

Список використаних джерел

1. Кандинський В. Про духовне в мистецтві / пер. з нім. Київ : Основи, 1996. 192 с.
2. Uttal D. H., Cohen C. A. та ін. *The Malleability of Spatial Skills: A Meta-Analysis of Training Studies*. 2022.

МІКРОВЗАЄМОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ЕМОЦІЙНОГО UX У КОНТЕКСТІ БІЗНЕС-ЕФЕКТИВНОСТІ

Олександра НАЗАРОВА
студентка групи МД-25
кафедри інформаційних,
мультимедійних технологій та дизайну
Черкаського державного
фахового бізнес-коледжу, м. Черкаси

Науковий керівник: старший викладач Ольга ВАКУЛЕНКО
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

У сфері мультимедійного дизайну, особливо в ігровій індустрії, досвід користувача є критичним фактором успіху продукту. На відміну від традиційних цифрових платформ на кшталт веб-сайтів чи мобільних додатків, ігри будуються навколо емоційного залучення, де кожна взаємодія впливає на мотивацію користувача продовжувати перебування у цих іграх [1; 3]. У цьому контексті мікровзаємодії є одним із ключових інструментів, який поєднує UX-дизайн із успіхом бізнесу [2].

Мікровзаємодії в іграх – це короткі звукові, візуальні або тактильні реакції системи на дії гравця [2]. Вони включають анімації натискання, звукові ефекти, зміни стану інтерфейсу, візуальні підсилення дій персонажа або середовища. Їх функція полягає не лише у передачі інформації, а й у створенні емоційного підкріплення, на яке користувач може не звернути увагу, проте воно вплине на його підсвідомість [1].

З точки зору бізнесу, мікровзаємодії безпосередньо впливають на показники залученості (engagement) та утримання користувачів (retention) [3]. У мобільних іграх, наприклад, кожна дія гравця супроводжується візуальним або звуковим акцентом: збір нагород, завершення рівня або отримання бонусу. Такі елементи створюють ефект миттєвої винагороди, що мотивує користувача продовжувати гру [4]. Окрім того, якщо гра націлена на залучення фінансів користувача, мікровзаємодії стають частішими, яскравішими та більш агресивними.

Мікровзаємодії часто використовуються у casual-іграх, де анімації підсилюють навіть найпростішу дію. Наприклад, при поєднанні елементів (match-3 механіки) гравець отримує серію візуальних і звукових ефектів, які підсилюють відчуття досягнення. Це підвищує тривалість сесії та ймовірність повторного входу в гру [4].

У free-to-play моделях мікровзаємодії також впливають на монетизацію. Візуально привабливе відкриття нагород (loot boxes, бонуси, досягнення) створює емоційний пік, що підсилює бажання здійснити покупку або продовжити взаємодію з продуктом [3; 4]. Таким чином, мікровзаємодії стають частиною механіки стимулювання внутрішньоігрових витрат.

Крім того, у складніших ігрових системах (наприклад, RPG або симуляторах) мікровзаємодії допомагають зменшити когнітивне навантаження. Візуальні підказки, плавні переходи між станами та реакції інтерфейсу дозволяють гравцеві швидше орієнтуватися в системах інвентарю, прокачування або навігації [9]. Це знижує ймовірність розчарування користувачів та їхнього виходу з гри.

Ще одним важливим аспектом є формування емоційного зв'язку з продуктом. У відеоіграх мікровзаємодії часто стають частиною стилю – наприклад, унікальні анімації інтерфейсу або характерні звуки взаємодії. Це створює впізнаваність і підсилює бренд гри, що має вагоме значення для її позиціонування на ринку [1; 4].

Водночас надмірне або недоречне використання мікровзаємодій може негативно впливати на досвід. Занадто інтенсивні ефекти або перевантаження інтерфейсу знижують концентрацію гравця та можуть викликати втому [2]. У бізнес-контексті це призводить до скорочення ігрових сесій і зниження показників утримання (retention).

Технічна реалізація також є критичною. Затримки у відгуку після кліку або низька продуктивність анімацій можуть порушити відчуття контролю, що є особливо важливим у динамічних іграх, та викликати у гравця напругу і роздратування [9]. Це безпосередньо впливає на задоволеність користувача та його готовність продовжувати взаємодію.

Таким чином, у мультимедійному дизайні мікровзаємодії виконують не лише допоміжну, а і стратегічну роль. Вони формують емоційний досвід, впливають на поведінку користувача та забезпечують досягнення бізнес-цілей, зокрема підвищення залученості, утримання та монетизації [2; 3]. Рациональне використання мікровзаємодій дозволяє ігровим продуктам залишатися конкурентоспроможними та привабливими для аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Norman D. A. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. New York: Basic Books, 2004. 257 p.
2. Saffer D. Microinteractions: Designing with Details. Sebastopol: O'Reilly Media, 2013. 171 p.
3. Hassenzahl M. Experience Design: Technology for All the Right Reasons. San Rafael: Morgan & Claypool, 2010. 95 p.
4. Schell J. The Art of Game Design: A Book of Lenses. Burlington: Morgan Kaufmann, 2008. 489 p.
5. Пустюльга С. І., Самчук С. П., Шаповалова А. А., Клак Ю. В. Аналіз тенденцій та трендів у дизайні інтерфейсів сучасних мобільних додатків. Art and Design. 2023. № 4. URL: <https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2024/02/12-AD-4-2023.pdf>
6. Норман Д. А. Емоційний дизайн: чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас. Київ : ArtHuss, 2019. 304 с.
7. Шмиг Р. А., Боярчук В. М., Добрянський І. М., Барабаш В. М. Термінологічний словник-довідник з будівництва та архітектури / за заг. ред. Р. А. Шмига. Львів, 2010. 176 с.
8. Гуржій А. М., Лапінський В. В. Мультимедійні технології в освіті та науці. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 280 с.
9. Кучеренко В. С. Особливості проектування інтерфейсів користувача в цифрових середовищах. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. 2021. № 2. С. 112–118.