

ВПЛИВ КОЛЬОРОВОЇ ГАМИ НА СПРИЙНЯТТЯ ЦИФРОВОГО ДИЗАЙНУ ТА НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Чеботарьова І.Б., старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Лобода Д.А., бакалавр, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У роботі досліджено вплив кольорової гами на сприйняття цифрового дизайну та навчального середовища. Проаналізовано психологічні особливості основних кольорів і приклади їх використання у вебдизайні, цифрових сервісах та освітніх платформах. Розглянуто роль кольору у формуванні емоційного комфорту користувача, концентрації уваги та візуальної привабливості інтерфейсу. На основі проведеного опитування визначено найбільш ефективну кольорову гаму для дизайну інтерактивного навчального курсу з менеджменту та маркетингу у сфері видавничо-поліграфічної справи.

Ключові слова: психологія кольору, кольорова гама, цифровий дизайн, візуальна комунікація, інтерактивний курс, освітнє середовище, користувацький досвід.

У сучасному цифровому освітньому середовищі візуальне оформлення навчальних матеріалів відіграє важливу роль у процесі сприйняття інформації. Інтерактивні курси повинні не лише містити якісний навчальний контент, а й бути візуально комфортними для користувача. Одним із ключових елементів дизайну є кольорова гама інтерфейсу, оскільки саме колір формує перше враження, впливає на емоційний стан людини та рівень концентрації уваги [1-3].

Для студентів спеціальності видавничо-поліграфічної справи питання візуальної комунікації є особливо актуальним, адже майбутні фахівці працюють із дизайном, композицією, типографікою та цифровими продуктами [4, 5]. Саме тому під час створення інтерактивного курсу з менеджменту та маркетингу у сфері ВПС важливим етапом стало дослідження впливу кольорової гами на сприйняття навчального середовища.

Метою роботи є визначення найбільш ефективної та емоційно привабливої кольорової гами для інтерактивного навчального курсу шляхом аналізу психології кольору та результатів опитування користувачів.

Колір є одним із найважливіших інструментів візуальної комунікації у цифровому середовищі. За допомогою кольорових рішень дизайнери можуть керувати увагою користувача, створювати певну атмосферу та впливати на загальне сприйняття цифрового продукту. У дизайні сайтів і навчальних платформ колір виконує не лише естетичну функцію, а й допомагає покращити навігацію, підсилити функціональність інтерфейсу та зробити взаємодію з контентом більш комфортною для користувача.

Психологія кольору активно використовується у вебдизайні, маркетингу та UX/UI-проєктуванні. Різні кольори викликають у користувачів певні асоціації та емоційні реакції, тому великі бренди та цифрові платформи ретельно підбирають кольорову гаму залежно від своїх цілей та аудиторії [5].

Червоний колір асоціюється з енергією, активністю, емоційністю та терміновістю. У цифровому дизайні він привертає увагу швидше за інші кольори та часто використовується для акцентування важливих елементів інтерфейсу. Саме тому

червоний колір зазвичай застосовують для повідомлень про помилки, попереджень або кнопок, пов'язаних із небезпечними діями, наприклад видаленням файлів чи скасуванням даних. Такий колір психологічно сигналізує користувачу про необхідність бути уважним та обережним під час прийняття рішення.

Також червоний здатний стимулювати швидше прийняття рішень та викликати емоційну реакцію. Саме через це його активно використовують у рекламі, оформленні розпродажів та маркетингових повідомленнях. Червоні елементи створюють відчуття терміновості та привертають увагу до акційних пропозицій.

Особливо помітним є використання червоного кольору у сфері швидкого харчування. Більшість відомих брендів fast food використовують червоний у своїй фірмовій айдентиці, оскільки цей колір асоціюється з активністю та навіть може стимулювати апетит. Наприклад, бренд McDonald's активно використовує поєднання червоного та жовтого кольорів для створення яскравого й емоційного візуального образу, який швидко привертає увагу користувачів.

Помаранчевий колір поєднує енергійність червоного та позитивність жовтого. Він асоціюється з дружністю, ентузіазмом та сучасністю. Помаранчевий часто використовують технологічні бренди та онлайн-сервіси для створення динамічного та відкритого образу платформи (рис. 1).

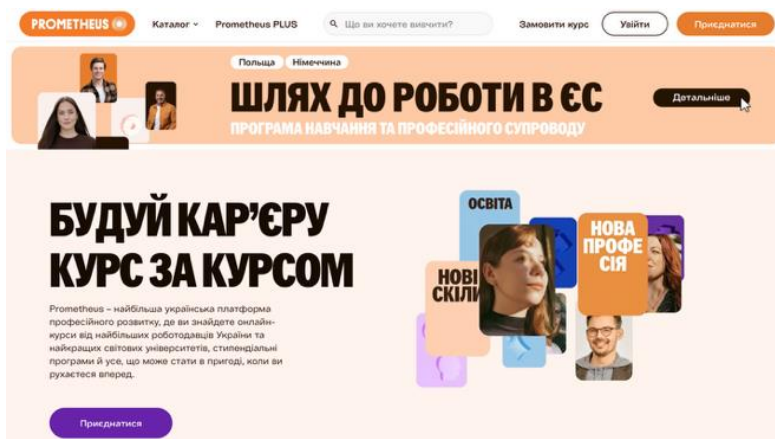


Рисунок 1 – Використання помаранчевого кольору у дизайні освітньої платформи «Prometheus»

Жовтий є одним із найяскравіших кольорів спектра та найшвидше привертає увагу користувача. Він асоціюється з оптимізмом, енергією та позитивом. Однак надмірне використання яскраво-жовтого може викликати втоми очей, тому у цифровому дизайні його зазвичай застосовують як акцентний колір для виділення важливих елементів.

Зелений колір асоціюється зі спокоєм, гармонією, природністю та балансом. Він створює комфортне візуальне середовище та позитивно впливає на тривале сприйняття інформації. Саме тому зелений часто використовується у дизайні екологічних сервісів, медичних платформ та студій йоги (рис. 2).



Рисунок 2 – Використання зелених відтінків у дизайні сайтів екологічних сервісів та стоматологічних клінік

Синій колір традиційно асоціюється зі стабільністю, безпекою, довірою та професійністю. Саме тому його активно використовують банки, медичні сервіси та освітні платформи. Синя кольорова гама допомагає створити у користувача відчуття надійності та спокою. Крім того, синій колір менше подразнює зір, тому є комфортним для тривалого користування цифровими продуктами (рис. 3).

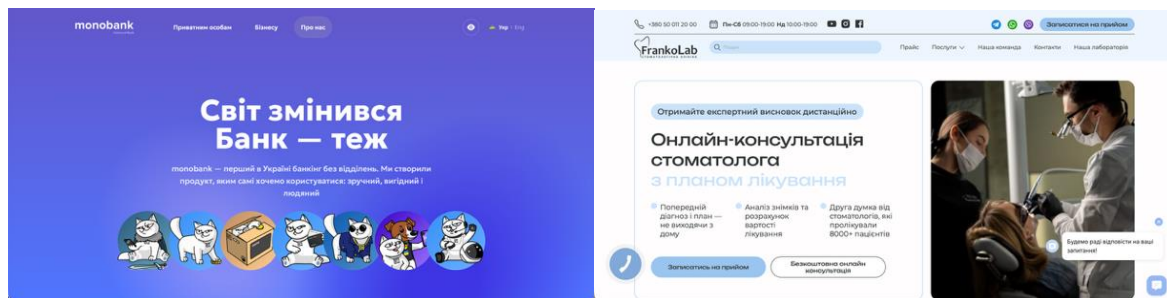


Рисунок 3 – Використання синього кольору у дизайні «Monobank» та стоматологічної клініки «FrankoLab»

Фіолетовий колір асоціюється з творчістю, креативністю, інноваційністю та сучасними технологіями. Його часто використовують творчі освітні платформи, дизайн-школи та бренди, які прагнуть підкреслити нестандартність і сучасний підхід (рис. 4).

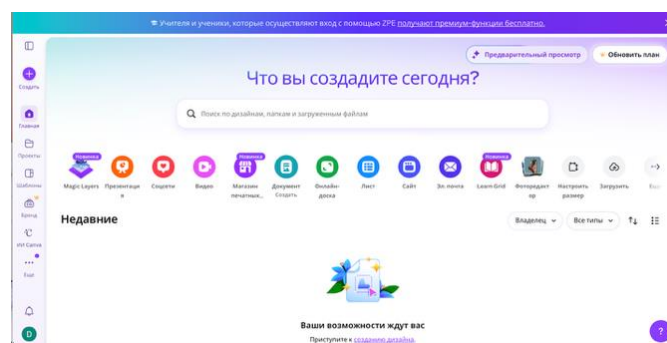


Рисунок 4 – Використання фіолетової та градієнтної кольорової гами у дизайні платформи Canva

Рожевий колір у сучасному цифровому дизайні дедалі частіше використовується для створення емоційно комфортного та дружнього середовища. Пастельні рожеві відтінки створюють відчуття легкості, м'якості та естетичності. Особливо популярним є використання рожевих відтінків у дизайні сайтів, пов'язаних із квітами, косметикою, прикрасами та декоративними товарами. Такі кольорові рішення

допомагають створити асоціацію з ніжністю, романтичністю та естетикою. Наприклад, у дизайні сайтів квіткових магазинів часто використовуються рожеві кнопки, пастельні фони та м'які кольорові акценти для формування приємної емоційної атмосфери. Подібний підхід також застосовують бренди прикрас та біжутерії, зокрема Pandora, де рожеві та світлі відтінки підкреслюють витонченість і стиль продукції (рис. 5).

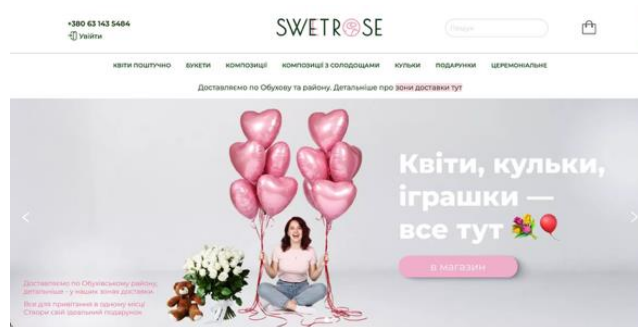


Рисунок 5 – Використання рожевої кольорової гами у дизайні сайту квітового магазину «Sweet Rose»

Білий колір асоціюється з чистотою, простотою та мінімалізмом. У сучасному вебдизайні він часто використовується як базовий фон для створення «повітряного» інтерфейсу та покращення читабельності контенту (рис. 6).

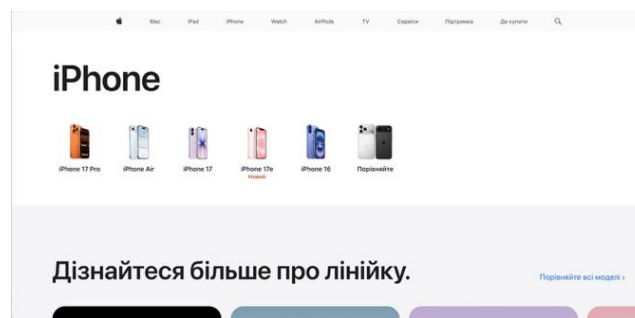


Рисунок 6 – Використання білого кольору у мінімалістичному дизайні сайту Apple

Сірий колір вважається нейтральним та універсальним. Його часто використовують у мінімалістичних інтерфейсах як допоміжний колір, який не перевантажує композицію та дозволяє акцентувати увагу на основному контенті.

Чорний колір асоціюється з елегантністю, контрастністю та преміальністю. Його активно використовують бренди, що прагнуть створити сучасний або статусний візуальний образ (рис. 7).

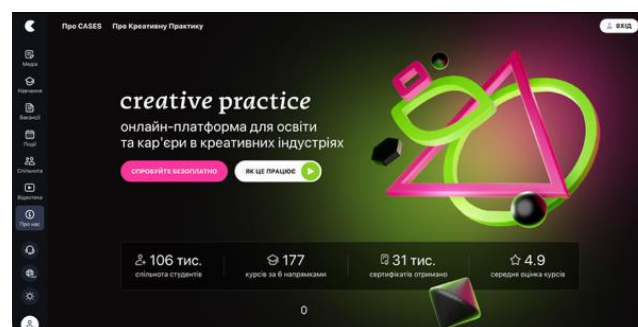


Рисунок 7 – Використання чорного кольору у дизайні сайту онлайн-платформи «CASES»

Також важливу роль у цифровому дизайні відіграють не лише самі кольори, а й їхні відтінки. Наприклад, темно-синій може створювати відчуття офіційності та професійності, тоді як світло-блакитний сприймається більш спокійно та дружньо. Яскраво-рожевий викликає енергійні емоції, а пастельний рожевий – відчуття комфорту та м'якості. Саме тому вибір відтінків є не менш важливим, ніж вибір основного кольору.

Таким чином, кольорова гама є важливим елементом цифрового дизайну, який впливає на емоційне сприйняття користувача, його поведінку та ефективність взаємодії з інформацією. Правильно підібрані кольори допомагають створити комфортне навчальне середовище та покращити користувацький досвід.

Після аналізу психології кольору та особливостей використання різних кольорових рішень у цифровому дизайні було проведено опитування серед потенційних користувачів інтерактивного курсу. Для дослідження було створено Google-форму, у якій респондентам запропонували оцінити сім варіантів кольорової гами інтерфейсу майбутнього навчального курсу. Серед представлених варіантів були сині, зелені, бірюзові, фіолетові та рожеві кольорові поєднання.

Після аналізу психології кольору та особливостей використання різних кольорових рішень у цифровому дизайні було проведено опитування серед потенційних користувачів інтерактивного курсу. Для дослідження було створено Google-форму, у якій респондентам запропонували оцінити сім варіантів кольорової гами інтерфейсу майбутнього навчального курсу. Серед представлених варіантів були сині, зелені, бірюзові, фіолетові та рожеві кольорові поєднання. В опитуванні взяли участь студенти спеціальності «Видавництво та поліграфія», а також респонденти, пов'язані зі сферою дизайну та цифрової візуальної комунікації.

За результатами опитування (рис. 8) найбільшу кількість голосів отримала кольорова гама, яка поєднує рожеві, персикові, сині та фіолетові відтінки.

Оберіть один варіант оформлення курсу, який вам найбільше подобається
33 відповіді

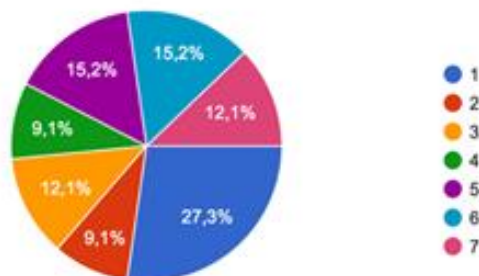


Рисунок 8 – Результати опитування щодо вибору кольорової гами інтерактивного курсу

Таке поєднання кольорів створює сучасний та естетично привабливий візуальний образ, який відповідає актуальним тенденціям цифрового дизайну. Особливо важливу роль у сприйнятті інтерфейсу відіграють плавні градієнти та м'які переходи між кольорами, які роблять дизайн більш динамічним, комфортним та емоційно приємним для користувача (рис. 9).

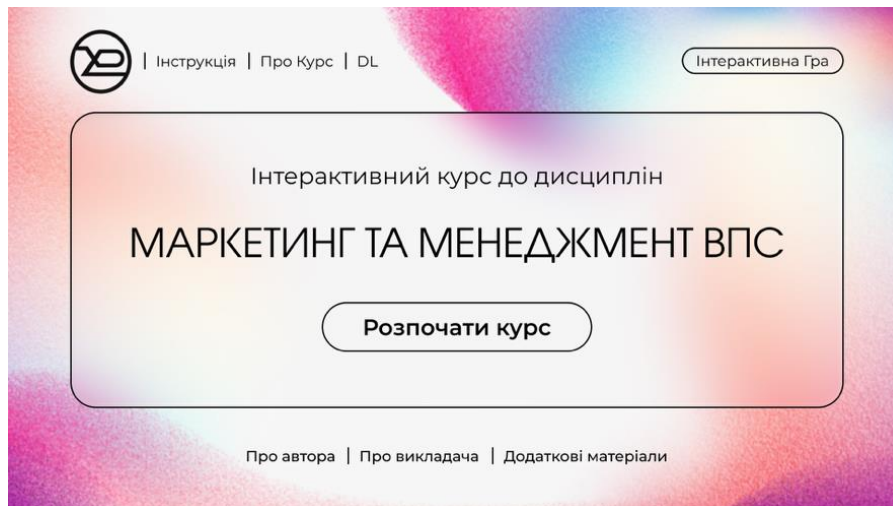


Рисунок 9 – Варіант дизайну інтерактивного курсу з використанням обраної кольорової гами

Обрана кольорова гама також вдало поєднує емоційні характеристики кількох кольорів одночасно. Рожеві та перикові відтінки створюють відчуття легкості, дружності та візуального комфорту, синій додає відчуття стабільності та довіри, а фіолетовий підкреслює творчість, сучасність та креативний характер навчального середовища. Саме така комбінація кольорів є доречною для інтерактивного курсу з менеджменту та маркетингу у сфері видавничо-поліграфічної справи, оскільки поєднує професійність із сучасною візуальною естетикою.

Отже, результати опитування підтвердили, що для цільової аудиторії курсу найбільш привабливими є м'які градієнтні кольорові рішення з поєднанням рожевих, синіх та фіолетових відтінків. На основі проведеного дослідження саме цю кольорову гаму було обрано для дизайну інтерактивного навчального курсу, оскільки вона забезпечує не лише естетичну привабливість інтерфейсу, а й створює комфортне та сучасне освітнє середовище для користувачів.

Література.

1. Бондар, І.О. (2016). Теорія кольору: навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.051501 «Видавничо-поліграфічна справа». Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
2. Вовк, О.В., Чеботарьова, І.Б., & Шипова, М.К. (2021). Вплив колірної гами навчальної літератури на сприйняття дитиною шкільного матеріалу. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: монографія. (с. 40-55). Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид».
3. Чеботарьова, І.Б. (2016). Системи управління кольором: конспект лекцій. Харків: ХНУРЕ.
4. Богуславець, К.Д., & Чеботарьова, І.Б. (2014). Дослідження впливу кольору на купівельну спроможність товарів. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв, (4-5), 4-12.
5. Кузнецова, О.Ю. (2024). Психологія кольору в UX/UI дизайні вебсайтів. Радіoeлектроніка та молодь у XXI столітті. Т. 3. (с. 222-223).