

УДК 004.4'27

РОЛЬ ТИПОГРАФІКИ ТА КОМПОЗИЦІЙНИХ РІШЕНЬ У ФОРМУВАННІ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ ЮВЕЛІРНОГО ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

Хлопенко В.Ю.

e-mail: valerii.khlopenko@nure.ua

Науковий керівник – ст. викл. Ольховська В.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. МІРЕС
м. Харків, Україна

This work is dedicated to the study of typography and compositional solutions in forming the visual identity of a jewelry online store. The research emphasizes the importance of font aesthetics, white space management, and visual hierarchy in building consumer trust and conveying the premium status of the brand. Given that jewelry is a high-involvement product, special attention is paid to the emotional impact of minimalist layouts and the precision of decorative elements. The study aims to develop practical recommendations for creating aesthetically sophisticated and user-friendly web interfaces that enhance brand recognition and improve conversion rates in the luxury e-commerce segment.

У сфері електронної комерції дизайн вебінтерфейсу відіграє важливу роль у формуванні сприйняття бренду та довіри користувачів. Особливо це стосується ювелірної галузі, де візуальна презентація продукції має компенсувати відсутність фізичного контакту з виробом. В умовах високої конкуренції на ринку електронної комерції саме якість візуальної комунікації інтерфейсу часто визначає перше враження користувача про бренд. Типографіка та композиція сторінки виступають ключовими інструментами формування естетичного сприйняття та зручності взаємодії з інтернет-магазином.

Метою цієї роботи є дослідження впливу типографіки та композиційних прийомів на формування візуальної ідентичності ювелірного інтернет-магазину, а також визначення ключових принципів їх застосування для створення естетичного інтерфейсу, що викликає довіру. Для досягнення мети передбачено аналіз ролі шрифтових гарнітур, вивчення механізмів керування увагою через візуальну ієрархію та білий простір, розгляд методів адаптації моделей під різні типи пристроїв, а також формування практичних рекомендацій щодо проектування для ювелірних брендів.

У дизайні інтерфейсів, призначених для демонстрації коштовностей, типографіка виступає потужним інструментом позиціонування бренду. Вибір гарнітур шрифтів має безпосередній вплив на підсвідоме сприйняття якості товарів, їх унікальності та довіру до бренду. Кожна категорія шрифтів має характерні візуальні ознаки, що формують у споживачів певні асоціації та очікування ще до ознайомлення з характеристиками товару.

Використання антиків, або шрифтів із засічками, асоціюється з надійністю та вишуканістю, що є критично важливим для ювелірних брендів із багаторічною історією. Графічні особливості таких гарнітур полегшують сприйняття тексту, створюючи відчуття стабільності та інтелектуальної розкоші. Водночас додавання гротесків символізує перехід до сучасного мінімалізму та функціональності. Такі рішення забезпечують візуальну легкість інтерфейсу та мінімізують когнітивне навантаження, що асоціюється із сучасним стилем життя.

Особливе значення має шрифтова ієрархія, яка виконує роль навігаційного орієнтира. Варіювання кегля та зміна міжлітерних інтервалів дозволяють структурувати інформаційне поле. Наприклад, збільшення трекінгу в заголовках додає тексту легкості, що сприймається як ознака елегантності, тоді як чіткий контраст між назвою виробу та його ціною допомагає користувачеві швидко виділити ключову інформацію. Додатковим інструментом підсилення візуальної стратегії є використання гармонійних шрифтових пар. Поєднання витончених антиків із функціональними гротесками дозволяє поєднати преміальну стилістику бренду з високою швидкістю зчитування технічних даних. Окрему увагу слід приділити міжрядковому інтервалу: його збільшення створює ефект вільного простору, що підкреслює елегантність бренду.

Враховуючи динамічний характер споживання контенту, особливого значення набуває адаптивна типографіка, що забезпечує стабільність візуальної ієрархії при зміні відображення на різних типах пристроїв. Процес адаптації передбачає стратегічну зміну масштабних співвідношень та кегля для збереження читабельності ключових блоків на мобільних екранах. Важким чинником візуальної ідентифікації в ювелірній сфері є вибір накреслення та рівня контрастності шрифтових гарнітур, для цього використовують шрифти із високим контрастом, де виразна різниця між товстими та тонкими лініями штрихів створює пряму асоціацію з грою світла та блиском граней дорогоцінного каміння. Таке графічне рішення дозволяє транслювати естетичну досконалість продукції через типографічні форми, проте вимагає ретельного технічного контролю в умовах адаптивного дизайну. Це зумовлено необхідністю збереження візуальної чіткості надтонких елементів на дисплеях із різною щільністю пікселів, що є невід'ємною частиною проектування високонадійних та естетично привабливих інтерфейсів. Також для ювелірних сайтів часто використовують монохромні палітри, де типографіка стає головним декоративним елементом.

Фундаментальним чинником впливу є композиційна структура. Важливим аспектом є використання білого простору, що дозволяє акцентувати увагу на художній виразності виробів, запобігаючи візуальному шуму. Застосування модульних сіток забезпечує математичну точність розташування елементів, що критично важливо для гармонії, притаманної ювелірному мистецтву. Вільний простір створює необхідну візуальну паузу, яка підк-

реслює витонченість прикрас.

Важливим аспектом проектування ювелірних інтернет-магазинів є узгодження типографіки та композиції з поведінковими сценаріями користувачів. Структура сторінки повинна забезпечувати швидке сприйняття ключової інформації про виріб, включаючи його назву, вартість, характеристики та візуальне представлення. Чітка типографічна ієрархія у поєднанні з продуманою композиційною структурою сприяє зменшенню когнітивного навантаження та підвищує ефективність навігації. Такий підхід також позитивно впливає на поведінкові показники інтерфейсу, зокрема час взаємодії з контентом, глибину перегляду сторінок та ймовірність здійснення покупки. Це особливо важливо для ювелірних брендів, де користувач приймає рішення про покупку на основі візуального враження та довіри до презентації продукту.

Проведене дослідження підтверджує, що візуальний образ ювелірного інтернет-магазину формується на основі комплексного поєднання типографічних та композиційних рішень. Використання контрастних шрифтових пар, дотримання суворої ієрархії та активне впровадження білого простору дозволяють компенсувати відсутність фізичного контакту з товаром. Стратегічне проектування інтерфейсу на основі модульних сіток та адаптивної типографіки забезпечує не лише естетичну привабливість, а й високий рівень користувацької довіри, що є вирішальним для успішної комерційної діяльності в сегменті ювелірних виробів.

Список використаних джерел:

1. Головні правила типографіки для дизайнерів-початківців. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/pravyla-typografiky.html> (дата звернення: 07.03.2026).
2. Як обирати шрифти для заголовків та основного тексту. URL: <https://cases.media/article/yak-obirati-shrifti-dlya-zagolovkiv-ta-osnovnogo-tekstu> (дата звернення: 08.03.2026).
3. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду.
4. Шпаргалка: перевірте, чи не використовуєте ви російські шрифти у своїй роботі. URL: <https://telegraf.design/shpargalka-shryfty/> (дата звернення: 07.03.2026).
5. What Makes a Website ‘Luxury’? Design Principles That Sell Premium Products. URL: <https://www.soleycreative.com/studio-notes/what-makes-a-website-luxury-design-principles-that-sell-premium-products> (дата звернення: 07.03.2026).
6. Естетичні принципи формування брендової айдентики на основі етнотипографії