

УДК 004.9:339.138

СИНТЕЗ МОДЕЛІ ПРІОРИТЕТНОГО ВПЛИВУ КРИТЕРІЇВ КОМПОЗИЦІЙНОГО ОФОРМЛЕННЯ КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

О. Б. Дулька, С. П. Васюта

*Українська академія друкарства,
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна*

Визначено, що візуальний контент має вирішальне значення для успіху в соціальних мережах. Використання високоякісних зображень і відео допомагає привернути увагу аудиторії та підвищити її зацікавленість. Ефективне формування контенту для соціальних мереж потребує ретельного планування, розуміння цільової аудиторії та використання різноманітних методів та інструментів. Зображення мають бути чіткими, яскравими та відповідати тематиці сторінки. Відео мають бути з хорошою якістю звуку та зображення.

Розглянуто методи оцінки впливу критеріїв на композиційне оформлення контенту соціальних мереж. На основі попарних порівнянь виконано порівняння та встановлено ваги основних критеріїв та їх підкритеріїв. Визначено важливості кожного візуального елемента в композиційному дизайні контенту соціальних мереж.

Ключові слова: *соціальна мережа, контент, інтерфейс, дизайн, модель, ієрархія, композиція.*

Постановка проблеми. Сучасне цифрове середовище потребує використання інших форм контенту для привернення уваги та взаємодії користувачів у соціальних мережах. Візуальний контент, такий як зображення, відео, інфографіка, анімації та інтерактивні елементи, має значний вплив на залучення аудиторії та підвищення ефективності матеріалу. Визначення того, які візуальні елементи є найбільш важливими, допомагає брендам оптимізувати свій контент для досягнення максимальних результатів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю створення впізнаваного контенту. На сьогодні єдиний стиль використання кольорів, шрифтів, логотипів та інших візуальних елементів допомагає створити власний дизайн і підвищити впізнаваність бренду в соціальних мережах. Це сприяє зміцненню іміджу бренду і створенню позитивного враження у споживачів.

Процес прийняття рішень щодо важливості одних візуальних елементів над іншими є складним процесом. Він передбачає опрацювання та зіставлення масиву факторів і критеріїв. Також варто врахувати, що кожен візуальний елемент може мати масив підкритеріїв. Метод ієрархій надає структурований підхід до аналізу та оцінки факторів, що дає змогу приймати обґрунтовані рішення.

Ця методологія є гнучкою та адаптивною. Вона дає змогу застосовувати свої методи досліджень до різних задач. Тому щодо дослідження дизайну контенту

для соціальних мереж цю методику буде застосовано для оцінки різних типів візуальних елементів, їх підкритеріїв та ваг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Досліджено сутність платформ соціальних мереж. Також проведено дослідження візуальних елементів інфографіки та визначено вплив факторів на композиційне оформлення інфографіки.

Мета статті — визначення важливості візуальних елементів у дизайні контенту соціальних мереж для підвищення якості та ефективності матеріалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо етапи застосування методу ієрархій:

Етап визначення мети — метою є визначення важливості одних візуальних елементів щодо інших, тобто встановлення числової ваги досліджуваним критеріям.

Етап структурування проблеми. Ієрархія передбачає кілька рівнів: мету, критерії та підкритерії. На верхньому рівні знаходиться мета, на другому рівні — головні критерії (основні візуальні елементи), а на третьому рівні — підкритерії (конкретні аспекти кожного візуального елемента) [6].

Будь-які візуальні елементи мають значний вплив на емоційне сприйняття контенту. Зображення, відео та інфографіка можуть викликати сильні емоційні реакції, що сприяє більшій залученості користувачів та підвищенню рівня взаємодії з брендом. Це особливо важливо для побудови емоційного зв'язку з аудиторією і підвищення лояльності до бренду.

Розглянемо кожен з них:

- *Зображення та відео.* Використання зображень і відео допомагає привернути увагу аудиторії та підвищити її зацікавленість. Вони мають відповідати таким критеріям, як чіткість, яскравість та відповідність тематиці бренду. Відео мають бути професійно зняті, з хорошою якістю звуку та зображення [1].
- *Інфографіка та графічні елементи.* Інфографіка — це сучасний інструмент, який дає змогу візуально представити складну інформацію легко і зрозуміло. Використання таких графічних елементів, як піктограми, діаграми та схеми, допомагає підкреслити ключові дані і зробити їх більш зрозумілими для аудиторії [1, 2].
- *Кольорові схеми та шрифти.* Ці елементи відіграють важливу роль у створенні впізнаваного візуального стилю бренду. Важливо вибирати кольори, які відображають настрій і його цінності. Шрифти повинні бути легкими для читання і відповідати загальному стилю [1].
- *Анімації та гіфки.* Ці елементи можуть додати динамічності вашому контенту та привернути увагу аудиторії. Вони особливо ефективні для підкреслення важливих моментів або для створення більш інтерактивного користувацького досвіду. Анімації можуть також використовуватися для створення рекламних оголошень або залучення до акцій, що допоможе збільшити взаємодію з користувачами.
- *Галереї.* Вони є ідеальним рішенням для демонстрації різних аспектів одного продукту, різних кроків процесу або серії пов'язаних матеріалів.

- *Логотипи та брендovanі елементи.* Додавання логотипів та інших брендovаних елементів у візуальний контент допомагає підвищити впізнаваність вашого бренду і створити цілісний вигляд. Логотипи мають бути чітко видимими, але ненав'язливими, і використовуватися послідовно на всіх зображеннях і відео.
- *Шаблони.* Шаблони дають змогу швидко створювати професійні пости, зберігаючи однаковий вигляд та відчуття. Це особливо корисно для команд, які створюють великий обсяг контенту.

Етап оцінки основних критеріїв.

Для дослідження виберемо такі критерії:

k_1 — зображення (З);

k_2 — відео (В);

k_3 — інфографіка (І);

k_4 — анімації (А);

k_5 — інтерактивні елементи (ІЕ).

Їх підкритерії:

k_1 — якість, кольори, композиція;

k_2 — довжина, якість, структура;

k_3 — дизайн, читабельність, макет;

k_4 — тривалість, якість, інтерактивність;

k_5 — зручність, взаємодія, ефективність.

Для встановлення числової оцінки важливості одних критеріїв над іншими використано шкалу порівняння за Сааті (табл. 1).

Таблиця 1

Шкала відносної важливості об'єктів за Сааті

Оцінка важливості	Фактори порівняння
1	Об'єкти рівноцінні
3	Один об'єкт дещо переважає над іншим
5	Один об'єкт переважає над іншим
7	Один об'єкт значно переважає над іншим
9	Один об'єкт абсолютно переважає над іншим
2,4,6,8	Компромісні проміжні значення

Кожен критерій порівнюється з іншими за ступенем важливості. Наприклад, якщо експерти вважають зображення більш важливими, ніж відео, їм присвоюється вищий бал. Це порівняння виконано для всіх критеріїв (табл. 2).

На основі попарних порівнянь розраховано ваги кожного критерію. Вони наочно показують відносну важливість кожного елемента у досягненні мети.

Застосування методу ієрархій дає змогу чітко і структуровано оцінити відносну важливість різних компонентів. Це допомагає зосередитися на найважливіших аспектах візуального контенту і сприяє досягненню високих показників залученості та взаємодії користувачів.

Таблиця 2

Матриця попарних порівнянь

	1	2	3	4	5		
	З	В	І	А	ІЕ	Ваги критеріїв, (V_i)	
1	З	1	3	4	2	2	0,37
2	В	1/3	1	1	3	4	0,22
3	І	1/4	1	1	4	2	0,2
4	А	1/2	1/3	1/4	1	1	0,09
5	ІЕ	1/2	1/4	1/2	1	1	0,1

Прийняття рішень щодо важливості різних візуальних елементів є складним процесом, оскільки він містить багато різних факторів і критеріїв. Кожен візуальний елемент може мати різні підкритерії, такі як якість, кольори, композиція, тривалість, зрозумілість тощо. Метод ієрархій надає структурований підхід до аналізу та оцінки цих критеріїв, що дає змогу приймати обґрунтовані рішення [4, 6].

Етап оцінки підкритеріїв.

Представимо матриці попарного порівняння підкритеріїв, які дають змогу детально проаналізувати відносну важливість кожного з них в межах основних критеріїв. Для кожного елемента виконано попарне порівняння його підкритеріїв, які наведено в табл. 3, 4, 5, 6, 7. Це допоможе визначити, які аспекти конкретного візуального елемента є найбільш важливими.

Таблиця 3

Матриця попарного порівняння підкритеріїв для зображень

Зображення	Якість	Кольори	Композиція
Якість	1	3	5
Кольори	1/3	1	2
Композиція	1/5	1/2	1

Таблиця 4

Матриця попарного порівняння підкритеріїв для відео

Відео	Довжина	Якість	Структура
Довжина	1	1	3
Якість	1	1	3
Зміст	1/3	1/3	1

Таблиця 5

Матриця попарного порівняння підкритеріїв для інфографіки

Інфографіка	Дизайн	Читабельність	Макет
Дизайн	1	3	5
Читабельність	1/3	1	2
Макет	1/5	1/2	1

Таблиця 6

Матриця попарного порівняння підкритеріїв для анімацій

Анімації	Тривалість	Якість	Інтерактивність
Тривалість	1	1/3	1
Якість	3	1	1
Інтерактивність	1	1	1

Таблиця 7

Матриця попарного порівняння підкритеріїв для інтерактивних елементів

Інтерактивні елементи	Зручність	Взаємодія	Ефективність
Зручність	1	2	3
Взаємодія	1/2	1	1
Ефективність	1/3	1	1

Етап розрахунку ваг критеріїв і підкритеріїв.

Обчислення виконується шляхом множення ваг критеріїв на ваги підкритеріїв (табл. 8). Наприклад, інтерактивні елементи мають числову вагу — 0.1, тоді підкритерій зручність — $0,1 * 0,4 = 0,04$; взаємодія — $0,1 * 0,3 = 0,03$; ефективність — $0,1 * 0,3 = 0,03$.

Таблиця 8

Таблиця важливості візуальних елементів у дизайні контенту соціальних мереж

Критерій	Підкритерій	Вага критерію	Вага підкритерію	Загальна важливість
1	2	3	4	5
Зображення	Якість	0,37	0,5	0,185
	Кольори	0,37	0,3	0,111
	Композиція	0,37	0,2	0,074
Відео	Довжина	0,22	0,4	0,088
	Якість	0,22	0,4	0,088
	Структура	0,22	0,2	0,044
Інфографіка	Дизайн	0,2	0,5	0,1
	Читабельність	0,2	0,3	0,06
	Макет	0,2	0,2	0,04
Анімації	Тривалість	0,09	0,3	0,027
	Якість	0,09	0,4	0,036
	Інтерактивність	0,09	0,3	0,027
Інтерактивні елементи	Зручність	0,1	0,4	0,04
	Взаємодія	0,1	0,3	0,03
	Ефективність	0,1	0,3	0,03

Табл. 8 показує, що найважливішими підкритеріями є якість зображень, кольори зображень та їх композиція. Це вказує на те, що зображення є ключовими візуальними елементами, на які потрібно звертати особливу увагу під час розробки контенту для соціальних мереж. Також важливими компонентами є якість відео та композиційний дизайн інфографіки. Ці результати наочно підкреслюють важливість візуальної складової у створенні ефективного контенту, який буде привертати увагу, викликати емоції та забезпечувати високу ефективність серед користувачів.

Висновки. Дослідження візуальних елементів у дизайні контенту для соціальних мереж підтверджує їхню критичну важливість для досягнення якості та ефективності матеріалу. Користувачі звертають більше уваги на візуальний контент, що дає змогу брендам виділятися у насиченому інформаційному середовищі соціальних мереж. Яскраві, чіткі та привабливі зображення, відео та інфографіка допомагають утримувати увагу аудиторії та сприяють її більшій залученості. Метод ієрархій може бути використаний для оцінки та визначення важливості візуальних елементів, які впливають на ефективність контенту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васюта С. П., Хамула О. Г. Інфографіка та візуалізація даних : навч. посіб. Львів : Українська академія друкарства, 2022. 192 с.
2. Гудима О. В. Інфографіка : навч. посіб. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т., 2017. 107 с.
3. Васюта С. П., Хамула О. Г. Синтез моделі факторів композиційного оформлення інфографіки. Поліграфія і видавнича справа. 2017. № 2 (74). С. 59–65.
4. Сорока К. О. Основи теорії систем і системного аналізу : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та вип. 2005. 286 с.
5. Vasiuta S., Tymchenko O., Kunanets N., Sosnovska O., Khamula O. Synthesis and research of a model of factors of infographics compositional design with elements of visual communication CEUR Workshop Proceedingsthis link is disabled, 2021, Pp. 303–322.
6. Бартиш М. Я., Дудзяний І. М. Дослідження операцій. Частина 3. Ухвалення рішень і теорія ігор. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. 278 с.

REFERENCES

1. Vasiuta, S. P., & Khamula, O. H. (2022). Infografika ta vizualizatsiia danykh. Lviv : Ukrainska akademiia druzarstva (in Ukrainian).
2. Hudyma, O. V. (2017). Infografika. Chernivtsi : Chernivetskyi nats. un-t. (in Ukrainian).
3. Vasiuta, S. P., & Khamula, O. H. (2017). Syntez modeli faktoriv kompozytsiinoho oformlennia infografiky: Polihrafiia i vydavnycha sprava, 2 (74), 59–65 (in Ukrainian).
4. Soroka, K. O. (2005). Osnovy teorii system i systemnoho analizu. 2-he vyd., pererob. ta vyp. (in Ukrainian).
5. Vasiuta, S., Tymchenko, O., Kunanets, N., Sosnovska, & O., Khamula, O. (2021). Synthesis and research of a model of factors of infographics compositional design with elements of visual communication CEUR Workshop Proceedingsthis link is disabled, 303–322 (in English).
6. Bartish, M. Ya., & Dudzianyi, I. M. (2009). Doslidzhennia operatsii. Chastyna 3. Ukhvalennia rishen i teoriia ihor. Lviv : Vydavnychy tsentr LNU imeni Ivana Franka (in Ukrainian).

doi: 10.32403/0554-4866-2024-1-87-34-40

SYNTHESIS OF A MODEL FOR PRIORITIZING THE IMPACT OF CRITERIA FOR COMPOSITE DESIGN OF SOCIAL MEDIA CONTENT

O. B. Dulka, S. P. Vasiuta

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pid Holoskom St., Lviv, 79020, Ukraine
ins.ewka@gmail.com,
svitlanavasyta@gmail.com*

The purpose of the publication is to study the importance of various visual elements in social media content design to enhance engagement and the effectiveness of marketing campaigns. Today, visual content is becoming increasingly important for capturing attention and fostering the user interaction on social media. Images, videos, infographics, animations, and interactive elements significantly impact the audience engagement and the effectiveness of marketing campaigns. Identifying the most important visual elements will help brands optimize their content to achieve maximum results.

The relevance of researching visual elements is driven by the need to create a recognizable brand. Consistent use of colors, fonts, logos, and other visual elements helps to establish a unified style and increase the recognizability of content on social media. This contributes to strengthening the brand image and creating a positive impression among consumers.

Making decisions about the importance of various visual elements is a complex process, as it involves many different factors and criteria. However, the hierarchy method provides a structured approach to analyzing and evaluating these criteria, enabling well-founded decisions. This methodology is used to assess various types of visual elements, their sub-criteria, and weights.

Keywords: *social network, content, interface, design, model, hierarchy, composition.*

Стаття надійшла до редакції 08.02.2024.

Received 08.02.2024.