

КОМУНАЛЬНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ
Факультет мистецтва та дизайну

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол засідання кафедри дизайну
від «29» травня 2024 р. №11
Завідувач кафедри к.п.н., доцент

_____ Н.В. Дерев'янку

Пояснювальна записка
до бакалаврської роботи
«Дизайн сайту інтернет-магазину езотеричних товарів «Аура»

Виконала: студентка 4 курсу,
освітньо-професійної програми
Графічний дизайн
зі спеціальності 022 Дизайн
Цаприка Катерина Олександрівна

Наук. керівник:
доц., канд. мистецтвознавства,
Залевська О.Ю.

Запоріжжя
2024

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ» ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Факультет мистецтва та дизайну
Спеціальність 022 Дизайн
Освітньо-професійна
Графічний дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри дизайну
Дерев'яно Н.В. _____
«28» лютого 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ

Цаприки Катерини Олександрівни

1. Тема бакалаврської роботи: «Дизайн сайту інтернет-магазину езотеричних товарів «Аура».
Затверджена наказом по академії від 13.10.2023 № 323/од.
2. Термін здачі студентом бакалаврської роботи 15 травня 2024 року.
3. Вихідні дані бакалаврської роботи: практична частина (проект); пояснювальна записка; презентація до публічного захисту; цифровий варіант бакалаврської роботи (фото проекту, пояснювальна записка, презентація).
4. Зміст пояснювальної записки: Завдання на бакалаврську роботу. Реферат. Зміст. Вступ. Розділ 1. Теоретичні засади візуалізації дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів: історія створення інтернет-магазинів; історія створення і розвитку езотерики; езотерика в Індії; езотерика в Тибеті; езотерика в Японії; езотерика в Китаї; сучасні тенденції у веб-дизайні; аналіз аналогів сайтів інтернет-магазинів езотеричних товарів. Розділ 2. Комплексне художньо-проектне рішення дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів: концепція дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів; етапи розробки дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів; економічні розрахунки; заходи з безпеки життєдіяльності та протипожежної техніки. Висновки. Список використаних джерел. Додатки А-Г.
5. Перелік електронного матеріалу: презентація (*презентація_Цаприка.pptx*), цифровий варіант записки до бакалаврської роботи (*бакалавр_записка_Цаприка.docx*).

6. Консультанти по бакалаврській роботі із зазначенням розділів роботи, що стосується їх:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

Дата видачі завдання 8 квітня 2024 року

Студент _____ К.О. Цапrika

Керівник _____ доц., кан. мист. Залевська О. Ю.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської роботи (проекту)	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Концептуальне осмислення теми та постановка проектного завдання.	08.04.2024	
2	Допроєктний аналіз. Розробка проектної пропозиції.	28.04.2024	
3	Візуалізація та графічне відтворення проекту.	27.05.2024	
4	Оформлення пояснювальної записки та перевірка на плагіат. Створення гайдбуку. Рецензування бакалаврської роботи.	05.06.2024	
5	Попередній захист бакалаврської роботи. Допуск до захисту бакалаврської роботи.	06.06.2024	

Розглянуто і схвалено кафедрою дизайну
Протокол № 8 від 28.02.2024 р.

Завідувач кафедри дизайну _____ канд. пед. н., доц. Н.В. Дерев'янку

Студент _____ К.О. Цапrika

Керівник бакалаврської роботи _____ доц., кан. мист. О.Ю. Залевська

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 52 с., 1 табл., 20 рис., 13 джерел, 3 додатків.

Об'єкт дослідження: веб-дизайн інтернет-магазину.

Мета роботи: проектування сайту інтернет-магазину езотеричних товарів.

Методи дослідження: описовий, порівняльний, аналітичний в процесі теоретичного дослідження теми роботи. Емпіричний метод, а саме методи синтезу та формалізації графічної складової веб-дизайну.

В першому розділі визначено мету та завдання роботи. Розкрито історію становлення веб-дизайну, його сучасні тенденції розвитку. Проведений аналіз аналогів.

У другому розділі представлена концепція бакалаврської роботи, що полягає у проектуванні сайту інтернет-магазину езотеричних товарів. Головною метою є привернути увагу потенційного клієнта до візуального стилю магазину та ознайомитися зі специфікою розробки сайтів. Дизайн-задача складається з вирішення візуальної частини проєкту: креативність у розробці елементів інтернет-магазину, чітке позиціонування закладу та пошуки способів оригінального виокремлення його дизайну з-поміж низки інших сайтів. Стиль розрахований на молодіжну та дорослу аудиторію. В проєкті розкриті етапи розробки дизайну веб-сайту, проведена калькуляція собівартості роботи та розглянуті вимоги техніки безпеки.

Проєкт складається з графічного та цифрового рішення логотипу, створення багатосторінкового сайту.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ДИЗАЙН, ВЕБ-ДИЗАЙН, ГРАФІЧНЕ РІШЕННЯ, ЛОГОТИП, UX/UI.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ	ЕЗОТЕРИЧНИХ
ТОВАРІВ.....	6
1.1. Історія створення інтернет-магазинів.....	6
1.2. Історія створення і розвитку езотерики	8
1.3. Езотерика в Індії.....	11
1.4. Езотерика в Тибеті.....	15
1.5. Езотерика в Японії.....	17
1.6. Езотерика в Китаї.....	18
1.7. Сучасні тенденції у веб-дизайні	20
1.8. Аналіз аналогів сайтів інтернет-магазинів езотеричних товарів	23
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНЕ ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНЕ РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ	ЕЗОТЕРИЧНИХ
ТОВАРІВ	30
2.1. Концепція дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів	30
2.2. Етапи розробки дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів	32
2.3. Економічні розрахунки.....	36
2.4. Заходи з безпеки життєдіяльності та протипожежної техніки	37
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41
ДОДАТКИ	43

ВСТУП

Вивчення та розробка дизайну макету для інтернет-магазину езотеричних товарів створює унікальну можливість зануритися у захопливий світ веб-дизайну. В процесі цього творчого дослідження будуть використані програми, такі як Figma та Illustrator, для створення візуально привабливого і функціонального дизайну.

Актуальність теми: серед сучасної аудиторії зростає цікавість до езотеричних практик, астрології, таро, кристалів, ароматерапії та інших духовних тем. Багато людей шукають спеціалізовані продукти та послуги.

Інтернет-магазини стали зручним і безпечним способом придбання товарів для багатьох людей, особливо після глобальної пандемії COVID-19 та масового вторгнення до України. Розробка онлайн-магазину езотеричних товарів відповідає потребам споживачів сучасного часу.

Езотеричні практики та продукти приваблюють широкий спектр споживачів. Оскільки багато людей цікавляться духовним розвитком і самопізнанням у різні вікові періоди життя, вони можуть приваблювати як молодих, так і старших клієнтів. Духовні практики можуть допомогти підняти настрій, бойовий дух і дати трохи надії, тим паче зараз, коли ми перебуваємо в періоді паніки, відчаю та невизначеності.

Інтернет робить легким отримання інформації про різноманітні культури та духовні практики. Багато людей купують відповідні товари, щоб дізнатися про екзотичні або традиційні елементи різних культур.

Одним із основних цілей може бути створення онлайн-магазину, який надає користувачам зручний інтерфейс, щоб вони могли переглядати та купувати езотеричні товари. Магазин повинен бути простим у використанні, підтримувати швидкі та надійні процеси оплати та захистити особисті дані клієнтів.

Крім того, метою є розробка привабливого та ефективного дизайну веб-сайту, який приверне увагу користувачів і залишить у них позитивне

враження. Забезпечуючи важливу інформацію, поради та інструкції щодо користування товарами, а також надаючи клієнтам можливість обмінюватися досвідом і спілкуватися, інтернет-магазини можуть сприяти розвитку та підтримці езотеричного суспільства.

Мета полягає в розширенні ринку та збільшенні продажів езотеричних товарів, надаючи споживачам можливість вибирати з широкого асортименту та замовляти їх через Інтернет.

Досягнення мети роботи передбачає виконання таких завдань:

1. Дослідити історію створення і розвитку езотерики та інтернет-магазинів.
2. Проаналізувати сучасні тенденції розвитку сайтів інтернет-магазинів езотеричних товарів в Україні.
3. Проаналізувати та порівняти аналоги онлайн магазинів езотеричної тематики.
4. Розробити концепцію дизайн сайту інтернет-магазину езотеричних товарів.
5. Створити дизайн сайту інтернет-магазину езотеричних товарів.

Бакалаврська робота складається із теоретичної та практичної частин. Теоретична частина представлена пояснювальною запискою, яка складається із загального і спеціального розділів, висновків, переліку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи 52 сторінок, основний текст роботи 33 сторінки. Графічна та практична частини представлені проектом. Склад роботи: логотип, фірмовий блок, макет веб-сайту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ЕЗОТЕРИЧНИХ ТОВАРІВ

1.1 Історія створення інтернет-магазинів

Історія створення інтернет-магазинів є фасцинуючою подорожжю, яка почалася з невеликих кроків у пізній частині 20 століття і поступово перетворилася на велику та важливу частину сучасного економічного ландшафту. Ось чотири ключові етапи розвитку інтернет-магазинів:

Початки (до 1995 року). В 1970-80-х роках виникали перші спроби створення електронних комерційних платформ. Однак, справжній зростання і розвиток інтернет-магазинів належать 1990-м рокам[1].

Особливо, у 1994 році компанія Netscape представила безпечний протокол передачі даних HTTPS. Це стало важливим кроком вперед для забезпечення безпеки електронних транзакцій, що дало можливість розвитку інтернет-магазинів і зробило онлайн-шопінг більш надійним та безпечним для споживачів.

Це перетворило електронну комерцію і відкрило шлях для створення більш безпечних та функціональних інтернет-магазинів. Після цього інтернет-торгівля почала набувати популярності серед підприємств та споживачів, а цей тренд тільки зросло в наступні роки.

Ера перших інтернет-магазинів (1995-2000). Запуск компанії Amazon і аукціонного сайту eBay у 1995 році був ключовою подією в історії електронної комерції. Ці компанії стали піонерами в галузі інтернет-торгівлі та визначили новий етап у її розвитку.

Заснований Джеффом Безосом, Amazon спочатку розпочав свою діяльність як онлайн-книжковий магазин. З часом компанія розширила свою присутність і стала однією з найбільших інтернет-торгових платформ, що продає різноманітні товари та послуги.

Заснований П'єром Омід'яром, eBay виник як аукціонний сайт, де користувачі могли продавати та купувати товари у вигляді аукціонів, eBay став

однією з перших і найвідоміших онлайн-платформ для купівлі та продажу товарів [2].

Системний програмний засіб для створення інтернет-магазинів Magento був випущений у 2008 році. Magento став важливим гравцем у світі електронної комерції, надаючи потужні інструменти для створення і управління онлайн-магазинами. Його гнучкість і розширюваність зробили його популярним серед бізнесів різного масштабу.

Бум електронної комерції (2000-2010). У період буму електронної комерції, який охоплював приблизно 2000-2010 роки, багато компаній стали впливовими гравцями у світі онлайн-торгівлі. Китайська компанія Alibaba Group, заснована Джеком Мо в 1999 році, стала однією з найбільших та найвпливовіших електронно-комерційних компаній у світі. Alibaba спеціалізується на онлайн-торгівлі та надає платформу для співпраці між покупцями та продавцями, зокрема, у сфері оптової торгівлі[1].

Компанія eBay, яка була запущена у 1995 році, продовжила свій розвиток і стала однією з найвідоміших платформ для інтернет-аукціонів та онлайн-торгівлі. Etsy, заснований у 2005 році, спеціалізується на ручній роботі та унікальних товарах, надаючи платформу для майстрів та ремісників для продажу своїх виробів.

У цей період також відбулося значне розширення технологій та інновацій у сфері електронної комерції:

- з'явилися та розвивалися різноманітні системи електронних платежів, що спрощували процес онлайн-оплати, забезпечуючи безпеку та зручність для покупців і продавців;
- виникли та вдосконалювалися системи управління контентом (CMS), які давали можливість легко створювати та керувати вмістом на інтернет-магазинах без глибоких технічних знань;

Зростання використання аналітики та даних дозволяє підприємствам оптимізувати свої стратегії продажу, вдосконалювати інтерфейси користувачів, а також персоналізувати пропозиції для клієнтів.

Сучасні тенденції (після 2010). Розширення мобільних технологій та впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) суттєво вплинули на ландшафт електронної комерції, роблячи її більш доступною та інноваційною.

З'явлення мобільних додатків дозволило покупцям зручно переглядати та здійснювати покупки прямо зі своїх смартфонів та планшетів. Інтернет-магазини пристосовані до різних розмірів екранів, щоб забезпечити користувачам оптимальний досвід, навіть на мобільних пристроях.

ШІ використовується для аналізу поведінки покупців та надання персоналізованих рекомендацій, що поліпшує зручність покупок. Використання чат-ботів і віртуальних помічників спрощує спілкування з клієнтами та відповідає на їхні запитання.

Відкриті платформи Shopify та WooCommerce надають можливість швидко створювати та керувати інтернет-магазинами навіть людям без глибоких технічних знань. Підприємства можуть легко розширювати свої магазини та налаштовувати їх, використовуючи різноманітні додатки та плагіни[3].

Інтернет-магазини інтенсивно розвиваються, а нові технології продовжують змінювати способи, якими ми купуємо та продаємо товари та послуги в Інтернеті.

1.2 Історія створення і розвитку езотерики

Термін "езотерика" охоплює широкий спектр духовних, метафізичних і таємничих вчень, які зазвичай не входять в рамки традиційних релігій та наукових дисциплін. Історія езотерики виходить за межі конкретної події чи руху, але включає в себе розвиток різних ідеологій та поглядів, які тісно пов'язані з духовністю та пошуками глибшого розуміння всесвіту.

Давні цивілізації. Езотеричні ідеї можна відслідковувати в різних давніх цивілізаціях. Єгиптяни розвивали астрономію та вірили у важливість астрології для передбачення подій та визначення долі. Єгипетська магія була часто пов'язана з релігійними обрядами та застосовувалася для лікування

хвороб, вигнання злих духів і оточувала обряди поклоніння різним божествам. Вавилоняни розвивали астрологію та вивчали рухи зірок для передбачення природних подій і долі людей. Магічні практики, такі як ворожіння за допомогою великого числа різних предметів, були розповсюдженими в цьому регіоні. Великі грецькі філософи, такі як Платон і Піфагор, мали містичні переконання та інтересувалися духовним розвитком та реальністю за межами матеріального світу. Грецькі храми, такі як Дельфійський храм, служили оракулами, які пророкували майбутнє та давали поради [4].

Середньовіччя та Ренесанс. В часи Середньовіччя та раннього Відродження справжньою зброєю багатьох мислителів та вчених були алхімія та магія. Цей період в історії Європи відзначався прагненням розуміти таємниці природи, здійснювати духовне вдосконалення, а також пошуками в області хімії та метафізики.

Алхіміки вірили, що існує речовина, яка може перетворювати будь-який метал у золото та надавати безсмертя. Цю речовину називали «філософським каменем». Також однією з центральних ідей алхімії був пошук «еліксиру життя», який міг би продовжити життя або забезпечити безсмертя.

Розквіт оккультизму. 19-20 століття було періодом значного розквіту езотеричних та оккультних течій. Такі рухи, як Теософія, Герметизм та Золота Зоря, стали важливими центрами для вивчення та практики різноманітних езотеричних тем. Ось кілька важливих езотеричних рухів цього періоду:

Теософія. Вона була заснована Еленою Блаватською, Генрі Стілом Олькоттом та Вільямом Куоном в кінці 19 століття. Рух теософії поєднував елементи релігій, філософій та духовних вчень, включаючи вчення про реінкарнацію, ауру, магію та містичний розвиток [5].

Герметизм. Орден, заснований Самуелем Ліддлом МакГрегором Метерсом, вивчав герметичні традиції, алхімію, магію та таємничі науки. Одним з видатних творів, пов'язаних із герметизмом, є "Кілька істинних ключів до герметичного мистецтва" С.Л.М.Метерса [6].

Золота Зоря. Орден Золотої Зорі вивчав різноманітні традиції, такі як алхімія, магія, астрологія та окультні науки. Відомі особистості, такі як Алістер Кроулі та Вільям Батлер-Йейтс, були пов'язані з орденом.

Ці рухи виявили значний вплив на розвиток езотеричного мислення, сприяли вивченню паранормальних явищ та розширювали межі духовності в культурному контексті того часу. Їхні ідеї та практики вплинули на подальший розвиток окультизму та езотерики в 20 столітті і залишають свій слід в сучасних езотеричних течіях.

Новий вік та духовний розвиток. 20 століття дійсно принесло з собою значний розвиток езотеричних ідей, особливо в контексті "Нового віку". Цей період характеризувався розширенням інтересу до духовності, саморозвитку та нових підходів до розуміння світу. У цей час з'явився загальний інтерес до містичних традицій, духовних вчень і практик, які виходили за межі традиційних релігій. Ідеї езотерики були орієнтовані на особистісний розвиток, самоосвіту та зростання свідомості. Почав зростати інтерес до логістичного підходу до здоров'я, включаючи альтернативні методи лікування, трави, йогу та інші форми альтернативної медицини. Зароджується трансперсональна психологія, яка досліджує духовний аспект людської психіки та розвиток особистості. З'являються нові містичні течії, включаючи інтерес до східних духовних практик, медитації та йоги. Зросла популярність астрології, таро та інших методів віщування та самопізнання. Збільшилась увага до екологічної усвідомленості та духовного взаємозв'язку з природою.

Сучасність. Сьогодні езотерика існує в різних формах, включаючи духовний розвиток, метафізику, альтернативну медицину, астрологію, та інші області. Існують магазини та інтернет-магазини, що спеціалізуються на продажу езотеричних товарів, які можуть включати кристали, таро-карти, свічки, амулети та інше.

Езотерика залишається важливою для багатьох людей, які шукають глибший зміст і розуміння власного життя та світу. Це поле досліджень і практик, що надалі еволюціонує та адаптується під сучасні умови.

1.3 Езотерика в Індії

Історія езотерики в Азії є багатою і різноманітною. Різні країни та культури Азії мають свої унікальні традиції та погляди на езотеричні практики. Історія розвитку езотерики в Індії дуже багата і глибока, оскільки ця країна має величезний вплив на релігійні та духовні традиції світу.

Ведична Епоха (1500–500 до н.е.). Найстаріші святі тексти індійської традиції - Веди - включали в себе езотеричні знання про ритуали, медитації та філософію [7].

В них були описані різноманітні ритуали, які використовувались для спілкування з божествами та космічними силами. Ритуали відігравали важливу роль у ведичному брахманізмі, де священики (брахмани) виконували ритуали для підтримки космічного порядку та гармонії. Веди також мали відомості про медитаційні практики. Медитація використовувалася для досягнення духовної ілюмінації, заглиблення знань та з'єднання з внутрішнім божеством.

Веди містили численні мантри, або святі звуки та формули, які використовувалися для спілкування з космічними силами. Використання мантр в ритуалах і медитаціях вважалося суттєвим елементом ведичного брахманізму. В цих писаннях також містились філософські тексти, такі як Упанішади, де розглядалися важливі аспекти філософії та духовності. Вони досліджували питання про природу Брахмана (абсолютної реальності) та Атмана (душі).

Упанішадська Епоха (800–200 до н.е.). Упанішади - філософські тексти, що слідує за Ведами, розширювали езотеричні знання та введення важливих понять, таких як Атман (душа) та Брахман (абсолютна реальність).

Упанішади детально вивчали поняття Атман, що визначається як внутрішній, невмирущий, непорушний принцип в людині. Атман розглядається як найвища реальність, яка співпадає з абсолютним Брахманом.

Брахман - це абсолютна реальність, яка перебуває за всім матеріальним світом. В Упанішадах Брахман описувався як невизначений, безмежний та безформний принцип, що перебуває у всьому.

Упанішади підкреслювали важливість медитації та контемпляції для досягнення розуміння Атмана та Брахмана. Медитаційні практики були спрямовані на вивчення внутрішнього "Я" та взаємодію з абсолютною реальністю. Вони розглядали Атман та Брахман як нероздільні. Реалізація єдності Атмана та Брахмана вважалась ключовим для досягнення духовної свободи та освіченості.

Упанішади (Дод. А, рис. 1) є фундаментом для філософії Веданти, що розвивалася пізніше і надала основу для численних духовних традицій у Індії.

Йога та Санкх'я (пізніше Ведичний та Упанішадський період). Санкх'я - це філософська система, яка вивчала структуру космічної реальності через аналіз різних елементів. Вона визначала 25 та 24 реальності, включаючи Пурушу (душу) та Пракриті (природу). Санкх'я пропагувала вивчення та розрізнення різних аспектів реальності для досягнення внутрішньої свободи [8].

"Бхагавадгіта" - священний текст, який входить до епосу "Махабхарата". У "Бхагавадгіті" особлива увага приділялась концепції йоги та дії (карми). У тексті виражено вчення Кришни про те, як здійснювати свої обов'язки без прикріплення до результатів дій і як здійснити єднання з Богом через різні форми магічних практик.

"Бхагавадгіта" включала в себе різні види йоги, такі як Карма-йога (йога дії), Бхакті-йога (йога предання), Джняна-йога (йога знання) та Раджа-йога (йога контролю розуму і тіла). Це вчення визначало шляхи до духовного розвитку та піднесення.

Йога є однією з найважливіших духовних традицій в Індії. Йога включає в себе філософію, моральні принципи, фізичні практики (асани), контроль

дихання (пранаяма) та медитацію. Мета йоги - досягнення єдності з внутрішнім "Я" (Атман) та космічною реальністю (Брахман).

Тантризм (7–10 століття). Тантризм (Дод. А, рис. 2) є унікальним та різноманітним напрямком езотерики, який розвивався в середньовіччі. Він активно використовував різноманітні ритуали, які включали в себе символіку, жертвоприношення, медитацію та інші практики. Ці ритуали могли бути спрямовані на взаємодію з божествами або енергійними аспектами космосу. Використання мантр (священних звуків або формул) були важливою складовою тантризму. Люди використовували мантри для виклику енергій, активізації свого потенціалу або встановлення зв'язку з вищими силами.

Тантризм включав в себе йогічні та медитативні практики для досягнення внутрішнього освітлення та взаємодії з духовними силами. Йогічні аспекти тантризму могли включати фізичні практики, контроль дихання та концентрацію. Основна мета тантризму полягала в досягненні духовного піднесення та єдності з абсолютном. Поклоніння, яке частоздійснювалось через ритуали та медитацію, було спрямоване на відчуття єдності з божествами або космічною енергією. В окремих тантричних традиціях могла бути використана сексуальна аскеза як спосіб взаємодії з енергією та досягнення духовної єдності.

Бхакті-рух (12 століття і пізніше). Бхакті-рух, заснований на поклонінні Богу та любові, включав в себе езотеричні аспекти, особливо через напрямок, відомий як Бхакті-йога.

Бхакті-йога є одним з основних напрямків йоги, фокусуючись на розвитку віри, любові та відданості до Бога. Її ціль - встановлення особистого контакту з абсолютною реальністю через поклоніння та предання. В практиці Бхакті-йоги великий акцент робився на молитві, співі, медитації на ім'я Бога та службі. Бхакті-йога вивчала внутрішній світ людини та духовну сутність. Вірячи в безмежну любов та благословіння Бога, практикуючий Бхакті-йога

намагався розкрити своє внутрішнє "Я" та встановити глибший зв'язок з духовним світом.

Центральним елементом Бхакті-йоги було поклоніння та любов до Бога. Прихильники цього напряму розглядали Бога як вищу реальність, до якої вони прагнули прийти через поклоніння, службу та предання. Бхакті-йога надавала важливість спілкуванню з духовними силами через різні практики. Це могло включати медитації на ім'я Бога, читання священних текстів, таких як "Бхагавадгіта", та інші форми відданості.

Молитва та ритуали були важливими засобами вираження преданості в рамках Бхакті-йоги. Практикуючий міг використовувати молитву та ритуали для вираження своїх почуттів, відданості та прагнення до духовного зростання.

Сучасність (20 століття і далі). Індія вважається батьківщиною йоги, і вона залишається центром для вивчення та вдосконалення цієї духовної практики. Школи йоги, ашрами та центри для йоги приваблюють вчителів та практикуючих з усього світу. Сучасні рухи йоги в Індії також створюють нові методи та підходи до навчання йоги.

Аюрведа, традиційна система індійської медицини, продовжує привертати увагу як в Індії, так і за її межами. Школи аюрведи, лікувальні центри та інститути пропонують навчання та лікування на основі цих традиційних методів.

В Індії розвиваються нові рухи та школи, спрямовані на духовний розвиток. Ці рухи можуть включати сучасні тлумачення традиційних духовних практик, а також елементи філософії та практик з різних духовних традицій.

Країна має безліч місць паломництва, які приваблюють віруючих та шукачів духовності. Такі святі місця, як Варанасі, Харідвар, Ришікеш, Тируваннамалай та інші, є центрами для духовної практики та вивчення.

Сучасна Індія породжує нових духовних лідерів, які впливають на світову сцену. Їхні вчення та практики привертають прихильників та інтерес глобальної аудиторії.

1.4 Езотерика в Тибеті

Історія розвитку езотерики в Тибеті насичена традиціями та практиками, які відзначаються глибоким зв'язком з духовністю та міфологією тибетського народу.

Буддизм. Буддизм в Тибеті завжди мав свої унікальні особливості, які відрізняли його від інших шкіл буддизму. Тантричний буддизм в Тибеті використовує тантричні практики, які включають в себе ритуали, медитаційні техніки та використання мантр (звукові формули). Ці практики спрямовані на досягнення духовної просвіти та розкриття внутрішнього потенціалу. Традиційно в тибетському буддизмі велика увага приділяється ролі лам, або духовних вчителів. Лама виступає як духовний наставник, вчитель та провідник на шляху духовного розвитку.

В мистецтві тибетського буддизму часто зустрічаються мандали (геометричні діаграми, що представляють космос) та тханка (Дод. А, рис. 3) (картини на рулоні чи тканині), які використовуються для медитації та візуалізації.

Монахи та віруючі в Тибеті часто здійснюють мандрівки до священних місць та влаштовують ретрити (віддалені періоди відсутності для самотньої медитації) для поглиблення духовного досвіду.

Буддизм став важливою частиною тибетської культури, пронизуючи всі аспекти життя, від мистецтва до освіти.

Бон. До поширення буддизму в Тибеті там існувала власна традиційна релігія, відома як "Бон" (Дод. А, рис. 4). Ця традиція включала в себе елементи магії та шаманізму. Її прихильники вірили в наявність різноманітних духів та сил природи, і шамани, які здійснювали обряди та

ритуали, виступали посередниками між світом духів та фізичним світом. "Бон" включав в себе різноманітні ритуали та обряди, спрямовані на взаємодію з духами, поклоніння богам та забезпечення гармонії з природою. Ці обряди мали важливе значення в щоденному житті тибетського народу [9].

Традиція "Бон" також виявилася в символіці та мистецтві. Символіка та ритуальні предмети грали важливу роль у її віросповіданні. Також існували святі тексти та канони "Бон", які містили в собі вчення, обряди та віросповідні практики. Ці тексти були важливою частиною духовного життя тибетського народу до прийняття буддизму.

З прийняттям буддизму "Бон" почав інтегруватися в тибетську буддистську традицію, але деякі його елементи залишалися в традиційних віруваннях та обрядах.

Тибетська Астрологія та Медицина. Тибетська культура має свої унікальні традиції в галузі астрології та медицини, які дійсно включають езотеричні аспекти. Традиційна тибетська астрологія використовує астрономічні методи та астрологічні обчислення для прогнозування подій та визначення впливу планет на життя та здоров'я людини. Астрологія в тибетській культурі пов'язана з ритуалами, медициною та духовним розвитком.

Тибетська медицина, відома як Сова Рігпа, має свої корені в давніх індійських, китайських та японських традиціях. Ця система медицини базується на концепції балансу п'яти елементів (земля, вода, вогонь, повітря, ефір) та енергетичних центрів в організмі. Лікування включає в себе використання трав'яних препаратів, масажу, акупунктури, медитації та йогічних практик.

В традиційній тибетській медицині велика увага приділяється використанню трав'яних засобів для відновлення балансу в організмі. Лікарі використовують різні трави, коріння та мінерали для створення лікувальних препаратів. Вона акцентується не лише на фізичному здоров'ї, але і на духовному розвитку. Медитаційні техніки та духовні практики включаються у лікувальні режими для досягнення гармонії тіла та розуму. Традиційні

тібетські лікарі можуть використовувати астрологічні консультації для визначення підходу до лікування. Дата народження та астрологічні параметри можуть враховуватися при призначенні лікувальних заходів.

1.5 Езотерика в Японії

Історія розвитку езотерики в Японії багатогарна і пов'язана з різними релігійними, філософськими та культурними впливами. Давайте розглянемо деякі ключові моменти цієї історії.

Шінгон і Тендай (Середньовіччя). В період середньовіччя в Японії (зокрема в епоху Хейан та Камакура, приблизно 794–1333 роки), відбулася значна адаптація езотеричних вчень з Китаю [10]. Цей період був характеризований активною взаємодією між китайською та японською культурами, що вплинуло на релігійні практики та філософські концепції. Школа Шінгон (Дод. А, рис. 5) та Школа Тендай стали важливими представниками буддизму в Японії і внесли значний вклад у розвиток езотеричних практик.

Шінгон вводив магичні ритуали та мантри, спрямовані на досягнення духовного просвітлення. Ці ритуали включали в себе складні символічні дії та мовні формули для взаємодії з космічними силами. Також школа Шінгон розвивала медитаційні техніки, спрямовані на зміцнення зв'язку між практикуючим і космічною реальністю.

Школа Тендай прагнула до синкретизму різних буддійських та таоїстичних вчень. Вона вчила, що всі шляхи до істини можуть бути об'єднані. Тендай активно сприяла розвитку мистецтва та культури, включаючи літературу та живопис. Це викликало підвищений інтерес до магії та езотерики.

Ніндзя та Ніндзюцу. Традиції ніндзюцу представляють унікальний аспект езотерики в японській культурі. Ніндзя — це військові агенти, які виникли в середньовічній Японії та використовувалися для ведення шпигунських операцій, викрадень і атак з тилу (Дод. А, рис. 6). У своїх

практиках ніндзя об'єднували фізичні навички воєнного мистецтва з ментальними та езотеричними елементами.

1.6 Езотерика в Китаї

Езотерика в стародавньому Китаї має коріння в доісторичних віруваннях і практиках. Деякі з найдавніших езотеричних ідей в Китаї пов'язані з культом предків. Стародавні китайці вірили, що духи предків продовжують існувати після смерті і можуть впливати на життя живих. Це вірування призвело до розвитку ряду езотеричних практик, таких як поминання предків, жертвопринесення та ворожіння.

Поминання предків було одним з найважливіших ритуалів у стародавньому Китаї. Воно проводилося регулярно, як правило, в дні народження, смерті або інших важливих подій у житті предків. Поминання предків було способом висловити повагу і любов до предків, а також отримати їх благословення.

Жертвопринесення були ще одним важливим ритуалом у стародавньому Китаї. Вони проводилися для того, щоб задобрити духів предків і отримати їх підтримку. Жертвопринесення могли включати в себе різні продукти, тварин або навіть людей.

Ворожіння було популярною практикою в стародавньому Китаї. Воно використовувалося для того, щоб отримати інформацію про майбутнє, наприклад, про погоду, урожай або успіх у справах. Ворожіння могло проводитися за допомогою різних методів, таких як гадання на кістки, карти або чайні листки.

У період династії Шан (1600-1046 рр. до н.е.) в Китаї виникла ідея про гармонію між Небом і Землею. Ця ідея призвела до розвитку ряду езотеричних практик, таких як астрологія, феншуй та даосизм [8].

Даосизм - це філософська і релігійна традиція, яка виникла в Китаї в 6 столітті до н.е. Даосизм підкреслює важливість гармонії з природою та духовним шляхом. Деякі з ключових езотеричних практик даосизму включають медитацію, алхімію та цигун.

У період династії Хан (206 до н.е. - 220 н.е.) в Китаї відбувся розквіт езотеричних практик. Цей період був відзначений появою таких езотеричних традицій, як буддизм, інь-ян та конфуціанство.

Буддизм був завезений до Китаю з Індії в 1 столітті н.е. і швидко став однією з найпопулярніших релігій у країні. Буддизм підкреслює важливість звільнення від страждань і досягнення просвітлення. Деякі з ключових езотеричних практик буддизму включають медитацію, мантри і йогу.

Інь-ян - це філософська концепція, яка виникла в Китаї в 2 столітті до н.е. Іннь-ян підкреслює важливість протилежностей і їхньої взаємодії. Ця концепція лежить в основі багатьох езотеричних практик в Китаї, таких як медитація, цигун і феншуй.

Конфуціанство - це філософська традиція, яка виникла в Китаї в 6 столітті до н.е. Конфуціанство підкреслює важливість моралі, освіти та соціальної гармонії. Деякі з ключових езотеричних практик конфуціанства включають медитацію, цигун і іннь-ян.

Астрологія в стародавньому Китаї була тісно пов'язана з культом предків. Вважалося, що зірки і планети впливають на долю людей і що їх можна використовувати для передбачення майбутнього. Астрологи в стародавньому Китаї вивчали рух небесних тіл і їх вплив на людське життя. Вони використовували свої знання для того, щоб давати поради людям про їхню долю, а також для того, щоб прогнозувати погоду і інші події.

Езотерика в стародавньому Китаї мала значний вплив на розвиток китайської культури. Вона вплинула на такі сфери, як:

Релігія і філософія: Езотеричні практики і вчення стали основою багатьох релігійних і філософських традицій в Китаї, таких як даосизм, буддизм, конфуціанство та ін.

Медицина: Езотеричні практики, такі як цигун і медитація, використовувалися для лікування різних захворювань.

Архітектура: Езотеричні концепції, такі як інь-ян і феншуй, використовувалися для проектування будинків і інших будівель.

Мистецтво: Езотеричні символи і мотиви використовувалися в китайському живописі, скульптурі та інших видах мистецтва.

Езотерика в стародавньому Китаї була різноманітною і складною. Вона включала в себе широкий спектр практик і вчень, які виходили за рамки звичайного, матеріального світу. Езотеричні практики в стародавньому Китаї часто пов'язані з духовністю, містицизмом і пошуками вищої мудрості.

1.7 Сучасні тренди веб-дизайну 2023 року

Сучасні веб-сайти повинні бути привабливими, інформативними та ефективними. Вони повинні відповідати очікуванням користувачів, які все частіше використовують різні пристрої та середовища для доступу до інформації (Дод. Б, рис. 1).

1. Мініمالізм

Мініمالізм - це стиль веб-дизайну, який характеризується використанням простих форм, чистих ліній та обмеженої кількості кольорів. Мініمالістичний веб-дизайн допомагає користувачам зосередитися на найважливішій інформації та полегшує навігацію по сайту.

2. Експериментальні візуальні ефекти

Веб-дизайнери все частіше експериментують з новими візуальними ефектами, такими як 3D-графіка, анімація та інтерактивність. Ці ефекти можуть допомогти зробити веб-сайти більш привабливими та захоплюючими,

але їх слід використовувати з обережністю, щоб не перевантажити користувача.

3. Темний режим

Темний режим стає все більш популярним варіантом для веб-сайтів. Він допомагає зменшити навантаження на очі та робить сайти більш привабливими для використання в темних умовах. За даними дослідження Google, 82% користувачів мобільних пристроїв використовують темний режим, а 67% користувачів комп'ютерів.

4. Концепція "розумного дизайну"

"Розумний дизайн" - це новий підхід до веб-дизайну, який фокусується на тому, щоб зробити веб-сайти більш інтуїтивно зрозумілими та легкими у використанні. Цей підхід передбачає використання таких елементів, як навігація за допомогою жестів, природна мова та штучний інтелект [11].

Вплив кольору на сприйняття в веб-дизайні неможливо переоцінити. Колір є одним з найважливіших елементів веб-дизайну. Він може впливати на настрій, емоції та навіть на те, як користувачі сприймають інформацію.

Теплі кольори, такі як червоний, оранжевий і жовтий, часто асоціюються з позитивними емоціями, такими як радість, щастя і теплота. Вони також можуть викликати відчуття збудження, енергії та активності. Наприклад, теплі кольори часто використовуються на сайтах новин або соціальних мереж, щоб створити відчуття позитиву та динаміки.

Холодні кольори, такі як синій, зелений і фіолетовий, часто асоціюються з негативними емоціями, такими як смуток, печаль і холодність. Вони також можуть викликати відчуття спокою, розслаблення і тиші. Наприклад, холодні кольори часто використовуються на сайтах з інформацією про здоров'я або фінанси, щоб створити відчуття спокою та довіри.

Нейтральні кольори, такі як білий, чорний і сірий, часто асоціюються з офіційністю, професійністю і серйозністю. Вони також можуть викликати відчуття спокою, врівноваженості і умиротворення. Наприклад, нейтральні

кольори часто використовуються на сайтах корпоративних компаній або державних установ, щоб створити відчуття надійності та довіри.

Важливо враховувати вплив кольору на сприйняття при створенні веб-сайтів. Правильно підібраний колір може допомогти створити бажаний настрій і атмосферу, а також зробити веб-сайт більш привабливим і ефективним.

5. Психологія сприйняття в веб-дизайні

Психологія сприйняття - це галузь психології, яка вивчає, як люди сприймають інформацію з навколишнього світу. Веб-дизайнери використовують знання про психологію сприйняття, щоб створювати веб-сайти, які легко читаються, зрозумілі та приємні для використання.

Деякі важливі фактори психології сприйняття, які слід враховувати при веб-дизайні, включають:

Домінанта - це тенденція людини фокусувати увагу на найбільш яскравому або контрастному елементі на сторінці. Веб-дизайнери можуть використовувати цей принцип, щоб виділити важливу інформацію або елементи на веб-сайті. Наприклад, на головній сторінці веб-сайту компанії можна використовувати велике, яскраве зображення логотипу компанії, щоб привернути увагу користувачів.

Інші фактори психології сприйняття, які слід враховувати при веб-дизайні, включають:

Зоровий рух - це тенденція людини слідувати за рухомим об'єктом. Веб-дизайнери можуть використовувати цей принцип, щоб створити відчуття потоку та інтересу на веб-сайті. Наприклад, можна використовувати анімацію або плавні переходи між сторінками, щоб залучити увагу користувачів.

Зорова пам'ять - це здатність людини запам'ятовувати те, що вона бачила. Веб-дизайнери можуть використовувати цей принцип, щоб створити веб-сайти, які легко запам'ятовуються. Наприклад, можна використовувати прості, візуально привабливі елементи, які будуть легко запам'ятовуватися користувачами.

Зорова оцінка - це здатність людини оцінювати розмір, форму та відстань між об'єктами. Веб-дизайнери можуть використовувати цей принцип, щоб створити веб-сайти, які є зручними для використання. Наприклад, можна використовувати пропорційне розташування елементів на сторінці, щоб користувачі могли легко орієнтуватися на веб-сайті.

1.8 Аналіз аналогів сайтів інтернет-магазинів езотеричних товарів

1. Назва: SATTVA (Рис. 1.1.);

Для кого або чие: для магазину езотеричних товарів;

Автор: невідомий;

Вікова категорія: 30-50 років;

Рік створення: 2018;

Композиція: формальна, поліцентрична, статична.

Основна композиційна ідея: Бренд побудований на буддистській тематиці. Назва, з санскриту - "чистота", гуна доброти, одна з трьох гун (якостей) матеріальної природи в філософії індуїзму. Серед трьох гун — саттви, раджас і тамас — саттва вважається найчистішою і найвищою якістю матеріальної природи. Сайт викликає відчуття приземленості. Вибір назви вдалий, бо добре передає задум та настрій магазину даної тематики. Складається враження ніби потрапив до старомодного магазину сувенірів.

Графічна мова: Вибір шрифту як для логотипу, так і для текстових блоків, є дуже не вдалим. Шрифти не поєднуються, пластика відштовхує, композиція виглядає сирію. Кольорова гамма дуже обмежена, білий фон пустий, фотографії не підпорядковуються кольоровій гамі. В каталозі присутні різні форми, є кола, є прямокутник, інші квадрати. Колір текстових блоків чорний, є дуже банальним та не цікавим.

Характер: Композиція дуже статична, видна примітивна модульна сітка. Зазвичай блоки розташовані симетрично, в додаток із статичним характером неважко поєднання, бо візуал є дуже нудним, не ціпляючим.

Взаємопідпорядкування елементів: На лендінговій сторінці фокус одразу лягає на фото будди, забирая увагу від назви магазину. Рух зору іде від будди, до назви бренду, потім до напису зверху (який перекривається димом від аромапалички). В блоці “про нас” фокус на фото зліва, через зображення на фоні текст погано читається.

Загальне враження: весь сайт більше схожий на статтю в місцевій газеті. Хоч механіка і є інтуїтивно зрозумілою, цей сайт не є зручним для використання.



Рис.1.1. Інтернет магазин езотеричних товарів «Sattva».

2. Назва: TERRA INCOGNITA (Рис. 1.2.);

Для кого або чие: для магазину езотеричних товарів;

Автор: Магазин "Терра Інкогніта" ФОП Навроцька Т.В.;

Вікова категорія: 20-45 років;

Рік створення: 2021;

Композиція: сюжетна, моноцентрична, статична.

Основна композиційна ідея: Сайт здається дуже приємним, спокійним. Є відчуття відпочинку, розслаблення. Але, знаючи значення назви самого бренду, емоція від візуалу та задуму не сходиться.

Графічна мова: Лінійна пластика спокійна, строга та мінімалістична.

Логотип загалом лінійний, але має й кольорові форми. Кути трикутника надто гострі, сама композиція знаку асиметрична, димка справа руйнує гармонічну пропорцію. Окремі блоки мають приємну квадратну форму з закругленими кутами. На сайті використовується шрифт "Mulish" з м'якими

краями. Колірна гама основана на природних і м'яких відтінках, таких як зелений, синій, коричневий та бежевий. Фон спокійного молочного кольору гарно поєднується з темним синім.

Характер: Характер композиції статичний, є багато вільного місця. Видно модульну сітку, але це створює відчуття порядку та спокою. Загалом розташування елементів симетричне.

Взаємопідпорядкування елементів: На головній сторінці одразу фокус на банерах з акційними пропозиціями. Рух зору від більшого блоку до менших. Темна стрічка з логотипом та меню також привертає увагу та не встаряється на фоні іншого контенту через свою контрастність. У каталозі добре помічається товар, але назва кожного з них занадто мала та не має достатнього акценту. Загалом фотографії та самі блоки не мають достатньої структури, оку нема за що зачепитися. Здається, що фрейм із товарами дуже легко пропустити.

Загальне враження: Дизайн сайту доволі мінімалістичний та зрозумілий, але є багато не вписаних або недороблених елементів, що псує враження. Не дивлячись на це, акуратність та чиста модульна сітка переважає недоліки.



Рис.1.2. Інтернет магазин езотеричних товарів «Terra Incognita».

3. Назва: ANANDA (Рис. 1.3.);

Для кого або чие: для магазину езотеричних товарів;

Автор: Магазин «Ананда»;

Вікова категорія: 18-30 років;

Рік створення: 2016;

Композиція: монтажна, поліцентрична, статична.

Основна композиційна ідея: Ананда (санскр. आनन्द) буквально означає блаженство або щастя. В індуїстських Ведах, Упанішадах і Бхагавад-гіті ананда означає вічне блаженство, яке супроводжує завершення циклу перероджень. Бренд викликає відчуття домашнього затишку, тріску вогню в каміні та повітря у густому тихому лісі. Використання текстур деревини, крафтового паперу та натуральних тканин влучно підтримують цей настрій. Естетика, натомість, не притаманна національній українській, скоріше латиноамериканській. Відчувається дух старовинних магічних обрядів та зв'язку з природою.

Графічна мова: Лінійна пластика вільна, впевнена та пряма, натомість, є м'якою та плавною. Фірмовий знак можна побачити лише на упаковці товару, він складається з кутів, які створюють багатошаровий трикутник. Шрифт логотипу та нахил знаку гармонійно поєднуються. Кольорова гама тепла, є багато білого та чорного, до яких приєднуються деревинні та природні кольори. Домінують охра, коричневий та теплий бежевий. Деколи використовуються акценти червоного та помаранчевого. Саме кольори у поєднанні з мінімалістичним шрифтом складають неповторне відчуття друїдовської спадщини.

Характер: Нахил елементів у логотипі створюють динамічний рух, натомість модульна сітка сайту дуже симетрична та статична. Середовище наповнене компонентами, але через білий фон та достатню кількість вільного місця контент гарно сприймається, сайт не відчувається переповненим.

Взаємопідпорядкування елементів: На першій сторінці фокус лягає на рекламний банер лінійки продукції, особливо на її назві. Потім рух зору відразу переходить на показані товари, роздивляючись цікаве пакування, око чіпляється за декоративні елементи та рельєфний фон. Гортаючи далі, на білому фоні, краще помітно логотип компанії та акцентовані акції на товари.

Загальне враження: Веб-дизайн створює враження добре продуманного бренду, високої якості продукції та сучасного підходу. Складається відчуття, що ти переглядаєш сайт з товарами високої цінової категорії, але ціни приємно вражають та є доступними.



Рис.1.3. Інтернет магазин езотеричних товарів «Ananda».

4. Назва: 5CANDLES (Рис. 1.4.);

Для кого або чие: для магазину езотеричних товарів;

Автор: Магазин «5candles»;

Вікова категорія: 25-40 років;

Рік створення: 2012;

Композиція: монтажна, моноцентрична, статична.

Основна композиційна ідея: Назва символізує 5 свічок, бренд викликає відчуття сучасного простору для однодумців. Є відчуття строгості, акуратності та конкретики, нічого зайвого. Натомість, якщо дивитись виключно на фірмовий блок, виникають асоціації з пекарнею або ресторану з їжею на вогні.

Графічна мова: Лінійна пластика пряма, груба та товста. Шрифт, використаний для логотипу, не підходить для загальної тематики бренду. Літери не пластичні, сам фірмовий блок є завеликим, чорний колір не вписується в загальну композицію. Силует вогню замість літери «А» є цікавою ідеєю, але виконання відштовхує. «Д» та «Е» виконані влучно, відсутність вертикалей добре полегшує сприйняття надпису. Цифра «5» на початку логотипу виокремлюється, виглядає не на своєму місці. Її нахил руйнує

загальну вертикальну симетрію та статику. Кольорове рішення дуже скудне, використано багато чорного та тільки один елемент помаранчевим.

Характер: Модульна сітка та логотип є статичними, блоки з інформацією та товарами розташовані симетрично. Через білий фон та достатню кількість вільного місця контент гарно сприймається, однак відсутність кольорових акцентів у меню дуже спрощує вигляд даного сайту.

Взаємопідпорядкування елементів: Одразу на першій сторінці користувача приваблює фото з пахощами та кристалами. Вже потім помічається фірмовий блок та контекстне меню. Загалом на сайті використані якісні фотографії, з нейтральним фоном та приємною кольоровою гамою.

Загальне враження: Бренд лишає після себе змішанні емоції. Якщо змінити або допрацювати логотип, то сайт буде приємним та вдалим з точки зору як дизайнера, так і користувача.



Рис.1.4. Інтернет магазин езотеричних товарів «5candles».

5. Назва: LAURA (Рис. 1.5.);

Для кого або чие: для магазину езотеричних товарів;

Автор: Магазин «Laura»;

Вікова категорія: 25-40 років;

Рік створення: 2012;

Композиція: формальна, моноцентрична, статична.

Основна композиційна ідея: Сайт здається дуже приємним, енергійним. Є відчуття руху, аури та природи. Сайт не має лендінгової сторінки, користувач одразу потрапляє на каталог товарів. Зі сторони комерції це гарна

річ, але відсутність головної сторінки та розділу «про нас» створює відчуття не компетентного продавця.

Графічна мова: Лінії тонкі та елегантні. Підібраний вдалий шрифт для меню та логотипу. Фірмовий блок виконаний лінійно, не вистачає форми та кольору. Намальований кристал в літері «U» лежить не симетрично, що відволікає від загального логотипу. Через блідий колір та темний фон буква посередині втрачається. Кольорова гама обмежена чорним та кількома акцентами темним жовтим.

Характер: Як і більшість інтернет-магазинів в цій категорії, цей є статичним. Натомість, великий за масштабом логотип зліва обтяжує композицію та створює неприємну динаміку. Фон білий, елементи розташовані на оптимальній відстані, тому контент сприймається легко.

Взаємопідпорядкування елементів: Фокус тримається на темній стрічці зверху сторінки та на великому логотипі, і вже потім увагу користувача одразу привертають фотографії товарів. Через відсутність головної сторінки, людині складно орієнтуватись на сайті, тому що зручніше подивитись новинки та знижки прогортаючи першу сторінку, і вже потім шукати по вкладках потрібну категорію товарів.

Загальне враження: Фірмовий стиль та загальне дизайнерське рішення лишають позитивні емоції. Натомість, дуже не вистачає головної сторінки з рекламним банером та інформацією про бренд.

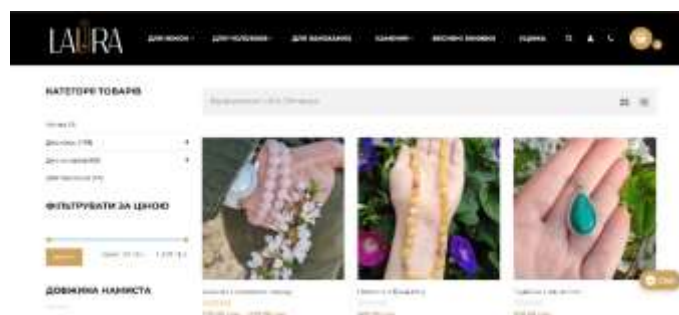


Рис.1.5. Інтернет магазин езотеричних товарів «Laura».

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНЕ ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНЕ РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ЕЗОТЕРИЧНИХ ТОВАРІВ

2.1 Концепція дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів

Концепція сайту для магазину езотеричних товарів «Аура» повинна відображати його основні цінності та цільову аудиторію, яка зацікавлена у духовному розвитку та використанні езотеричних практик. Розрахунок іде на молодих людей, саме тому сайт виглядатиме згідно з останніми трендами у веб-дизайні.

Сайт буде мати чистий та сучасний вигляд, натомість має мати художню цінність. Моєю ціллю не є створення «кошика» для продукції або рекламного банеру. Цей сайт не продає товар, він продає бренд, естетику, візуал.

Політикою «Аури» не є пропагування будь-якого світогляду, релігії або практик. На самому сайті буде блог із статтями для тих, кому цікаво поглянути глибше в себе або спробувати щось нове. Ніякі з товарів не мають лікувати або приносити у життя гроші, любов чи спокій. Дана продукція може дати покупцю задоволення від покупки, використання або дарування красивих та корисних елементів повсякденного життя. Споживач не повинен бути обізнаним або практикуючим езотеричні техніки щоб насолоджуватись асортиментом.

Сайт буде повністю адаптований під різні пристрої та розміри екранів, щоб забезпечити зручний доступ до нього з будь-якого пристрою.

Концепція цього сайту покликана створити привабливе та функціональне середовище для тих, хто цікавиться езотерикою та духовним розвитком, та сприяти їхньому позитивному досвіду покупок та персонального зростання.

Головні характеристики: Сучасний та стильний дизайн, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для зручного перегляду товарів та оформлення

замовлень. Великий вибір езотеричних товарів, включаючи кришталі, пахощі, медитаційні аксесуари тощо. Проста навігація та швидке оформлення замовлення.

Унікальні властивості: Персоналізований підхід до покупців, можливість отримання консультацій експертів, регулярні акції та знижки для постійних клієнтів.

Люди, які приділяють увагу своєму духовному розвитку та самопізнанню, мають щоденну практику медитації або йоги, а також використовують езотеричні практики для досягнення гармонії у своєму житті.

Такі люди можуть також прагнути зберігання енергії та взаємодії з природними елементами для покращення свого благополуччя.

Користувачі можуть мати високий рівень емпатії та відкритість до нових ідей, шукають способи підвищення своєї духовності та розвитку внутрішньої гармонії. Покупці можуть бути різного віку та соціального статусу, але вони об'єднані загальним інтересом до духовного розвитку та езотеричних практик, вони можуть виявляти різні підходи до покупок: деякі можуть бути досвідченими та вибагливими, тоді як інші - новачками, які шукають підказки та поради.

Користувачі сайту "Аура" самостійно приймають рішення про покупку продуктів, а також можуть консультиватися з друзями, родиною або фахівцями в області езотерики та духовного розвитку. Рішення про покупку зазвичай приймається онлайн, на головній сторінці сайту "Аура", а також на сторінках товарів та в кошику покупок.

Магазин пропонує широкий вибір якісних езотеричних товарів, які допоможуть користувачам досягти духовного розвитку, гармонії та внутрішнього спокою. Наші продукти є результатом довгого вибору та тестування, щоб забезпечити вам найкращу якість і ефективність в їх використанні.

Деякі споживачі можуть сумніватися у дієвості езотеричних практик та продуктів. Ми працюємо над створенням освітніх матеріалів та ресурсів, які допоможуть подолати цей бар'єр і розкрити переваги наших товарів. Іншим бар'єром може бути неприйняття або недовіра до нових практик та концепцій.

2.2. Етапи розробки дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів.

Для початку формування візуальної концепції бренду «Аура» було створено асоціативну карту. Головним акцентом є визначення основних характеристик.



Рис. 2.1. Асоціативна карта до бренду «Аура».

Після проведення допроектного дослідження, в якому проаналізовано історію візуального стилю, сучасні тенденції розвитку веб-дизайну, на основі аналізу аналогів та обраного джерела творчості – езотеричного спадку, було розроблено асоціативну карту візуального стилю бренду.

Ручні ескізи дають можливість швидко втілювати ідеї в життя. На етапі пошукових ескізів дизайнери зосереджуються на основних формах та ідеях, а не на деталях. Тому розробку логотипу та загальної ідеї сайту було почато з ескізів (Дод. В, рис. 1).



Рис. 2.2. Пошукові ескізи логотипу магазину.

Основною задачею було обрати оптимальний шрифт, характер лінійної пластики та пропорції логотипу. Це рішення мало враховувати специфіку бізнесу, візуальні уподобання цільової аудиторії та загальний стиль бренду.

Шрифт відіграє ключову роль у формуванні першого враження про бренд. Було обрано варіант з тонкими та плавними лініями, що відображають витонченість і елегантність. Тонкі лінії асоціюються з делікатністю та високою якістю, що є важливим для езотеричного магазину, який продає товари для духовних практик та саморозвитку. У цьому випадку було обрано плавні та органічні лінії, що створюють відчуття природності та текучості.

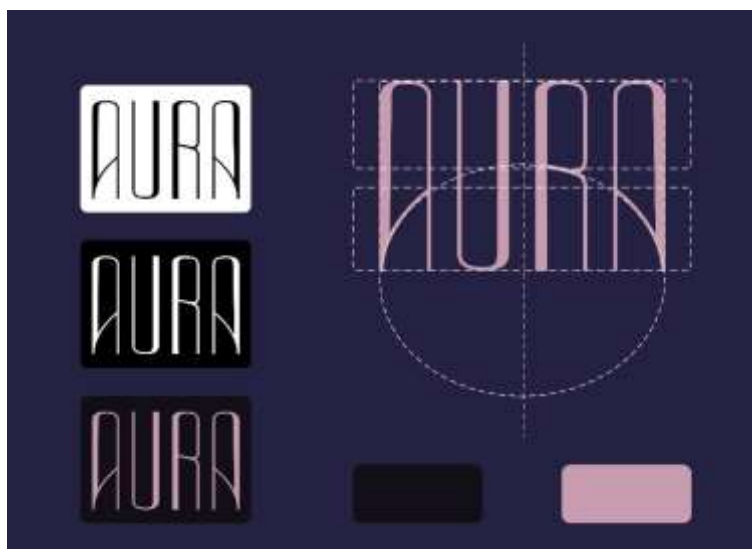


Рис. 2.3. Закінчений варіант логотипу магазину.

Модульна сітка, що складається з п'яти колонок по 315 пікселів з відступами від країв в 110 пікселів, оптимально розміщена у фреймі з роздільною здатністю 1920x980 пікселів. Загальна ширина сітки становить 1795 пікселів, залишаючи місце для чотирьох проміжків між колонками, кожен з яких приблизно 31 піксель. Така структура забезпечує гармонійний та естетичний вигляд веб-сторінки.



Рис. 2.4. Модульна сітка макету.

Лендінгова сторінка є першим, що бачить відвідувач при вході на сайт. Банери є ефективним способом інформування клієнтів про поточні акції, знижки та спеціальні пропозиції. Вони можуть містити інформацію про обмежені в часі пропозиції, що стимулює клієнтів здійснювати покупки швидше. Саме тому було розроблено три рекламні банери для товарів, які

представлені на даному сайті (Дод. В, рис. 1). Магазин «Аура» працюватиме як платформа для просування та легших покупок від українських виробників.

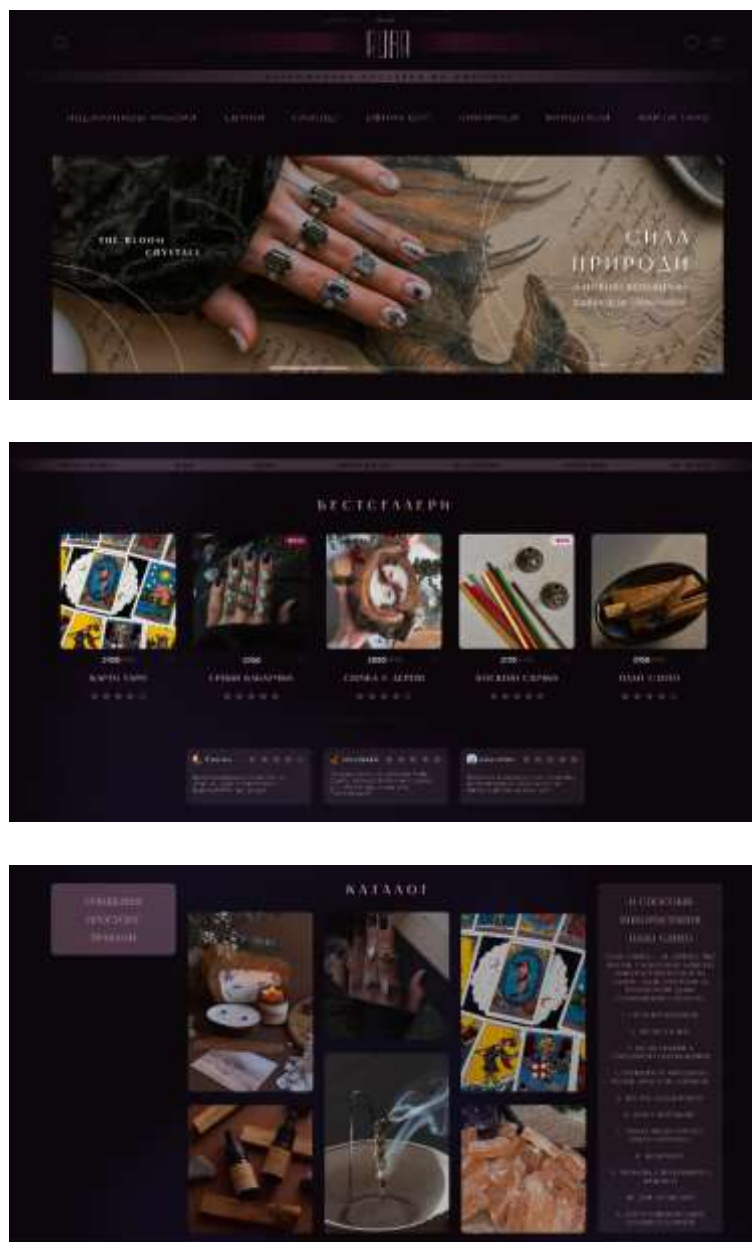


Рис. 2.4. Головна сторінка з секціями сайту.

На головній сторінці розміщені блоки з популярними товарами, розширений каталог і секція «Про нас», яка детально описує компанію та її цілі. Також є розділ з короткими статтями для тих, кого цікавлять способи використання представлених товарів для саморозвитку. Окрім цього, було розроблено дизайн пошуку товарів (Дод. В, рис. 2), сторінку з інформацією

про кожен товар (Дод. В, рис. 3), корзину (Дод. В, рис. 4) та улюблене (Дод. В, рис. 5).

2.3. Економічні розрахунки

Таблиця 1.

Складання калькуляції собівартості розробки дизайну сайту інтернет-магазину езотеричних товарів

Назва	Ескіз (год.)	Виготовлення (год.)	Усього (год.)	Ціна (грн/год.)
Функціонал сайту	2 год.	13 год.	15 год.	1500 грн.
Логотип	6 год.	7 год.	13 год.	1300 грн.
Банери	2-3 год.	4 год.	6-7 год.	600-700 грн.
Фінальний проєкт	-	3-4 год.	3-4 год.	300-400 грн.
Усього			37-39 год.	3700-3900 грн.

2.4. Заходи з безпеки життєдіяльності та протипожежної техніки

Основним інструментом праці сучасного графічного дизайнера є комп'ютер, важливо враховувати також, що професія передбачає сидячу роботу. Обов'язки роботодавця щодо забезпечення належних та безпечних умов праці, а також права та обов'язки працівника у цій сфері регулюються в першу чергу Кодексом законів про працю України, зокрема охороні праці присвячена глава XI КЗпП. Так зазначається, що забезпечення безпечних та нешкідливих умов праці є відповідальністю власника підприємства, що полягає у дотриманні вимог нормативних актів про охорону праці, забезпеченні для запобігання професійних захворювань належних санітарно-гігієнічних умов, впровадженні сучасних засобів техніки безпеки, проведенні інструктажів для працівників з питань протипожежної охорони та техніки безпеки. Закон України «Про охорону праці» визначає «основні положення щодо реалізації конституційного права працівників на охорону їх життя і здоров'я у процесі трудової діяльності, на належні, безпечні і здорові умови праці, регулює за участю відповідних органів державної влади відносини між роботодавцем і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні». Рекомендації щодо організації праці з використанням електронних екранних пристроїв, облаштування приміщень та вимоги у цій галузі регулюються низкою підзаконних актів (інструкцій, правил, наказів), серед яких можна зазначити: Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин ДСанПІН [13], та Наказ від 14.02.2018 «Про затвердження Вимог щодо безпеки та захисту здоров'я працівників під час роботи з екранними пристроями».

Так, згідно з рекомендаціями ДСанПІН, конструкція робочого місця повинна забезпечувати підтримання оптимальної робочої пози: стіл має відповідати вимогам ергономіки та бути достатнього розміру (допустимі

параметри конструкції вказані у пунктах 4.1-4.7), стілець повинен мати регульовану висоту та нахил спинки, напівм'яку поверхню і бути обладнаним підлокітниками. Для підтримки працездатності та запобігання професійним захворюванням потрібно передбачити регламентовані перерви впродовж робочого дня: обідні перерви для відпочинку та вживання їжі, відпочинок 10-15 хвилин через кожен годину. Під час перерв рекомендується виконувати комплекси вправ для рук, хребта, очей, зняття нервового напруження, та відновлення мозкового кровообігу. Відповідно до вимог, наведених у, екран комп'ютера на робочому місці повинен мати таку конструкцію, що дозволяє повертати та нахиляти його, відповідно до потреб працівника, для більш зручного розміщення монітору може використовуватись спеціальна підставка або регульований стіл. Зображення на екрані повинно бути стабільним, без миготіння та іншої нестабільності зображення, символи чіткими та мати відповідний розмір. Екран не повинен відбивати світло чи відблискувати, аби не викликати дискомфорт у працівника.

Вимоги з пожежної безпеки регулюються на державному рівні насамперед Наказом «Про затвердження Правил пожежної безпеки в Україні» № 1417 від 30.12.2014. Лінії електромережі у приміщенні, де відбувається робота з комп'ютерами, мають бути убезпечені від короткого замикання та перепадів напруги у мережі. Приміщення повинні оснащуватись вогнегасниками та системою автоматичної пожежної сигналізації. У приміщенні, де одночасно експлуатуються понад п'ять комп'ютерів, на помітному місці встановлюється аварійний резервний вимикач, що дозволяє вимкнути електричне живлення приміщення [13]. Навчання правилам пожежної безпеки на робочому місці відбувається відповідно до Типового положення про спеціальне навчання, інструктажі і перевірку знань з питань пожежної безпеки на підприємствах, в установах і організаціях України [13]. Навчання посадових осіб підприємств, установ і організацій, проводять керівники, заступники керівників, головні фахівці та інші посадові особи підприємств, на яких, за їхніми функціональними обов'язками, покладене

виконання робіт зв'язаних із забезпеченням пожежної безпеки об'єктів з підвищеною пожежною небезпекою. На об'єктах, з урахуванням виробничих умов, встановлюють протипожежні режими, які відображені в інструкціях, як для всього об'єкта, так і для окремих цехів, ділянок, бригад. В них наведені норми застосування різних матеріалів, визначені місця, де не можна палити і влаштовувати відкритий вогонь, описується порядок дій у випадку виникнення пожежі, висвітлені питання щодо евакуації людей на випадок пожежі.

Для гасіння пожеж доцільно використовувати вогнегасник, оскільки не завжди припустиме використання води. Так не можна спрямовувати струмінь води на електроустаткування, електропровід, оскільки це може призвести до ураження електричним струмом. Перед початком гасіння обладнання обов'язково потрібно відключити від живлення. Якщо приміщення задимлене, пересуватись рекомендується вдвох, тримаючись за стіну, аби не загубити орієнтир, аби убезпечитись від опіків, за можливості потрібно накинути на себе просочену водою тканину, також прикрити нею дихальні шляхи. Якщо вихід відрізаний вогнем, евакуація відбувається через вікна та балкони з використанням механічних та стаціонарних сідців, автопідйомників, рятувальних мотузок.

ВИСНОВКИ

Ця тема актуальна серед сучасної аудиторії, оскільки зростає цікавість до езотеричних практик, тому розробка онлайн-магазину езотеричних товарів відповідає потребам сучасних споживачів.

В результаті виконаної дипломної роботи було досліджено та проаналізовано специфіку ринку езотеричних товарів та потреби їх споживачів. Езотеричні практики та продукти приваблюють широкий спектр клієнтів, від молодих до старших, оскільки багато людей у різні періоди життя цікавляться духовним розвитком і самопізнанням. Особливо в сучасних умовах паніки, відчаю та невизначеності, духовні практики стають засобом підняття настрою і надії. У цій роботі було досліджено історію створення і розвитку езотерики у різних країнах Азії, історію становлення інтернет-магазинів та сучасні тренди у їх розробці. Проаналізувавши аналоги сайтів різної тематики та стилю, були винесені прийоми, які потім було використано в даному проєкті.

Розроблений привабливий та ефективний дизайн веб-сайту сприяє приверненню уваги користувачів та залишає у них позитивне враження. Важливим аспектом є також надання клієнтам необхідної інформації, порад та інструкцій щодо використання товарів, а також можливість обміну досвідом і спілкування. Це сприятиме розвитку та підтримці езотеричної спільноти.

Основні завдання курсової роботи були виконані, включаючи дослідження історії та аналіз сучасних тенденцій розвитку езотеричних інтернет-магазинів. Результати роботи демонструють, що правильно спроектований і добре організований інтернет-магазин здатен задовольнити потреби споживачів, сприяти зростанню продажів та розвитку езотеричної спільноти, що відповідає поставленим цілям і завданням дослідження.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.
2. Створення бренду eBay. Історія легенди бренду eBay. Логотип eBay. 2023. URL: https://logomaster.com.ua/index_uk.php?p=4220
3. Mansoor A.K. WooCommerce vs Shopify: Ecommerce Face-off (2024 Comparison) // Cloudways Blog. 2024. URL: <https://www.cloudways.com/blog/woocommerce-vs-shopify/>
4. Хлібовська Г.М. , Крижановська М.Є., Наумчук О.В. Історія України. Всесвітня історія: 6 клас. -Тернопіль: Астон, 2023. - 288 с.
5. The Theosophical Society in America. Theosophy. 2024. URL: <https://www.theosophical.org/about/theosophy>
6. Ebeling F. The Secret History of Hermes Trismegistus Hermeticism from Ancient to Modern Times. Ithaca: Cornell University Press, 2007. – 176 p.
7. Ведична світоглядна традиція. URL: <https://vseosvita.ua/library/embed/0011x1-3e0f.doc.html>
8. Ю. М. Вільчинський, Л. В. Северин-Мрачковська, О. Б. Гаєвська та ін. Філософія [Електронний ресурс] : навч. посібник.— Київ : КНЕУ, 2019. — 368 с.
9. Омельчук В.В. Лісничка В. М. Релігійна політика стародавніх і середньовічних держав: Навчальний посібник. – К.: Персонал, 2011. – 608 с. – (Серія: Світові традиції державного управління. –Вип. І).
10. Буддизм у Японії. Вікіпедія. URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Буддизм_у_Японії
11. ТОП-20 трендів веб-дизайну у 2023 році URL: <http://genius.space/lab/top-20-trendiv-veb-dizajnu-u-2023-rotsi>

12. Рабенчук Олег До питання про візуальне як джерело історичних досліджень / Рабенчук Олег // Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика. - 2012. - 17. - С. 29-39.

13. Конституція України. ч. 1 ст. 6 «Про охорону праці» від 14.10.92 р. № 2694-ХІІ

ДОДАТКИ

Додаток А

Езотерика в Азії

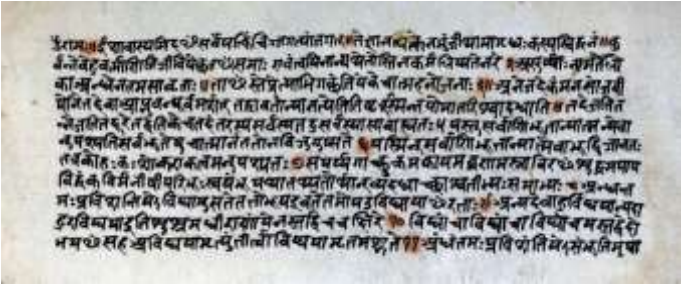


Рис. 1. Упанішади - давньоіндійські трактати.

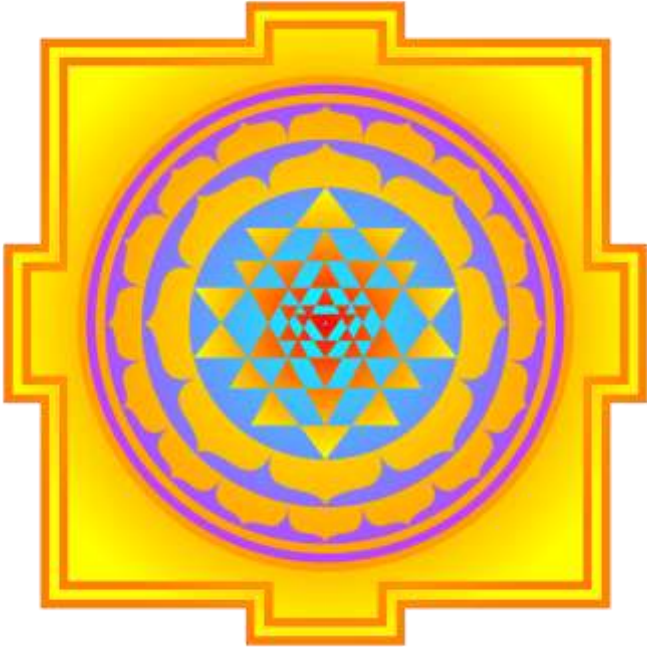


Рис. 2. Мандала Шрі Янтра.



Рис. 3. Темпера тханка XIX століття, що зображує Будду.



Рис. 4. Засновник «Бон» Шенраб Міво. Тибетський танк 19 ст. Музей мистецтв Рубіни, Нью-Йорк.



Рис. 5. Храм Дайго-дзі в Кіото, очолює гілка Воно школи Шінгон.



Рис. 6. Ніндзя, малюнок Хокуся.

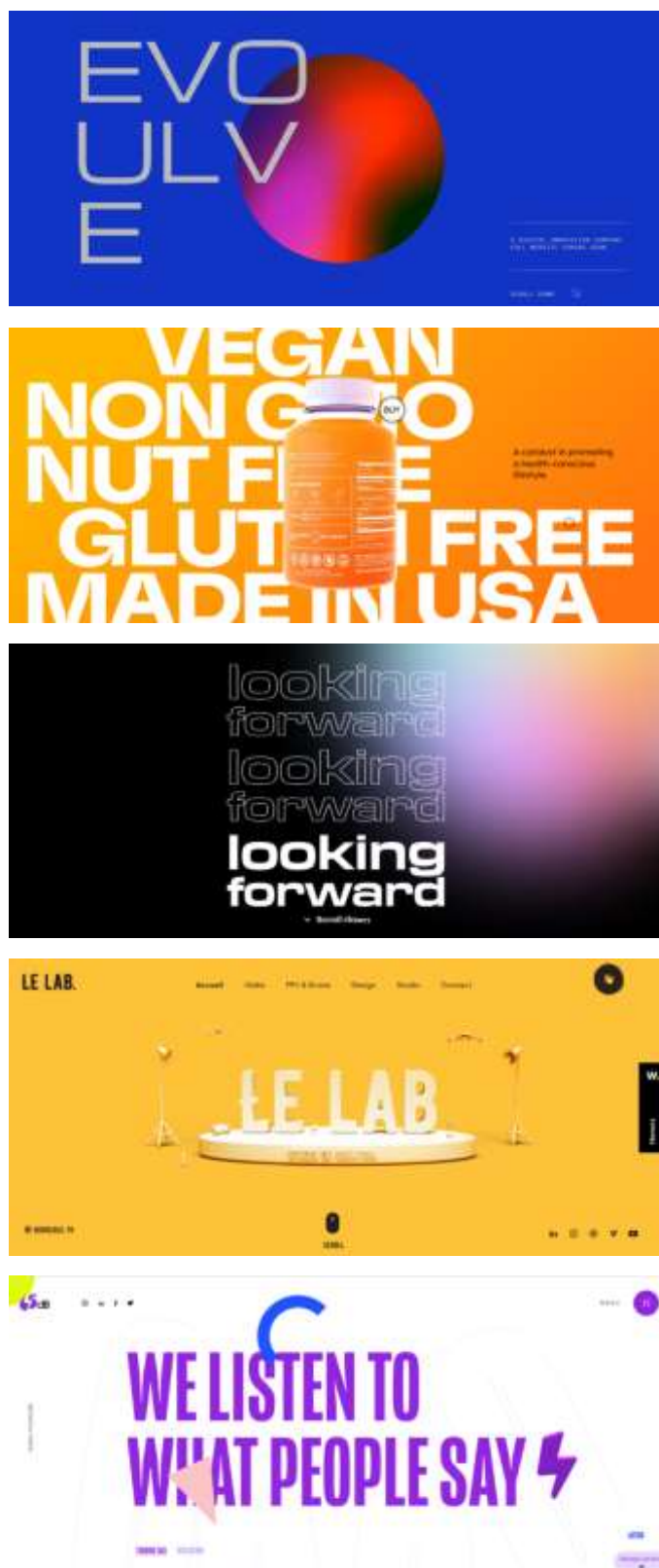


Рис. 1. Приклади сучасних тенденцій у веб-дизайні.



Рис. 1. Пошукові ескізи вирішення логотипу та ідеї макету.



Рис. 1. Рекламні банери для магазину «Аура».

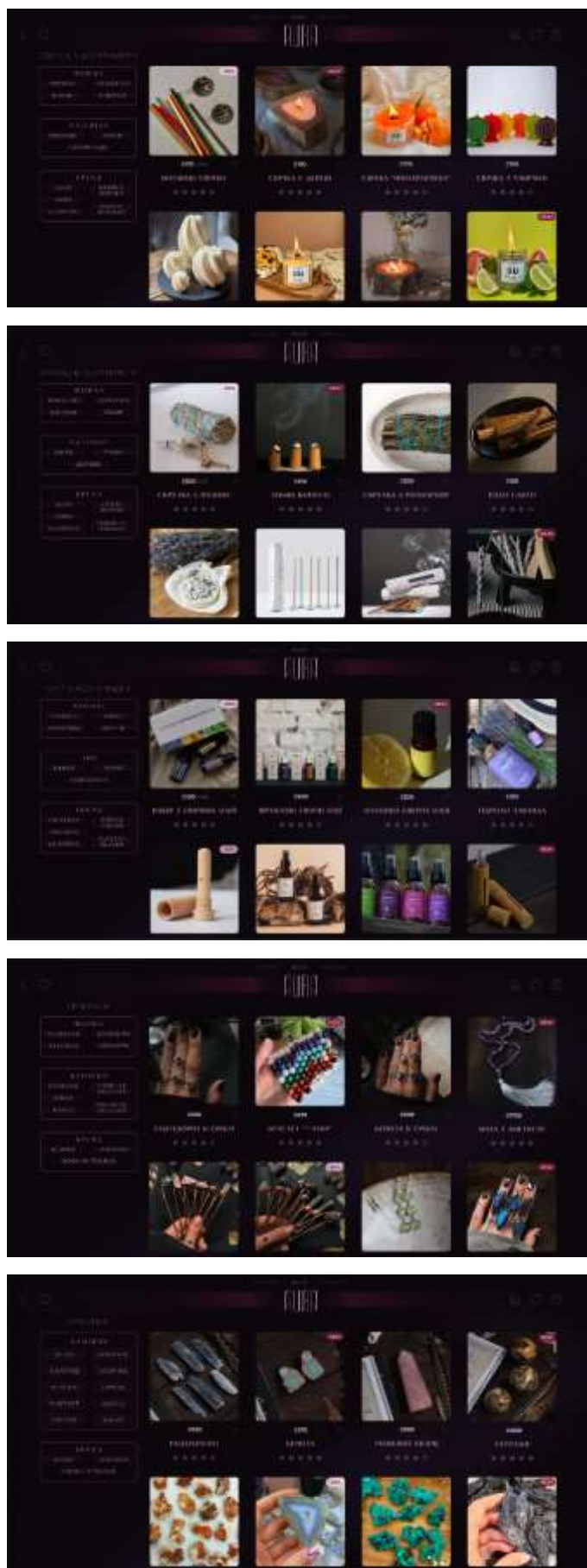


Рис. 2. Приклади сторінок каталогу.

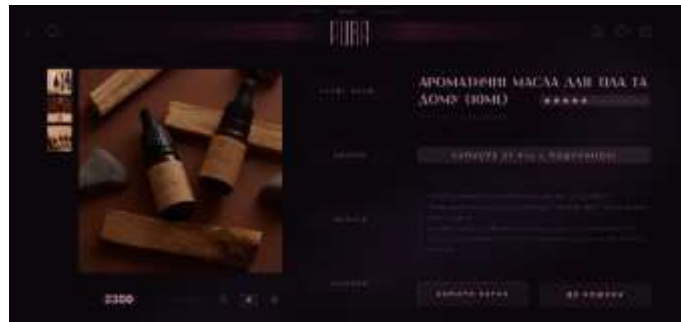


Рис. 3. Сторінка товару.

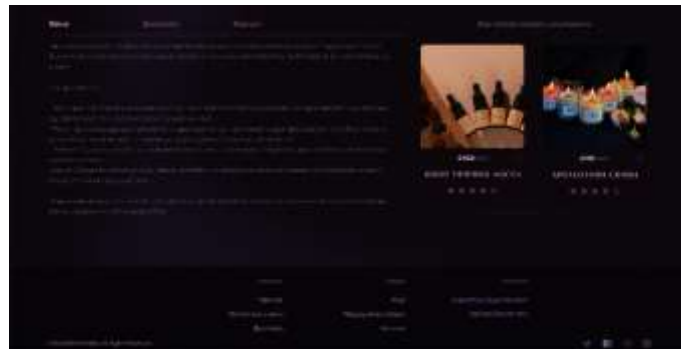


Рис. 4. Користувацька корзина.



Рис. 5. Сторінка «Улюблене».