

**А.В. Чередник, студентка,**  
*Харківський національний університет радіоелектроніки*  
*м. Харків, Україна*  
*anastasiyachv@mail.ru*  
*науковий керівник Бокарева Ю.С.*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА В ДИЗАЙНЕ WEB-САЙТОВ**

В связи со стремительным развитием информационных технологий и их практического применения во всех сферах жизнедеятельности человека, возникает необходимость безпрепятственного восприятия информации, что способствует развитию графического дизайна в этой области.

Так как дизайн работает с восприятием, поэтому он тесно связан с психологией и человеческим поведением. Цвет всецело используется в дизайне. Он обращается к чувствам, а не логике. Каждый цвет вызывает подсознательные ассоциации. Психологами установлено, что уравновешенная в цветовом отношении среда привлекает и создает творческую атмосферу, он существенно влияет на психоинтеллектуальное состояние человека.

Целью работы является исследование влияния цвета на восприятие человеком графической информации. Для этого необходимо проанализировать и выделить наиболее эффективное использование цвета. В этом контексте проведено изучение основных принципов использования сочетания различных цветов в дизайне сайтов, анализ восприятия информации, выделены наиболее результативные варианты комбинирования цветов на примерах украинских сайтов.

Открывая сайт пользователь формирует свое первое мнение о нем в течении первых 9 -10 секунд. Основой восприятия сайта является цветовая гамма. Именно поэтому, так важно правильно выбрать соответствие цветовой схемы сайта его тематике и направлению. Данная схема должна акцентировать внимание и выделять наиболее важные информационные части сайта. На человека постоянно влияет цветовая среда. Цвет действует на всех людей полярно или одинаково. Так как цвет способен исказить чувства, то он либо привлекает внимание, либо его отключает. После ряда исследований доказано, что 80% цвета воспринимается нервной системой и только 20% зрением, поэтому можно сделать вывод, что между цветовым решением и естественным восприятием человека существует зависимость. В следствии этого, все составляющие элементы должны быть продуманы до мелочей, все должно работать над тем, чтобы заинтересовать и привлечь внимание посетителя сайта. Сайт является протопитом визитной карточки компании или человека. Создавая дизайн сайта необходимо стремиться к тому, чтобы цвет привлекал целевую аудиторию и усиливал выразительность самого дизайн проекта сайта. Хорошо воспринимаются сайты соответствующие разработанной единой цветовой концепции ярким выразителем которой может являться логотип компании. Примером такой разработки является сайт Кронверк Синема, где четко просматриваются все разработанные цветовые элементы корпоративной идентификации.

Так как сайты в основном, направлены на определенную целевую аудиторию, то должны учитываться предпочтения данной аудитории. Различное восприятие цвета наблюдается во многих аспектах: в культурной принадлежности, где в разных странах одни и те же цвета воспринимаются по разному, восприятием разными поколениями показывающими, что чем моложе целевая аудитория, тем ярче могут быть цвета, чем старше и серьезнее посетители, тем размереннее и спокойнее должна быть цветовая гамма; по половому признаку, например, женщины предпочитают созерцать красные оттенки, а мужчины все цвета в сине-голубой гамме.

При оформлении цветовой схемы сайта необходимо брать во внимание используемый контраст в сопоставляемой схеме цветов. С помощью контраста впечатление о цвете может быть усиленно или ослабленно, так как цвет воспринимается в сравнении с другими комбинациями цветов. Немаловажно правильно подобрать такой цвет текста, при котором он будет читабельным и не теряться на фоне другой информации.

Цвет воспринимает субъективно и ассоциативно, так как восприятие цвета зависит от психологического состояния и степени усталости человека. Таким образом, если на сайте со служебной информацией используется яркие цвета, то он не будет восприниматься должным образом. Примером гармоничного

сочетания цветов является сайт *uves-rocher*, цветовая схема которого не мешает процессу получения информации и создает «привлекательную» атмосферу.

Цвет является для пользователей одним из главных определяющих факторов при оценке уровня качества дизайна сайта. Различными исследованиями установлено, что количество используемых цветов влияет на эффективность воздействия на человека использование двух цветов увеличивает эффективность восприятия на 20%, а большего количества на 40%. Но всегда нужно помнить, о том, что стимулирующие теплые цвета способствуют возбуждению и действуют как раздражители например, красный, оранжевый, желтый. Дезинтегрирующие холодные цвета успокаивают, вызывают сонное состояние это фиолетовый, синий, голубой, сине-зеленый. Нейтральными являются бледно-розовый, серо-голубой, желто-зеленый, коричневый.

Всегда необходимо учитывать, что сайт просматривается на экране монитора, а от длительной работы за компьютером человеческие глаза устают, поэтому просто необходимо чтобы цветовое решение сайта было не пестрым и кричащим, ярким примером этой ошибки является сайт украинского телеканала ICTV.

В работе был проведен анализ особенностей восприятия человеком цветовых решений в следствии которого было установлено, что большое количество ошибок связанное с комбинированием цветов не позволяет максимально эффективно воспринимать информацию изложеную на сайтах и составить общее мнение о дизайне сайтов в целом.

#### **Список літератури:**

1. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий, СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 240 с.
2. Михайлов С.М. Кулеева Л.М. Основы дизайна / Под ред. С.М.Михайлова. – Казань, «Новое Знание», 1999. – 240 с.