УДК 004.514:004.58

ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІЄРАРХІЇ ЦИФРОВИХ ІНТЕРФЕЙСІВ НА ПОШУК ІНФОРМАЦІЇ КОРИСТУВАЧЕМ

[1]Дар'я ЛОБОДА, [2]Олександр ВОВК
[1]магістрант, кафедра МСТ, ХНУРЕ,
[2]доцент, к.т.н., доцент каф. МСТ, ХНУРЕ

Abstract. *The paper examines how visual hierarchy helps users find information in digital interfaces. It describes four Gestalt principles, five visual tools (size, color, contrast, spacing, typography), F- and Z-shaped scanning patterns. It also outlines simple ways to test whether an interface supports efficient information search.*

Keywords: *visual hierarchy, digital interface, information search, user attention, cognitive load, Gestalt principles, scanning patterns, usability.*

Візуальна ієрархія – це принцип організації елементів інтерфейсу, який допомагає користувачеві визначити найважливішу інформацію. Продумане розташування елементів полегшує пошук відомостей і спрямовує увагу до потрібної дії (вибору товару, реєстрації або оформлення замовлення) [1].

Мета роботи – аналіз впливу візуальної ієрархії на пошук інформації та зручність користування цифровими продуктами.

Люди сприймають інформацію на екрані за частки секунди, тому головне має бути помітним одразу. Чітка структура спрощує навігацію, зменшує когнітивне навантаження й полегшує вибір. Це особливо важливо в мобільних застосунках із невеликим екраном. Коли користувач швидко знаходить ціну, знижку чи кнопку замовлення, він легше виконує потрібну дію [2].

Щоб зрозуміти, як працює візуальна ієрархія, варто розглянути гештальт-принципи. Вони пояснюють, як людина автоматично об'єднує окремі елементи в групи й помічає зв'язки між ними. Для UI-дизайну особливо важливі близькість, схожість, замкненість і безперервність.

Згідно з принципом близькості, предмети поруч сприймаються як єдине ціле. Наприклад, у формі входу поле для пароля та посилання «Забули пароль?» ставлять поруч. Тоді людина одразу розуміє, що вони пов'язані. Якщо розмістити це посилання в іншому куті екрана, користувач просто його не помітить.

Принцип схожості допомагає об'єднувати візуально подібні елементи. Якщо всі головні кнопки на сайті мають один колір і форму, людина миттєво розуміє їхнє призначення. При цьому головну дію варто візуально відрізняти від звичайних посилань, щоб користувач одразу бачив, яку дію виконати наступною.

За принципом замкненості людина сприймає блок як цілісний, навіть якщо його контур не повний. У дизайні можна використовувати частково окреслені рамки або незамкнені контури. Так пов'язані елементи читаються як група, а інтерфейс не перевантажується зайвими лініями.

Безперервність пов'язана з рухом погляду. Ми природно стежимо за лініями й напрямками, тому елементи, вирівняні в рядок або колонку, легше переглядати. Наприклад, сітка карток у каталозі допомагає переходити від товару до товару, а хаотичне розташування змушує погляд збиватися.

Гештальт-принципи допомагають зрозуміти зв’язки між елементами, а розмір, колір, контраст, відступи й типографіка підказують, на що дивитися насамперед. Разом ці інструменти формують зрозумілу візуальну ієрархію.

Розмір допомагає показати важливість елемента й привернути до нього увагу. Заголовки мають бути візуально помітнішими за основний текст, а головні кнопки достатньо великими, щоб їх легко було знайти. Заголовок H1 зазвичай є найпомітнішим на сторінці, тоді як H2 і H3 допомагають упорядкувати зміст. Зображення товарів також мають бути достатньо великими, щоб користувач міг роздивитися деталі перед покупкою. Якщо збільшити все, різниця між головним і другорядним зникне.

Колір допомагає привернути увагу й розпізнати призначення елемента. Наприклад, яскрава мітка «Важливо» або «Підтверджено» одразу виділяється серед інших деталей. Проте значення кольору завжди залежить від контексту. Якщо зробити яскравим абсолютно кожен блок, очі користувача втомляться і він просто не зрозуміє, куди йому дивитися насамперед.

Контраст створює помітну різницю між елементами. Темний текст на світлому тлі легше читати, а виразна кнопка краще помітна серед спокійніших елементів. Контрастом можна виділити ціну, важливе повідомлення або основну дію. Але надмір контрастних деталей змушує їх конкурувати за увагу.

Відступи та вільний простір теж впливають на сприйняття. Порожнє місце відділяє блоки, полегшує читання й дає оку відпочити. Завдяки відступам фото, назва, ціна та кнопка сприймаються як одна картка товару. Якщо все розміщено надто щільно, сторінка здається перевантаженою.

Типографіка допомагає зрозуміти структуру інформації. Заголовки H1, H2 і H3 мають відрізнятися розміром або насиченістю, щоб читач бачив, де починається нова думка. Основний текст краще залишати простим і читабельним, важливі деталі (розмір знижки, умову доставки) виділити жирним шрифтом або кольором. Якщо виділено все, незрозуміло, на чому зосередитися.

Зазвичай користувачі не читають вебсторінку повністю від початку до кінця. Вони швидко сканують її поглядом і зупиняються на заголовках, перших словах абзаців, цінах, списках та кнопках. Для такого перегляду часто описують два маршрути руху погляду: F-патерн і Z-патерн.

F-патерн частіше зустрічається на інформаційних сайтах, у блогах, каталогах товарів і текстових сторінках. Спочатку погляд рухається горизонтально вздовж верхнього рядка, потім уздовж коротшого рядка, а далі спускається лівим краєм. Тому заголовки, ключові слова, ціни й списки варто розміщувати ближче до верху сторінки та лівого краю.

Z-патерн частіше використовують на лендингах і сторінках із простою структурою. Погляд рухається зліва направо вгорі, потім по діагоналі вниз і знову вправо. Так користувач помічає заголовок, пропозицію та кнопку дії. Розташування має відповідати змісту, а не просто формі літери Z.

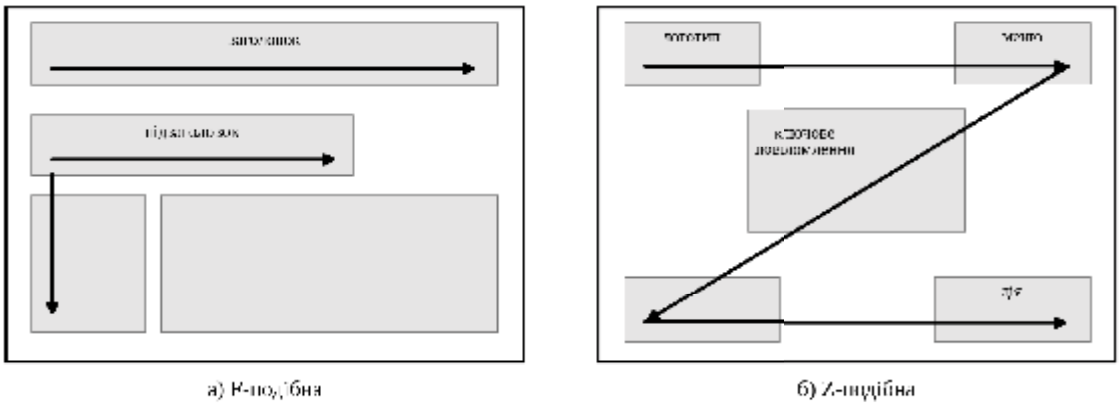

Рис. 1. Схеми сканування сторінки: F-подібна та Z-подібна

F- і Z-патерни є орієнтирами, а не жорсткими правилами. Розташування залежить від контенту й потреб користувачів, тому його варто перевіряти на практиці [3]. На мобільному екрані важливо уникати довгих описів, зайвих кнопок і надлишку яскравих міток. Краще залишити один головний акцент, а пояснення розміщувати поруч із відповідним елементом.

Важливу роль у взаємодії з інтерфейсом відіграє зворотний зв’язок на дії користувача [4]. Зміна кольору кнопки, підсвічування активного елемента або коротка анімація допомагають зрозуміти реакцію системи. Такі мікровзаємодії роблять користування сайтом зрозумілішим, сприяють формуванню позитивного враження, проте не повинні відволікати від основного завдання [5].

Ефективність візуальної ієрархії можна перевірити на прототипі, запропонувавши користувачам знайти потрібну інформацію або виконати певну дію та порівнявши час виконання й кількість помилок. Теплові карти, створені на основі відстеження руху очей, допомагають визначити, які ділянки сторінки привертають увагу, а текстові пояснення до змістовних зображень і складних схем сприяють доступності контенту.

Отже, візуальна ієрархія допомагає користувачам швидше знаходити потрібну інформацію, орієнтуватися в інтерфейсі та визначати подальші дії. Гештальт-принципи сприяють зрозумілій організації елементів, а розмір, колір, контраст, відступи й типографіка допомагають розподіляти увагу. Поєднання цих засобів із доречним зворотним зв’язком та перевіркою зручності інтерфейсу дає змогу створювати цифрові продукти, що відповідають потребам користувачів.

Список літератури

1. Крячко, М. О., & Чеботарьова, І. Б. (2026). Візуальна ієрархія як базовий принцип організації та сприйняття вебінтерфейсу. *Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених*. (с. 176).

2. Вовк, О. В., Манаков, В. П., & Шаповалова, Є. С. (2026). Когнітивні аспекти сприйняття інтерфейсів мобільних застосунків. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 210-213).

3. Чеботарьова, І.Б., & Крячко, М.О. (2026). Візуалізація історичного контенту на освітніх вебсайтах: підходи та патерни. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 42-45).

4. Лобода, Д. А., Вовк, О. В., & Манаков, В. П. (2026). Застосування психологічних принципів у UI/UX-Дизайні. *Квалілогія книги*. (с. 255-257).

5. Вовк, О. В., Мендєлєва, М. В., & Рябуха, А. С. (2026). Створення емоційного зв’язку з користувачем через інтерактивні елементи сайту. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 18-19).