

УДК 7.017.4

Панєвіна Н.М.

Черкаський державний
технологічний університет

КОЛІР ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ НА WEB-САЙТІ

Панєвіна Н.М. Колір як один з основних засобів художньої виразності на web-сайті. В даній статті буде розглянутий такий потужний інструмент дизайну як колір. Використовуючи знання про психофізіологічний вплив кольору на людину, можна прискорити візуальний пошук, поліпшити розпізнавання та посилити значення об'єктів Інтернет ресурсів. Колір викликає як культурні, так і психологічні асоціації, передає настрій, візуальні метафори, спрощує орієнтацію та пошук, поліпшує зручність і простоту використання сайту. В статті проаналізовані основні спектральні та монохромні кольори, їх вплив на користувача web-сайту. У контексті практичного удосконалення сучасного web-проектування в Україні запропоновано: використання кольорів зі схожим рівнем насиченості, застосування яскравих і чистих кольорів, з'єднання відтінків зі схожими рівнями яскравості. Проблема дослідження полягає у визначенні характерних особливостей кольору за його психофізіологічними й семантичними властивостями при створенні інтерфейсу web-сайту.

Ключові слова: колір, web-сайт, юзабіліті, підсвічування.

Панєвіна Н.М. Цвет как одно из основных средств художественной выразительности на web-сайте. В данной статье будет рассмотрен такой мощный инструмент дизайна как цвет. Используя знания о психофизиологическом воздействии цвета на человека, можно ускорить визуальный поиск, улучшить распознавание и усилить значение объектов Интернет ресурсов. Цвет вызывает как культурные, так и психологические ассоциации, передает настроение, визуальные метафоры, упрощает ориентацию и поиск, улучшает удобство и простоту использования сайта. В статье проанализированы основные спектральные и монохромные цвета, их влияние на пользователя web-сайта. В контексте практического совершенствования современного web-проектирования в Украине предложено: использование цветов с похожим уровнем насыщенности, применения ярких и чистых цветов, соединения оттенков с похожими уровнями яркости. Проблема исследования заключается в определении характерных особенностей

цвета по его психофизиологическим и семантическим свойствам при создании интерфейса web-сайта.

Ключевые слова: цвет, web-сайт, юзабилити, подсветка.

Panevina N.N. Color as one of the main means of artistic expression on web-site. Such a powerful tool for web-design as a color will be considered in this article. Using knowledge about the psycho physiological impact of color on human, you can speed up the visual search, simplify orientation, improve recognition, and enhance the value of objects. Color causes both cultural and psychological associations, transmits the mood, visual metaphors and improves usability of the site. The main spectral and monochromatic colors and their impact on the user of web-site were analyzed in this article. In the context of the practical improvement of modern web-design in Ukraine are suggested: the use of colors with the same level of saturation, the use of bright primary colors and connection of hues with similar levels of brightness. The problem of research is to identify the characteristics of the color by his psychophysiological and semantic properties when creating an interface of web-site.

Keywords: colour, web-site, saturation, value.

Постановка проблеми. Основна проблема дослідження полягає у визначенні характерних особливостей кольору за його психофізіологічними й семантичними властивостями при створенні інтерфейсу web-сайту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні розробки по темі web-дизайну в більшості належать західноєвропейським дослідникам та дослідникам США, так як ця сфера з'явилась і розвивалась там задовго до появи у вітчизняному просторі. Найбільший внесок у сфері дослідження кольору і його впливу на глядача належить Й. Іттену [1]. Одними із найуспішніших дослідників питання web-дизайну є Я. Нільсен, а серед українських дослідників – Д. Бородаєв.

Мета роботи полягає у визначенні й дослідженні характерних особливостей кольору, як одного з основних засобів художньої виразності на web-сайті.

Виклад основного матеріалу. Наш світ наповнений кольорами. Ми буквально всюди стикаємося з ними: різні кольори можуть викликати як наші особисті, так і загальнокультурні асоціації та емоції. Колір викликає як культурні, так і психологічні асоціації, передає настрій, візуальні метафори та поліпшує зручність і простоту використання сайту, тому що кольорове кодування – це істотний спосіб прискорити візуальний пошук і швидко передати інформацію.

Колір – потужний засіб візуальної комунікації, тому варто продумувати як і за якими законами його треба використовувати в дизайн-проектуванні web-сайтів. При створенні web-сайтів дизайнери користуються кольором як засобом художньої ви-

разності, для досягнення найкращої взаємодії з користувачем, з тих причин, що він має унікальні психологічні властивості. Колір може стимулювати до певних дій, а також забезпечувати відповідні естетичні почуття.

Кольори поліпшують розпізнавання об'єктів. Перше, що робить людина, коли розглядає зображення – це пошук групи аналогічних предметів, а колір відмінно допомагає в цьому процесі. Ми розпізнаємо предмети швидше, коли вони забарвлені реальними кольорами фізичного світу. Об'єкт іншого кольору (наприклад, синя полуниця) може викликати внутрішній конфлікт, який глядач повинен сам вирішити. Звісно, можна спеціально використовувати незвичайні кольори, створюючи творчі, грайливі або суперечливі зображення. Але якщо на меті – швидке сприйняття об'єкта, то потрібно використовувати кольори, звичні для глядача.

Кольори можуть посилювати значення предметів та створювати необхідні акценти. Наш мозок змушений сам вишукувати цінний матеріал, а так як людину приваблюють яскраві і контрастні кольори, то глядачі будуть звертати увагу на інформацію, яка виділена серед решти.

Колір, викликаючи як культурні, так і психологічні асоціації, які є символами ідей, концепцій і почуттів, часто використовується у web-дизайні для передачі структури сайту за певним контекстом. Наприклад, синій колір в західних культурах часто асоціюється з силою і оптимізмом, але в іншому контексті, як інтроверт, його можна пов'язати з відчаєм і розчаруванням.

У сфері маркетингу та реклами фірмовий стиль є візуальною сутністю організації. Візуальна ідентичність часто пов'язується з кольором через символіку. Вибраний колір разом з іншими аспектами дизайну допомагає спроектувати цілісний образ організації в навколишньому світі.

Раціональне застосування кольору може поліпшити юзабіліті (зручність користування) сайту [2:120]. Юзабіліті вважається високою, якщо, вперше потрапивши на сайт, відвідувач відразу ж розуміє, як ним користуватися, легко запам'ятовує і орієнтується на сайті, потрапивши сюди вдруге.

Вербальна мова наповнена метафорами кольору, які добре переводяться в візуальну мову. Позеленіння від заздрості або почервоніння від сорому є загальними виразами, які легко зрозуміти з ілюстрації або графіки [3].

Таким чином, теорія кольору надає можливість використовувати кольори за їх символічним значенням, викликаючи у глядача певні емоції і відчуття. У web-дизайні, де зміст сайту, як правило, підпорядковано конкретній меті, це дуже допомагає. Розглянемо декілька прикладів застосування основних і другорядних кольорів в дизайн-проектіванні сайтів.

Червона фарба займає особливе місце серед інших, як носійка життя, тому що речовина, яка жи-

вить організм тваринного світу – кров має червоний колір. Червоними є квіти і плоди багатьох рослин, настої і відвари сушених трав, фруктів і ягід, гілок і листів, хоча в життєдіяльному стані вони були зеленими. Вмираючи, листя дерев червоніє. Тобто червоний – універсальний колір тваринної і рослинної природи й головне джерело асоціацій, пов'язаних із візуальним сприйняттям червоного кольору, є його причетність до всього живого [4].

У дизайнерських рішеннях до червоного варто звернутися, якщо потрібно передати владність або чуттєвість. Сприйняття цього кольору може сильно змінюватися залежно від відтінків: яскраві будуть здаватися більш енергійними, а темні – більш елегантними. Червоний – найгарячіший колір, що активізує, стимулює; він пристрасний, сильний, застережливий. У web-дизайні, як правило, його використовують в мінімальних кількостях, акцентуючи деталі або важливі елементи.

Помаранчевий – дуже динамічний і енергійний колір, самий теплий серед кольорів кольорного кола Іттена [1]. У змішаних формах він може асоціюватися з землею і з осінню. Оскільки помаранчевий часто пов'язується зі зміною сезонів, цей колір може відображати рух і мінливість в цілому. Помаранчевий також асоціюється з апельсином, тому цей колір пов'язують зі здоров'ям і життєвою силою. У web-дизайні такий відтінок привертає увагу, але при цьому не домінує, як червоний. Помаранчевий розцінюється як більш дружній і м'який колір, не такий нав'язливий.

Жовтий колір – найсвітліший з хроматичної гама кольорів кольорного кола. Він втрачає цю якість, як тільки його затемнюють. Жовтий можна назвати більш ущільненим і матеріальним білим кольором [1:86]. Зміст жовтого кольору, як знакової системи, полягає в наступному – жовтий колір супроводжує все живе: зародок яйця, мед, жир, рослинне масло, пилок квітів, деревина, смола, пелюстки квітів багатьох рослин, шкіра людей «білої» й «жовтої» раси. Високо над горизонтом сонячне світло має жовтий колір, жовтим буває полум'я багаття, жовтий колір має золото [4].

У дизайнерських рішеннях жовтий може послужити засобом створення атмосфери щастя і насаги. М'які відтінки зазвичай використовуються як нейтральний колір товарів для малюків та дітей дошкільного віку (частіше за блакитний або рожевий). Світло-жовті тони породжують більш спокійні позитивні емоції, ніж яскраві. Темно-жовтий колір і відтінки з золотим відливом асоціюються зі старовиною і використовуються для створення атмосфери довговічності.

Зелений колір займає особливе й єдине місце в спектрі сонячного світла: він знаходиться між збуджуючими і заспокійливими кольорами, між активними і пасивними. Зліва від зеленого розташовані жовтий, оранжевий і червоний, справа – блакитний, синій і фіолетовий, прямуючи від довгохвильових

до короткохвильових кольорів. Відповідно до чого, зелений можна назвати нейтральним кольором щодо впливу на нервову систему людини [4].

Його широко використовують на сайтах, присвячених здоров'ю, стабільності і природі. Більш світлі відтінки зеленого підходять до чогось енергійного і динамічного, а оливкові відтінки символізують світ природи. Темні відтінки навіюють асоціації з достатком.

Синій колір немов би стислий і зосереджений в собі, він інтровертний, духовний. І якщо червоний підпорядкований крові, то синій – нервам. Він є чимось неосяжним, однак суцям, як прозорість атмосфери. В атмосфері ж знаходимо всі відтінки синього, починаючи з найніжнішої лазурі, і закінчуючи найтемнішим синім нічного неба. Синій направлений і спрямовує наш дух до віри, наводячи на думку про безмежність. Для нас синій являється символом віри, для древніх китайців – символом безсмертя [1:87].

Блакитний і синій часто асоціюють з сумом і печаллю. Також його використовують для символізації незворушного стану і відповідальності. Більш світлі відтінки часто дуже приємні і доброзичливі, темні – ототожнюються з силою і надійністю, але сталий відтінок блакитного, може сильно вплинути на сприйняття web-сайту в цілому. Темні відтінки можуть використовуватися в корпоративних цілях і в дизайні для бізнесу. Більш світлі відтінки асоціюються з соціальними мережами.

Фіолетовий колір тісно переплітається з величчю. Він являє собою комбінацію червоного і синього і трохи запозичує у кожного з них. Він також асоціюється з креативністю та уявою. У web-дизайні темно-фіолетовий колір створює відчуття витонченості і благополучності. Світлі відтінки асоціюють з весною і романтикою.

Білий, чорний і нейтральний сірий кольори у web-дизайні часто служать в ролі тла. Їх комбінують з хроматичними кольорами для акценту. Але їх також можна використовувати окремо від усіх і навіть створювати дуже витончений інтерфейс.

Чорний колір часто вживається як в різкому неоднозначному дизайні, так і в дуже елегантному. Він може бути як консервативним, так і сучасним, традиційним і навпаки, залежно від кольору, що застосовується разом з ним. Зазвичай web-дизайнери використовують чорний для тексту та інших функціональних частин, тому що він нейтральний. Чорний може легко передати почуття витонченості і таємничості.

Білий знаходиться на протилежній стороні спектра від чорного. Але його можна вдало поєднувати з будь-яким іншим кольором. Білий часто асоціюють з непорочністю, охайністю та невинністю. Цей колір асоціюється з нареченими на весільній церемонії. Його також ототожнюють з індустрією нешкідливих продуктів і медициною. У web-дизайні вважають білий нейтральним фоном,

який дозволяє зосередитися на інших кольорах. За допомогою білого можна передати відчуття чистоти і простоти – тому його так часто застосовують у мінімалістичних проєктах. Білий також може відображати як зиму, так і літо, в залежності від інших кольорів, які його оточують [6].

Сірий колір є нейтральним і, як правило, розглядається в ролі прохолодного закінчення кольорного спектру. Він часто може викликати відчуття сум'яття або депресії. Світлі відтінки сірого можна використовувати замість білого, а темними відтінками можна іноді замінювати чорний простір. Сірий колір зазвичай консервативний і формальний, але може бути і сучасним. Цей колір часто використовується в корпоративних web-сайтах, де ключовим фактором є формальність і професіоналізм. Сірий також може бути дуже витонченим. Сіре тло й текст досить часто застосовуються у web-дизайні.

Коричневий звичайно асоціюють із землею, деревом або камінням. Дуже натуральний колір, який теж вважається теплим і нейтральним. Коричневий можна так само пов'язати з надійністю і непохитним характером. Коричневий часто використовується як фоновий колір на web-сайтах. Зазвичай коричневий виступає в ролі дерев'яної або кам'яної текстури. Він допомагає привнести відчуття тепла і моральності в дизайні. Ще його іноді використовують в найтемніших варіантах, як заміну чорному кольору, а також в шрифтах і ролі тла.

Блідо-коричневий або бежевий колір являє собою щось унікальне в кольорному спектрі, він може надавати як холодний, так і теплий відтінок, залежно від оточуючих його кольорів. Це вкрай консервативний колір, зазвичай його використовують в ролі тла, часто його можна зустріти у вигляді текстури паперу. Також, бежевий може іноді символізувати честь. Він вбирає в себе деякі характеристики від кольорів, які його оточують, і доповнює їх власними, що створює враження цілісності дизайну.

Кремовий колір і колір слонової кістки являють собою дуже витончені відтінки з деяким теплом від коричневого кольору і сильним холодним відтінком білого кольору. Ці кольори дуже спокійні і часто можуть викликати деяке відчуття історичності. Колір слонової кістки може викликати відчуття елегантності і незворушності. Якщо його комбінувати з більш грубими відтінками (персиковий або коричневий), то він може нагадати текстуру землі. Його також можна використовувати для підкреслення більш темних кольорів, не вдаючись до застосування білого кольору, що створює більш виражений контраст.

Елементарна зміна відтінку або насиченості кольору може спровокувати абсолютно несподівані емоції. Звернемо особливу увагу на два поняття, таких як «відтінок кольору» і «тон кольору». Під терміном відтінок (характер) кольору Йоганес Іттен, художник, дизайнер і теоретик, мав на увазі його положення всередині кольорового кола чи

сфери. Як чисті, незабруднені кольори, так і їхні суміші з усіма іншими кольорами повертають певний відтінок кольору. Наприклад, зелений колір можна змішати з жовтим, оранжевим, червоним, фіолетовим, синім, білим та чорним, і під час кожної суміші отримати певний, унікальний відтінок. Кожна зміна колористичної реальності завдяки одночасному впливові інших кольорів призводить до утворення певного відтінку кольору.

Якщо хочемо звернутися до степені ясності чи темноти кольору, тоді говоримо про його тон. Тон можна змінити або шляхом додання до даного кольору білого, чорного чи сірого, або змішавши два кольори різної ясності [1:16].

Відтінки, які закладаються в колірну схему проекту, несуть дуже важливе повідомлення всім відвідувачам web-сайту. Якщо використовувати багато чистих окремих кольорів, то можна надати деякий грайливий вид дизайну сайту.

Насиченість – це інтенсивність певного тону, тобто ступінь візуальної відмінності хроматичного кольору від рівного по світлості ахроматичного (сірого) кольору. Під насиченістю розуміємо наближеність кольору до чистого спектрального відтінку. Контрастом насиченості називаємо відношення між чистими, насиченими кольорами та забрудненими, змішаними. Спектральні кольори, отримані шляхом розкладу білого світла, являються найбільш насиченими та яскравими [1:57]. Кольори зі схожим рівнем насиченості створюють ефект деякої згуртованості. Відтінки зі схожим, але не помітним рівнем насиченості можуть трохи дратувати відвідувачів сайту. Комбінування відтінків зі схожими приглушеними рівнями насиченості сприяє створенню більш м'якого дизайну.

Легко помітити, що не тільки відтінок кольорів, але й їхнє кількісне співвідношення, їхня чистота та яскравість також важливі. Однаково насичені відтінки, що відносяться до одного й того ж кольору спектру, можуть відрізнятися один від одного ступенем яскравості. Наприклад, при зменшенні яскравості синій колір поступово наближається до чорного.

При створенні web-сайту зазвичай користуються відтінками з різними рівнями яскравості. Високий контраст зазвичай привертає увагу. З'єднання кольорів зі схожими рівнями яскравості сприяє створенню енергійного і живого фону.

Висновки. У web-дизайні, де зміст сайту, як правило, підпорядковано конкретній меті, досить широко застосовується можливість асоціативного впливу кольорів за їх символічним значенням. Колір привертає увагу, задає настрій і підштовхує відвідувачів до здійснення конкретних дій щодо інформації, представленої на сайті. Колір – область, в якій комп'ютерна графіка має найбільшу перевагу перед звичайною графікою.

Подальший напрямок дослідження передбачає поглиблене вивчення колірних схем та дослідження їх впливу на користувачів у контексті вдосконалення та естетизації сучасного web-дизайну.

Література:

1. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен. М.: Д. Аронов, 2001. – С. 16, 22, 57, 86–87.
2. Калиновский А.И. Юзабилити: как сделать сайт удобным / А.И. Калиновский. – М.: Новое знание, 2005. – С. 120.
3. Никита Шультайс. 10 причин, чтобы использовать цвет. Shultais.ru. [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://shultais.ru/articles/3/>
4. Романенко Н.Г. Курс лекцій з навчальної дисципліни «Колір в просторово-предметному середовищі» / Н.Г. Романенко. ЧДТУ, 20104. – 105с.
5. Shannon Noack. A Look into Color Theory in Web Design. Six Revisions. [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://sixrevisions.com/web_design/a-look-into-color-theory-in-web-design/#more-2483
6. Luis Salazar. Effective Examples of Color in Web Design. InstantShift [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.instantshift.com/2012/11/08/effective-examples-of-color-in-web-design/>