

УДК 681.84

ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ В UX/UI ДИЗАЙНІ ВЕБ-САЙТІВ

Кузнецова О.Ю.

Науковий керівник – асистент Ольховська В.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. МІРЕС

м. Харків, Україна

e-mail: oleksandra.kuznetsova@nure.ua

This work is dedicated to analyzing the influence of color psychology on UX/UI design of websites. Various aspects of color usage in design and its impact on users' emotions and behavior are examined. Additionally, the paper delves into the importance of selecting the right colors based on theoretical concepts and scientific data to enhance user experience and achieve website goals. Such an approach provides valuable insights for professionals in the fields of web design and psychology, offering guidance for further research and practical application in this area.

У сучасному веб-дизайні UX/UI кольори відіграють ключову роль у задоволенні користувачів та досягненні їхніх цілей. Вони впливають на емоції, настрої та поведінку, передають інформацію та створюють асоціації. Вибір кольорів у веб-дизайні вимагає уваги до психологічних контекстів, таких як емоції, соціально-культурні та естетичні аспекти. Таким чином, дослідження психології кольору в UX/UI дизайні веб-сайтів має велике практичне значення.

Тема кольору в UX/UI дизайні веб-сайтів залишається актуальною в сучасному веб-дизайні з декількох причин. По-перше, зростаюча вимогливість користувачів до зручності та естетики сайтів підкреслює важливість правильного вибору кольорів, що може покращити сприйняття та взаємодію з сайтом. По-друге, розширення аудиторії через мобільні пристрої вимагає адаптації кольорового дизайну до різних екранних розмірів. Також, постійний розвиток психології кольору відкриває нові можливості для використання кольорів у дизайні, що робить цю тему перспективною для подальших досліджень та практичного застосування.

За часту люди припускають, що вибір кольорової палітри для інтерфейсу в основному залежить від особистих уподобань клієнта або дизайнера. Проте процес підбору кольорів має багато складніших аспектів, які можуть бути недооцінені.

Наукові дослідження демонструють, що людям зазвичай потрібно всього 90 секунд, щоб підсвідомо сформуванати враження про продукт, а від 62% до 90% цієї оцінки базується саме на його кольорі. [1]

Теорія кольору включає в себе систему принципів, які об'єднують наукові та творчі знання про використання кольорів. Вона надає ключові принципи для створення кольорових комбінацій, що допомагає в розробці гармонійного дизайну. Розуміння основ теорії кольору не лише сприяє ди-

зайнерам у виборі відтінків та їх вдалому поєднанні, але й корисно для всіх людей у їх повсякденному житті або професійній діяльності. [2]

Найчастіше це залишається непоміченим, але колір сприймається нашим організмом через складний процес. Очі реагують на колір, передаючи інформацію до мозку, який активує вивільнення гормонів, що впливають на наш настрій та емоційний стан. В результаті цього механізму формується наша реакція на навколишній світ. [3]

Різні кольори викликають різні емоції у людей. Наприклад, червоний – енергія та палкість, синій – спокій та довіра. Дослідження показують, що кольори можуть покращити настрій користувачів і стимулювати активність на веб-сайті. Кольорна гармонія та контраст впливають на сприйняття інформації. Тому важливо підібрати кольори так, щоб вони доповнювали один одного та створювали гармонійне враження.

Кольорова схема веб-сайту повинна відповідати брендовій ідентичності компанії. Використання кольорів, які асоціюються з брендом, допоможе підсилити узгодженість та визнання бренду серед користувачів. Кольори можуть використовуватися для виділення ключових елементів на веб-сайті, таких як кнопки або секції, а також для організації інформації та полегшення навігації. Наприклад, яскраві кольори можуть привертати увагу користувачів до важливих дій.

Важливо враховувати культурні відмінності в сприйнятті кольорів при проектуванні веб-сайтів для різних аудиторій. Деякі кольори можуть мати різні асоціації в різних країнах або культурах. Наприклад, чорний колір — один з прикладів культурних відмінностей. У конфуціанстві він вважається кольором знань і мудрості, тоді як у буддизмі — символом невігластва. Чорний колір може сприйматися як відсутність всього, порожнеча або навіть як неосяжний всесвіт. У західній культурі він часто асоціюється зі смертю і трауром, тоді як на Далекому Сході — навпаки — зі здоров'ям і процвітанню.

Психологія кольору дійсно відіграє ключову роль в UX/UI дизайні веб-сайтів, оскільки вона впливає на емоції, настрій та поведінку користувачів. Правильне використання кольорів може значно покращити користувацький досвід та сприяти досягненню поставлених цілей веб-сайту. Враховуючи психологічні властивості кольорів, дизайнер може створити атмосферу, яка відповідає бренду та сприймається користувачами оптимально, забезпечуючи приємне та продуктивне взаємодію з веб-сайтом.

Список використаних джерел:

1. Lytvyniuk Mariya. Поза межами чорного та білого: Теорія кольору для UI/UX дизайнерів. URL: <https://medium.com/@mariya.lytv/поза-межами-чорного-та-білого-теорія-кольору-для-ui-ux-дизайнерів-195e1ce6b90> (дата звернення 04.03.2024).
2. Lytvyniuk Mariya. Колір в UX дизайні. URL: