

# UI / UX DESIGN

Η ψυχολογία του χρήστη



# χρήστης

## Ψυχολογία

Design: η πρακτική της δημιουργίας ενός **μη τυχαίου αποτελέσματος στους ανθρώπους για την επίλυση ενός προβλήματος.**

Η ψυχολογία του χρήστη, τον θέτει σε θέση να **κατανοήσει** το θέμα, το πρόβλημα, τις σκέψεις και τα συναισθήματα, που προκύπτουν κατά τη διάρκεια της εμπειρίας.

Οι άνθρωποι κάνουν πράγματα **ΜΕ ΣΚΟΠΟ.**

Η κατανόηση του σκοπού τους, μας κάνει καλύτερους σχεδιαστές.

Πρέπει να κατανοήσουμε σε βάθος τη **συμπεριφορά τους** για να βρούμε λύσεις για να την αλλάξουμε ή να προσαρμοστούμε σε αυτήν.

Ως σχεδιαστές νοιαζόμαστε για:

- Τι νιώθει ο χρήστης – συναισθήματα
- Τι πιστεύει ο χρήστης
- Τι θέλει ο χρήστης – σκοπός
- Τι πιστεύει ο χρήστης
- Τι θυμάται ο χρήστης
- Αυτό που ο χρήστης δεν αντιλαμβάνεται

# Βασικά νήματα εμπειρίας

## Αισθησιακό νήμα

Εμπλέκονται 5 αισθήσεις  
Πολυαισθητηριακή  
αλληλεπίδραση με τον  
κόσμο

## Συναισθηματικό νήμα

Τα συναισθήματα που  
αναδύονται είναι απαραίτητα  
για την εκτίμηση της αξίας της  
εμπειρίας μας.

## Συνθετικό νήμα

Η εσωτερική μας σκέψη κατά τη  
διάρκεια μιας εμπειρίας. Πώς της  
δίνουμε νόημα

## Χωρο-προσωρινό νήμα

Ο χώρος και ο χρόνος είναι  
καθοριστικά μέσα επικοινωνίας,  
συνομιλίας και αλληλεπίδρασης.



# ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΩ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ

## Αισθήματα

---

2 τύποι αισθημάτων: ΠΑΙΡΝΩ + ΧΑΝΩ  
(πιο χαρούμενος όταν χρησιμοποιείς  
ένα προϊόν σε αντίθεση με το να  
νιώθεις σύγχυση, ακόμα και εξαπάτηση)

ΑΙΣΘΗΜΑΤΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΟΧΙ  
ΣΤΟΧΟΣ

Ένας χρήστης δεν μπορεί να είναι  
ενθουσιασμένος, ευχάριστος,  
χαρούμενος επειδή το σχεδιάσαμε  
εμείς.

### ΟΤΑΝ ΑΙΣΘΑΝΟΜΑΙ...

Μοναξιά

Πείνα

Αβεβαιότητα

Άγχος

Χαμένος

Πνευματικά κουρασμένος

### ... ΤΟΤΕ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩ

Facebook

e-food

google

check emails

GPS

online games

# ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΩ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ

## Τύποι στόχων

- **Να κάνω-στόχος (τι; ενέργεια - στόχος)** σχετίζεται με έναν ορισμένο στόχο, μια ολοκληρωμένη δράση και το επιθυμητό αποτέλεσμα που ένα άτομο προσπαθεί να πετύχει.
- **Να είμαι-στόχος (γιατί; ενέργεια- κίνητρο)** αναφέρεται στο όφελος κατά την επίτευξη ενός στόχου με αλληλεπίδραση και επομένως είναι **αυτοαναφορικό**. Οι στόχοι περιλαμβάνουν το κίνητρο ενός συγκεκριμένου πεδίου.
- **Κίνητρο-στόχος (πως; εφαρμογή - κατάσταση)** περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικασιών που απαιτούνται για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου στόχου. Στην ουσία οι στόχοι περιλαμβάνουν την αλληλεπίδραση.

# Βασικές Ανθρώπινες ανάγκες

## TOP #10 HUMAN NEEDS

based on (Sheldon et al., 2001)

#1	autonomy and independence	feeling like you are the cause of your own actions rather than feeling that external forces or pressure are the cause of your action
#2	competence and effectance	feeling that you are very capable and effective in your actions rather than feeling incompetent or ineffective
#3	relatedness and belongingness	feeling that you have regular intimate contact with people who care about you rather than feeling lonely and uncared of
#4	self-actualizing and meaning	feeling that you are developing your best potentials and making life meaningful rather than feeling stagnant and that life does not have much meaning
#5	security and control	feeling safe and in control of your life rather than feeling uncertain and threatened by your circumstances
#6	money and luxury	feeling that you have plenty of money to buy most of what you want rather than feeling like a poor person who has no nice possessions
#7	influence and popularity	feeling that you are liked, respected, and have influence over others rather than feeling like a person whose advice or opinion nobody is interested in
#8	physical thriving and bodily	feeling that your body is healthy and well-taken care of rather than feeling out of shape and unhealthy
#9	self-esteem and self-respect	feeling that you are a worthy person who is as good as anyone else rather than feeling like a „loser“
#10	pleasure and stimulation	feeling that you get plenty of enjoyment and pleasure rather than feeling bored and understimulated by life

## ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

1. Αυτονομία & ανεξαρτησία
2. Πληρότητα & αποτελεσματικότητα
3. Σχέση & αποκτήματα
4. Αυτοπραγμάτωση & νόημα
5. Έλεγχος & ασφάλειας
6. Χρήματα & πολυτέλεια
7. Επιρροή και δημοτικότητα
8. Φυσική απόδοση
9. Αυτοεκτίμηση & αυτοσεβασμός
10. Απόλαυση & τόνωση

# ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΩ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ

## Κίνητρο

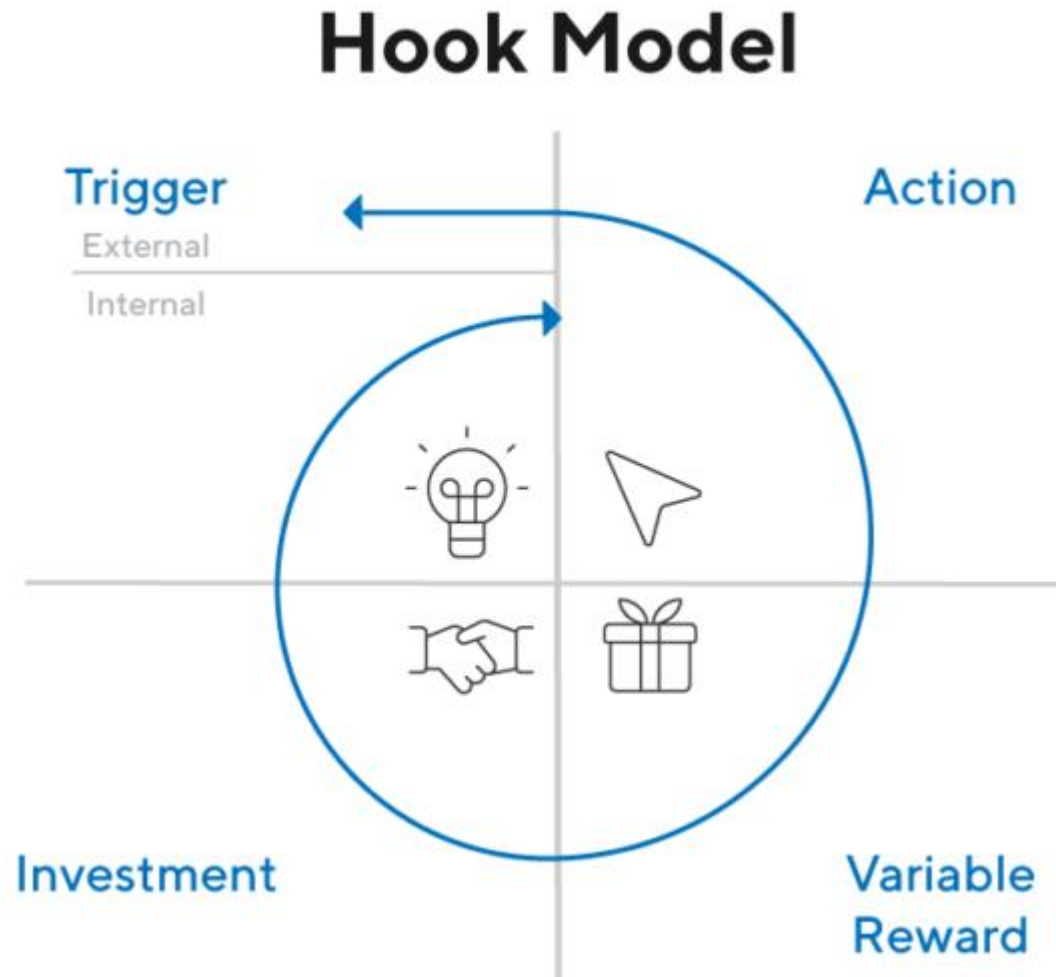
Στόχος: εκπλήρωση και ικανοποίηση.

**Εσωτερικά κίνητρα:** συμπεριφορά με προσωπικά κίνητρα που κάνουν τη δράση και τη συμπεριφορά του ατόμου να έχουν νόημα.

**Εξωτερικό κίνητρο:** αφορά κίνητρα που ενεργοποιούνται από άλλους για να υποκινήσουν μια συγκεκριμένη δραστηριότητα και συμπεριφορά προς έναν συγκεκριμένο στόχο. Συνήθως, οι άνθρωποι υποκινούνται για να κερδίσουν, το οποίο στην πραγματικότητα δεν τους φέρνει χαρά και ευτυχία, αλλά κυρίως ανταποκρίνεται στις κοινωνικές απαιτήσεις.



# ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΩ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ



Όλες οι συνήθειες ξεκινούν με ένα εξωτερικό έναυσμα -> δράση -> ανταμοιβή -> επένδυση ->



Σε έναν ιστότοπο έχουμε:

- παρότρυνση για δράση,
- προτροπές (εισαγωγή πληκτρολόγησης),
- στοχευμένη συμπεριφορά: σας ενεργοποιεί για να συμμετάσχετε

Να εγκαταστήσετε έναν μηχανισμό σχεδιασμού συμπεριφοράς, σε ένα προϊόν και στη ζωή κάποιου άλλου, ώστε να μπορείτε να τον παρακινήσετε να προβεί σε αυτή τη δράση.

Τα ερεθίσματα οδηγούν σε δράση, που οδηγούν σε διαδοχικές αλλαγές συμπεριφοράς με την πάροδο του χρόνου.

Να καταφέρουμε να δημιουργήσουμε ένα προϊόν που δημιουργεί συνήθεια, όπως για παράδειγμα το facebook

# Ψυχολογία της πειθούς

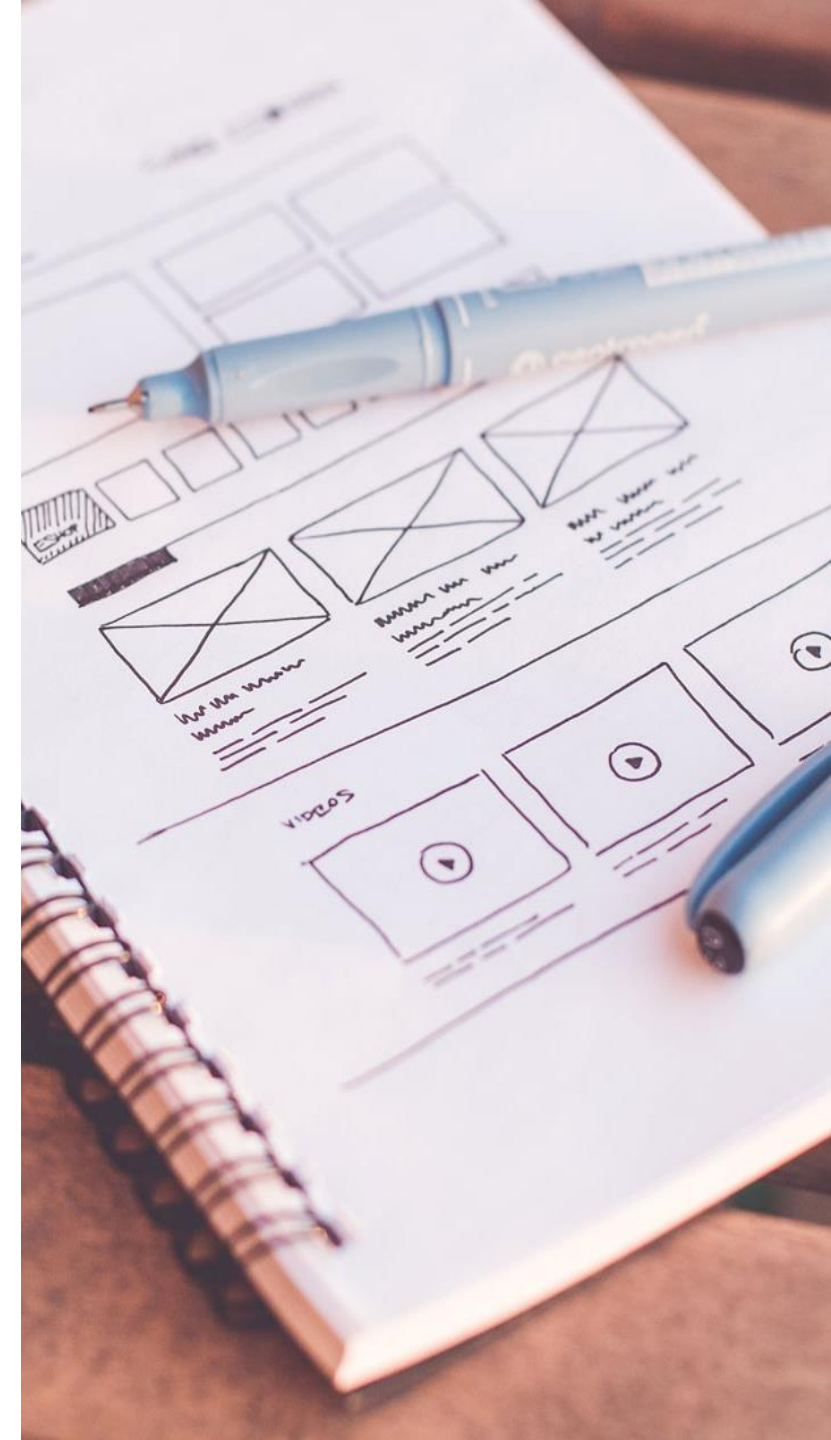
3 στοιχεία πρέπει να συγκλίνουν ταυτόχρονα για να εμφανιστεί μια συμπεριφορά:

## ΚΙΝΗΤΡΟ x ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ x ΕΡΕΘΙΣΜΑ

**Κίνητρο:** αίσθηση, πρόβλεψη, ανήκειν

**Ικανότητα:** αυξητική εκγύμναση, μείωση δυσκολίας (απλότητα)

**Ερέθισμα:** διευκόλυνση, σύνθημα, σπινθήρας



# Ψυχολογία της πειστικότητας

## ΚΙΝΗΤΡΟ

Όταν το κίνητρο είναι υψηλό, μπορείς να κάνεις τους ανθρώπους να κάνουν απίστευτα πράγματα, αλλά αν πέσει το κίνητρο τότε οι άνθρωποι θα κάνουν μόνο εύκολα πράγματα.

### Αίσθηση

Θετικά σενάρια εμπειριών: Μπορώ είτε να επιδιώξω να νιώσω κάτι θετικό (ευχαρίστηση) είτε μπορώ να αποφύγω κάτι αρνητικό (πόνος)

### Προσμονή

Θετικά σενάρια εμπειριών: Μπορείτε να εφαρμόσετε κάτι θετικό, όπως την ελπίδα, ή να αποφύγετε κάτι αρνητικό, όπως τον φόβο (να το αφαιρέσετε από τη ζωή).

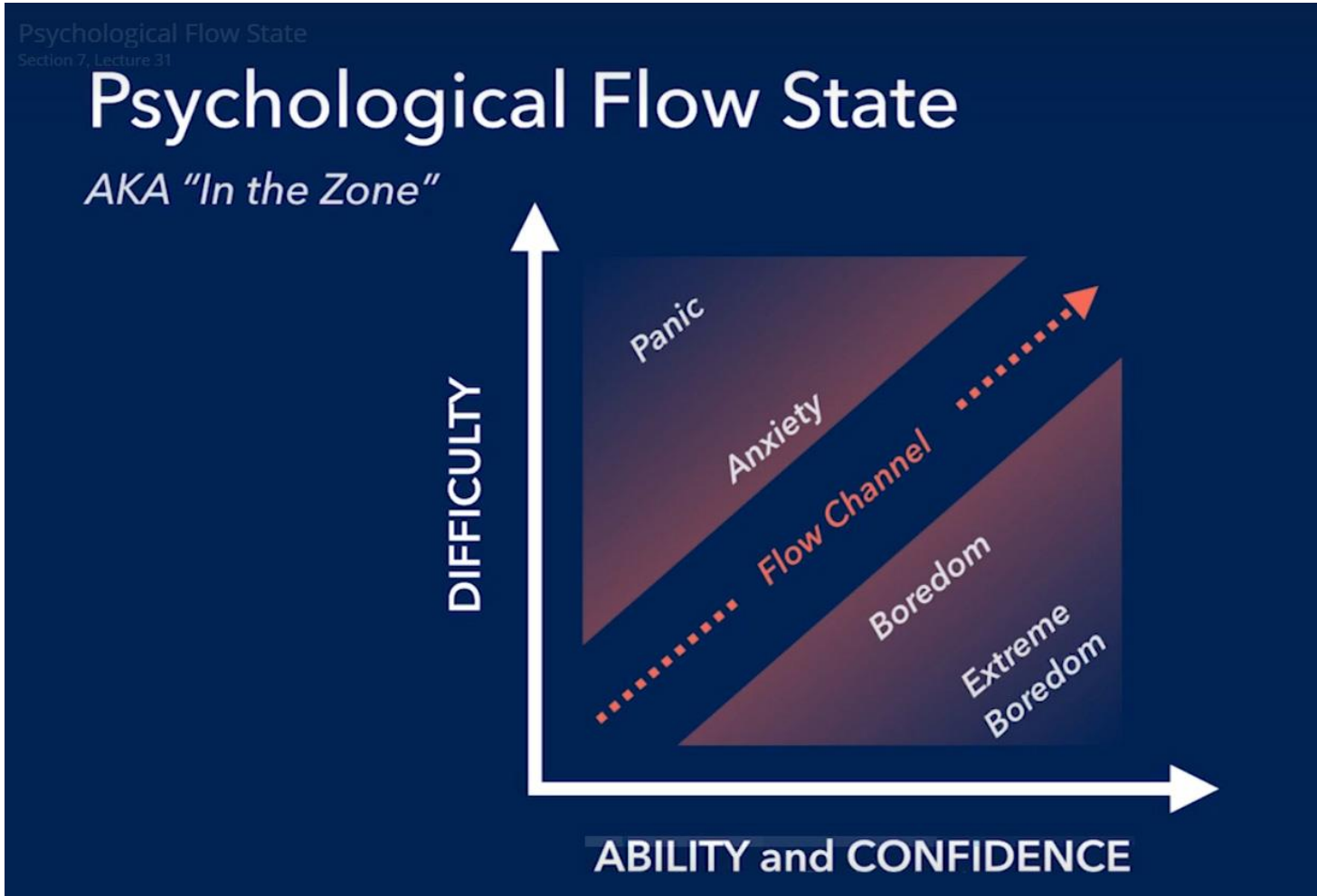
### Κτήση

Facebook, social groups, υποστηρίζουν σταθερές σχέσεις>> αίσθηση ότι ανήκουμε κάπου, αποδοχή από μία μεγαλύτερη ομάδα

## ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ - ΑΠΛΟΤΗΤΑ

Κάνοντας τα πράγματα ευκολότερα για τους χρήστες κυρίως μειώνοντας τη δυσκολία (απλότητα) παρά αυξάνοντας την εκπαίδευση για την επίτευξη ενός σημείου επιτυχίας. Η εκπαίδευση ανθρώπων είναι δύσκολο να γίνει ειδικά σε διαδικτυακές πλατφόρμες. **Οι άνθρωποι είναι αδρανείς, χαλαροί από προεπιλογή.** Η απλότητα είναι στην πραγματικότητα αυτό που αναζητούν οι σχεδιαστές. Έτσι αυξάνουμε την ικανότητα εκτέλεσης μιας ενέργειας πειθούς. Με την απλότητα οι χρήστες εξοικονομούν χρήματα και χρόνο >> κίνητρο.

# ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΟΝΤΑΣ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ



**Ροή (Flow)** = κατάσταση πλήρους εισδοχής σε μια δραστηριότητα. Όταν το «εγώ» φεύγει, ο χρόνος κυλά, καμία άλλη σκέψη και συναισθήματα δεν με διακόπτουν ή αναλύονται αυτή τη στιγμή.  
Όλη μου η ύπαρξη είναι παρούσα και χρησιμοποιεί το πλήρες δυναμικό των δεξιοτήτων μου.

## Κατάσταση ψυχολογικής ροής

ΡΟΗ (FLOW) = ΣΥΝΕΧΗΣ ΑΙΣΘΗΜΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΤΕΥΞΗΣ

Το άτομο αντιμετωπίζει μια εργασία που έχει σαφείς οδηγίες και στόχους για το τι πρέπει να κάνει και απαιτούνται συγκεκριμένες απαντήσεις. Η προσοχή εστιάζεται εξ ολοκλήρου στην εργασία.

- Ζητείται από το άτομο να ξεπεράσει μια πρόκληση: μαθαίνει νέες δεξιότητες και σταδιακά **οι προκλήσεις αυξάνονται**, ώστε να μην βαριέται.
- Εάν οι προκλήσεις είναι πολύ χαμηλές, πρέπει να αυξήσουμε τη δυσκολία ώστε το άτομο **να μην χάσει το ενδιαφέρον του**.
- Εάν η πρόκληση είναι πολύ μεγάλη, επιστρέφει κανείς στην κατάσταση ροής μαθαίνοντας νέες δεξιότητες.
- Ως σχεδιαστές, κάνουμε τους χρήστες μας να ελέγχουν την δυσκολία (κάνω πιο απλό). Οδηγούμε τους χρήστες μας **από την πλήξη στη διέγερση**, αυξάνοντας τη δυσκολία.

## Όμορφα UI & UX

[https://www.youtube.com/watch?v=gq9w14ag0ls&ab\\_channel=CubertoDesign](https://www.youtube.com/watch?v=gq9w14ag0ls&ab_channel=CubertoDesign)

<http://species-in-pieces.com/#>

<http://www.renaterechner.at/en/>

<https://www.papazian.gr/>

<https://film.livyatanim.com/film.html#>

<https://triner.de/type-face>

<https://oneofakindshowchicago.com/>

<https://britishmuseum.withgoogle.com/>

UI & UX

UI / UX DESIGN

Η ψυχολογία του χρήστη