

20. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА В UI/UX ДИЗАЙНЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ПРИВЯЗКИ

Демидовец В. В., студент гр. 272302, Полоско Е. И., ассистент кафедры ЭИ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Ефремов А.А. – канд. эк. наук, доцент кафедры ЭИ

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию на тему использования цвета в UI/UX дизайне и как он позволяет создать эмоциональную привязку пользователей к продукту. Также будет рассмотрено, как использовали цвет в развитии веб-дизайна, на что стоит обращать внимание компании при выборе цвет и влияние каждого из цветов на организм человека в отдельности

Использование цвета в UI/UX дизайне имеет большое значение, так как цвет способен оказывать влияние на эмоции, реакцию и поведение пользователя, а цветовые сочетания помогают задать настроение.

Так, например, использование цвета является важной составляющей в развитии веб-дизайна. С первых сайтов с ограниченным количеством цветов до современных разнообразных палитр прошло много лет. В процессе развития дизайнеры старались привлечь внимание пользователей яркими цветами, но это приводило к тому, что текст сложно было прочитать. С развитием технологий и появлением CSS цветовая палитра стала более сбалансированной и привлекательной для пользователей. Дизайнеры начали использовать плавные градиенты, объекты скругленной формы и другие техники, чтобы создать красивый и функциональный дизайн. Сегодня веб-дизайнеры все более осознанно подходят к выбору цвета, учитывая функциональность сайта и потребности пользователей. Современные веб-сайты используют сбалансированные цветовые палитры, привлекательные градиенты и качественные изображения, чтобы создать эстетически привлекательный и функциональный дизайн. Microsoft — пример того, как цветовая палитра логотипа может меняться в соответствии с текущими тенденциями в веб-дизайне (рис. 1).



Рисунок 1 – Пример эволюции логотипа приложения Microsoft Word

Что касается самого влияния цвета, то можно выделить, что яркие и насыщенные цвета могут вызывать эмоции и стимулировать чувства, тогда как более темные и спокойные цвета могут вызывать чувство отдыха и спокойствия, но также могут вызывать тревогу и некоторое беспокойство.

Кроме того, в разных культурах цвета могут иметь разные значения и ассоциации. Например, в русской культуре черный цвет может символизировать грусть и печаль, а белый - чистоту и невинность, тогда как в китайской культуре черный цвет связан с водой и севером, а белый - с металлом и западом. При проектировании продукта важно учитывать культурные особенности и цветовые предпочтения целевой аудитории, чтобы создать наиболее подходящий дизайн.

Некоторые исследования также показали, что зеленый цвет, как натуральный и природный цвет, может положительно влиять на психическое и физиологическое состояние человека, а также улучшать концентрацию внимания [1-3]. Голубые и синие оттенки также могут вызывать ощущение безмятежности и спокойствия [4].

Считается, что красный цвет привлекает внимание, повышает кровяное давление и частоту сердечных сокращений, увеличивает мышечное напряжение и стимулирует слюнные железы. Он также обладает согревающим эффектом и может использоваться врачами для лечения гипотермии. Красный цвет ассоциируется с быстрым принятием решений и используется в казино, чтобы побудить людей к азартным играм. Считается, что он также дает ощущение власти и силы и может исказить восприятие времени, размера и веса. Психологически красный цвет ассоциируется со страстью, возбуждением и гневом. По форме сопоставляется квадрату или кубу.

Считается, что желтый цвет оказывает стимулирующее воздействие на нервную систему и способствует ясности мышления. По исследованиям Ф. Биррена черный текст на желтом фоне является наиболее разборчивым в печати [5]. Также цвет часто используется на дорожных знаках. Желтый цвет ассоциируется с солнцем и, как говорят, вдохновляет на творчество. С точки зрения фигур представляется треугольником из-за его острых углов.

Оранжевый цвет образуется при смешении красного и желтого цветов, что приводит к схожей физической реакции с красным и ощущению счастья от желтого цвета. Оранжевый цвет не предпочитается в своей чистой форме, однако приятен в разбавлении и оттенках, таких как персиковый и коричневый. Красно-оранжевый цвет ассоциируется с решительностью, отзывчивостью, энергичностью, напряженностью, дружелюбием, уверенностью, общительностью, обаянием, силой, активностью, а также может выражать раздражительность. Если этот цвет приписывается характеру другого человека, то обычно это связывается с положительными качествами. Ассоциируется с трапецией, как чем-то средним между квадратом (красный) и треугольником (желтый).

Зеленый цвет, в отличие от оранжевого, снижает кровяное давление и успокаивает нервную систему, что может быть полезно в случаях нервного возбуждения. Он также снижает мышечное напряжение и представляет собой идеальную среду для концентрации и медитации. Оттенки зеленого цвета часто используются в товарах по уходу за собой, так как придают ощущение чистоты и свежести, а товары в зеленой упаковке часто воспринимаются как экологически чистые. Кроме того, зеленый цвет является производным от круга (синего цвета) и треугольника (желтого цвета) и ассоциируется с прохладой, природой и водой.

Синий цвет обладает успокаивающим эффектом и может облегчать боль. Он также имеет охлаждающий эффект и может использоваться врачами в случае жары. Кроме того, под воздействием синего цвета временные промежутки недооцениваются, предметы кажутся более легкими, а размеры – меньше. Синий цвет ассоциируется с духовностью, медленной музыкой и грустным настроением. При характеристике другого человека имеет отрицательное значение. Представляется в форме круга.

Фиолетовый цвет считается нейтральным с биологической точки зрения и эстетически приятным, но разные оттенки могут вызывать разные эмоции. Кроме того, исторически фиолетовый цвет ассоциируется с королевской властью и могуществом. Связано это с тем, что в древности было очень тяжело работать с этим цветом, поэтому доступ к нему имели только люди с большим состоянием. Символизируется эллипсом.

Коричневый цвет связан с землей и уютом. Люди, предпочитающие коричневый, воспринимаются как надежные и работающие, но также могут описываться как уступчивые и расслабленные. В цветовой семантике красный цвет, который обладает импульсивной жизненной силой, тускнеет и становится пассивным в коричневом цвете.

Серый цвет, в свою очередь, является нейтральным цветом, не вызывающим сильных эмоций, но обладающим формальностью и достоинством. Это делает его отличным выбором для деловых людей, которые хотят произвести впечатление стабильности и успеха. Серый цвет также ассоциируется со зрелостью и мудростью.

Белый цвет символизирует чистоту, добродетельность и верность, а также был символом богатства и высокого социального статуса в прошлом. Он считается почти таким же активным, как и красный цвет, но имеющим меньшее воздействие.

Черный цвет является наиболее авторитарным и подавляющим цветом спектра. Он ассоциируется с унынием и мраком, тьмой и тревожным ощущением неизвестности, а также связан с трауром во многих странах.

Цвет в дизайне важен, так как он влияет на настроение и эмоции человека, а также на поведение пользователей. В целом можно сказать, что при выборе цветовой гаммы необходимо учитывать целевую аудиторию, ее культурные особенности и предпочтения, а также эффект, который мы хотим достичь с помощью цветов.

Важно уделять внимание тому, как правильно использовать цвета в дизайне, но не стоит бояться отходить от общепринятых ассоциаций, чтобы привлечь внимание пользователей и выделиться на фоне конкурентов. Примером такого решения может послужить логотип музыкального сервиса Spotify, сделавший акцент на зеленом цвете, который обычно ассоциируется с природой, в то время как конкуренты выбирали цвета, связанные с использованием красного, желтого, розового цветов. Однако такое решение может иметь и негативные последствия, поэтому важно проанализировать рынок и потребности аудитории.

Список использованных источников:

1. Nature and mental health: An ecosystem service perspective | Science Advances [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aax0903> – Дата доступа: 01.04.2023
2. View through a window may influence recovery from surgery – PubMed [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/6143402/> – Дата доступа: 01.04.2023

59-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2023

3. 40-second green roof views sustain attention: The role of micro-breaks in attention restoration – ScienceDirect
Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494415000328?via%3Dihub> –
Дата доступа: 01.04.2023

4. Outdoor blue spaces, human health and well-being: A systematic review of quantitative studies – ScienceDirect
Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1438463917302699?via%3Dihub> –
Дата доступа: 01.04.2023

5. Birren F. Color psychology and color therapy. – Secaucus, New Jersey: Citadel Press, 1961 – с 244 - 245.