

УДК 766; 769.91; 769.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.38.1.35>

КОМПОЗИЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕМОЦІЙНО-ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕРАПЕВТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Слітюк Олена Олександрівна¹, Калашник Ірина Олегівна²,
Лаврусенко Сергій Петрович³

¹ кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail:
elena1200elena@gmail.com, orcid: 0000-0001-9058-9979

² здобувач вищої освіти кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail:
kalashnikiryna@gmail.com, orcid: 0009-0002-0467-1912

³ асистент кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна, e-mail:
lavrík_creative@icloud.com, orcid: 0009-0003-8064-7567

Анотація. Мета – дослідити важливість сюжету та інтерактивних елементів у дизайні терапевтичних засобів та платформ задля залучення аудиторії та підвищення їх ефективності.

Методологія. У роботі використано комплексний підхід, який включає аналіз наукової літератури, дослідження реальних кейсів сучасних терапевтичних платформ.

Результати. У ході дослідження було розроблено підхід до редизайну терапевтичних карткових інструментів. Підхід базується на комплексному поєднанні принципів графічного дизайну, теорії емоційної залученості та когнітивної ергономіки. Особливу увагу приділено адаптації механік гейміфікації до контексту психотерапевтичних практик.

Наукова новизна. Проект вирізняється комплексним поєднанням дизайнерських рішень і психологічних принципів сприйняття, спрямованих на підвищення ефективності засвоєння інформації у терапевтичних та освітніх контекстах. Особливої уваги заслуговує використання бренд-маскота як емоційного медіатора між контентом і користувачем, що забезпечує більш глибоку залученість і підвищує довіру до інструменту. Ще одним важливим аспектом є створення адаптивної структури, яка однаково ефективно функціонує як у фізичній, так і в цифровій формі, що робить продукт прикладом нового покоління інтерактивних психопросвітницьких інструментів.

Практична значущість. Результати дослідження мають практичну цінність насамперед для дизайнерів, які працюють на перетині візуальної комунікації, психології та освітніх технологій. Проект демонструє, як дизайн може виконувати не лише естетичну, а й терапевтичну функцію, поєднуючи структурований контент, емпатичну візуальну мову та зручну взаємодію. Розроблений у процесі продукт може бути корисним як методична модель для інших дизайнерів, які створюють інструменти для психотерапії, освіти чи соціальних проєктів.

Ключові слова: колір, композиція, емоційна комунікація, візуальний дизайн, інтерактивність, терапевтичні інструменти.

ВСТУП

Сучасний графічний дизайн посідає ключове місце у формуванні ефективних засобів комунікації, зокрема в контексті підтримки психічного здоров'я [14]. Одним із таких засобів виступають психологічні карткові ігри, що застосовуються у роботі з особами, які переживають депресію, посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) та розлад дефіциту уваги і гіперактивності (РДУГ). Зазначені ігри використовуються як інструмент для полегшення міжособистісної взаємодії, розвитку емоційної компетентності, формування довіри у груповому середовищі та опрацювання внутрішніх конфліктів. Вони демонструють значний потенціал для практичної психології, освітніх практик та корпоративних програм. Продуманий дизайн карткових ігор здатний не лише забезпечити залучення користувачів, але і сприяти поглибленню процесів само-рефлексії та емоційного вираження [5].

Карткові ігри – це не лише форма розваги, але й ефективний інструмент для розвитку когнітивних процесів, емоційної сфери та соціальної взаємодії. Їхня історія має багатовікове коріння: перші письмові згадки про карткові ігри датуються XII століттям, а деякі з найдавніших збережених колод належать до XV століття [14]. З моменту появи карти поширилися у різних культурах світу, набуваючи нових форм та значень – від засобу дозвілля і символу статусу до елементу освітніх та терапевтичних практик. Сучасні дослідження підтверджують, що карткові ігри виконують низку важливих функцій. Зокрема, вони сприяють розвитку пам'яті, концентрації уваги та стратегічного мислення, знижують рівень психологічного напруження, а також виступають інструментом для формування та зміцнення соціальних зв'язків [5]. Особливо цінним є їх застосування у групових форматах, де карти стають посередником для комунікації, сприяють налагодженню довіри та створюють умови для спільного вирішення завдань. У сучасному контексті карткові ігри виходять далеко за межі традиційного розважального використання. Вони інтегруються в освітні середовища, психологічні практики та навіть корпоративну культуру, де виступають інструментом розвитку емоційного інтелекту, зменшення стресу та підвищення командної взаємодії. Таким чином, карткові ігри становлять унікальне поєднання культурного спадку та сучасних інструментів для підтримки когнітивного, емоційного і соціального розвитку.

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Останні роки показали бурхливе зростання досліджень, що поєднують підходи human-computer interaction (HCI) та цифрові інтервенції для підтримки ментального здоров'я. Зокрема, у своїх працях П. Словак та Ш. Мунсон намагаються зрозуміти, як інтерактивні механіки від персоналізації й гейміфікації до сенсорних і VR-інтерфейсів впливають на залученість користувачів і терапевтичні результати [18].

У літературі виділяють кілька основних класів взаємодії, таких як: мікровзаємодії (micro-interactions) та адаптивні інтерфейси (поп-апи, підказки, настроювані робочі потоки); гейміфікація (челенджі, винагороди, сюжетні механіки); персоналізація контенту й інтерфейсу (user choice, адаптивні алгоритми); соматичні/сенсорні інтерфейси та XR/VR, які використовують рух, тактильні/візуальні ефекти для емпатичної взаємодії. Дослідження М. Салем та Л. Кюне систематично кодують ці елементи під час аналізу додатків і прототипів, показуючи, що різні типи інтеракцій по-різному впливають на увагу, мотивацію та емоційний відгук [16].

Останні огляди підкреслюють важливість персоналізації як ключового механізму «підсилення» інтерактивності: можливість вибору контенту, адаптація складності завдань і використання машинного навчання для підлаштування досвіду під користувача значно підвищує задоволення і відповідність інтервенції індивідуальним потребам [6]. Проте згідно з дослідженнями таких науковців, як В. Ванніараччі, К. Грінхалга, А. Чой та Д. Воррена, наявні етичні та технічні виклики, такі як прозорість алгоритмів, ризик надмірної автоматизації терапевтичних рішень і потреба у контролі якості таких систем [21].

Також за спостереженням Ю. Морікави [11], маскоти підсилюють впізнаваність бренду та роблять його більш людським, оскільки викликають емпатію, довіру та позитивні асоціації. У сфері ментального здоров'я це особливо важливо, адже люди часто звертаються по допомогу в моменти вразливості. Добре продуманий маскот може виконувати роль «дружнього провідника» у складних емоційних темах, допомагати користувачам відчувати менше тривоги та сорому, а також мотивувати до взаємодії з терапевтичними інструментами чи продуктами.

МЕТА

Мета роботи полягає в комплексному дослідженні впливу використання інтерактивності в дизайні з метою підвищення

ефективності продуктів сфери ментального здоров'я.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Дослідження психологічних карткових ігор як об'єкта дизайну набуває особливої ваги, оскільки дозволяє глибше зрозуміти вплив конкретних дизайн-рішень і методів на психологічний комфорт та емоційний стан гравців. У цьому контексті графічний дизайн постає не лише як естетичний компонент, а й як ефективний інструмент взаємодії, що визначає характер емоційного сприйняття та комунікативних процесів. Саме завдяки цілеспрямованому та продуманому дизайну психологічні карткові ігри здатні виконувати низку важливих функцій, серед яких – формування атмосфери довіри й безпеки, підтримка позитивного емоційного фону, створення сприятливих умов для самовираження та полегшення міжособистісної комунікації.

Важливу роль відіграє також структурна організація ігор: чітко побудована система, зрозумілі візуальні елементи та логічне розташування інформації сприяють ефективнішому сприйняттю та обробці даних. Візуальні деталі можуть мотивувати гравців до активнішої взаємодії, роблячи ігровий процес більш привабливим та інтуїтивно зрозумілим. Також ілюстративні та графічні рішення мають значний емоційний потенціал, оскільки здатні викликати емпатію та полегшувати обговорення складних тем.

Аналіз наявних аналогів свідчить, що ефективність психологічних карткових ігор значною мірою визначається якістю їхнього дизайну. Гармонійне поєднання кольорової палітри, типографіки, символіки та структури запитань забезпечує глибшу залученість користувачів у процес взаємодії. При цьому особливої уваги потребує адаптивність дизайну до потреб різних груп, зокрема людей із порушеннями сприйняття або підвищеною тривожністю. Використання заспокійливих кольорних рішень, інтуїтивно зрозумілої типографіки та чітких графічних елементів сприяє створенню та підтриманню безпечного середовища гри.

Не менш важливим аспектом є візуальна ідентичність, яка має бути емоційно залучаючою, але водночас ненав'язливою, забезпечуючи баланс між естетичним оформленням та функціональністю. Детально продумана графічна система не тільки сприяє залученню гравців, а й утримує їхню увагу протягом усього ігрового процесу. У цьому контексті ключове значення мають іконографіка та модульність дизайну, що полегшують сприйняття інформації та забезпечують гнучкість

ігрового формату. Водночас інтеграція інтерактивних елементів, зокрема QR-кодів для доступу до додаткових ресурсів, розширює можливості гри та підвищує її ефективність. Отже, якісний графічний дизайн постає як невід'ємний складник психологічних карткових ігор, що визначає не лише результативність ігрового процесу, а й рівень емоційного комфорту користувачів.

У терапевтичних та освітніх контекстах колоди на кшталт ОН-карт (вперше представлених у 1982 році) використовувалися для стимулювання якісного спілкування, саморефлексії та глибшого розуміння власних емоцій [13]. Так само терапевти часто інтегрують знайомі ігри, такі як Uno, Set чи Dixit, у свої сесії, щоб допомогти клієнтам легше розпочати розмову, побудувати довіру та досліджувати емоції в ігровий спосіб [14].

З часом ці інструменти стали основою для нових форм взаємодії, де ігровість поєднується з психоедукацією та емпатичним діалогом. Однак, попри свою ефективність, більшість наявних колод мають універсальний або асоціативний характер і не завжди дозволяють цілеспрямовано працювати з темами психічного здоров'я. У сучасних умовах, коли суспільство дедалі активніше говорить про емоційну вразливість, вигорання та пошук ресурсів, зростає потреба в інструментах, що допомагають не лише самовиразитися, а і структуровано осмислити свій досвід і знайти опору в процесі самопізнання.

Саме на цьому ґрунті виникають нові розробки, спрямовані на підтримку ментального здоров'я через структуровану та водночас емпатичну взаємодію. Яскравим прикладом такого підходу стала оригінальна колода "Managing Your Mental Health", що пропонувала серію тематичних запитань і завдань, зосереджених на діагнозах, перешкодах, стратегіях подолання та надії. Вона була створена для групової та індивідуальної роботи, ставши прикладом переходу від асоціативних інструментів до цілеспрямованих карткових систем, які поєднують гру, психотерапевтичну рефлексію й підтримку емоційного добробуту [9]. Попри міцний концептуальний фундамент, така колода мала помітні обмеження – як через особливості власного дизайну, так і у відображенні ширших тенденцій, притаманних створенню терапевтичних карткових ігор. Картки не було поділено за глибиною запитань, через що гру важко адаптувати до потреб та очікувань клієнтів, тоді як у сучасних підходах до гейміфікованої терапії увага все більше акцентується на гнучких механіках, які дозволяють

користувачам комбінувати елементи під свій індивідуальний контекст. Також, попри інформативність, колода не враховувала різноманіття ідентичностей чи емоційних досвідів. Це поширена проблема, яка значно знижує глибину емоційного відгуку та почуття причетності. Як показує приклад *Mu Therapy Cards* психологині Ебоні Батлер, що створені спеціально для жінок кольору [6], інклюзивний дизайн здатний підвищити ефективність інструменту, допомагаючи користувачам відчувати, що продукт говорить саме з ними.

Сучасні дослідження підтверджують, що ігрові елементи – непередбачуваність, сторітелінг, метафори – здатні значно підвищити залученість і терапевтичний ефект. Додавання рольових та сюжетних механік може перетворити обговорення складних тем на більш безпечний, цікавий і навіть веселий процес [17]. Проте оригінальна колода майже повністю покладалася лише на текстові інформаційні підказки, що робило її більш схожою на довідник, ніж на інтерактивний досвід.

Основною метою дослідження стала розробка комплексного підходу до модернізації терапевтичних карткових систем, орієнтованого не лише на функціональність, але й на забезпечення глибокої емоційної залученості користувача, що було апробовано на прикладі колоди *Managing Your Mental Health*. Запропонований підхід базується на інтеграції трьох теоретичних площин: принципів сучасного геймдизайну, положень когнітивної психології сприйняття та теорії візуальної комунікації. Аналіз багаторічних тенденцій у сфері терапевтичних інструментів дозволив виокремити ключові принципи, на яких побудовано методологію проєкту, що включає три послідовні етапи:

Теоретичне обґрунтування – визначення психологічних механізмів емоційної залученості та когнітивних особливостей сприйняття візуальної інформації цільовою аудиторією.

Формування дизайн-принципів – створення системи критеріїв для розробки візуальних та структурних елементів терапевтичного інструменту.

Практична імплементація – застосування розроблених принципів у процесі редизайну конкретного продукту.

Першим кроком стало визначення візуального сторітелінгу та емоційного віддзеркалення як ключових засобів активізації асоціативного мислення користувачів. На основі аналізу психологічної літератури та практики терапевтичних інструментів було обґрунтовано доцільність використання персоналізованого елемента – бренд-маскота – як

центрального медіатора між контентом і користувачем.

Аналіз сучасних досліджень у сфері бренд-комунікації [11] засвідчує, що маскоти виконують у дизайні функцію, що виходить далеко за межі декоративного елемента. В контексті терапевтичних інструментів бренд-персонаж виступає потужним засобом:

– *персоніфікації абстрактних психологічних концепцій* – перетворення складних емоційних станів на візуально зрозумілі образи;

– *зниження психологічного опору* – створення безпечного, неінвазивного посередника між користувачем і чутливим контентом;

– *формування емоційного зв'язку* – встановлення стійких асоціацій між позитивним візуальним образом та процесом саморефлексії;

– *підвищення залученості* – стимулювання готовності користувача до тривалої взаємодії з терапевтичним інструментом.

Впізнаваний персонаж створює емоційний контекст, який сприяє відкритості та довірі – ключовим факторам ефективності терапевтичних практик. Ця теоретична модель лягла в основу розробки конкретних візуальних рішень у межах проєкту редизайну.

Дослідження в галузі когнітивної психології підтверджують, що візуальні персонажі значно підвищують запам'ятовуваність інформації: людський мозок обробляє та зберігає образи швидше й ефективніше, ніж абстрактні символи або текстові елементи [11]. У контексті маркетингових комунікацій маскоти виконують роль голосу бренду, особливо в цифровому середовищі, де візуальний складник визначає ефективність взаємодії з аудиторією. У сфері UX/UI дизайну маскоти набувають додаткової функціональної ролі – вони знижують когнітивне навантаження та психологічну напругу користувача, роблячи інтерфейс інтуїтивно зрозумілим і емоційно комфортним. Це набуває критичного значення у застосунках, пов'язаних з ментальним здоров'ям, де користувачі працюють з чутливим особистим контентом. Маскот як візуальний посередник створює психологічну дистанцію між користувачем і потенційно тривожним матеріалом, формуючи атмосферу довіри та безпеки, необхідну для терапевтичної взаємодії [11].

На основі викладених теоретичних положень було розроблено бренд-маскота колоди – персонажа Сано (від лат. sanare – «зцілювати») (рис. 1). Дизайн персонажа побудовано на кількох взаємопов'язаних принципах.

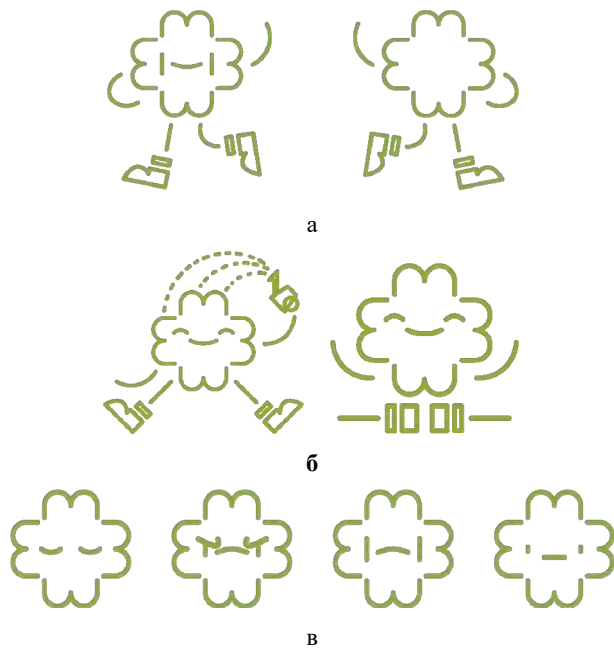


Рис. 1. Авторська розробка бренд-маскот Сано:
а) круговий огляд; б) ключові пози; в) ключові вирази обличчя

1. *Символічна репрезентація:* форма маскота утворена з ініціалів назви продукту (М, Н), стилізованих під квітку – універсальний символ зростання, розвитку та розквітання. Ця метафора відображає терапевтичний процес як поступальний рух до психологічного благополуччя.

2. *Кольорова стратегія:* застосовано м'які, низькоконтрастні відтінки, які, згідно з дослідженнями кольорової психології, асоціюються зі спокоєм і безпекою, знижуючи рівень тривожності користувачів.

3. *Емоційна виразність:* мінімалістичний стиль зображення забезпечує високу читабельність емоційних станів персонажа. Це дозволяє маскоту функціонувати як емоційне дзеркало – відображати стани гравців, створюючи ефект валідації їхнього досвіду. Відчуття прийняття підвищує психологічну безпеку та готовність до відкритого діалогу.

4. *Антропоморфізація:* дружнє обличчя персонажа активує в користувачів механізми соціальної взаємодії, що полегшує обговорення складних емоційних тем через проєкцію почуттів на «третю особу».

Візуальна система ілюстрацій побудована на образі Сано з урахуванням гештальт-принципів сприйняття та теорії проєктивних методик. Кожна ілюстрація розроблена як відкритий візуальний стимул, що дозволяє індивідуальну інтерпретацію та провокує емоційний відгук, адаптований до особистого досвіду користувача.

Другим ключовим рішенням стала розробка адаптивної структури контенту, побудованої на градації психологічної глибини. Колоду поділено на три категорії карток:

Рівень 1 – Загальні запитання: орієнтовані на формування комфортної атмосфери та «розігрів» групи. Питання стосуються повсякденного досвіду й загального самопочуття, не вимагаючи розкриття вразливих тем.

Рівень 2 – Глибокі запитання: спрямовані на дослідження конкретних психологічних станів, особистого досвіду подолання труднощів і стратегій емоційної регуляції. Вимагають вищого рівня довіри та готовності до саморозкриття.

Рівень 3 – Афірмаційні картки: містять твердження, що стимулюють саморефлексію та працюють з Я-концепцією користувача. На відміну від запитань, що фокусуються на обміні досвідом, афірмації спрямовані на внутрішній діалог гравця з власними переконаннями про себе та свою гідність отримувати підтримку.

Така структура забезпечує адаптивність інструменту до різних контекстів використання: індивідуальні користувачі можуть вибирати комфортний для них рівень глибини, а групи – поступово будувати довіру, переходячи від поверхневих до більш особистих тем. Це особливо важливо для осіб з підвищеною тривожністю або досвідом травми, які потребують контролю над інтенсивністю емоційного навантаження.

Трирівнева система також відповідає принципам поетапності терапевтичного процесу, де встановлення безпечного контакту передує глибинній роботі з чутливим матеріалом.

Загальні запитання включають низку питань та тверджень про загальне самопочуття та життя. Глибокі питання більш стосуються конкретних досвідів гравців, що мають окремі психологічні стани та їх досвід з управління ними. Афірмаційні картки, своєю чергою, мають низку повідомлень, які не вимагають прямої відповіді, натомість запрошуючи гравців до глибоких роздумів. Вона виділена в окрему категорію, тоді як питання з розділу глибоких запитань можуть бути складними або особистими, вони все ж орієнтовані на досвід гравця та розуміння цього досвіду його партнерами по грі, водночас афірмаційні картки носять таку назву, бо націлені на самого гравця, що тягне картку, та на його бачення себе як гідного допомоги та кращого життя. Деякі з тверджень здаватимуться легкими одним гравцям і викликать різку емоційну реакцію в інших. Їхньою

ціллю є обговорення почуттів, що викликає твердження та їх прийняття в безпечному колі.

Наступним та не менш важливим кроком стала розробка пакування. Керуючись особистим досвідом розчарувань з креативним пакуванням, було створено незабутній досвід розпаковки для всіх і кожного.

Серед вимог до пакування була його багаторазовість, а також необхідність розміщення короткого пояснення гри для покупців, які натраплять на неї у фізичному магазині. Задля досягнення таких цілей було вирішено, що пакування матиме звичайні клапани без відривних частин, які можуть відриватись чи втратити функціональність після кількох використання. Приємний досвід від розпаковки гарантує увага до деталей з фокусом на основній цілі гри. Таким чином, на внутрішню сторону пакування нанесено принт, що не очевидно, але в тій же стилістиці продовжує тематику принту на тильній стороні карток. Також на видимій частині клапану міститься зображення квітки у формі серця, в корінні якої (на прихованій, в закритому положенні, частині клапану) знаходяться підтримуючі цитати, що підштовхують до спілкування та розвитку взаємозалежності.

Попри розширення функціональності та підвищення емоційної залученості, фундаментальна терапевтична спрямованість продукту залишилася незмінною. Кожен запит і завдання розроблено на основі перевірених методик – майндфулнес-практик, технік рефлексії, орієнтованої на сильні сторони (strength-based approach), та інструментів емоційної регуляції. Завдяки цьому колода зберігає статус ефективного психоедукаційного ресурсу, який може використовуватися як у професійному, так і в особистому контексті.

Наступною частиною стала робота над віртуальною версією гри. Розробка спеціалізованого вебсайту для колоди карт "Managing Your Mental Health" є стратегічною можливістю для розширення охоплення продукту, підвищення його зручності та збільшення ринкового потенціалу. На відміну від фізичної версії, яка обмежена географією постачання та виробничими витратами, вебплатформа забезпечує миттєвий глобальний доступ. Користувачі можуть взаємодіяти з продуктом одразу з будь-якого пристрою без необхідності встановлення додатків або спеціального обладнання. Це знижує бар'єр входу та відкриває можливості для ширшої аудиторії – від індивідуальних користувачів до освітян та фахівців з ментального здоров'я.

До основних переваг вебверсії належать: миттєва доступність без інсталяції, сумісність з усіма пристроями, а також зручність у поширенні серед професіоналів (терапевтів, коучів, викладачів). Вона особливо корисна для тих, хто застосовує колоду під час терапевтичних сесій, освітніх семінарів чи на робочих столах/планшетах у професійному середовищі. Такий формат напряду відображає мету гри – створити простір для безпечного, гнучкого та глибокого діалогу, доступного там, де це потрібно найбільше. Вебсайт також виступає центральним хабом бренду та екосистеми продукту. Він може містити навчальні матеріали, інструкції з використання, демонстраційні відео та інші ресурси, які підсилюють цінність колоди. Крім того, платформа може виконувати функції як маркетингового каналу, так і торгового майданчика, пропонуючи як фізичну версію, так і цифровий доступ (наприклад, за підпискою або разовою оплатою). Така модель диверсифікує джерела доходу та підтримує залучення користувачів, які можуть чергувати фізичний і цифровий формати залежно від своїх потреб.

З точки зору життєвого циклу продукту вебплатформа дозволяє швидко оновлювати та розширювати контент. Нові набори карт, тематичні модулі та оновлені завдання можуть додаватися миттєво, а вбудована аналітика допоможе відстежувати, які функції чи категорії карт викликають найбільший інтерес у різних груп користувачів. Це забезпечує дані для цілеспрямованої розробки та ефективніших маркетингових кампаній. Таким чином, вебверсія не лише розширює можливості "Managing Your Mental Health", але й перетворює її зі статичного продукту на динамічний, адаптивний інструмент для особистісного розвитку та професійної практики. Задля створення комфортного інтерактивного досвіду для гравців було розроблено структуру вебсторінки, яка не вимагає реєстрації й дозволяє випробувати гру на будь-якому девайсі (рис. 2).

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було розроблено та теоретично обґрунтовано підходи до проектування інтерактивних терапевтичних інструментів. На основі аналізу сучасних досліджень у галузях когнітивної психології, геймдизайну та візуальної комунікації виокремлено ключові механізми емоційної залученості користувачів: візуальний сторітелінг, емоційне віддзеркалення через персоналізовані елементи та адаптивна структура контенту за рівнем психологічної глибини.



Рис. 2. Структура розробленого вебсайту гри *Managing your mental health*

Запропоновано концепцію маскота як емоційного медіатора в терапевтичних інструментах, що виконує функції зниження психологічного опору, створення безпечного середовища для саморозкриття та підвищення залученості через механізми проєкції та емпатії. Обґрунтовано критерії дизайну персонажа: символічна репрезентація терапевтичного процесу, кольорова стратегія зниження тривожності, мінімалістична емоційна виразність та антропоморфні риси для активації соціальної взаємодії. Розроблено трирівневу систему організації карток, що забезпечує гнучкість інструменту та можливість контролю інтенсивності емоційного навантаження користувачем. Така структура відповідає принципам поетапності терапевтичного процесу та враховує індивідуальні потреби осіб з різним рівнем психологічної готовності до саморозкриття. На основі розроблених принципів створено оновлену версію колоди *Managing Your Mental Health* з персонажем Сано, системою візуальних метафор та ергономічним пакуванням, що інтегрує підтримуючі меседжі в досвід розпакування. Продукт поєднує функціональність терапевтичного інструменту з емоційно-залучаючим візуальним досвідом. Розроблено концепцію вебверсії інструменту, що забезпечує миттєвий доступ без інсталяції, кросплатформну сумісність та можливість швидкого поширення серед професіоналів. Цифровий формат розширює аудиторію продукту та дозволяє інтегрувати його в різні терапевтичні та освітні контексти.

ЛІТЕРАТУРА

[1] Калашник І., Слітюк О. Дизайн психологічних карткових ігор як інструмент візуальної комунікації. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 4 квіт. 2025 р. Київ : КНУТД, 2025.*

[2] Слітюк О.О., Данильчук К.А. Особливості вибору композиційних засобів при створенні образу анімаційного персонажа. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації : монографія / Харків : ТОВ «Друкарня Мадрид», 2022. С. 103–114. URL: <http://publish.nure.ua/catalog/download/144/201/808?inline=1>.*

[3] Слітюк О.О., Нощенко Н.В. Принципи створення стилізованого анімаційного 3D-персонажа. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : монографія. Харків : ТОВ «Друкарня Мадрид», 2021. С. 124–136. URL: <https://pmw.nure.ua/files/47.pdf>.*

[4] Alicia S. 5 Ways You Can Benefit From Card Games. Blog. URL: <https://www.psychreg.org/card-games-benefit-mental-health/>.

[5] Bicycle Cards. The Social Importance of Playing Cards. Blog. URL: <https://bicyclecards.com/stories/social-importance-of-playing-cards>.

[6] Castellano Tejedor C., Cencerrado A. Gamification for Mental Health and Health Psychology: Insights at the First Quarter Mark of the 21st Century. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2024. Vol. 21(8), P. 990. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph21080990>.

[7] Fam Tkhi An Khan, Slityuk O. Features of character development for a children's book. *Eurointegration In Art, Science And Education: Experience, Development Perspectives : Proceedings of the 2nd International Scientific-Practical Conference, Klaipėda University, 2025. P. 26–28. URL: https://shmf.ku.lt/uploads/documents/files/2025%20m_%20leidinys_publikavimui.pdf.*

[8] Kante H., Shantanu K. Mascot Marketing: Role of mascots in brand recognition. Blog. URL: <https://www.marketing360.in/mascot-marketing-role-of-mascots-in-brand-recognition/>.

[9] Managing Your Mental Health Cards. Childswork. The Guidance Group. Blog. URL: <https://childswork.com/products/managing-your-mental-health-cards>.

[10] Marzuki A., Noor S.F.M., Wook T.S.M.T., & Ismail W.S.W. Exploring the user requirement of computerized cognitive behavioral therapy for depressed adolescents. *TEM Journal*. 2023. Vol. 12(4), P. 2448–2459. DOI: <https://doi.org/10.18421/tem124-57>.

[11] Morikawa Y. The importance of having mascots in business. 2025. Retrieved from: GlobalEDGE Blog. Michigan State University. URL: <https://globaledge.msu.edu/blog/post/59507/the-importance-of-having-mascots-in-busi>.

[12] Oti O., & Pitt I. Online mental health interventions designed for students in higher education: A user-centered perspective. *Internet Interventions*, 2021. Vol. 26. 100468. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.invent.2021.100468>.

[13] Passard A., Aresub D., Mascarel P., Atwan N.A., Gokalsing E. Adapting Post-Immediate Psychotherapeutic Intervention to children by the use of pictorial representations as symbolic mediators. *Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence*. 2023. Vol. 71(2). P. 73–79. URL: <https://www.oh-cards-institute.org/wp-content/uploads/2023/10/Adaptation-de-l-Intervention-Psychotherapeutique.pdf>.

[14] Pusat. Card games for mental health therapy: A Therapeutic Deck for Mind Wellness. Blog. URL: <https://gameodyssey.info/card-games-for-mental-health-therapy/>.

[15] Retta M. Why Ebony Butler Created the First Therapy Deck Specifically for Women of Color. Blog. URL: <https://www.allure.com/story/my-therapy-cards-women-of-color-mental-health-ebony-butler>.

[16] Saleem M., Kühne L., De Santis K.K., Christianson L., Brand T., & Busse H. Understanding Engagement Strategies in Digital Interventions for Mental Health Promotion: Scoping Review. *JMIR Ment Health*. 2021. Vol. 8(12). e30000. DOI: <https://doi.org/10.2196/30000>.

[17] Siriaraya P., Visch V., Boffo M., Spijkerman R., Wiers R., Korrelboom K., Hendriks V., Salemink E., van Dooren M., Bas M., Goossens R. Game Design in Mental Health Care: Case Study – Based Framework for Integrating Game Design Into Therapeutic Content. *JMIR Serious Games*. 2021. Vol. 9(4). 27953. URL: <https://games.jmir.org/2021/4/e27953>.

[18] Slovak P., Munson S.A. HCI Contributions in Mental Health: A Modular Framework to Guide Psychosocial Intervention Design. *Proc SIGCHI Conf Hum Factor Comput Syst*. 2024. P. 692. DOI: <https://doi.org/10.1145/3613904.3642624>.

[19] Teng P. Gender differences in Immersive Reading With Interactive Electronic Picture Books. *TEM*

Journal. 2024. Vol. 13(4), P. 3175–3185. DOI: <https://doi.org/10.18421/tem134-52>.

[20] Vial S., Boudhraâ S., & Dumont M. Human-Centered Design Approaches in Digital Mental Health Interventions: Exploratory Mapping Review. *JMIR Mental Health*. 2022. Vol. 9(6). e35591. DOI: <https://doi.org/10.2196/35591>.

[21] Wanniarachchi V.U., Greenhalgh C., Choi A. and Warren J.R. Personalization variables in digital mental health interventions for depression and anxiety in adolescents and youth: a scoping review. *Front. Digit. Health*. 2025. Vol. 7. 1500220. DOI: <https://doi.org/10.3389/fdgth.2025.1500220>.

REFERENCES

[1] Kalashnyk, I., Slityuk, O. (2025). Dizayn psykholohichnykh kartkovykh ihor yak instrument vizual'noyi komunikatsiyi [Design of psychological card games as a tool of visual communication]: *zb. materialiv VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* Kyiv: KNUTD, 2025 [in Ukrainian].

[2] Slityuk, O.O., Danylchuk, K.A. (2022). Osoblyvosti vyboru kompozytsiynykh zasobiv pry stvorenni obrazu animatsiynoho personazha. Polihrafichni, mul'tymediyni ta web-tekhnolohiyi [Peculiarities of choosing compositional means when creating an image of an animated character]. *Printing, multimedia and web technologies: monohrafiya*. Kharkiv: «Drukarnya Madryd». P. 103–114. Retrieved from: <http://publish.nure.ua/catalog/download/144/201/808?inline=1> [in Ukrainian].

[3] Slityuk, O.O., Noshchenko, N.V. (2021). Pryntsypy stvorennya stylizovanoho animatsiynoho 3D-personazha [Principles of creating a stylized animated 3D character]. *Printing, multimedia and web technologies: monohrafiya*. Kharkiv: «Drukarnya Madryd», 124–136. Retrieved from: <https://pmw.nure.ua/files/47.pdf> [in Ukrainian].

[4] Alicia Saville (2021). 5 Ways You Can Benefit From Card Games. Retrieved from: <https://www.psychreg.org/card-games-benefit-mental-health/> [in English].

[5] Bicycle Cards (2025). The Social Importance of Playing Cards. Retrieved from: <https://bicyclecards.com/stories/social-importance-of-playing-cards> [in English].

[6] Castellano Tejedor, C., & Cencerrado, A. (2024). Gamification for Mental Health and Health Psychology: Insights at the First Quarter Mark of the 21st Century. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(8), 990. <https://doi.org/10.3390/ijerph21080990> [in English].

[7] Fam Tkhi An Khan, Slityuk, O. (2025). Features of character development for a children's book. *Eurointegration In Art, Science And Education: Experience, Development Perspectives*: Proceedings of the 2nd International Scientific-Practical Conference, Klaipėda University, 26–28. Retrieved from: https://shmf.ku.lt/uploads/documents/files/2025%20m_%20leidinys_publicavimuipdf [in English].

[8] Kante, H., Shantanu, K. (2024). Mascot Marketing: Role of mascots in brand recognition. Retrieved from: <https://www.marketing360.in/mascot-marketing-role-of-mascots-in-brand-recognition/> [in English].

[9] Managing Your Mental Health Cards. The Guidance Group (n.d.). Retrieved from: <https://childswork.com/products/managing-your-mental-health-cards> [in English].

[10] Marzuki, A., Noor, S.F.M., Wook, T.S.M.T., & Ismail, W.S.W. (2023). Exploring the user requirement of computerized cognitive behavioral therapy for depressed adolescents. *TEM Journal*, 12(4), 2448-2459. <https://doi.org/10.18421/tem124-57> [in English].

[11] Morikawa, Y. (2025). The importance of having mascots in business. GlobalEDGE Blog. Michigan State University. Retrieved from: <https://globaledge.msu.edu/blog/post/59507/the-importance-of-having-mascots-in-busi> [in English].

[12] Oti, O., & Pitt, I. (2021). Online mental health interventions designed for students in higher education: A user-centered perspective. *Internet Interventions*, 26, 100468. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2021.100468> [in English].

[13] Passard, A., Aresub, D., Mascarel, P., Atwan, N.A., Gokalsing, E. (2023). Adapting Post-Immediate Psychotherapeutic Intervention to children by the use of pictorial representations as symbolic mediators. *Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence*. 71(2), 73-79. Retrieved from: <https://www.oh-cards-institute.org/wp-content/uploads/2023/10/Adaptation-de-Intervention-Psychotherapeutique.pdf> [in English].

[14] Pusat (2024). Card games for mental health therapy: A Therapeutic Deck for Mind Wellness. Retrieved from: <https://gameodyssey.info/card-games-for-mental-health-therapy/> [in English].

[15] Retta, M. (2020). Why Ebony Butler Created the First Therapy Deck Specifically for Women of Color.

Retrieved from: <https://www.allure.com/story/my-therapy-cards-women-of-color-mental-health-ebony-butler> [in English].

[16] Saleem, M., Kühne, L., De Santis, K.K., Christianson, L., Brand, T., & Busse, H. (2021). Understanding Engagement Strategies in Digital Interventions for Mental Health Promotion: Scoping Review. *MIR Mental Health*, 8(12), e30000. <https://doi.org/10.2196/30000> [in English].

[17] Siriaraya, P., Visch, V., Boffo, M., Spijkerman, R., Wiers, R., Korrelboom, K., Hendriks, V., Salemink, E., van Dooren, M., Bas, M., Goossens, R. (2021). Game Design in Mental Health Care: Case Study – Based Framework for Integrating Game Design Into Therapeutic Content. *JMIR Serious Games*, 9(4), e27953. Retrieved from: <https://games.jmir.org/2021/4/e27953> [in English].

[18] Slovak, P., Munson, S.A. (2024). HCI Contributions in Mental Health: A Modular Framework to Guide Psychosocial Intervention Design. *Proc SIGCHI Conf Hum Factor Comput Syst*. 692. <https://doi.org/10.1145/3613904.3642624> [in English].

[19] Teng, P. (2024). Gender Differences in Immersive Reading With Interactive Electronic Picture Books. *TEM Journal*, 13(4), 3175-3185. <https://doi.org/10.18421/tem134-52> [in English].

[20] Vial, S., Boudhraâ, S., & Dumont, M. (2022). Human-Centered Design Approaches in Digital Mental Health Interventions: Exploratory Mapping Review. Retrieved from: *JMIR Mental Health*, 9(6), e35591. <https://doi.org/10.2196/35591> [in English].

[21] Wanniarachchi, V.U., Greenhalgh, C., Choi, A. and Warren, J.R. (2025). Personalization variables in digital mental health interventions for depression and anxiety in adolescents and youth: a scoping review. *Front. Digit. Health*, 7, 1500220. <https://doi.org/10.3389/fdgth.2025.1500220> [in English].

ABSTRACT

Slityuk O., Kalashnyk I., Lavrusenko S. Compositional aspects of emotional and visual communication in the design of interactive therapeutic tools

Purpose – to explore the importance of narrative and interactive elements in the design of therapeutic tools and platforms in order to enhance user engagement and improve their effectiveness.

Methodology. The research applies a comprehensive approach that includes the analysis of scientific literature and the study of real case examples of modern therapeutic platforms.

Results. The study developed an approach to redesigning therapeutic card-based tools. This approach is based on the integrated application of graphic design principles, emotional engagement theory, and cognitive ergonomics. Particular attention was given to adapting gamification mechanics to the context of psychotherapeutic practices.

Scientific novelty. The project stands out due to its complex integration of design solutions and psychological principles of perception aimed at improving

information assimilation in therapeutic and educational contexts. Special emphasis is placed on the use of a brand mascot as an emotional mediator between the content and the user, which promotes deeper engagement and increases trust in the tool. Another important aspect is the creation of an adaptive structure that functions equally effectively in both physical and digital formats, making the product an example of a new generation of interactive psychoeducational tools.

Practical relevance. *The results of the study are of practical value primarily for designers working at the intersection of visual communication, psychology, and educational technologies. The project demonstrates how design can fulfill not only an aesthetic but also a therapeutic function by combining structured content, empathetic visual language, and intuitive interaction. The product developed in the process may serve as a methodological model for other designers creating tools for psychotherapy, education, or social projects.*

Keywords: *color, composition, emotional communication, visual design, interactivity, therapeutic tools.*

AUTHOR'S NOTE:

Slityuk Olena, *Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Multimedia Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: elena1200elena@gmail.com, orcid: 0000-0001-9058-9979.*

Kalashnyk Iryna, *Master's Student at the Multimedia Design Department, Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: kalashnikiryana@gmail.com, orcid: 0009-0002-0467-1912.*

Lavrusenko Serhii, *Assistant at the Department of Multimedia Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: lavrik_creative@icloud.com, orcid: 0009-0003-8064-7567.*

Стаття подана до редакції: 28.10.2025.

Стаття прийнята до опублікування: 12.11.2025.

Стаття опублікована: 20.11.2025.