

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ВЕБ-ДИЗАЙН

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Рудик В.И.

*Шкор О.Н. –старший преподаватель
магистр экономических наук, доктор
философии в области экономики*

Каждый год, каждый день мир меняется. Человека все сложнее удивить, производителям все сложнее завоевать свое место в сознании потребителей, чтобы их запомнили. Мир канул в бесконечное многообразие всех благ, которые только можно представить.

Несмотря на все это, у каждого есть свое любимое место, свое любимое кафе или магазин. Значит, эти места чем-то зацепили потребителей, значит, они приносят людям исключительно положительные эмоции и оставляют наиприятнейшие чувства. Так же дела обстоят и с веб-сайтами.

Эмоциональный веб-дизайн призван оптимизировать эффективное взаимодействие с пользователем, несмотря на то, что люди очень сложны по своей природе и каждому угодить невозможно.

Прежде чем куда-то пойти, посмотреть какой-либо фильм или если мы хотим узнать последние новости, прогноз погоды или не знаем что делать – мы обращаемся к помощи Интернета. На данном этапе насчитывается около двух миллиардов пользователей. Существует бесконечное количество всевозможных веб-сайтов и, в основном, каждый из нас, в конце концов, выбирает из этого множества один-единственный, который он запоминает и регулярно и привержено посещает его.

Многие Интернет-ресурсы начали заботиться больше не о технической стороне, а о дизайне своего продукта. Потому что зачастую простой, но приятно оформленный сайт намного приятнее посещать, чем технически более сложный, но не вызывающий никаких эмоций.

Несмотря на все различия между людьми, с рождения, в каждом из нас заложен определенный набор эмоций, который свойственен каждому. Например, равнодушное отношение к детским лицам.

Есть множество способов вызвать положительные эмоции. Конечно, реагировать люди могут по-разному в зависимости от возраста, уровня знаний и т.п. Но есть такие психологические факторы, которые должны работать в целом. Например, радость: видя на веб-странице фотографию человека приятной внешности с искренней улыбкой, поневоле мы начинаем чувствовать себя комфортнее, а может даже и улыбаться в ответ. Эксклюзивность: нужно предложить что-то особенное, уникальное для определенной группы лиц. Внимание: предложить помощь, даже если никто не обязан этого делать. И это лишь малая часть возможных инструментов воздействия на эмоции человека.

Таким образом, в настоящее время люди отдают предпочтение эмоциям, они выбирают то, что оставило теплый след в их сердцах. Набор инструментов воздействия на эмоции с одной стороны очень прост, а с другой стороны – совсем нет, ведь у каждого человека свой эмоциональный багаж, хоть и есть базовые эмоции, но даже их надо уметь правильно использовать и применять.

Список использованных источников:

1. Аарон Уолтер. Эмоциональный веб-дизайн.
2. Дональд Норман. Эмоциональный дизайн.