

**Потрашкова Л.В.**

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

**Коваленко В.І.**

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

## МЕТОДИКА РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОСТИЛЮ

*Стаття присвячена застосуванню українського етностилю у дизайні вебсайтів. Інтеграція елементів етностилю у вебресурс дозволяє створювати емоційний зв'язок із місцевою аудиторією, використовуючи близьку їй візуальну мову. Це підвищує довіру користувачів до ресурсу, покращує їхнє враження та загальне сприйняття бренду. Унікальність графічного оформлення, побудованого на етнічних мотивах, також сприяє виділенню вебсайту серед конкурентів у глобальному цифровому середовищі.*

*Незважаючи на зростання кількості досліджень, присвячених етностилю в корпоративному дизайні, зокрема в його українському сегменті, все ще бракує системних рекомендацій щодо підтримки проєктних рішень для формування етнічного колориту цифрових продуктів, зокрема вебсайтів. У зв'язку з цим метою дослідження є розробка методики створення дизайну вебсайту, який викликає асоціації з українською культурою та народною творчістю.*

*Відповідно до заданої мети у статті розроблено методику, яка забезпечує обґрунтування рішень із інтеграції елементів українського етностилю у веб-дизайн. У процесі формування методики здійснено анкетування експертів, яке дозволило визначити елементи фірмового стилю, що здійснюють найбільший вплив на формування в цільовій аудиторії етнічних асоціацій із брендом. За допомогою багатокритерійного оцінювання визначено елементи дизайну сайту, які формують етнічний колорит ресурсу. На основі аналізу літератури та практичних прикладів створено добірку символів, кольорів, шрифтів і орнаментів для таких елементів фірмового стилю, як логотип, декоративні графічні елементи, типографіка, фонові графіка та інші дизайнерські складові, що викликають стійкі асоціації з Україною.*

*Методика допомагає вибрати такі елементи дизайну вебсайту, які є найбільш важливими для створення етнічного колориту сайту, а також вибрати конкретні варіанти реалізації цих елементів, які викликають асоціації з українською культурою та народною творчістю.*

**Ключові слова:** дизайн вебсайту, корпоративна айдентика, етностиль, національний колорит, анкетування, оцінювання альтернатив, ранжування.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі, де активно розвиваються процеси глобалізації та міжнародної інтеграції, особливої актуальності набуває збереження культурної самобутності народів, підтримка їхніх традицій, народного мистецтва та унікальної візуальної мови. У цьому контексті важливим є створення вебдизайну, який враховує етнічні стилі та естетичні особливості різних культур.

Використання етностилю в дизайні вебсайтів має значний вплив, оскільки сприяє формуванню унікального образу цифрового ресурсу. Кожна культура, будучи самобутньою, втілює власні усталені цінності, традиції та символи, які визначають її ідентичність. Інтеграція елементів етностилю країни-орієнтованості вебресурсу дозволяє створювати емоційний зв'язок із місцевою ауди-

торією, використовуючи близьку їй візуальну мову. Це підвищує довіру користувачів до ресурсу, покращує їхнє враження та загальне сприйняття бренду. Унікальність графічного оформлення, побудованого на етнічних мотивах, також сприяє виділенню вебсайту серед конкурентів у глобальному цифровому середовищі.

Впровадження українського етностилю в дизайн вебсайтів відіграє важливу роль у збереженні національної спадщини, а також у популяризації української культури на міжнародному рівні. Український етностиль формує емоційний зв'язок із місцевою аудиторією та українською діаспорою, викликаючи асоціації з автентичністю й культурною глибиною. Окрім того, інтеграція таких елементів дозволяє брендам і цифровим платформам виділятися на світовому ринку, де

культурна унікальність стає ключовим чинником конкурентної переваги.

Як приклади реалізації українського етностилю в корпоративному дизайні можна навести бренди «ЕтноХата» [1] та «Шукай» [2], які активно інтегрують народні орнаменти та мотиви в айдентику. У випадку бренду «ЕтноХата», застосування українських графічних елементів дозволило створити впізнаваний образ, орієнтований на локальну та міжнародну аудиторію. Аналіз таких кейсів показує, як етнічний стиль сприяє диференціації бренду та підкреслює його автентичність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання створення корпоративної айдентики, яка враховує культурне розмаїття та етнічні особливості, активно досліджується у сучасних працях з графічного дизайну та брендингу. Одним із найвідоміших досліджень на цю тему є книга Наталії Удріс-Бородавко «Графічний дизайн з українським обличчям», у якій авторка аналізує особливості застосування українського етностилю в дизайні та розкриває методи інтеграції народних мотивів у сучасні дизайнерські рішення [3]. Крім цього, у дослідженнях [4, с. 213–221; 5, с. 15–33] аналізуються переваги включення культурних елементів в айдентику бренду, що допомагає компаніям встановлювати емоційний зв'язок з цільовою аудиторією та виділятися на конкурентному ринку. Також досліджується, як культурні елементи можуть допомогти брендам у глобальному контексті та підкреслюється їх роль у створенні автентичної корпоративної айдентики.

Стаття Сиваш І. О. «Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі» [6, с. 131–138] присвячена дослідженню ролі етнодизайну у формуванні української національної ідентичності та консолідації суспільства. У ній зазначається, що етнодизайн, через використання українських традиційних орнаментів, кольорів, шрифтів і національної символіки, стає інструментом збереження культурного спадку та візуальної ідентичності. Вплив етнодизайну поширюється на різні аспекти сучасного життя: графічний дизайн, бізнес, соціальні медіа, рекламу, що сприяє «українізації» і культурному відродженню. Авторка підкреслює, що у нинішніх умовах етнодизайн відіграє важливу роль не лише у візуальній культурі, а й у соціокультурних трансформаціях, спрямованих на об'єднання українців. Важливим є також впровадження етнодизайну у цифровому середовищі, що відкриває нові можливості для інтеграції традицій у сучасний кроскультурний контекст.

Незважаючи на зростання кількості досліджень, присвячених етностилю в корпоративному дизайні, зокрема його українському сегменту, все ще бракує системних рекомендацій щодо підтримки проєктних рішень для формування корпоративної айдентики з урахуванням мультимедійних носіїв фірмового стилю. Наприклад, вивчення візуальної мови в мультимедійних проєктах, таких як інтерактивні вебсайти чи мобільні додатки, вимагає подальших розробок.

**Постановка завдання.** Метою цього дослідження є розробка методики створення дизайну вебсайту, який викликає асоціації з українською культурою та народною творчістю.

Прикладна проблема: складність адаптації брендів до національного культурного контексту в умовах глобалізації.

Наукова проблема: відсутність структурованої методики для включення елементів етнічного стилю у дизайн вебсайтів із урахуванням національної специфіки та культурної особливості українського етносу.

**Виклад основного матеріалу.** Об'єктом дослідження є процес створення дизайну вебсайту, який використовує український етностиль як засіб формування культурної ідентичності бренду в умовах глобалізації.

Основні завдання процесу розробки дизайну вебсайту з елементами українського етностилю включають:

1) аналіз типових графічних елементів українського етностилю, зокрема орнаментів, кольорових рішень і символіки;

2) адаптація етнічних елементів до цифрового середовища – це процес модернізації традиційних мотивів (шрифти, кольори, орнаменти) для їхнього використання у вебдизайні, з урахуванням технічних і естетичних вимог цифрової платформи;

3) інтеграція етностилю в дизайн вебсайту – застосування адаптованих етнічних елементів у ключових компонентах вебсайту, таких як банери, інтерфейс, анімації та інші візуальні складові, для створення гармонійного етнічного стилю.

Цільова аудиторія вебсайту, розробленого із застосуванням українського етностилю, охоплює українських користувачів, які цінують автентичність і культурну значущість, а також міжнародну аудиторію, зацікавлену в унікальності та культурній самобутності українського стилю. Вебсайт має стати не лише джерелом інформації, але й платформою для популяризації українських традицій, цінностей та естетики, що викликає емоційний відгук у користувачів різних поколінь і культур.

На основі аналізу сучасних підходів до створення вебдизайну та врахування культурної адаптації було розроблено методику створення дизайну вебсайту із застосуванням українського етностилю.

Запропонована методика дає змогу інтегрувати елементи етнічного стилю української культури у вебдизайн, підкреслюючи культурну автентичність та унікальність бренду. Вона включає такі основні етапи:

**Етап 1. Розробка візуальної айдентики з етнічними асоціаціями.**

На цьому етапі проводиться вибір ключових елементів айдентики, які зможуть викликати в аудиторії етнічні асоціації, враховуючи їхній вплив на формування культурної ідентичності бренду.

**Етап 1.1. Вибір елементів айдентики із етнічними асоціаціями.**

Для визначення важливості кожного елемента айдентики з погляду створення етнічних асоціацій було проведено анкетування респондентів, якими виступили представники різних поколінь, різних професій та соціальних статусів. З цією метою була створена Google форма, яка дозволяла респондентам ранжувати такі елементи айдентики: кольорова гама, орнаменти та візерунки, логотип, шрифти, графічні паттерни, символіка та традиційні зображення.

Результати ранжування показали, що найбільш важливими елементами айдентики для створення асоціацій бренду з певною країною або культурою є логотип, шрифти та кольорова гама (табл. 1). Логотип особливо привернув увагу респондентів і був визнаний ключовим для етностильового сприйняття.

Для оцінки узгодженості суджень експертів під час ранжування було розраховано коефіцієнт конкордації:

$$K = \frac{12 \cdot S}{m^2 (n^3 - n)}, \text{де } S = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \left( r_{ij} - \frac{m \cdot (n+1)}{2} \right)^2,$$

де  $m$  – кількість експертів,  $n$  – кількість порівнюваних об'єктів.

Судження експертів вважаються узгодженими за умови:

$$K \cdot m \cdot (n - 1) > \chi^{2_{табл}},$$

де  $\chi^{2_{табл}}$  – табличне значення критерію Пірсона, знайдене для прийнятого рівня значущості ( $\alpha = 0,05$ ) та числа ступенів свободи  $(n - 1)$ .

У даному випадку:  $n=6$ ;  $m=10$ ;  $\chi^{2_{табл}}=11,07$ ;  $K = 0,27$ .

Маємо:  $K \cdot m \cdot (n - 1) = 13,49 > \chi^{2_{табл}}$ , а отже узгодженість суджень підтверджено. Тобто більшість експертів вважають, що національний український колорит бренду краще всього зможуть передати такі елементи фірмового стилю, як логотип і шрифти.

**Етап 1.2. Формування множини варіантів реалізації для кожного з елементів айдентики, вибраних на етапі 1.**

На цьому етапі дослідження для кожного елемента айдентики, які були визначені на попередньому етапі, на основі аналізу літературних джерел [7–10] визначаються альтернативні варіанти реалізації, які несуть етнічні асоціації.

*Колірна гама* в корпоративній айдентичі відіграє ключову роль у створенні візуальної ідентичності бренду і в Україні традиційно використовуються специфічні комбінації кольорів. Жовто-синя гама символізує національні образи – небо та

Таблиця 1

**Результати ранжування елементів айдентики за їхнім впливом на формування етнічного колориту бренду**

Експерти	Ранги елементів фірмового стилю з погляду створення етнічних асоціацій					
	Кольорова гама	Орнаменти та візерунки	Логотип	Шрифти	Графічні паттерни	Ілюстрації
1	1	2	3	4	5	6
2	4	1	2	3	6	5
3	1	5	6	2	3	4
4	3	6	1	2	4	5
5	4	3	2	1	5	6
6	5	3	1	6	4	2
7	2	4	3	1	5	6
8	3	4	2	5	1	6
9	6	3	2	1	4	5
10	1	3	2	4	6	5
Сума	30	34	24	29	43	50
Ранги	3	4	1	2	5	6

пшеничні поля, відображені на прапорі. Червоний і чорний, пов'язані з народними вишивками, уособлюють життя, кохання та смуток, а також родючість і землю. Біло-синя гама асоціюється з чистотою, невинністю й божественним світлом. Зелено-жовта гама відображає природу, оптимізм і життєву енергію [7].

*Шрифти*, що відображають характерні риси певної культури, сприяють створенню автентичної атмосфери та встановлюють емоційний зв'язок із традиціями народу. Асоціації з українською національною культурою та традиціями закладені у такі шрифти [5]: рукописні (Козіяр, Volya), бруськові (Zvin Serif, Kyiv Region), зі засічками (Lugatype, Didot), готичні (Довбуш, Namu), моноширні (Brinky, Nyght Serif) і без засічок (Nastup Basic, Fixel).

У *фірмовому знаку* для втілення національної сутності бренду можуть бути використані образи поширених символів України. До таких образів, згідно [8, с. 195–210], належать: калина (символ краси й рідної землі), лелека (щастя та благополуччя), козак (відвага й свобода), вишиванка (культурна спадщина), пшениця (достаток), соняшник (тепло й гостинність), тризуб (державність), вінок (чистота й невинність) та вишня (життя й молодість). Кожен із цих образів може надати фірмовому знаку унікальну автентичність та культурний зв'язок із українською ідентичністю.

*Елементи орнаментів* в українському стилі несуть глибоке символічне значення та відображають культурну спадщину [9, с. 52–57]. Вони не лише прикрашають, а й утверджують національні цінності, духовність та ідентичність українців. У фірмовому стилі ці орнаменти допомагають створити унікальність і посилюють зв'язок з культурними традиціями. Орнаментам притаманне значення, яке може відрізнитися залежно від регіону, відображаючи різноманіття та багатство української символіки.

Серед популярних елементів є квадрат (символ достатку, гармонії та землі), ромб (символ родючості та союзу сонця і землі), ромб із крапкою (означає засіяні поля й достаток), коло (символ сонця, вічності й безперервності життя), а також рослинні мотиви. Наприклад, калина символізує любов і багатство, виноград – сімейне щастя, а мак – захист від лихого ока. Ці символи додають глибину та змістовність бренду, втілюючи національну естетику та духовність.

*Рекламний персонаж* – це вигаданий герой, що представляє бренд або продукт, створюючи емоційний зв'язок із аудиторією. Він може мати

будь-яку форму: людини, тварини, міфічної істоти або навіть неживого об'єкта, але головне – бути цікавим, впізнаваним і відповідати іміджу бренду.

Серед можливих образів – козак, що символізує силу і волелюбність [10, с. 266–272], мавка як уособлення природи та таємничості, лелека, який асоціюється з миром та щастям, українські музичні інструменти, що підкреслюють культурну спадщину, або ж традиційні українські страви (вареники, борщ, сало) як символ гостинності й щедрості. Кожен з цих персонажів додає автентичності й національного колориту рекламному образу.

## **Етап 2. Розробка дизайну вебсайту з етнічними асоціаціями.**

Розробка дизайну веб-сайту з етнічними асоціаціями є захоплюючим та важливим етапом в створенні унікального та привабливого онлайн-простору. Розробка дизайну з етнічними елементами відкриває можливості для створення вражаючих та змістовних веб-проектів, які відображають культурні цінності та спадщину народу.

### **Етап 2.1. Вибір елементів вебсайту для етнічного стилю.**

Етнічні асоціації на вебсайті можуть бути передані такими елементами:

1. Елементами розробленого фірмового стилю (знак-логотип, кольори, шрифти, орнамент).
2. Ілюстраціями, відеороликами та анімацією.
3. Музичним оформленням.

Зазначені елементи вебдизайну були оцінені за декількома критеріями з погляду їхньої важливості для створення сайту з етнічним колоритом (табл. 2).

Як впливає з результатів оцінювання, для створення українського національного колориту вебсайту найкраще використовувати знак-логотип, який отримав найвищу зважену оцінку. Це пояснюється його здатністю міцно асоціюватися з українськими національними символами та ефективно підкреслювати ідентичність бренду. Шрифт також показав високий результат завдяки його потенціалу для створення унікального стилю через використання традиційних форм або індивідуального дизайну. Використання кольорової гами доповнює ці елементи, додаючи глибини національним мотивам, хоча її стандартність може обмежувати рівень унікальності.

Такі елементи, як орнаменти та музика, демонструють середній рівень ефективності в підкресленні етностилу вебсайту, але вимагають ретельного підбору для досягнення гармонії та оригінальності. Відео, хоча і має високу трудо-



## Оцінювання елементів дизайну вебсайту з погляду їхньої ролі у створенні етнічного стилю

Елементи дизайну вебсайту	Критерії			
	Ступінь асоціації з Україною 0,6	Трудомісткість виконання 0,2	Унікальність дизайну 0,2	Зважена сума
Знак-логотип	5	1	5	4,2
Кольорова гама	3	5	2	3,2
Орнамент	3	3	3	3
Ілюстрації	2	3	3	2,4
Шрифт	4	5	3	4
QR-код	1	5	1	1,8
Фото	2	3	3	2,4
Відео	3	1	4	2,8
Музика	3	2	4	3

місткість, є потужним інструментом для створення динамічного зв'язку із культурою. Типові зображення та фото, незважаючи на нижчий рівень асоціативності, можуть бути ефективними за умови творчого підходу. Найнижчу оцінку отримав QR-код, адже його стандартний вигляд мало асоціюється з українським стилем, однак він може виступати функціональним додатком до загального дизайну.

### Етап 2.2. Формування множини варіантів реалізації для елементів дизайну вебсайту.

Цей етап дослідження передбачає формування варіантів реалізації ключових елементів дизайну вебсайту, які відображають національну ідентичність через візуальні традиційні та емоційні аспекти. Головною метою цього етапу є створення гармонійного поєднання традиційних українських мотивів із сучасними дизайнерськими рішеннями, що дозволяє підкреслити унікальність та автентичність проекту.

Обрані теми *ілюстрації* включають природу, людей і історичні події. Для природи пропонуються зображення українських степів під блакитним небом, соняшникових полів, карпатських гір і мальовничих річок та озер. Лісові сцени можуть включати густі ліси, осінній ліс та хатинки на галявинах. Водяні пейзажі охоплюють річки з вербами, рибалок на човні й озера з лебедями.

Люди в ілюстраціях зображені у вишиванках та традиційних костюмах: дівчата у вінках, сім'ї в народному вбранні, фольклорні гурти та сцени з українських свят, таких як Івана Купала і Різдво. Історичні моменти включають козаків, битви за незалежність, Київську Русь, революцію, а також сучасну Україну з її містами й подіями.

Для створення українського *відео* на лендінгу можна використати ідеї з ілюстрацій.

Важливо забезпечити високу якість зйомки з чітким зображенням, звуком та освітленням для комфортного перегляду. Різні ракурси, переходи й ефекти зроблять відео більш динамічним та цікавим. Додавання субтитрів підвищить доступність для міжнародної аудиторії та людей з вадами слуху.

*Музичне оформлення* може включати класику української естради, як-от «Ніч яка місячна» (Назар Яремчук), «Ой, у вишневому саду» (Софія Ротару) та «Україна» (Тарас Петриненко). З сучасних хітів підійдуть «Не твоя війна» (Океан Ельзи), «Ой у лузі червона калина» (Бумбокс), «Шум» (Go\_A) та «Лови момент» (Антитіла).

**Висновки.** У роботі сформовано методику розробки дизайну вебсайту із застосуванням українського етностилу, яка включає послідовний підхід до створення візуальної ідентичності та вебдизайну, що відображає культурні особливості та національні мотиви України. Методика передбачає використання етнічних мотивів у таких елементах дизайну вебсайту, як кольори, орнаменти, шрифти та графічні символи, що викликають асоціації з українською культурною спадщиною. Для кожного елемента дизайну було запропоновано кілька варіантів, що дозволяють втілити на сайті ідеї традиційної української символіки.

У запропонованій методиці увага приділяється створенню мультимедійних матеріалів, таких як ілюстрації, відео та музика, які підсилюють етнічний колорит та допомагають залучити як місцеву, так і міжнародну аудиторію. Таким чином, методика дозволяє забезпечити автентичність дизайну, враховуючи сучасні вимоги вебдизайну та ефективно передати культурні асоціації, що підвищує привабливість вебсайту.

Список літератури:

1. ЕтноХата. URL: [https://etnoxata.com.ua/?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiA9IC6BhA3EiwAsbltONsQZxhFBI9bc8urjxC\\_b6VK2kswH3yMoobCRTC\\_m0oQxfakjYfIBnhoC-mEQAvD\\_BwE](https://etnoxata.com.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA9IC6BhA3EiwAsbltONsQZxhFBI9bc8urjxC_b6VK2kswH3yMoobCRTC_m0oQxfakjYfIBnhoC-mEQAvD_BwE) (дата звернення: 12.09.2024).
2. Шукай! Історія Києва у бронзових мінікультурках. URL: <https://shukai.com.ua/> (дата звернення: 12.09.2024).
3. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ: ArtHuss, 2023. 206 с.
4. Hajdas M. The Impact of Cultural Branding on Brand Equity – Exploratory Study. *Handel Wewnętrzny*. 2017. № 5. P. 213–221.
5. Schultz M., Hatch M. A cultural perspective on corporate branding. *Brand Culture* / ed. by J. E. Schroeder, M. S. Morling. London: Routledge, 2006. P. 15–33.
6. Сиваш І. О. Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 2. С. 131–138.
7. Завантажити безкоштовні українські шрифти для гравіювання // Gravirovka.UA. URL: <https://gravirovka.ua/ukrainian-free-fonts/> (дата звернення: 04.05.2024).
8. Konieczna E. J. The meaning of symbols in drawings in the context of the military conflict in Ukraine. *Labor et Educatio*. 2023. № 11. С. 195–210.
9. Щербань А. Л., Бабкова Н. В. Навчальний посібник "Орнаментика та український орнамент": культурологічний аналіз. *Культура України*. 2022. № 75. С. 52–57.
10. Рудакова Н. І. Український історичний епос: художня трансформація образу козака. *Літературознавчі студії*. 2018. № 37 (2). С. 266–272.

**Potrashkova L.V., Kovalenko V.I. METHODOLOGY FOR DEVELOPING A WEBSITE DESIGN USING UKRAINIAN ETHNICITY**

*The article is dedicated to the application of Ukrainian ethnostyle in website design. Integration of ethnic elements into a web resource allows you to create an emotional connection with the local audience using a visual language that is close to them. This increases users' trust in the resource, improves their impression and overall perception of the brand. The unique graphic design based on ethnic motifs also helps to make a website stand out from the competition in the global digital environment.*

*Despite the growing number of studies on ethnicity in corporate design, particularly in its Ukrainian segment, there is still a lack of systematic recommendations for supporting design decisions to shape the ethnic flavour of digital products, including websites. In this regard, the purpose of the study is to develop a methodology for creating a website design that evokes associations with Ukrainian culture and folk art.*

*In accordance with the set goal, the article develops a methodology that provides substantiation of decisions on integration of elements of Ukrainian ethnicity into web design. In the process of forming the methodology, an expert survey was conducted, which allowed to identify the elements of corporate identity that have the greatest impact on the formation of ethnic associations with the brand among the target audience. Using a multi-criteria evaluation, the article identifies the elements of website design that form the ethnic flavour of the resource. Based on the analysis of literature and practical examples, a selection of symbols, colours, fonts and ornaments for such corporate identity elements as the logo, decorative graphic elements, typography, background graphics and other design components that evoke strong associations with Ukraine was created.*

*The methodology helps to select the elements of website design that are most important for creating the ethnic flavour of the site, as well as to choose specific options for implementing these elements that evoke associations with Ukrainian culture and folk art.*

**Key words:** website design, corporate identity, ethnic style, national colour, questionnaire, evaluation of alternatives, ranking.