



УДК 004.4.273

## ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ ВЕБ-ПРОДУКТІВ

СЛІТЮК Олена, ЯНЧУК Віталій

Київський національний університет технологій та дизайну,

Київ, Україна

[yan4uk.v@gmail.com](mailto:yan4uk.v@gmail.com)

*Досліджено ключові аспекти використання принципів емоційного дизайну при розробці веб-продуктів. Особлива увага приділяється дослідженню взаємодії дизайну з користувачами на трьох рівнях: вісцеральному, поведінковому та рефлексивному. Підкреслюється важливість розробки продукту з орієнтацією на бажаний досвід користування, що сприяє його успішності на ринку. Запропоновано процес розробки продукту, що максимально ефективно реалізує дану модель взаємодії з користувачем.*

**Ключові слова:** емоційний дизайн, веб-продукт, UX-дизайн, інтерфейс, емоції.

### ВСТУП

У світі технологій, що швидко розвиваються, емоційний дизайн стає ключовим фактором для створення привабливих, запам'ятовуваних інтерфейсів [1]. Емоційний дизайн це досить новий напрямок в інтернет-просторі, який саме у поєднанні з UX/UI-дизайном дає ефективні результати та найкращий досвід взаємодії з веб-ресурсом. Сьогодні, де конкуренція у сфері дизайну зростає, емоційний дизайн, орієнтуючись насамперед, на чуттєву реакцію споживача, стає ключовим інструментом виділення продукту з множини [2]. Тому створення інтерфейсів, здатних не тільки ефективно виконувати завдання, а й викликати позитивні емоції, є важливим кроком у напрямку створення веб-продуктів, які не лише використовуються, а й є улюбленими користувачами.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є дослідження ефективної реалізації принципів емоційного дизайну як основи для забезпечення конкурентоспроможності, сталого та динамічного розвитку продуктів індустрії дизайну.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

При розробці веб-продуктів, емоційний дизайн, як дизайнерський підхід, ґрунтується на наданні позитивних емоцій користувачеві через UX та UI. Це не лише набір технік, а й мистецтво створення інтерфейсів, здатних взаємодіяти з користувачами на емоційному рівні. У його основі лежить як естетика, а й глибоке розуміння потреб, переваг і емоцій користувачів [2]. Шляхом



використання колірної психології, анімації, мікроінтеракцій та інших елементів дизайну дає можливість формувати унікальні візуальні та емоційні враження, викликати бажану реакцію у користувача. Це допомагає не лише привернути увагу клієнта, а й заохотити його до покупки продукту.

Завдяки емоційному дизайну у компанії чи конкретного продукту з'являється велика перевага перед конкурентами. Дизайн стає не просто візуальною складовою сайту, він залучає аудиторію до дії та підводить до основної мети.

Результати дослідження дозволили встановити фактори впливу при застосуванні емоційного дизайну, це:

- впізнаваність: емоційне посилення завжди запам'ятовується - яскраві слогани, палітра кольорів, ілюстрації;
- позитивний досвід користувача: чим приємніший і привабливіший сайт з емоційної точки зору, тим менше питань до юзабіліті, користувачі можуть не звертати увагу на дрібні незручності, якщо їхній емоційний стан на підйомі;
- поведінку: багато рішень користувача засновано на емоціях, які він відчуває у даний момент, тому, якщо необхідно створити сайт, що продає, емоції, це перше, чим варто керуватися.

При дослідженні використання принципів емоційного дизайну при розробці веб-продуктів, нами були розглянуті, окреслені Дональдом Норманом, три рівні дизайну, що взаємодіють з емоціями користувачів [2].

Першим рівнем емоційного дизайну є інтуїтивний (вісцеральний). Це перше враження від продукту, де важливу роль відіграє візуальна привабливість. Користувач неусвідомлено оцінює веб-сайт і вирішує, чи варто залишатися на цій сторінці. Якщо в інтерфейсі опрацьовано рівень інтуїтивного дизайну, то користувачі підсвідомо вважатимуть додаток привабливим, будуть позитивно ставитися до взаємодій.

Другий рівень емоційного дизайну – поведінковий. До нього можна віднести функціональність та продуктивність. Користувач розуміє, як працює програма, які у нього є функції, наскільки вона продуктивна та ефективна, розуміє наскільки продукт виконує завдання. Щоб у користувача з'явилися позитивні емоції, інтерфейс має бути інтуїтивно зрозумілим, зручним та корисним. Ефективність та задоволення від використання продукту підвищуються через позитивний досвід взаємодії з ним. Так у процесі дослідження були розглянуті різні успішні аналоги стрімінгових сервісів з мобільним додатком та ефективним UI/UX дизайном. Було виявлено, що для забезпечення позитивного користувацького досвіду в мобільних додатках, особливу увагу потрібно приділяти наступним аспектам: простота та зрозумілість інтерфейсу, привабливість та сучасність графічного оформлення, функціональність, швидкість та стабільність роботи, безпека та конфіденційність [4].

Третій рівень емоційного дизайну – рефлексивний (дизайн користувацького досвіду). На цьому рівні користувач усвідомлює свої почуття та розмірковує над ними. Він аналізує отриманий досвід та емоції, приймає



рішення, чи буде він знову взаємодіяти з продуктом. На рефлексивний рівень впливає велика кількість факторів, включаючи вік, стать, культуру та професію.

При створенні інтерфейсу необхідно врахувати специфіку кожного з трьох типів дизайну, що дозволить викликати у користувача потрібні емоції, залишити позитивне враження про продукт і спонукати поділитися своїм досвідом використання.

Аналізуючи ці три рівні взаємодії з користувачем, можна прийти до висновку, що кожен попередній рівень впливає на наступний, естетика продукту має вплив на його функціональність і досвід користування, а функціональність в свою чергу впливає на досвід його використання, в зворотню сторону це правило не діє. В результаті всі зміни в продукті ведуть до зміни в досвіді користування ним, що означає що розробку концепції продукту необхідно починати з бажаного досвіду користування продуктом і того які спогади і користувацькі історії він має створювати. Саме це диктує функціональність і естетику продукту.

Отже орієнтуючись на вищесказане і беручи за основу інші методи ітераційного дизайну такі як Design Thinking [4], запропоновано наступний процес розробки веб-продукту:

1) Ідентифікація цільових користувачів перший крок у впровадженні емоційного дизайну. Розуміючи, хто є цільовими користувачами та що їм потрібно, команда дизайнерів може створювати продукти, які краще відповідають потребам користувачів.

2) Визначення емоцій, що мають бути викликані та очікуваної поведінки користувача. Після розуміння цільових користувачів наступним кроком є визначення емоцій, які продукт має викликати. Це залежить від типу продукту, що проєктується, та характеристик цільової аудиторії. Наприклад, якщо проєктується ігровий додаток, емоції, що мають бути викликані, можуть включати захоплення, радість та задоволення.

3) Прототипування - розробка сирієї версії продукту з обмеженим функціоналом відповідно до гіпотез щодо того які емоції має викликати продукт. На цьому етапі слід приділити увагу вибору колірної гами продукту, шрифтів, анімації, мікроінтеракцій та інших елементів дизайну.

Від того, наскільки правильно підібрана палітра кольорів, залежить, як користувач сприйматиме продукт, які емоції у нього виникнуть. Правильно розставлені акценти, дотримання балансу між зображеннями та описами, типографіка та шрифти – все це допомагає створити цілісну картину та передати потрібні сенси. Анімовані кнопки та індикатори роблять інтерфейс більш живим та ближчим до аудиторії [4]. Це захоплює користувачів та стимулює подальшу взаємодію. Різноманітність шрифтових рішень дозволяє вибирати стилі, що відбивають характер продукту. Наприклад, жирні заголовки можуть створювати враження сили та впевненості, тоді як курсив може додати нотку грайливості. Звукові та візуальні ефекти, що реагують на дії користувача, роблять взаємодію з інтерфейсом більш приємним та захоплюючим.

4) Тестування - перевірка реалістичності поставлених гіпотез на прототипі і їх зміна та адаптація. Зазвичай створення складного і неповторного



продукту вимагає значних зусиль, залучення експертів з різних сфер діяльності, тому ключове завдання продукт дизайнера це прокомунікувати кожному члену команди та відділу та який має бути досвід користування продуктом та сприяти кращому розумінню продукту - бути фасилітатором процесу, тому продукт дизайнер має бути майстром візуального та мультимедійного представлення інформації, та комунікації, знати принципи об'єктно- та предметно-орієнтованого дизайну у випадку якщо продукт це складна система, а також знати кому і якому мовою потрібно донести інформацію, наприклад стейкхолдерам - мовою бізнесу, технічному директору - мовою схем і діаграм.

### **ВИСНОВКИ**

В роботі розглянуті питання пов'язані з проблемами та можливостями використання принципів емоційного дизайну при розробці веб-продуктів. Запропоновано процес розробки дизайну веб-продукту, що максимально ефективно реалізує модель тривіневого дизайну емоційного відклику користувача і є максимально орієнтований на формування позитивного та пам'ятного досвіду користування продуктом.

### **ЛІТЕРАТУРА**

- 1.Yusa I.M.M., Ardhana I.K., Putra I.N.D. and Pujaastawa I.B.G. Emotional Design: a review of theoretical foundations, methodologies, and applications. Journal of Aesthetics, Design, and Art Management , vol. 3, no. 1, Apr. 2023, pp. 1-14, DOI: <https://doi.org/10.58982/jadam.v3i1.308>.
- 2.Interaction Design Foundation - IxDF. What is Emotional Design (ED). Interaction Design Foundation - IxDF. 2016, URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/emotional-design>.
- 3.Donald N. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. 2004
4. Слітюк О.О., Білоус М.І. Особливості створення мобільних додатків стрімінгового сервісу з використанням принципів UI/UX дизайну // Progressive research in the modern world. Proceedings of the 9th International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Boston, USA. 2023. Pp. 458-463.

### **SLITYUK O., YANCHUK V.**

#### **EMOTIONAL DESIGN AS THE BASIS OF CREATING WEB PRODUCTS**

*The key aspects of using the principles of emotional design in the development of web products have been studied. Special attention is paid to researching the interaction of design with users on three levels: visceral, behavioral and reflective. The importance of product development with a focus on the desired user experience, which contributes to its success on the market, is emphasized. The process of product development is proposed, which implements this model of interaction with the user as efficiently as possible.*

**Keywords:** *emotional design, web product, UX design, interface, emotions.*