

СТВОРЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ЗВ'ЯЗКУ З КОРИСТУВАЧЕМ ЧЕРЕЗ ІНТЕРАКТИВНІ ЕЛЕМЕНТИ САЙТУ

Вовк О.В., доцент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Мендєлєва М.В., асистент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Рябуха А.С., бакалавр, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У роботі досліджено вплив інтерактивних елементів на формування емоційної лояльності користувачів вебсайтів. Розглянуто роль мікрвзаємодій, мультимедійного контенту та анімації у створенні позитивного UX. Визначено оптимальні часові межі для візуальних ефектів та їхній вплив на бізнес-метрики сайту.

Ключові слова: інтерактивність, мікрвзаємодії, конверсія, анімація.

На сьогоднішній день функціональність та візуальна естетика вебсайту перестають бути єдиними чинниками утримання аудиторії [1-3]. Головним завданням дизайнера стає створення емоційного відгуку, який змушує людину повертатися на сайт знову. Інтерактивні елементи – кнопки, що змінюють колір, плавна анімація або цікаві ефекти при прокручуванні сторінки – допомагають «оживити» інтерфейс. Вони дають користувачу відчуття, що сайт на кожну його дію дає відповідь, ніби ведеться справжній діалог. Коли людина отримує задоволення від таких дрібниць, у неї виникає довіра та прихильність до бренду. Тому використання інтерактивності для створення емоційного зв'язку є одним із найважливіших трендів у сучасному вебдизайні.

Метою дослідження є аналіз впливу інтерактивних елементів на емоційне сприйняття сайту та пошук рішень, які роблять взаємодію з інтерфейсом більш природною і результативною.

Практичне застосування інтерактивності дозволяє перетворити звичайний перегляд сторінок на захопливий процес, де ключову роль відіграють мікрвзаємодії. Наприклад, плавні переходи між сторінками або підсвічування кнопок вказують на їхню доступність для дії, покращуючи зручність взаємодії. Такі деталі, як зміна вигляду іконок при кліку або анімований логотип, що плавно з'являється, надають сайту унікальності та створюють більш персоналізований досвід [4]. Коли кожна маніпуляція користувача супроводжується візуальним відгуком, виникає відчуття контролю над ситуацією та формується довіра до ресурсу. Проте емоційний дизайн важливий не лише для прихильності, а й для конкретних бізнес-метрик: він безпосередньо впливає на час перебування на сайті та знижує показник відмов. У результаті якісний емоційний зв'язок підвищує рівень конверсії, оскільки задоволений користувач значно охочіше переходить від перегляду до цільової дії.

Розвиваючи тему емоційного залучення, варто вийти за межі лише кнопок та іконок і звернути увагу на комплексні медіа-рішення. Відео та мультимедіа є потужними інструментами для створення інтерактивності на вебсайті. Вони використовуються для розповіді історій, демонстрації продуктів або послуг, проведення вебінарів та багатьох інших цікавих заходів [5]. На відміну від статичних зображень, відео дозволяє глибше розкрити характер бренду та створити ефект

присутності. Важливо, що відео може бути поєднане з іншими інтерактивними елементами, такими як опитування, щоб залучити аудиторію і покращити їхню взаємодію з контентом. Це перетворює користувача з пасивного спостерігача на активного учасника, що значно посилює відчуття персональної значущості та інтегрованості в цифрове середовище сайту.

Попри очевидні переваги, надмірна інтерактивність може дати зворотний ефект і стати причиною роздратування користувача. Якщо на сторінці одночасно рухається забагато елементів, це створює високе когнітивне навантаження: мозок втомлюється від необхідності обробляти зайвий візуальний шум, і замість задоволення людина відчуває розгубленість. У загальному UX вебсайтів надто агресивні анімації можуть створити помилкове відчуття затримки роботи ресурсу або перевантажити технічні можливості браузера. Саме тому критично важливим є впровадження так званого fluid motion – плавного, передбачуваного руху, який не затримує користувача, а навпаки, допомагає йому швидко знайти потрібну інформацію [6]. Коли мікровзаємодії стають занадто довгими або нав'язливими, вони сприймаються як перешкода на шляху до мети, що змушує користувача закрити сторінку. Важливо враховувати, що оптимальна тривалість анімації має бути в межах 200-500 мс: коротші взаємодії часто залишаються непомітними для людського ока, а довші – починають дратувати, створюючи враження повільної роботи сайту. Тому головним правилом емоційного дизайну залишається доцільність: кожен інтерактивний елемент має допомагати, а не відволікати від основного контенту.

Емоційний дизайн сьогодні є не просто візуальним трендом, а стратегічним інструментом утримання аудиторії. Робота дизайнера полягає у пошуку межі між технологічними можливостями сайту та психологічним комфортом людини. Впровадження інтерактивності лише тоді має сенс, коли кожен рух елемента є виправданим і спрямованим на допомогу користувачеві. У підсумку, саме якісний емоційний зв'язок перетворює випадковий візит на тривалу лояльність, роблячи цифровий продукт зрозумілим, передбачуваним та «людяним».

Література.

1. Вовк, О.В., & Задорожна, В.К. (2025). Дослідження етапів планування UI та UX сайту. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 28-30).
2. Вовк, О.В., & Чусь, В.В. (2024). Роль ергономіки у створенні ефективних інтерфейсів. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с. 199-200).
3. Задорожна, В.К., & Вовк, О.В. (2025). Роль кольорової гами в структурі сайту. Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті. Т. 6. (с. 569-571).
4. Kryga Agency. (2024). Роль анімації у веб-дизайні: коли вона працює на вас, а коли заважає. <https://kryga.ua/blog/rol-animacziyi/>.
5. COI.UA. (2023). Інтерактивний веб-дизайн: Розваги та залучення користувачів. <https://coi.ua/blog/DesignCo/interactive-web-design-entertainment-and-user-engagement/>.
6. Excited Agency. (2022). Як анімація формує користувацький досвід (UX). <https://excited.agency/ua/blog/how-animation-form-user-experience>.