



Emotion design

Badanie emocji pozwala zrozumieć wiele procesów, które dotychczas uznawano za czysto poznawcze. Zrozumienie procesów emocjonalnych może być także nowym horyzontem w projektowaniu stron.

Badanie emocji pozwala zrozumieć wiele procesów, które dotychczas uznawano za czysto poznawcze. Zrozumienie procesów emocjonalnych może być także nowym horyzontem w projektowaniu stron.

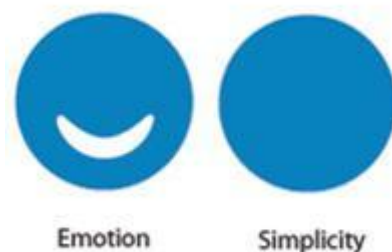
Badanie emocji pozwala zrozumieć wiele procesów, które dotychczas uznawano za czysto poznawcze. O związkach emocji z decyzjami w kontekście neuromarketingu, pisałem już w poście ["Zdecydowały emocje"](#). Zrozumienie procesów emocjonalnych może być także nowym horyzontem w webdesig

Emotion Design jest sposobem projektowania interfejsów, aplikacji czy przedmiotów codziennego użytku, którego głównym założeniem jest, że **emocje wpływają na percepcję i**

wyznaczają ramy, w jaki sposób zapamiętujemy percept (stronę WWW, narzędzie itp.).

O jakie emocje chodzi ?

W kontekście webdesignu najważniejszymi emocjami, które projektant chce wywołać są:



WIARYGODNOŚĆ

W [Stanford Persuasive Technology Lab](#) wypracowano na podstawie trzyletnich badań wskazówki, jak tworzyć treści w internecie (szczególnie, gdy idzie o e-commerce) , by były one dla użytkownika wiarygodne:

1. **ŹRÓDŁA:** dostarczaj użytkownikowi pewności, że na twojej stronie znajdują się informacje z godnych zaufania źródeł - stosuj odwołania, cytaty, podawaj źródła i linki
2. **INSTYTUCJA:** pokaż, że Twoja strona jest fasadą prawdziwej instytucji - umieszczaj zdjęcia biura, pracowników itp.
3. **PROFESJONALIZM:** promuj ekspertów i uznane organizacje, którzy tworzą, wspierają czy patronują Twojej działalności w sieci.
4. **LUDZIE:** prezentuj siebie i innych ludzi, stojących za Twoją stroną jako solidnych i godnych zaufania - służy temu chociażby umieszczanie CV na stronie.

5. **KONTAKT:** Udostępnij w widocznym miejscu adres e-mail, nr telefonu czy komunikatora. Przekonaj użytkowników, że łatwo może się z Tobą skontaktować.
6. **LAYOUT:** wygląd strony powinien oddawać jej cel; ułożenie bloków, nawigacja, typografia, grafika to oddziaływanie na użytkownika przez pierwsze klika milisekund - nie czyta on treści, ale skanuje ogólny wygląd.
7. **ŚWIEŻOŚĆ:** Często aktualizuj swoją stronę
8. **REKLAMY:** dyskretnie umieszczaj treści reklamowe - szczególnie unikaj pop-up'ów.
9. **BŁĘDY:** unikaj literówek i niedziałających linków.

POCZUCIE BEZPIECZEŃSTWA

Specjaliści z InteractionArchitect.com, prowadząc redesign strony linii lotniczych zauważyli, że użytkownicy za bezpieczny sposób kupowania czy rezerwacji uznali ten, który był najprostszy w użyciu.

Użytkownik odczuwa bezpieczeństwo w Internecie, jeśli ma silne poczucie kontroli nad akcją np. płatnością.

Jak to zrobić ?

1. **JASNOŚĆ:** użytkownik musi wiedzieć jaki jest aktualny stan akcji, co może zrobić i jak dowie się czy cel, z którym przyszedł został osiągnięty
2. **PRZEWIDYWALNOŚĆ:** użytkownik chce mieć pewność co stanie się, gdy kliknie w dany element; spodziewa się, że np. pola formularzy działają tak samo jak we wszystkich innych aplikacjach i stronach, które zna.
3. **ELASTYCZNOŚĆ:** nie wszyscy użytkownicy działają w ten sam sposób; należy im więc umożliwić [i w widoczny sposób to oznaczyć - przyp. aut.] dostosowanie interfejsu, by zwiększyć ich poczucie kontroli

Skupienie się na procesach uwagi czy pamięci operacyjnej jest niewystarczające. Zrozumienie umysłu użytkownika jako struktury dynamicznej, prowadzi od klasycznej pojmowanej usability do bardziej adekwatnego user experience.

O silnym związku emocji i funkcji poznawczych można przeczytać w pracy ["Integration of emotion and cognition in the lateral prefrontal cortex" \[PDF\]](#) lub w pracach "Błąd Kartezjusza" A. Damasio, "The emotional brain" J. Ledoux czy "Umysł. Czym jest i jak działa" D. Casacuberty.

Przedruk dokonany za zgodą autora

Źródło: [Marek Goliasz](#)