

УДК 004

***ЦВЕТОВАЯ ПСИХОЛОГИЯ И ВЕБ-ДИЗАЙН: ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВОЙ  
ГАММЫ НА ВОСПРИЯТИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ***

***Универсал Ю.С.***

*студент,*

*ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет*

*им. К.Э. Циолковского»*

*Калуга, Россия*

***Белаш В.Ю.***

*к.пед.н., доцент,*

*ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет*

*им. К.Э. Циолковского»*

*Калуга, Россия*

**Аннотация:** В статье раскрыто понятие психологии цвета, оказывающей влияние на самоощущение, душевное состояние и характер пользователя. Представлены отличительные особенности цветовых сочетаний в различных коммерческих сферах деятельности с точки зрения веб-дизайна. Также даны комментарии о значимости подбора цвета как инструмента заработка в веб-дизайне.

**Ключевые слова:** дизайн, закономерность, исходный момент, оттенки, сайт, цвет, цветовая гамма, цветовой круг, целевая аудитория, человек.

***COLOR PSYCHOLOGY AND WEB DESIGN: THE INFLUENCE OF  
COLORS ON THE PERCEPTION OF USERS***

***Universal Yu.S.***

*student,*

*Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky*

*Kaluga, Russia*

***Belash V.Yu.***

*Ph.D., Associate Professor,*

*Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky*

*Kaluga, Russia*

**Abstract:** The article reveals the concept of color psychology, which affects the self-perception, state of mind and character of the user. The distinctive features of color combinations in various commercial fields of activity from the point of view of web design are presented. Comments are also given on the importance of color matching as a tool for earning money in web design.

**Keywords:** design, pattern, initial moment, shades, website, color, color scheme, color circle, target audience, person.

В статье рассмотрена проблема воздействия цветовой гаммы на восприятие пользователей. Данная тема является одним из ключевых аспектов веб-дизайна, и ей уделено внимание значительного количества специалистов. Тем не менее вопрос использования цветовых сочетаний и их соотнесения с ассоциациями потребителей требует уточнения. В данной работе проводится анализ ассоциаций пользователей с определенными цветами и/или их сочетаниями. Целью исследования является приобретение новых знаний в сфере дизайна и закономерностей подбора цветовых композиций.

С веб-дизайном пользователи познакомились во времена появления первого сайта, состоящего из заголовка и нескольких ссылок. Прорыв в сфере веб-дизайна следует отмечать с появлением браузера «Mosaic», который обладал функцией просмотра изображений [1]. Именно с этого момента начинаются эксперименты с различными подходами в психологии цвета: использование разноцветных фонов, акцентных цветов и др. В век развития информационных технологий похожие сайты, как правило, вызывают низкий спрос у возможных потребителей.

С научной точки зрения, цвет – качественная субъективная характеристика электромагнитного излучения оптического диапазона, определяемая на основании возникающего физиологического зрительного ощущения и зависящая от ряда физических, физиологических и психологических факторов [2]. Впоследствии и получается понятие психология цвета – способность человека воспринимать, идентифицировать и называть цвета [3].

Перед началом работы веб-дизайнер продумывает колористику, которая является одним из важных аспектов сайта. Внимательный подбор сочетаний цветовых оттенков связан в первую очередь с целью повышения спроса на предлагаемый товар. Здесь уместно обратить внимание на примеры ассоциаций с точки зрения психологии цвета.

Несомненная важность правильного сочетания состоит в изучении цветового круга. Цветовой круг – это цветовой спектр, который используют для подбора цветовых сочетаний и схем [4]. Рассмотрим базовый цветовой круг Иттена. Его основу составляют красный, синий и желтый цвета и их производные. Последующие цвета, называемые цветами второго уровня, являются результатом их смешения: оранжевый, фиолетовый и зеленый. При этом следует подборка цветов третьего уровня, произошедших путем смешивания цветов, относящихся ко второму уровню. В то же время большинство производителей, такие как Target, Tesco, «М-Видео», «Магнит», «Виктория», «Копейка», «О'Кей» и «Эльдорадо» используют в качестве основного цвета – красный. Особенность цвета заключается в ассоциации людей с энергией, срочностью, уверенностью и повышением аппетита [5].

Для более полной характеристики желтого цвета были изучены бренды, выдвигающие свой товар в подобных оттенках. Яркими представителями являются Tinkoff, Snapchat, Вкусно и Точка, Nikon, Lipton, Chupa Chups, Яндекс GO. Особое значение имеет сравнение желтого цвета с импульсивными покупками, ясностью, оптимизмом и теплотой. Именно Дневник науки | [www.dnevnika.ru](http://www.dnevnika.ru) | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

поэтому он часто используется в обозначении скидочного товара, в качестве акцентных моментов и с целью увеличения продаж [6]. Несомненная важность использования синего цвета состоит в его популярности вне зависимости от гендера. Он не пытается вызвать энергию и призыв к покупке определенного товара, а наоборот олицетворяет надежность, спокойствие и умиротворение. Заслуживает быть отмеченным использование ассоциаций синего цвета с зимой и льдом, этот аспект может послужить увеличению прибыли и популярности коммерческого сайта. Примерами являются Bountу, «ВКонтакте», Skype, Telegram, Zoom, Газпром [7].

Согласно исследованию, проведенному в Stanford University, 46% пользователей формируют свое мнение о сайте компании на основе его визуального оформления [8]. Если дизайн сайта не устраивает потенциального клиента и отталкивает его, это может привести к недоверию к продаваемым услугам или товарам и, в результате, к уходу пользователя с сайта. Таким образом правильный подбор базовых цветов и исследование их значения в психологии, позволяет увеличить продажи и популярность коммерческой сферы деятельности. Использование сочетания нескольких цветов является закономерностью подбора цветовых композиций.

Практика показывает, что ошибки в подборе цветовой палитры сайта оттолкнут потенциального клиента от заказа услуги. Ярким примером служит использование текста желтого цвета на черном фоне. Помимо возможной несовместимости контента и цветовой палитры у пользователя могут возникнуть проблемы с чтением информации. Важно различать типы цветовых комбинаций [9]:

1. Аналогичные цвета – сочетание основного цвета с оттенками, располагающиеся по соседству в цветовом круге
2. Комплиментарные цвета- комбинации цветов, располагающихся на противоположных сторонах в цветовом круге.

3. Триадные цвета – сочетания, состоящие из трех цветов, располагающихся не вершинах равностороннего треугольника в цветовом круге.

Собственные наблюдения в этой теме показали, что основой для подбора цветов служит в первую очередь целевая аудитория, гендерные характеристики и предлагаемый продукт. Примером служит разработка сайта компании по производству деревянной мебели из высококачественных материалов. Придерживаясь информации выше, правильной палитрой является желтый цвет с добавлением белого и черного с использованием их в качестве акцента. Следует использовать не более трех цветов на одной странице – отказ от этого правила приводит к потере внимания и отказу от продукта. Основной задачей является подбор его сочетаний и разновидность их вариантов для потребителя. Для этого достаточно исследовать целевую аудиторию и следить за популярностью макетов в интернете, где насмотренность и эксперименты позволяют глубже понять, что во внимании у пользователей.

Цвет вызывает огромный спектр ассоциаций и эмоций. Психология цвета влияет на ассоциации и эмоции пользователей, что является важным фактором при создании сайта для продвижения определенного продукта или услуги. Подбор правильных цветовых комбинаций способствует росту продаж только при грамотном анализе аудитории и понимании цветового круга.

### **Библиографический список**

1. История веб-дизайна // RedKrab URL: <https://redkrab.ru/blog/sajti/istoriya-veb-dizajna/?ysclid=lmgrdishva15361249> (дата обращения: 23.09.2023).
2. Цвет // Википедия URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Цвет> (дата обращения: 23.09.2023).

3. Психология восприятия цвета // Википедия URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Психология\\_восприятия\\_цвета](https://ru.wikipedia.org/wiki/Психология_восприятия_цвета) (дата обращения: 23.09.2023).
4. Цветовой круг Иттена: как дизайнеру сочетать цвета? // media contented URL: <https://media.contented.ru/znaniya/instrumenty/czvet-v-dizajne/?ysclid=lmgsb4z1si908597814> (дата обращения: 23.09.2023).
5. Цвет настроения: красный. Красные логотипы где, когда и зачем? // Novator URL: <https://novator.io/kejsy/tsvet-nastroeniya-krasnyj-krasnye-logotipy-gde-kogda-i-zachem?ysclid=lmgry5xqza982448406> (дата обращения: 23.09.2023).
6. Психология цвета в маркетинге. // Большая Птица URL: <https://school.bigbird.ru/articles/psihologiya-cveta-v-marketinge-kak-vybrat-cvet-kotoryj-pomozhet-prodavat-bolshe/?ysclid=llmkmm0131233335920> (дата обращения: 25.09.2023).
7. Надёжный синий: как цвет влияет на восприятие бренда // Skillbox Media URL: <https://skillbox.ru/media/design/psihologia-sinego/?ysclid=llnigu7dwg498911362> (дата обращения: 24.09.2023).
8. Как повысить конверсию сайта за счет дизайна и юзабилити // Яндекс Дзен URL: <https://dzen.ru/a/Xr5jefKtbyKYMi3t> (дата обращения: 24.09.2023).
9. Цветовой круг Иттена для создания гармоничных цветных комбинаций // Ярмарка мастеров URL: <https://www.livemaster.ru/topic/1616597-tsvetovoj-krug-ittena-dlya-sozdaniya-garmonichnyh-tsvetovyh-kombinatsij?ysclid=lmgrlb81b085577604> (дата обращения: 24.09.2023).

*Оригинальность 83%*