

УДК 7.012

Северін К.В.¹, Антипенко Є.Ю.², Нікітенко О.В.³

¹ старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

² проф. НУ «Запорізька політехніка»

³ студ. гр. БАД-534м «Запорізька політехніка»

ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН, ЯК КОЛЬОРИ ТА ФОРМИ ВПЛИВАЮТЬ НА ПСИХОЛОГІЮ ЛЮДИНИ

Дизайн супроводжує нас щодня: у міському просторі, в інтер'єрах, на упаковці продуктів, у мобільних додатках та вебсайтах. Його елементи – кольори, форми, текстури – мають значний вплив на емоційний стан людини, її поведінку та рішення. Ми часто не усвідомлюємо цього впливу, але він визначає наші відчуття та сприйняття світу. Саме тому емоційний дизайн є ключовим інструментом візуальної комунікації.

Кольори викликають асоціації та емоції, які можуть бути як універсальними, так і культурно обумовленими. Червоний колір привертає увагу, викликає збудження, асоціюється з енергією та пристрастю. Синій, навпаки, сприяє спокою, викликає довіру і відчуття стабільності. Зелений пов'язаний із природою, гармонією та здоров'ям, а жовтий додає оптимізму, енергії та творчості. Чорний символізує елегантність, таємничість або трагічність, тоді як білий асоціюється з чистотою, простором і мінімалізмом. У психології кольорів важливо враховувати контекст та поєднання відтінків, адже саме вони формують підсвідоме враження про предмет чи простір.

Не менш значну роль у сприйнятті відіграють форми. Круглі елементи викликають відчуття гармонії, м'якості та дружелюбності. Прямокутні форми асоціюються зі стабільністю, структурованістю та логікою, а трикутні – з динамікою, спрямованістю та напруженням. Органічні, асиметричні форми надають відчуття природності та руху, а жорстка геометрія може сприйматися як більш офіційна та строга.

Емоційний дизайн має велике значення у брендингу, рекламі, інтер'єрному та цифровому дизайні. Він використовується для створення комфортних, естетично привабливих рішень, що впливають на користувацький досвід. Дизайнери враховують психологічні аспекти для підсилення потрібного враження: у медичних закладах часто використовують пастельні, заспокоїливі кольори, у спортивних брендах переважають динамічні відтінки червоного, помаранчевого, чорного. Навіть у веб-дизайні правильний вибір кольорів і форм може підвищити конверсію та довіру користувачів до продукту.

Сьогодні емоційний дизайн переживає новий етап розвитку завдяки дослідженням у сфері нейроестетики та поведінкової психології. Він стає більш персоналізованим, адаптивним і технологічним, враховуючи індивідуальні

реакції користувачів. Це відкриває нові можливості для створення середовищ, які не лише виконують функціональні завдання, а й формують позитивні емоційні переживання.

Переосмислення значення кольору та форми у дизайні – це не лише тренд, а необхідність у створенні гармонійних, естетичних і зручних рішень для сучасного світу. Дослідження у цій галузі сприяють покращенню якості життя, роблячи дизайн не просто візуально привабливим, а й емоційно значущим для людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Норман Д. Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі, якими користуємося. – Київ: ArtHuss, 2020. – 272 с.
2. Голдштейн Е. Психологія кольору: Як кольори впливають на почуття та розум. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2019. – 240 с.
3. Лебедєва Н. Психологія сприйняття форми та простору. – Харків: Фоліо, 2018. – 320 с.