікація стають одними з важливих чинників успішності освітнього цифрового продукту. Саме тому під час проєктування застосунку «Crowned Kids» важливим етапом дослідження є аналіз сучасних аналогів та прототипів освітніх платформ, орієнтованих на дитячу та підліткову аудиторію.

Для аналізу було обрано найбільш популярні та візуально репрезентативні освітні застосунки сучасного цифрового середовища: Duolingo, Khan Academy Kids, ClassDojo, Quizlet, Lingokids та Kahoot!. Було обрано саме ці застосунки для дослідження, оскільки вони поєднують сучасні UI/UX-підходи, гейміфікацію, adaptive design, інтерактивну взаємодію та цілісну айдентику та мають широку аудиторію користувачів, стабільно високі рейтинги та активно використовують сучасні тенденції мобільного дизайну.

В аналізі приділено увагу візуальній ідентифікації, кольоровій системі, типографіці, ергономіці інтерфейсу, анімації, персонажній стилістиці та інтеграції елементів гейміфікації у структуру цифрового продукту.

Одним із найвідоміших прикладів сучасного гейміфікованого освітнього застосунку є Duolingo [30]. Візуальна структура застосунку побудована навколо яскравого зеленого кольору та персонажа сови Duo, який став центральним елементом брендової комунікації. Використання персонажа створює емоційний зв’язок із користувачем та підвищує впізнаваність бренду. Кольорова система застосунку базується на контрастному поєднанні зеленого, білого та додаткових акцентних кольорів, що забезпечує хорошу читабельність і швидке сприйняття інформації.

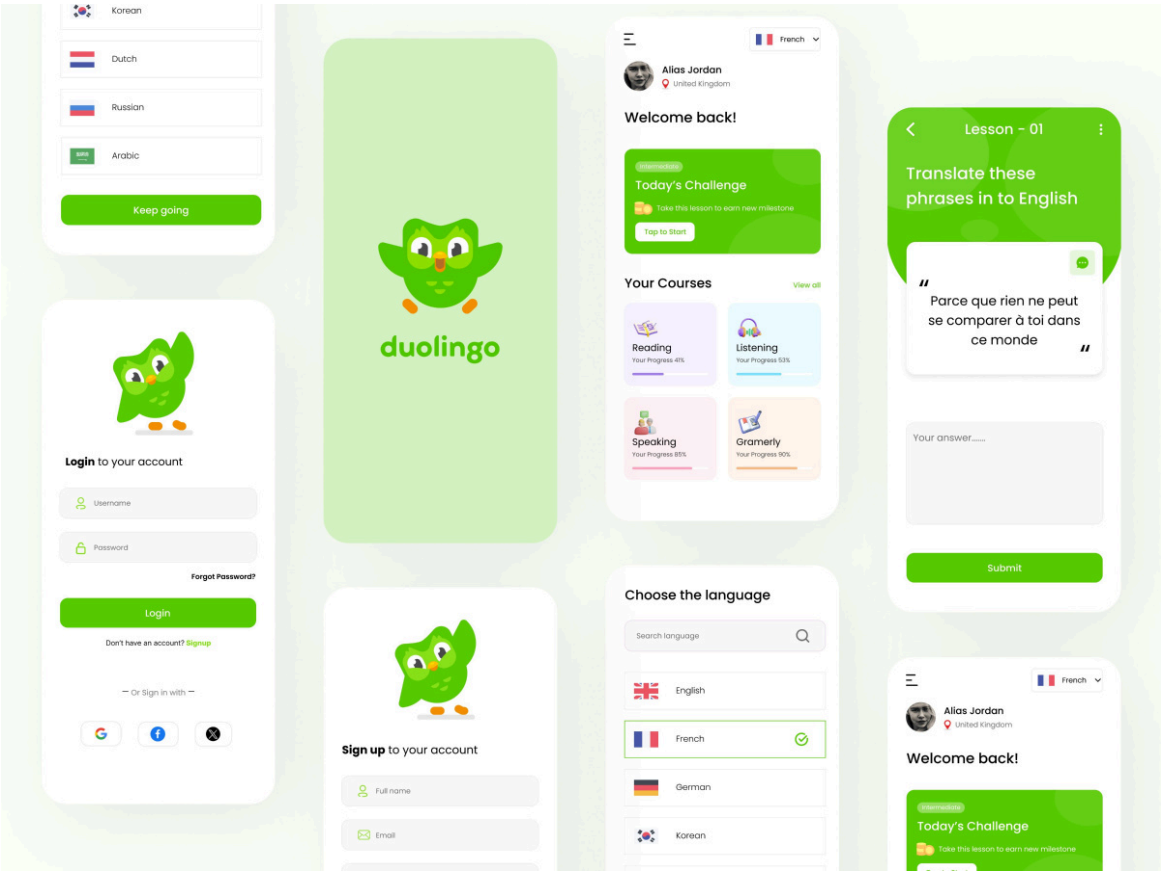


Рисунок 2.1 – Duolingo [30]

UI-дизайн Duolingo орієнтований на мінімалізм та просту навігацію. Інтерфейс містить великі інтерактивні елементи, округлі форми, чітку візуальну ієрархію та достатню кількість вільного простору. Типографіка є максимально простою та адаптованою до мобільних екранів. Основною перевагою застосунку є високий рівень гейміфікації: система streaks, балів, рейтингів, досягнень, анімацій та візуального прогресу підтримує постійну мотивацію користувача.

Серед недоліків Duolingo можна виділити певну надмірність анімацій та ігрових механік, які іноді відволікають від навчального змісту. Крім того, інтерфейс орієнтований переважно на швидку взаємодію, що частково спрощує глибину навчального процесу.

Аналізуючи Khan Academy Kids [38] — освітній застосунок для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, зазначимо, що його дизайн суттєво відрізняється від більшості освітніх платформ завдяки великій кількості ілюстративних елементів, персонажній стилістиці та м’якій

кольоровій палітрі. Основними кольорами інтерфейсу є блакитний, зелений, помаранчевий та жовтий, які створюють позитивну й безпечну емоційну атмосферу.



Рисунок 2.2 – Khan Academy Kids [38]

Айдентика застосунку побудована навколо дружніх персонажів-тварин, які супроводжують дитину під час навчання. Це дозволяє створити емоційно комфортне цифрове середовище та полегшує адаптацію дитини до інтерфейсу. Важливою перевагою Khan Academy Kids є ергономіка інтерфейсу: великі кнопки, проста навігація, мінімальна кількість тексту та зрозуміла система візуальних підказок.

Типографіка застосунку характеризується використанням простих sans serif шрифтів із великим кеглем та високою читабельністю. Анімація

використовується помірно та виконує функцію підтримки UX, а не декоративного перевантаження інтерфейсу.

Серед недоліків можна виділити певну стилістичну перевантаженість окремих екранів через велику кількість ілюстрацій та кольорових акцентів. Для старшої учнівської аудиторії такий підхід може виглядати надто «дитячим».

Ще одним важливим прикладом сучасної освітньої платформи є ClassDojo [28]. Основною особливістю цього застосунку є поєднання освітнього середовища із соціальною взаємодією між учнями, вчителями та батьками. Візуальна айдентика ClassDojo базується на персонажній стилістиці та яскравих кольорах. Графічна система застосунку використовує м’які форми, дружні персонажі та flat design.

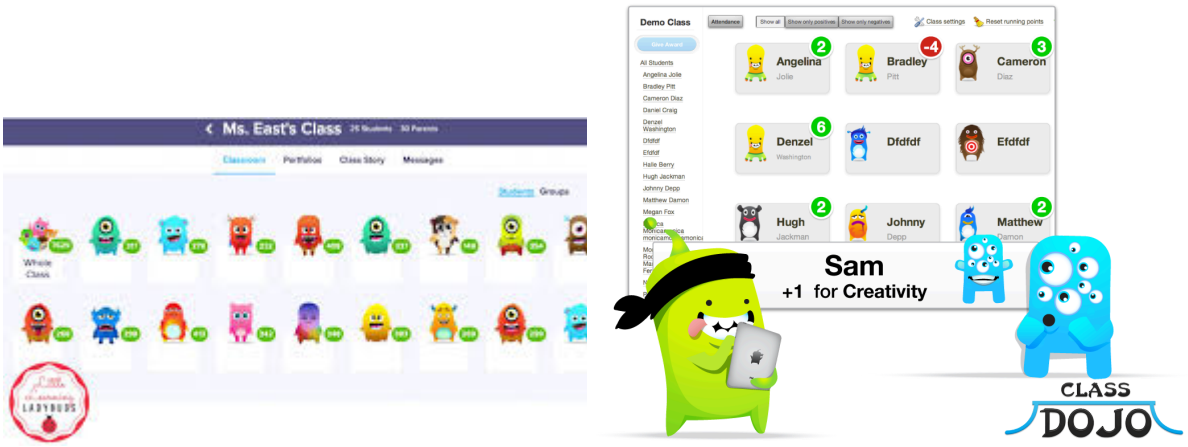


Рисунок 2.3 – ClassDojo [28]

Основною перевагою інтерфейсу є висока емоційна привабливість та інтерактивність. Анімація та мікровзаємодії використовуються для створення позитивного емоційного досвіду та системи мотивації. Інтерфейс є адаптивним та добре структурованим, а навігація — інтуїтивно зрозумілою.

Водночас ClassDojo має й певні недоліки. Велика кількість повідомлень, анімованих елементів та соціальних функцій іноді створює перевантаження інтерфейсу. Крім того, значна орієнтація на комунікацію між користувачами частково відсуває навчальний контент на другий план.

Для аналізу типографіки та ергономіки освітніх інтерфейсів важливим є застосунок Quizlet [49]. Його дизайн побудований на принципах мінімалізму та функціональності. Основними характеристиками UI є чиста композиція, велика кількість вільного простору, проста типографіка та чітка структура інформації.

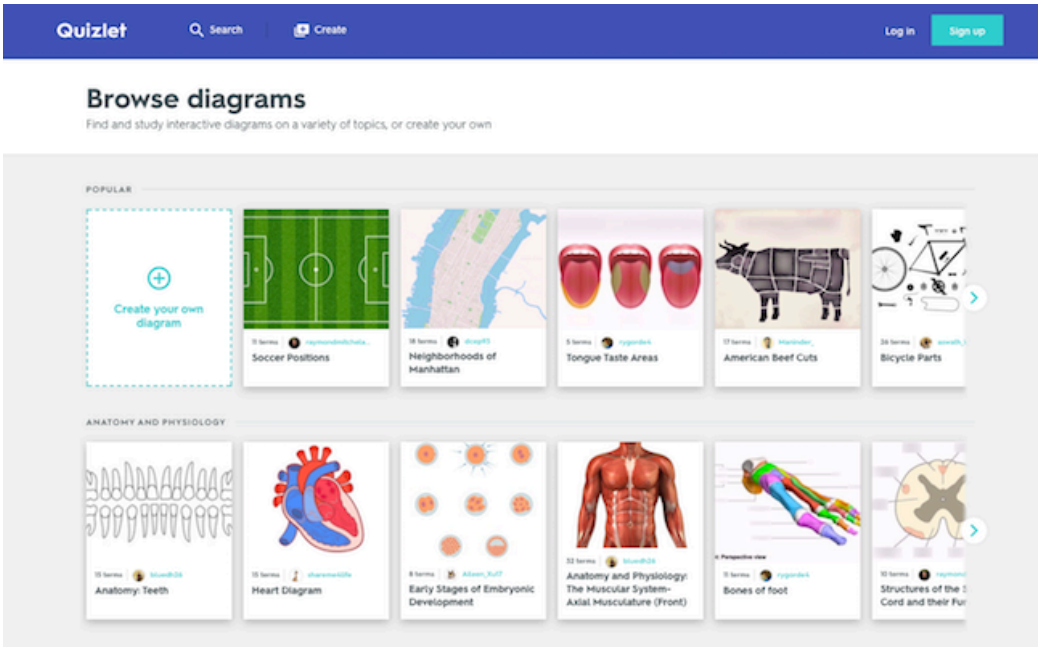


Рисунок 2.4 – Quizlet [49]

Кольорова система Quizlet є стриманішою порівняно з іншими дитячими освітніми платформами. Основними кольорами є синій, білий та світло-сірий, що створює більш «академічне» візуальне середовище. Типографіка застосунку має високий рівень читабельності та добре адаптована до мобільних пристроїв.

Перевагою Quizlet є висока ергономічність та usability інтерфейсу. Користувач швидко орієнтується у структурі застосунку, а навігація залишається максимально простою. Водночас застосунок має відносно низький рівень емоційної взаємодії та мінімальне використання персонажної стилістики, через що інтерфейс може сприйматися менш цікавим для молодшої аудиторії.

Важливим прикладом сучасного дитячого освітнього продукту є Lingokids [42]. Його айдентика побудована на поєднанні яскравої

кольорової палітри, персонажної стилістики та великої кількості анімованих елементів. Інтерфейс використовує насичені кольори, плавні форми та велику кількість ілюстративного контенту.



Рисунок 2.5 – Lingokids [42]

Однією з головних переваг Lingokids є високий рівень інтерактивності та емоційної комунікації з дитиною. Анімація активно інтегрується у UX та створює «живе» цифрове середовище. Гейміфікація реалізована через систему нагород, візуального прогресу, персонажів і мініігор.

Водночас у дизайні Lingokids простежується ризик надмірної візуальної активності. Значна кількість кольорових акцентів, анімації та декоративних елементів може перевантажувати сприйняття та відволікати користувача від навчального змісту.

Kahoot! [36] — інтерактивна платформа для створення навчальних вікторин і тестів. Дизайн застосунку орієнтований на швидку взаємодію, емоційну залученість користувача та динамічний формат навчання. Візуальна айдентика Kahoot! побудована на використанні яскравої кольорової палітри, контрастних елементів та flat design. Основним кольором бренду є фіолетовий, який поєднується з насиченими акцентними кольорами: зеленим, синім, червоним і жовтим. Такий підхід забезпечує високий рівень візуальної активності та добре відповідає особливостям

сприйняття школярів. Типографіка застосунку є простою, контрастною та добре адаптованою до мобільних пристроїв і великих екранів.



Рисунок 2.6 – Kahoot! [36]

Однією з головних переваг Kahoot! є високий рівень інтеграції гейміфікації у структуру UX. Система балів, рейтинги, таймери, змагальний формат та миттєвий візуальний зворотний зв'язок формують емоційно активне навчальне середовище та підтримують мотивацію користувачів. Інтерфейс застосунку є інтуїтивним і добре структурованим, а навігація — максимально спрощеною. Водночас значна кількість яскравих кольорів, динамічних переходів та елементів змагання може створювати ризик візуального перевантаження та відволікати частину користувачів від навчального змісту. Незважаючи на це, Kahoot! є одним із найбільш показових прикладів успішного поєднання UI/UX-дизайну, гейміфікації та емоційної взаємодії в сучасному освітньому цифровому середовищі.

Проведений аналіз дозволяє визначити основні тенденції сучасного дизайну освітніх застосунків: більшість сучасних платформ використовують принципи flat design та мінімалізму, поєднуючи простоту інтерфейсу з яскравими візуальними акцентами; важливу роль відіграє

персонажна стилістика, яка формує емоційний зв’язок між користувачем і брендом; сучасні освітні застосунки активно інтегрують гейміфікацію у структуру UX через систему винагород, досягнень, рівнів та інтерактивних сценаріїв. Також аналіз підтвердив, що успішний освітній застосунок повинен поєднувати естетичність, ергономічність та функціональність. Надмірна кількість анімації або декоративних елементів може перевантажувати інтерфейс, тоді як надто мінімалістичний дизайн — знижувати емоційне залучення користувача. Систематизовані результати аналізу наведено у додатку А.

Отже, результати аналізу аналогів дозволяють сформувати основні вимоги до проєктування застосунку «Crowned Kids». Майбутній дизайн повинен поєднувати дружню айдентику, помірну гейміфікацію, адаптивний інтерфейс, читабельну типографіку та ергономічну навігацію. Важливим є також створення збалансованої кольорової системи та використання персонажної стилістики, яка забезпечуватиме емоційну взаємодію із дитячою аудиторією.

2.3. Виявлення структури інтерфейсів сучасних освітніх застосунків

Для освітніх застосунків, орієнтованих на дитячу та підліткову аудиторію, особливого значення набувають логіка навігації, зрозуміла інформаційна архітектура та послідовність сценаріїв взаємодії користувача із системою. Саме тому під час проєктування освітнього застосунку «Crowned Kids» важливим етапом дослідження є аналіз user flow сучасних освітніх платформ та принципів побудови їхніх інтерфейсних структур.

У сучасних мобільних застосунках user flow визначається як сценарій взаємодії користувача із цифровим продуктом, який описує послідовність дій від входу в систему до досягнення конкретної мети. У освітніх цифрових середовищах user flow повинен бути максимально простим, логічним та інтуїтивним, особливо якщо цільовою аудиторією є школярі.

Школярі швидше втрачають концентрацію уваги, тому складна структура або перевантажена навігація можуть негативно впливати на ефективність взаємодії з продуктом. Аналіз сучасних освітніх застосунків показує, що більшість успішних платформ використовують спрощені сценарії взаємодії та мінімізують кількість кроків до виконання основної дії.

У Duolingo головний user flow побудований навколо швидкого переходу до навчального завдання. Після авторизації користувач одразу потрапляє на головний екран із картою прогресу, де основний акцент зроблено на продовженні навчальної сесії. Така структура мінімізує когнітивне навантаження та підтримує безперервність користувацького досвіду.

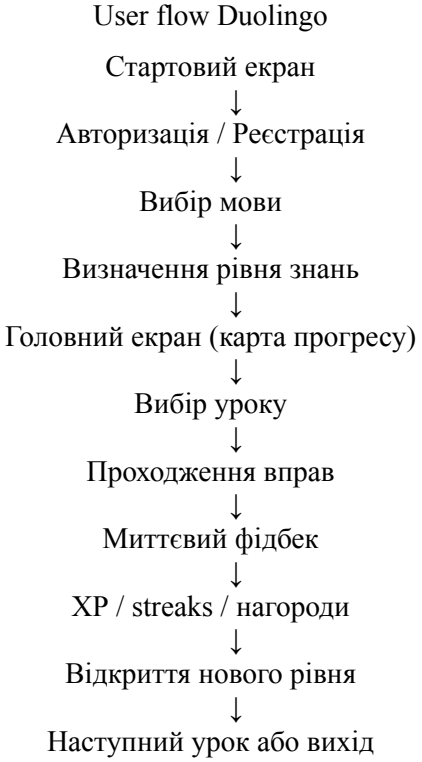


Рисунок 2.7 – User flow Duolingo

У Khan Academy Kids user flow побудований за принципом поступового супроводу дитини через навчальний процес. Навігація реалізована через великі інтерактивні елементи, персонажів та візуальні підказки. Основний сценарій взаємодії орієнтований не на швидкість, а на комфортне та зрозуміле пересування між освітніми блоками. Це відповідає

психологічним особливостям молодшої аудиторії, для якої важливими є емоційна підтримка та візуальна зрозумілість інтерфейсу.

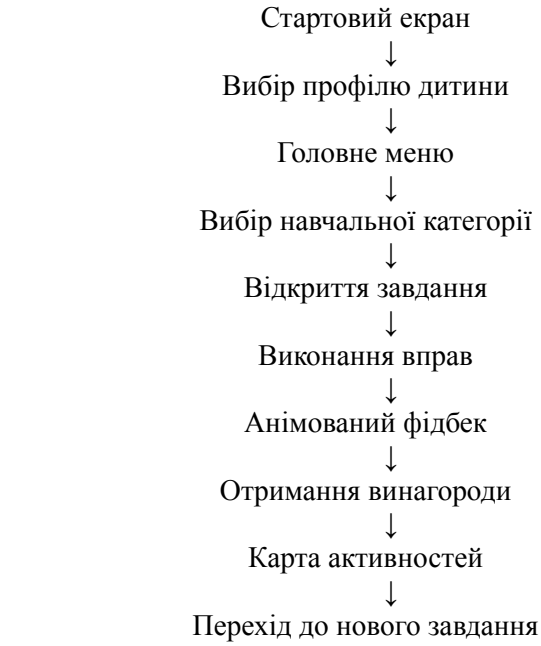


Рисунок 2.8 – User flow Khan Academy Kids

Аналіз сучасних платформ показує, що найбільш ефективними є модульні структури інтерфейсу, де інформація поділяється на окремі тематичні блоки або рівні. Наприклад, у Quizlet інформаційна архітектура побудована навколо навчальних наборів та категорій. Користувач швидко орієнтується у структурі контенту завдяки чіткій системі ієрархії, мінімалістичному дизайну та простій навігації.

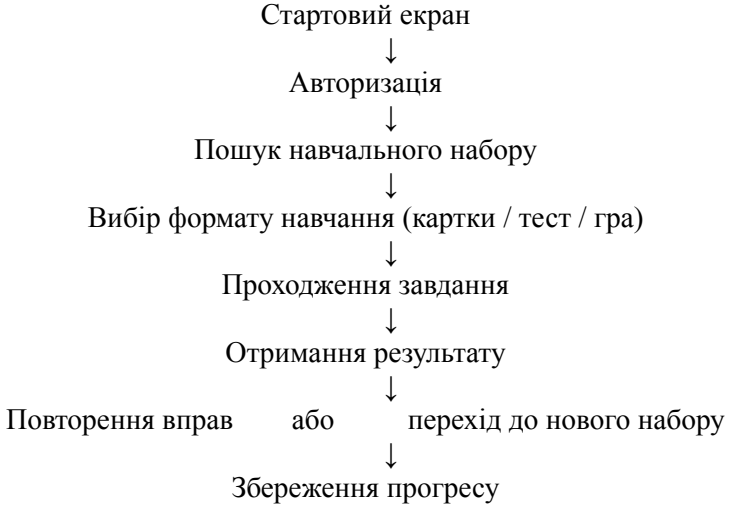


Рисунок 2.9 – User flow Quizlet

У ClassDojo структура інтерфейсу є складнішою, оскільки застосунок поєднує освітню платформу, систему комунікації та елементи соціальної взаємодії. Інформаційна архітектура ClassDojo побудована за принципом окремих функціональних модулів: навчальна взаємодія, повідомлення, профіль учня, система досягнень та комунікація з батьками. Такий підхід забезпечує багатофункціональність, однак частково ускладнює навігацію для молодших користувачів.

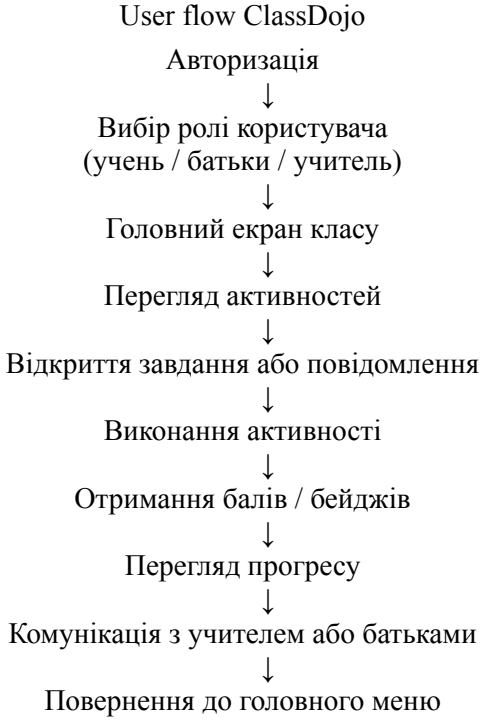


Рисунок 2.10 – User flow ClassDojo

У Lingokids логіка навігації побудована на принципі візуального супроводу користувача. Головний екран містить великі іконки, кольорові категорії та інтерактивні елементи, які допомагають дитині швидко орієнтуватися в інтерфейсі. Навігаційна структура є простою та адаптованою до особливостей дитячого сприйняття.

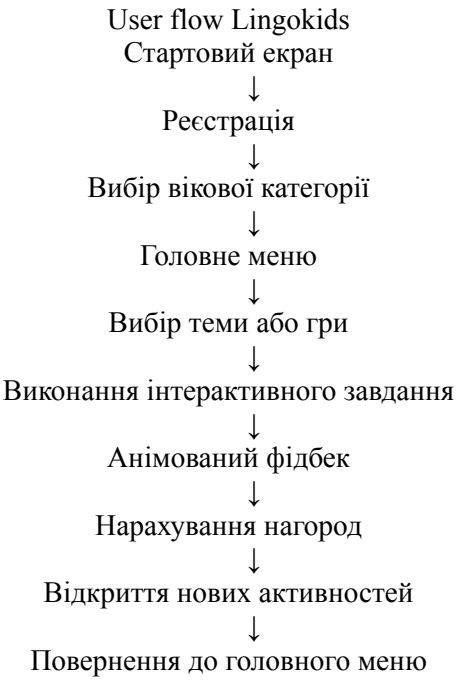


Рисунок 2.10 – User flow Lingokids

У Kahoot! user flow орієнтований на швидку динамічну взаємодію та елемент змагання. Навігація максимально спрощена, а основний акцент зроблено на проходженні тестів та отриманні миттєвого результату. Така структура добре працює у форматі коротких інтерактивних навчальних сесій, однак менш ефективна для довготривалого індивідуального навчання.

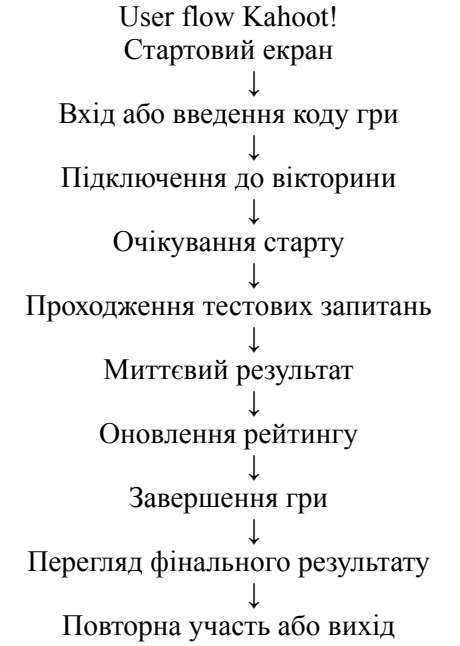


Рисунок 2.11– User flow Kahoot!

Усе вище наведене дає підстави зробити наступні висновки. У сучасному UI/UX-дизайні важливу роль відіграє інформаційна архітектура застосунку. Інформаційна архітектура визначає структуру контенту, взаємозв’язки між екранами та принципи організації інформації у цифровому середовищі. Для освітніх застосунків інформаційна архітектура повинна забезпечувати швидкий доступ до основних функцій, логічне групування контенту та зрозумілу структуру навчальних матеріалів. Аналіз сучасних платформ показує, що найбільш ефективними є модульні структури інтерфейсу, де інформація поділяється на окремі тематичні блоки або рівні.

Для дитячих освітніх застосунків важливою є також візуальна ієрархія інформації. Сучасні UI/UX-рішення орієнтуються на принципи chunking — поділ великого обсягу інформації на невеликі логічні блоки. Це дозволяє полегшити сприйняття контенту та зменшити когнітивне навантаження. Саме тому більшість сучасних освітніх платформ використовують короткі інформаційні блоки, великі кнопки, карткову систему та обмежену кількість елементів на одному екрані.

Важливим елементом структури інтерфейсу є логіка навігації. У сучасних освітніх застосунках навігація повинна бути максимально передбачуваною та інтуїтивною. Найчастіше використовуються нижнє меню навігації, карткова система переходів, swipe-жести та візуальні індикатори прогресу. Для дитячої аудиторії важливо, щоб користувач міг швидко повернутися до головного екрана або продовжити навчання без складних дій.

Сучасні освітні застосунки також активно використовують прогресивну навігацію. Такий підхід передбачає поступове відкриття функціоналу або навчальних рівнів у процесі взаємодії користувача із системою. Це дозволяє уникнути перевантаження інтерфейсу та підтримує мотивацію користувача через поступове досягнення цілей.

Важливою особливістю сучасного UI/UX-дизайну освітніх платформ є інтеграція гейміфікації у структуру user flow. У більшості сучасних застосунків сценарій взаємодії будується таким чином, щоб користувач постійно отримував позитивний зворотний зв’язок через бали, досягнення, анімацію або візуальні нагороди. Це підтримує мотивацію та створює емоційно позитивний користувацький досвід.

Важливим є також використання візуальної навігації, персонажної стилістики та системи прогресу, які допоможуть підтримувати емоційну взаємодію користувача із застосунком. User flow майбутнього застосунку повинен орієнтуватися на мінімальну кількість дій для початку навчання, просту систему переходів між екранами та інтеграцію елементів гейміфікації у структуру користувацького досвіду. Отже, аналіз сучасних освітніх застосунків підтверджує, що ефективна структура інтерфейсу базується на поєднанні ергономічності, логічної навігації, адаптивної інформаційної архітектури та емоційної взаємодії. Саме ці принципи є основою для подальшого проєктування.

РОЗДІЛ ІІІ
ПРОЄКТУВАННЯ АЙДЕНТИКИ ТА ІНТЕРФЕЙСУ ОСВІТНЬОГО ЗАСТОСУНКУ «CROWNED KIDS»

3.1. Формування концепції бренду та візуального образу

У сучасному цифровому середовищі бренд освітнього застосунку виконує не лише функцію візуальної ідентифікації, а й формує емоційне сприйняття користувача, рівень довіри до продукту та характер взаємодії із цифровим середовищем. Для дитячої та підліткової аудиторії особливого значення набувають емоційна привабливість бренду, дружня стилістика та зрозуміла візуальна комунікація.

Під час формування концепції бренду було визначено, що застосунок «CrownEd Kids» повинен поєднувати сучасний освітній підхід, інтерактивність, гейміфікацію та комфортне цифрове середовище для навчання. Основна ідея бренду базується на асоціації знань із розвитком, досягненнями та особистісним зростанням. Саме тому у назві застосунку використано слово «Crowned», яке перекладається як «коронований», «увінчаний успіхом» асоціюється з досягненням цілей та розвитком потенціалу дитини. Додатковим акцентом є закінчення «…Ed…», яке є скороченням від «Education», та безпосередній зв’язок формує з навчанням та освітою. Тому для формування образу фірмового знаку використовувався подєднаний символ, утворений з корони та конфедератки. Основною ідеєю логотипу стало поєднання конфедератки, корони та літерної стилізації перших символів назви «С» та «К». Етап пошукового ескізування фірмового блоку відповідно висвітлено у п.п. 3.2.

Освітній процес у межах концепції бренду розглядається не як формальний механізм отримання знань, а як захопливий та емоційно позитивний досвід взаємодії з цифровим середовищем.

У межах проєкту бренд позиціонується як сучасна мобільна освітня платформа для школярів, що поєднує навчання та інтерактивну взаємодію.

Основний акцент зроблено на створенні цифрового середовища, яке стимулює мотивацію до навчання, підтримує інтерес користувача та формує позитивний користувацький досвід. На відміну від традиційних освітніх платформ, які часто мають перевантажений або надто академічний інтерфейс, «CrownEd Kids» орієнтується на баланс між функціональністю, емоційністю та сучасною mobile-oriented естетикою.

Важливим етапом формування концепції бренду стало визначення цільової аудиторії застосунку. Основною аудиторією є школярі, як молодшого та середнього віку, які активно взаємодіють із цифровими платформами та мобільними застосунками. Сучасні діти сприймають цифрове середовище як природну частину повсякденного життя, тому освітній продукт повинен відповідати їхнім візуальним і поведінковим очікуванням.

Для цільової аудиторії характерними є швидке сприйняття інформації, орієнтація на інтерактивний контент, емоційна реакція на візуальні стимули та потреба у миттєвому зворотному зв’язку. Саме тому при формуванні бренду враховувалися особливості дитячого сприйняття кольору, форми, анімації та структури цифрового середовища.

Окрім школярів, важливою частиною аудиторії є вчителі, які взаємодіють із застосунком як із освітнім інструментом. Для цієї категорії користувачів важливими є зрозумілість інтерфейсу, структурованість інформації, відчуття безпечності цифрового середовища та довіра до бренду. Саме тому візуальна концепція застосунку поєднує дитячу емоційність із достатнім рівнем сучасної digital-естетики та функціональності.

У процесі позиціонування продукту було визначено, що «CrownEd Kids» має сприйматися як сучасний мобільний освітній простір, орієнтований на комфортне та інтерактивне навчання. Основна перевага

застосунку полягає у поєднанні гейміфікації, адаптивного інтерфейсу та емоційно привабливого візуального середовища.

Позиціонування бренду також базується на ідеї персонального розвитку дитини через навчання. У межах концепції користувач не просто виконує завдання, а проходить власний шлях прогресу, отримує винагороди, відкриває нові рівні та взаємодіє із цифровим середовищем у формі гри. Такий підхід дозволяє сформувати позитивну мотивацію до навчання та підтримувати тривалу взаємодію користувача із застосунком.

Для формування візуальної концепції було створено moodboard та асоціативний ряд. Moodboard став інструментом систематизації візуальних рішень, кольорової палітри, стилістичних референсів та графічних асоціацій. У процесі його формування було проаналізовано сучасні UI/UX-рішення освітніх платформ, дитячих мобільних застосунків, digital-ілюстрації та сучасні тренди графічного дизайну.

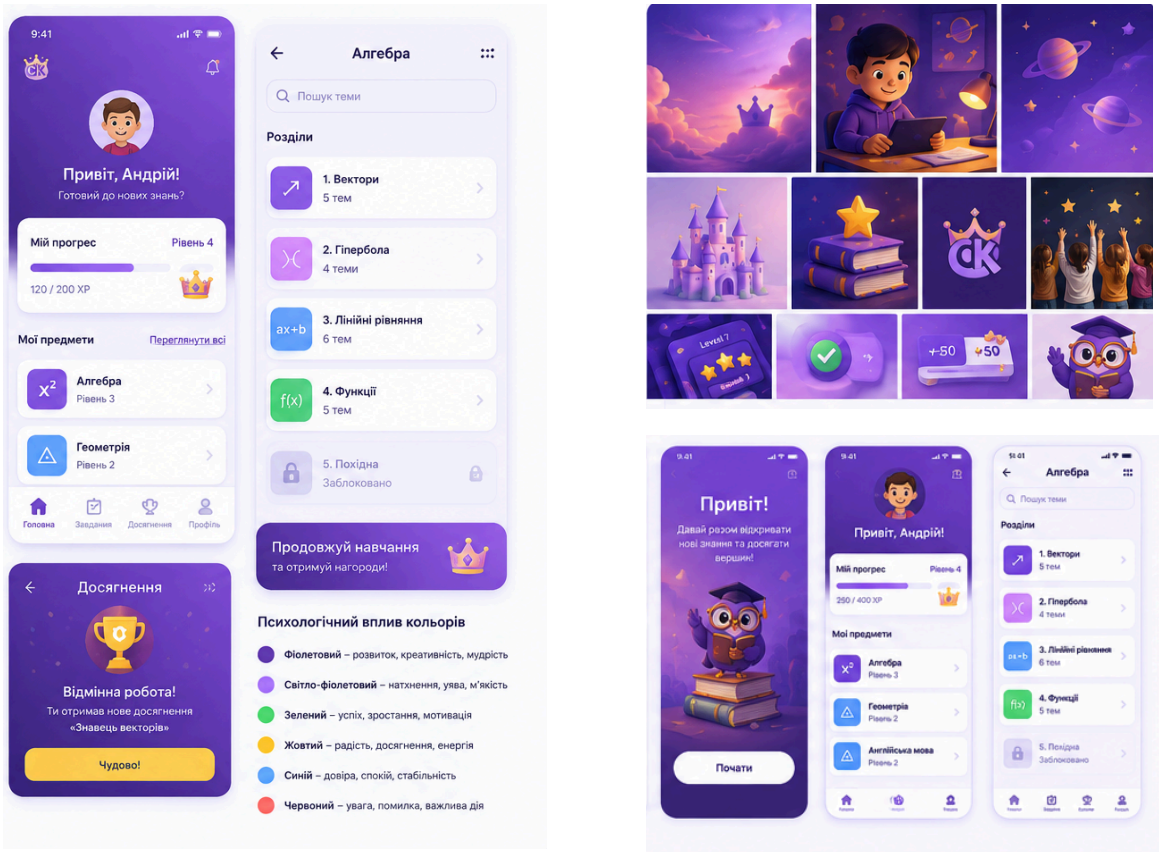


Рисунок 3.1– Moodboard

Основу moodboard склали приклади сучасних освітніх платформ із використанням flat design, card-based layout, градієнтів, м’якої геометрії та гейміфікованої стилістики. Значну увагу було приділено кольоровим рішенням, які створюють позитивне та безпечне емоційне середовище. Також у moodboard використовувалися приклади сучасної digital-ілюстрації, персонажної графіки, UI-компонентів та мобільних інтерфейсів.

Асоціативний ряд бренду формувався навколо понять розвитку, досягнення, навчання, гри, інтерактивності, підтримки та цифрового комфорту. У візуальному аспекті це проявляється через використання плавних форм, округлої геометрії, м’яких градієнтів та елементів, що створюють дружню атмосферу взаємодії.

Важливим етапом проєктування стало визначення стилістики та емоційного характеру бренду. У межах проєкту було обрано сучасний digital-oriented стиль із використанням flat design, мінімалістичної композиції та яскравих акцентів. Такий підхід дозволяє створити інтерфейс, який одночасно залишається сучасним, функціональним та зрозумілим для дитячої аудиторії.

Емоційний характер бренду побудований на поєднанні дружності, підтримки, інтерактивності та мотивації. Візуальна система застосунку не повинна викликати відчуття перевантаження або формальної академічності. Навпаки, цифрове середовище має сприйматися як комфортний простір для навчання, розвитку та взаємодії.

Для підсилення емоційного характеру бренду використовуються плавні контури, округлі інтерфейсні елементи, яскраві кольорові акценти та м’яка геометрія композиції. Важливу роль також відіграє система візуального фідбеку, яка підтримує позитивний досвід взаємодії користувача із застосунком.

Окрему увагу було приділено формуванню tone of voice бренду. Основний стиль комунікації застосунку побудований на дружньому, підтримуючому та мотивуючому характері взаємодії. Текстові повідомлення, назви досягнень, системи нагород та інтерактивні підказки орієнтовані на позитивну емоційну реакцію користувача.

Tone of voice застосунку уникає надмірної формальності або складної академічної термінології. Основний стиль комунікації є простим, зрозумілим та адаптованим до дитячого сприйняття. При цьому комунікація не повинна виглядати надто інфантильною, оскільки застосунок орієнтований також на школярів середнього віку.

Під час розробки візуальної концепції було сформовано систему графічних рішень, які забезпечують єдність бренду та інтерфейсу. Основу композиції становлять великі інтерактивні блоки, card-based структура, контрастні кнопки та система акцентів. Значну увагу приділено принципам mobile-first та адаптивності інтерфейсу.

Кольорова система побудована переважно на використанні фіолетових і пурпурних відтінків у поєднанні з білим кольором та додатковими акцентами. Такий підхід дозволяє створити сучасний digital-образ бренду та підтримує емоційно позитивне сприйняття інтерфейсу. Вибір фіолетової кольорової гами також обумовлений психологією кольору, оскільки фіолетовий асоціюється з креативністю, інтелектуальним розвитком, уявою та інноваційністю. У сучасному графічному дизайні цей колір часто використовується у digital-продуктах, пов’язаних із технологіями, освітою та творчістю [33]. Пурпурні та лілові відтінки формують емоційно комфортне середовище, сприяють концентрації уваги та створюють відчуття доброзичливості й безпечності цифрового простору [47]. Білий колір використовується для забезпечення візуальної легкості інтерфейсу, покращення читабельності та формування відчуття відкритості й структурованості композиції [41]. Додаткові

акцентні кольори застосовуються для інтерактивних елементів та системи гейміфікації, що дозволяє підсилити емоційну взаємодію користувача із застосунком та полегшити навігацію всередині інтерфейсу [45].

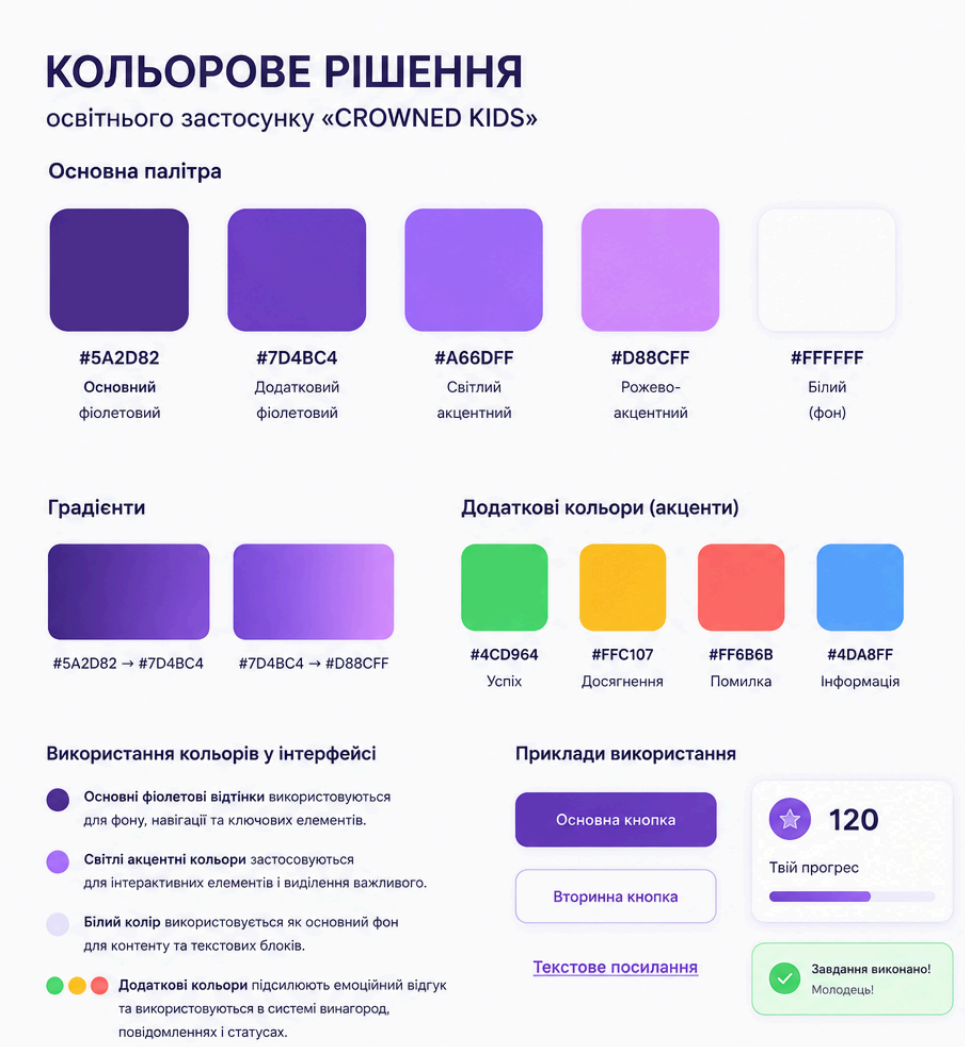


Рисунок 3.2 – Кольорове рішення

У процесі розробки візуальної концепції також враховувалися результати попереднього аналізу сучасних освітніх застосунків. Було визначено, що найбільш ефективними є інтерфейси з простою структурою навігації, обмеженою кількістю елементів на одному екрані та інтеграцією гейміфікації у UX-сценарії.

Саме тому user flow застосунку «CrownEd Kids» був побудований за принципом мінімізації кількості дій до початку навчального процесу. Структура user flow орієнтована на швидку адаптацію користувача до інтерфейсу та підтримання мотивації через систему прогресу та

візуального фідбеку. Для навігації використовуються великі інтерактивні елементи, зрозуміла іконографіка та нижня панель меню, адаптована до мобільного формату.

Користувач проходить послідовний сценарій:

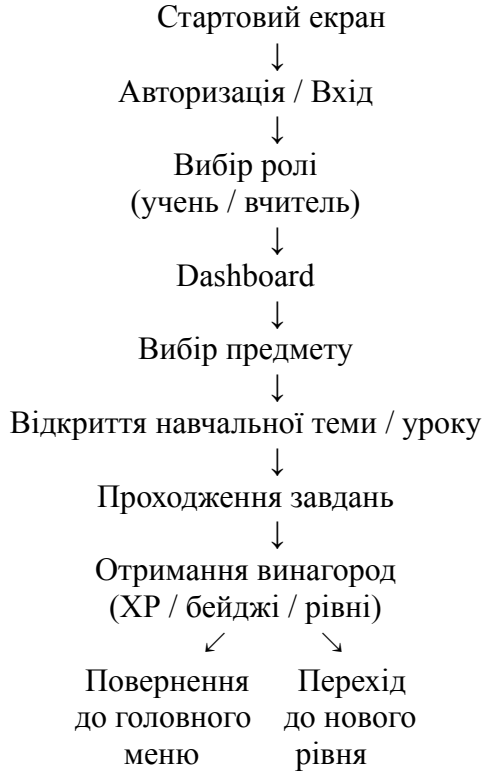


Рисунок 3.3 – user flow застосунку «CrownEd Kids»

Під час формування UX-сценаріїв також враховувалися принципи accessibility та usability. Інтерфейс має забезпечувати зрозумілу взаємодію для дітей різного віку, підтримувати логічну структуру переходів та уникати складних навігаційних сценаріїв.

Отже, формування концепції бренду та візуального образу застосунку «CrownEd Kids» базується на поєднанні сучасного digital-дизайну, принципів UX/UI-проєктування, гейміфікації та емоційної взаємодії з користувачем. Розроблена концепція дозволяє створити впізнаване, функціональне та емоційно комфортне цифрове освітнє середовище, адаптоване до потреб сучасної дитячої аудиторії.

3.2. Розробка елементів айдентики для освітнього застосунку «CrownEd Kids»

У процесі проєктування освітнього застосунку «CrownEd Kids» одним із важливих етапів стала розробка системи візуальної ідентифікації бренду. Айдентика цифрового продукту виконує не лише естетичну функцію, а й формує емоційне сприйняття застосунку, забезпечує його впізнаваність та створює єдиний візуальний стиль взаємодії користувача із цифровим середовищем. Для освітнього застосунку, орієнтованого на дитячу та підліткову аудиторію, особливого значення набувають емоційна привабливість, дружня стилістика та адаптивність графічної системи до мобільного інтерфейсу.

У процесі формування концепції айдентики було визначено основну ідею бренду — створення сучасного цифрового освітнього середовища, яке поєднує навчання, розвиток, інтерактивність та гейміфікований підхід. Візуальний стиль застосунку орієнтований на поєднання сучасного flat design, м’якої геометрії, digital-естетики та емоційної комунікації з користувачем. Основною метою стало створення візуально впізнаваного бренду, який буде одночасно зрозумілим для дітей, сучасним для батьків та функціональним у цифровому середовищі.

Одним із перших етапів розробки айдентики стало ескізування логотипу. У процесі пошуку графічного рішення було опрацьовано низку варіантів знаку, що базувалися на асоціативному поєднанні освітньої тематики, символіки розвитку та мотиву досягнення. Основною ідеєю логотипу стало поєднання конфедератки, корони та літерної стилізації перших символів назви «C» та «K». Таке композиційне рішення дозволило створити знак, який одночасно асоціюється з освітою, знаннями, успіхом та дитячим розвитком.

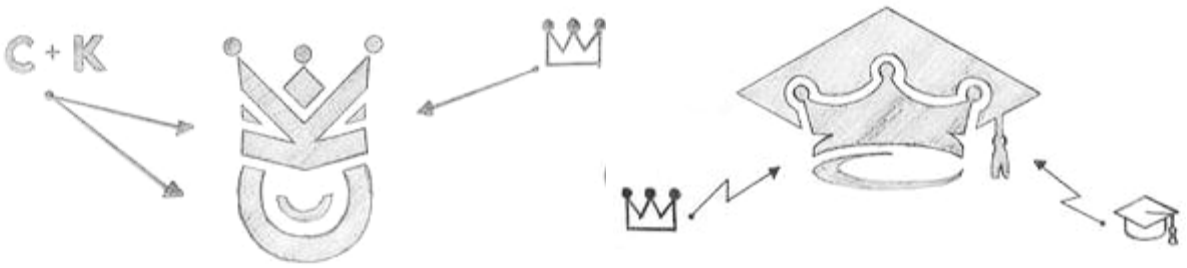


Рисунок 3.4 – Ескізування

У процесі ескізування було проаналізовано різні варіанти композиційної побудови логотипа: симетричні, модульні більш пластичні форми. Остаточне рішення базується на використанні спрощеної геометрії, простих контурів та вертикальної композиції. Симетричність знаку забезпечує візуальну стабільність та хорошу адаптацію до цифрових носіїв, а використання плавних форм дозволяє пом’якшити офіційність освітньої тематики та зробити бренд більш дружнім для дитячої аудиторії.



Рисунок 3.5 – Блок для сплешскріну та фавікон

Під час створення фірмового знаку важливу увагу було приділено його адаптивності. Логотип повинен однаково ефективно працювати як у мобільному інтерфейсі, так і в іконці застосунку, сплешскрін або соціальних мережах. Саме тому знак був спроєктований у мінімалістичній стилістиці без надмірної деталізації. Це дозволяє зберігати його читабельність навіть у невеликому масштабі. Графічна конструкція

логотипу побудована на простих формах та контрастних площинах, що позитивно впливає на його впізнаваність.

Одним із важливих етапів формування айдентики став підбір кольорової палітри. Основу кольорової системи застосунку становлять відтінки фіолетового, пурпурного та білого кольорів. Вибір фіолетового кольору зумовлений його асоціативним зв’язком із креативністю, інтелектуальним розвитком та сучасними digital-продуктами. Крім того, фіолетова палітра дозволяє створити емоційно привабливе та водночас достатньо універсальне цифрове середовище.

Для підсилення сучасного характеру інтерфейсу було використано градієнтні переходи між пурпурними та синьо-фіолетовими відтінками. Градієнти формують відчуття глибини, динаміки та інтерактивності. Білий колір використовується як основний нейтральний фон та колір текстових елементів, що забезпечує високий рівень контрастності та читабельності.

Під час формування кольорової системи також враховувалися особливості дитячого сприйняття. Було уникнуто надмірно агресивних або перенасичених кольорових рішень. Основна палітра орієнтована на створення позитивного, безпечного та комфортного емоційного середовища. Додаткові акцентні кольори використовуються для інтерактивних елементів, кнопок, системи прогресу та гейміфікаційних компонентів.

Важливим етапом розробки айдентики став вибір типографіки. Для застосунку було обрано сучасний sans serif шрифт із простою геометрією та високою читабельністю. Основними критеріями під час вибору шрифтової системи стали адаптивність до мобільного середовища, хороша візуальна ієрархія та комфортне сприйняття тексту дитячою аудиторією.

Типографіка застосунку побудована на поєднанні великих заголовків, чітких інформаційних блоків та достатніх міжрядкових інтервалів. Такий підхід забезпечує хорошу навігацію всередині інтерфейсу та полегшує

сприйняття інформації. Використання округлих елементів шрифту також підтримує загальну стилістику бренду та створює більш дружній характер візуальної комунікації.

Окрему увагу було приділено створенню графічних елементів та іконографіки. Візуальна система застосунку побудована на використанні flat design та мінімалістичних іконок із округлими контурами. Основною метою стало створення графічної системи, яка буде одночасно функціональною, сучасною та зрозумілою для дитячої аудиторії.

Іконографіка застосунку орієнтована на простоту сприйняття та швидке зчитування функцій. Для цього використовуються великі контрастні форми, мінімальна кількість деталей та єдина стилістика всіх графічних елементів. Значна увага приділена також ілюстративним компонентам та декоративним формам, які підтримують емоційну взаємодію користувача із застосунком.

У межах розробки айдентики було сформовано базові правила використання фірмового стилю. Вони визначають принципи використання логотипу, допустимі кольорові варіанти, правила масштабування, мінімальні відступи та обмеження щодо деформації графічного знаку. Також були визначені правила використання шрифтової системи, кольорової палітри та графічних елементів у цифровому середовищі.

Для забезпечення єдності айдентики всі елементи візуальної системи були побудовані на спільних стилістичних принципах: плавна геометрія, округлі форми, контрастні акценти та мінімалістична структура композиції. Це дозволяє створити впізнаваний образ бренду та забезпечує узгодженість між айдентикою та UI-системою застосунку.

3.3. Проєктування інтерфейсу освітнього застосунку «CrownEd Kids»

Проєктування інтерфейсу застосунку «CrownEd Kids» здійснювалося з урахуванням сучасних принципів UI/UX-дизайну, особливостей дитячого сприйняття та специфіки мобільного цифрового середовища. Основною метою стало створення інтуїтивно зрозумілого, ергономічного та емоційно привабливого інтерфейсу, який забезпечуватиме комфортну взаємодію користувача з освітнім контентом.

Одним із перших етапів проєктування стало створення вайрфреймів — низькодеталізованих прототипів основних екранів застосунку. На цьому етапі було сформовано структуру навігації, визначено розташування функціональних блоків та побудовано базові UX-сценарії. Вайрфрейми дозволили проаналізувати логіку взаємодії користувача із системою та оптимізувати структуру інтерфейсу до початку детального візуального опрацювання.



Рисунок 3.6 – вайрфрейми інтерфейсу застосунку «CrownEd Kids»

Було розроблено структуру прелоадера, вітального екрану, сторінок авторизації та реєстрації, dashboard для учня і вчителя, а також екран вибору навчального матеріалу. Значна увага приділялася простоті користувацького сценарію та мінімізації кількості дій для переходу до основного навчального контенту.

У процесі проєктування важливим принципом стала адаптивність інтерфейсу. Застосунок орієнтований насамперед на мобільні пристрої, тому структура екранів формувалася з урахуванням mobile-first підходу. Всі інтерфейсні елементи були адаптовані до вертикального формату екрана смартфона, а композиція будувалася на принципах компактності, читабельності та швидкої взаємодії.

Під час формування UX-рішень для дитячої аудиторії враховувалися психологічні особливості сприйняття школярів. Інтерфейс було побудовано на використанні великих інтерактивних елементів, мінімальної кількості тексту та зрозумілої візуальної навігації. Для полегшення взаємодії використовуються контрастні кнопки, великі відступи між елементами та проста структура екранів.

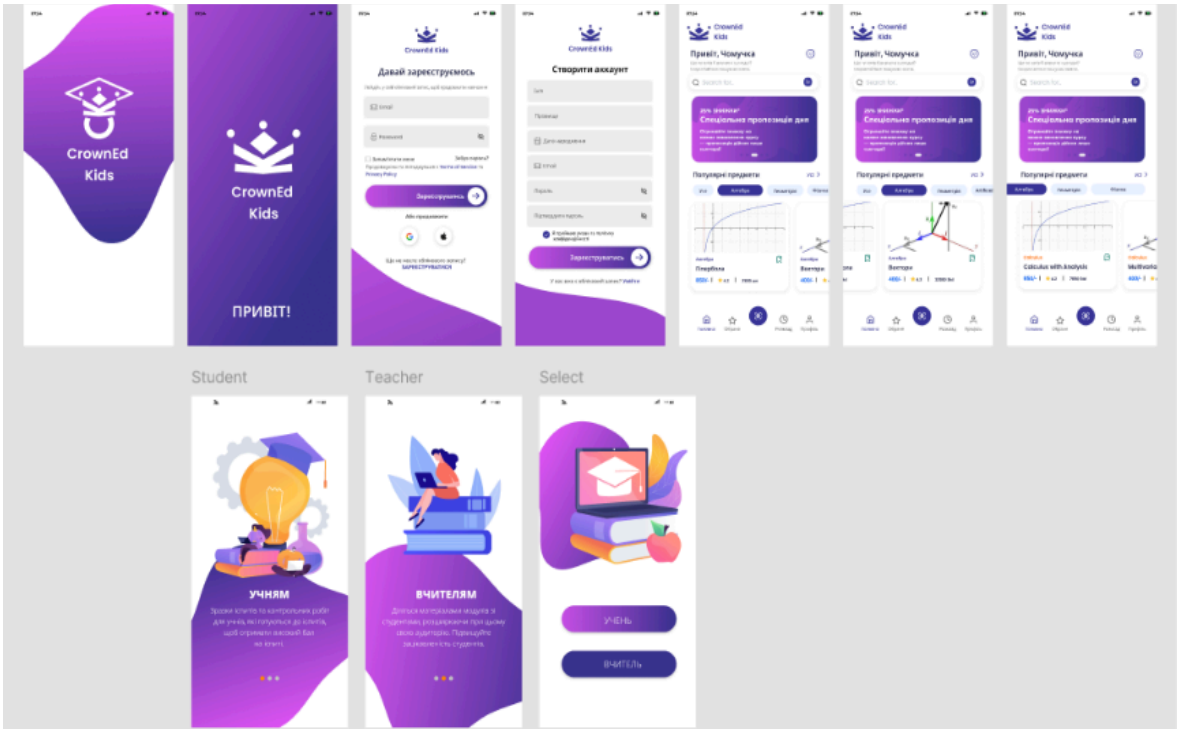


Рисунок 3.7 – Типові екрани інтерфейсу застосунку «CrownEd Kids»

У межах проєктування було створено дизайн основних екранів застосунку. Прелоадер та сплешскрін побудовані на використанні логотипу та фірмової кольорової системи, що забезпечує швидке формування візуальної асоціації з брендом. Екрани авторизації та реєстрації мають спрощену структуру та мінімізовану кількість полів, що покращує usability інтерфейсу.

Dashboard для учня побудований за принципом card-based layout із використанням великих інформаційних блоків та інтерактивних елементів. Основна увага приділяється навчальному прогресу, швидкому доступу до предметів та системі мотивації. Dashboard для вчителя має більш структурований інформаційний характер і містить статистику, результати учнів та інструменти керування навчальним процесом.

Важливим етапом стала інтеграція айдентики в UI-систему застосунку. Фірмовий стиль використовується у всіх компонентах інтерфейсу: кольоровій системі, кнопках, формах, іконографіці та декоративних елементах. Це забезпечує єдність візуального середовища та формує впізнаваний образ цифрового продукту.

Для інтерфейсу було розроблено систему кнопок, іконок та інтерактивних елементів. Кнопки мають округлу форму, контрастне кольорове рішення та достатній розмір для комфортної взаємодії на мобільному пристрої. Іконографіка виконана у flat design стилістиці та підтримує загальну геометрію інтерфейсу.

Окрему увагу приділено дизайну системи винагород та гейміфікації. Було передбачено використання візуальних досягнень, балів, progress bar та інтерактивного фідбеку. Такі елементи підтримують мотивацію користувача та створюють емоційно позитивне середовище навчання.

Адаптація інтерфейсу під мобільні пристрої здійснювалася з урахуванням принципів mobile usability. Основні навігаційні елементи розташовані в нижній частині екрана для зручності взаємодії однією

рукою. Всі інтерактивні компоненти мають достатню touch-area та адаптовані до різних розмірів дисплеїв.

Важливим принципом проєктування стала consistency у дизайні. Всі елементи інтерфейсу побудовані на єдиній системі відступів, кольорів, геометрії та типографіки. Це забезпечує передбачуваність UX-сценаріїв та покращує навігацію користувача всередині застосунку.

Для формування узгодженого цифрового середовища використовувалися однакові принципи побудови карток, кнопок, іконок та навігаційних елементів. Завдяки цьому користувач швидко адаптується до структури застосунку та легко орієнтується в інтерфейсі.

Отже, проєктування інтерфейсу застосунку «CrownEd Kids» базується на поєднанні сучасних UX/UI-підходів, принципів адаптивності, ергономіки та гейміфікації. Розроблена UI-система забезпечує комфортну взаємодію користувача із цифровим освітнім середовищем, підтримує емоційне залучення та відповідає сучасним тенденціям дизайну мобільних освітніх продуктів.

ВИСНОВКИ

У дослідженні було здійснено аналіз сучасних тенденцій графічного дизайну та UI/UX-дизайну освітніх цифрових платформ. Встановлено, що сучасний дизайн мобільних застосунків орієнтується не лише на естетичну складову, а й на забезпечення функціональності, доступності, ергономічності та комфортної взаємодії користувача з цифровим середовищем. Доведено, що важливу роль у формуванні позитивного користувацького досвіду відіграють адаптивність інтерфейсу, логічна навігація, зрозуміла структура елементів, consistency дизайну та візуальна узгодженість усіх компонентів бренду. У ході дослідження було визначено, що сучасні освітні застосунки активно використовують принципи мінімалізму, flat design, гейміфікації, інтерактивності, adaptive design та емоційного дизайну, які сприяють підвищенню залученості користувача до навчального процесу. Також було встановлено, що сучасний UI/UX-дизайн освітніх платформ дедалі більше орієнтується на mobile-first підхід та використання систем візуального фідбеку, які забезпечують швидке та інтуїтивне сприйняття інформації.

У процесі аналізу особливостей дитячого сприйняття було встановлено, що дизайн освітнього застосунку для дітей повинен враховувати психологічні, емоційні та фізіологічні особливості користувачів молодшого віку. Доведено, що діти краще сприймають яскраві кольори, прості геометричні форми, великі інтерактивні елементи та візуально зрозумілі символи. Важливим аспектом також є використання персонажної стилістики, анімації та ігрових механік, які підвищують рівень зацікавленості, емоційного залучення та мотивації до навчального процесу.

Було проаналізовано вплив кольорової палітри, типографіки, композиції та графічних елементів на емоційне сприйняття інтерфейсу дитиною. Визначено, що надмірне візуальне перевантаження негативно впливає на концентрацію уваги користувача, тоді як структурований

інтерфейс із помірною кількістю елементів забезпечує більш комфортну взаємодію із цифровим продуктом. Окремо було досліджено принципи accessibility та usability у проєктуванні дитячих цифрових інтерфейсів.

Було здійснено аналіз аналогів та конкурентного середовища. Було проаналізовано низку сучасних освітніх застосунків для дітей, зокрема Duolingo, Khan Academy Kids, ClassDojo, Quizlet, Lingokids та Kahoot!. У процесі аналізу було визначено їхні сильні та слабкі сторони, а також виявлено характерні підходи до побудови айдентики, UX-сценаріїв та UI-систем. Дослідження дозволило визначити найбільш ефективні принципи організації навігації, структури user flow, системи гейміфікації та візуальної комунікації з користувачем. Було встановлено, що найбільш успішні освітні платформи поєднують простоту навігації, емоційну привабливість, інтерактивність та адаптивність інтерфейсу. Проведений аналіз дозволив сформувати основні вимоги до майбутнього проєкту та визначити оптимальний стилістичний напрям для застосунку «CrownEd Kids».

У практичній частині роботи було розроблено концепцію бренду «CrownEd Kids», яка базується на поєднанні дружньої візуальної стилістики, інтерактивності, сучасних digital-рішень та принципів емоційного дизайну. Було сформовано загальний візуальний образ застосунку, визначено його емоційний характер, створено moodboard, асоціативний ряд та концепцію позиціонування бренду. Основною ідеєю айдентики стало створення безпечного, позитивного та мотивуючого цифрового середовища для дітей, яке поєднує освітню функцію та емоційно комфортну взаємодію з користувачем. Також було сформовано tone of voice бренду, орієнтований на дружню, підтримуючу та мотивуючу комунікацію із користувачем.

Було створено основні елементи фірмового стилю: логотип, кольорову палітру, систему типографіки, графічні елементи та іконографіку. При розробці логотипу враховувалися принципи простоти,

впізнаваності, масштабованості та асоціативності. В основу графічного знаку було закладено поєднання конфедератки, корони та літерної стилізації назви застосунку. Кольорова гама була підібрана з урахуванням психології дитячого сприйняття, сучасних тенденцій digital-дизайну та необхідності створення позитивної емоційної атмосфери. Основу палітри становлять фіолетові та пурпурні відтінки, які асоціюються з креативністю, розвитком та сучасними цифровими технологіями. Типографічна система орієнтована на легкість читання, адаптивність до мобільного середовища та візуальну гармонію інтерфейсу. Також було сформовано систему графічних елементів, кнопок, іконографіки та базові правила використання фірмового стилю.

У процесі проєктування інтерфейсу застосунку було створено структуру навігації, user flow та вайрфрейми основних екранів. Особливу увагу приділено простоті взаємодії, інтуїтивності, адаптивності та mobile usability інтерфейсу. Було розроблено дизайн основних екранів застосунку: сплешскрін, сторінки авторизації, dashboard для учня та вчителя, а також екрани вибору навчального матеріалу. Усі елементи айдентики були інтегровані в UI-систему застосунку, що забезпечило узгодженість візуального середовища. Було створено інтерактивні елементи, орієнтовані на дитячу аудиторію, а також систему кнопок, карток та навігаційних компонентів. Значну роль у дизайні інтерфейсу відіграла гейміфікація, яка реалізована через систему винагород, progress bar, візуальних досягнень, інтерактивного фідбеку та механіки відкриття нових рівнів. Розроблений інтерфейс відповідає сучасним тенденціям UI/UX-дизайну освітніх цифрових продуктів та забезпечує комфортну взаємодію користувача із цифровим освітнім середовищем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анічкіна О. В. Гейміфікація – сучасний виклик хімічної освіти. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. 2020. № 3(36). Ч. І. С. 74–80. DOI : 10.26661/2522-4360-2020-3-1-11.
2. Бабченко Я. Графічний дизайн у просторі інформаційно-комунікативних технологій сучасності. *Проблеми пластичного та ужиткового мистецтва*. 2019. № 36. С. 99-104 DOI : 10.32461/190670.
3. Варнавська І. Використання гейміфікації у формуванні комунікативних компетентностей. URL: https://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/612 (дата звернення: 25.05.2026).
4. Варнавська І. Гейміфікація у викладанні української мови (за професійним спрямуванням) для економічних спеціальностей. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. № 23. С. 21–27. DOI : 10.32782/2708-0366/2025.23.2.
5. Вербовецький Д. В. Гейміфікація як інноваційний підхід до навчання. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/40529/Verbovetskyi%20D.%20V.pdf (дата звернення: 25.05.2026).
6. Гейміфікація в освіті на прикладі розробки та інтеграції застосунку Historiq у навчальний процес. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/46465/64-68_Kachabulska_Franchuk_.pdf (дата звернення: 25.05.2026).
7. Гейміфікація як сучасний напрям вітчизняної освіти. URL: https://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF%2Foeeemu_2019_spetsvip._26.pdf&P21DBN=UJRN (дата звернення: 25.05.2026).
8. Єнчева Н. Р. Візуальний брендинг у fashion-індустрії першої чверті XXI століття : дис. … д-ра філософії : 022 «Дизайн». Київ, 2026. 244 с. URL:

https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2026/03/YEncheva_Dysertacziya_compressed.pdf (дата звернення: 25.05.2026).

9. Єнчева Н. Р. Дослідження візуального дизайну та візуальної комунікації у сучасному графічному дизайні.
10. Козуб Г. Гейміфікація в освітньому процесі: мотиваційний аспект. URL: https://pedagogical-academy.com/index.php/journal/article/download/95/55 (дата звернення: 25.05.2026).
11. Косаревська Р. Аналіз впливу графічного дизайну на споживачів. *Мистецтвознавчі записки*. 2023. URL: https://journals.uran.ua/mz/article/view/293905 (дата звернення: 25.05.2026).
12. Ланчак Я. М. Особливості візуальної ідентифікації сучасних українських театрів засобами графічного дизайну. *Мистецтвознавчі записки*. 2023. № 44. С. 28–33. URL: https://journals.uran.ua/mz/article/view/293908 (дата звернення: 25.05.2026).
13. Лужанська Т. Гейміфіковані технології як сучасний освітній тренд. URL: https://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2025/83/part_2/10.pdf (дата звернення: 25.05.2026).
14. Переяславська С., Смагіна О. Гейміфікація як сучасний напрям вітчизняної освіти. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2019. С. 250–260. DOI : 10.28925/2414-0325.2019s24.
15. Самулінас С., Житєньова Н. Інновації в UI/UX-дизайні як ключ до успішного просування вебресурсів. *Professional Art Education*. 2025. Vol. 6(1). P. 93–106. DOI : 10.34142/27091805.2025.6.01.09.
16. Товканець Г. В., Лужанська Т. Ю., Ільтьо Г. Ф. Гейміфіковані технології як сучасний освітній тренд. *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 83. Т. 2. С. 39–43. DOI : 10.32782/2663-6085/2025/83.2.8.
17. Удріс-Бородавко Н. С. Системний підхід до вивчення явища графічного дизайну. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 1. С. 199–208. DOI : 10.32782/uad.2025.1.22.

18. Цифрові освітні технології : навчальна програма навчальної дисципліни першого (бакалаврського) рівня освіти для усіх педагогічних спеціальностей / Ю. С. Рамський та ін. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2022. 19 с. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/37992/Tsyfrovi%20osvitni%20tekhnolohii.pdf (дата звернення: 25.05.2026).
19. Цуканова Н. Підготовка педагогів до використання гейміфікованих технологій. *Педагогічні науки*. 2025. Вип. 160. С. 172–181. DOI : 10.31392/NZ-udu-160.2025.21.
20. Чемерис Г. Ю. UX/UI дизайн : навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Дизайн». Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 209 с. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/5157 (дата звернення: 25.05.2026).
21. Чемерис Г. Ю. Важливість емпатії та рефлексії у процесі проектування користувацького інтерфейсу. *Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ : КНУКіМ, 2019. С. 184–186.
22. Чемерис Г. Ю. Застосування принципів композиції у проектуванні користувацького інтерфейсу веб-сайтів. *Інформаційні технології в освіті та науці*. 2019. Т. 11. С. 323–326.
23. Чемерис Г. Ю., Виноградова А. С. UX/UI дизайн : методичні рекомендації до практичних занять. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 77 с. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/5215 (дата звернення: 25.05.2026).
24. Barnard M. *Graphic Design as Communication*. London : Routledge, 2005. 224 p.
25. Bringhurst R. *The Elements of Typographic Style*. Vancouver : Hartley & Marks, 2013. 398 p.
26. Chemerys H. Yu., Demirbilek M., Bryantseva H., Sharov S., Podplota S. Fundamentals of UX/UI design in professional preparation of the future

bachelor of computer science. *AIP Conference Proceedings*. 2022. Vol. 2453. No. 1. DOI : 10.1063/5.0098919.

27. Chemerys H. Yu., Ponomarenko O. V. Opportunities and Prospects for Personalizing the User Interface of the Educational Platform in Accordance with the Personality Psychotypes. *Advances in Computational Design*. 2022. Vol. 7. No. 2. P. 139–151. DOI : 10.12989/acd.2022.7.2.139.
28. ClassDojo. URL: https://www.classdojo.com (дата звернення: 25.05.2026).
29. Cooper A., Reimann R., Cronin D., Noessel C. *About Face: The Essentials of Interaction Design*. Indianapolis : Wiley, 2014. 720 p.
30. Duolingo. URL: https://www.duolingo.com (дата звернення: 25.05.2026).
31. Elliot A., Maier M. Color Psychology: Effects of Perceiving Color on Psychological Functioning. *Annual Review of Psychology*. 2014. Vol. 65. P. 95–120.
32. Garrett J. J. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkeley : New Riders, 2011. 192 p.
33. Heller E. *Psychology of Color: How Colors Affect Us*. Chichester : Wiley, 2009. 362 p.
34. Human-Computer Interaction. Privacy Starts with UI: Privacy Patterns and Designer Perspectives in UI/UX Practice / A. Maloku, A. Klymenko, S. Meisenbacher, F. Matthes. 2026. URL: https://doi.org/10.48550/arXiv.2601.13342.
35. Interaction Design Foundation. Flat Design. URL: https://www.interaction-design.org/literature/topics/flat-design (дата звернення: 25.05.2026).
36. Kahoot! URL: https://kahoot.com (дата звернення: 25.05.2026).
37. Kapp K. *The Gamification of Learning and Instruction*. San Francisco : Pfeiffer, 2012. 336 p.
38. Khan Academy Kids. URL: https://learn.khanacademy.org/khan-academy-kids/ (дата звернення: 25.05.2026).

39. Kompaniets A., Chemerys H. Generalization of the experience of using research on psychology of behavior for designing UX design software products. *Ukrainian Journal of Educational Studies and Information Technology*. 2019. T. 7. № 3. C. 1–10. DOI : 10.32919/uesit.2019.03.01.
40. Kotler P. *Marketing Management*. London : Pearson Education, 2016. 718 p.
41. Lidwell W., Holden K., Butler J. *Universal Principles of Design*. Beverly : Rockport Publishers, 2010. 272 p.
42. Lingokids. URL: https://lingokids.com (дата звернення: 25.05.2026).
43. Medina J. *Brain Rules*. Seattle : Pear Press, 2014. 301 p.
44. Nielsen J. *Usability Engineering*. San Francisco : Morgan Kaufmann, 1994. 362 p.
45. Norman D. *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. New York : Basic Books, 2004. 272 p.
46. Norman D. *The Design of Everyday Things*. New York : Basic Books, 2013. 368 p.
47. Ou L.-C., Luo M. R., Woodcock A., Wright A. A study of colour emotion and colour preference. *Color Research & Application*. 2004. Vol. 29(3). P. 232–240.
48. Piaget J. *The Psychology of the Child*. New York : Basic Books, 1969. 173 p.
49. Quizlet. URL: https://quizlet.com (дата звернення: 25.05.2026).
50. Tidwell J. *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*. Sebastopol : O'Reilly Media, 2020. 576 p.
51. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). URL: https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/ (дата звернення: 25.05.2026).
52. Wheeler A. *Designing Brand Identity*. Hoboken : Wiley, 2017. 352 p.

ДОДАТОК А

Порівняльний аналіз аналогів та прототипів освітніх застосунків

Критерій аналізу	Duolingo	Khan Academy Kids	ClassDojo	Quizlet	Lingokids	Kahoot!
Цілісна айдентика бренду	+++	++	+++	++	+++	+++
Впізнаваність персонажної стилістики	+++	+++	+++	–	+++	+
Збалансованість кольорової палітри	++	++	++	+++	+	++
Відповідність кольорової системи дитячій аудиторії	++	+++	+++	+	+++	+++
Читабельність типографіки	+++	+++	++	+++	++	+++
Простота навігації	+++	+++	++	+++	++	+++
Ергономічність інтерфейсу	+++	+++	++	+++	++	+++
Інтуїтивність UX-сценаріїв	+++	++	++	+++	++	+++
Рівень адаптивності інтерфейсу	+++	++	+++	+++	++	+++
Мінімалістичність дизайну	++	+	++	+++	+	++
Оптимальність кількості анімації	++	+++	++	+++	+	++
Емоційна привабливість інтерфейсу	+++	+++	+++	+	+++	+++
Інтеграція гейміфікації	+++	++	+++	+	+++	+++
Система мотивації та винагород	+++	++	+++	+	+++	+++
Баланс між навчанням і грою	++	+++	++	+++	++	++
Рівень візуального перевантаження	++	++	+	+++	+	++
Функціональність інтерфейсу	+++	++	++	+++	++	+++
Доступність для дитячої аудиторії	++	+++	+++	+	+++	+++
Accessibility та usability	+++	++	++	+++	++	+++

Умовні позначення:

+++ високий рівень реалізації
++ достатній рівень
+ часткова реалізація або наявні недоопрацювання
– майже відсутній або слабко реалізований критерій

ДОДАТОК Б

Типові екрани освітнього застосунку «CrownEd Kids»



ДОДАТОК В

Візуалізація

