

## **Шарафутдинова В.В.**

### **Восприятие цвета для человека в информационном мире**

Шарафутдинова Виктория Рустамовна/Sharafutdinova Viktoria Rustamovna- студентка направления государственного и муниципального управления уральского филиала Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации.

Аннотация: Данная работа направлена на изучение восприятия цвета для человека в информационном мире.

Abstract: This work is aimed at studying the perception of color for humans in the information world.

Keywords: color, perception, shades, psychology, information Ключевые слова: цвет, восприятие, оттенки, психология, информация.

Начну с того, что цвета и визуальная картинка очень важны для восприятия информации человеком, а значит, это влияет на конечный результат. Это может быть что угодно. Продажа какого-либо товара, новости, образование. Иногда, даже компании топ уровня не задумываются об этом и мало придают значение таким вещам.

Как все таки большинство людей воспринимают цветовую палитру в интернете? Разберемся как в целом цвета влияют на людей с точки зрения психологии.

Рассматривать абсолютно все оттенки нет смысла, поэтому мы рассмотрим основные.

Психология фиолетового цвета: он сложный, прохладный, загадочный, насыщенный и спокойный. Такой цвет может вызвать меланхолию, если его много в интерьере или предметах одежды.

У многих людей фиолетовый ассоциируется с мистикой, чем-то магическим, волшебным. Соответственно, мы можем сделать вывод, что для сайта, связанного с эзотерикой, астрологией, возможно даже с картами таро, этот цвет будет наилучшим вариантом. Он на подсознательном уровне у человека вызывает «нужные нам» эмоции, которые создают определенную атмосферу для восприятия информации. Я бы, даже сказала, помогает и подталкивает к ее восприятию.

Жёлтый — очень тёплый цвет, поэтому чаще всего он вызывает именно положительные эмоции. Несмотря на то что на самом деле само Солнце имеет белый цвет, первое, с чем ассоциируют жёлтый, — с его лучами: яркими, тёплыми, освещающими всё вокруг. Это связано с тем, что солнечный свет преломляется в атмосфере и приобретает оттенок — особенно этот эффект заметен на рассвете и ближе к закату.

Но жёлтый может ассоциироваться не только со светом — на восприятие влияют и цветовые примеси, которые в светлом цвете очень заметны. Так, охристые осенние листья напоминают о зрелости или увядании. А ярко-жёлтые недозревшие фрукты и оперение утят отсылают, наоборот, к молодости.

То есть, другими словами желтый цвет и любые его оттенки, вызывают яркие, положительные эмоции на подсознательном уровне у человека. Он ассоциируется с детством, чем-то теплым, родным. Очень часто желтый цвет используют для окрашивания стен в детском саду, поликлиниках, магазинов игрушек.

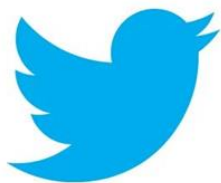
Красный цвет в цветовой психологии красный вызывает самые сильные эмоции из всех цветов. В то время как холодные цвета, такие как зеленый и синий, обычно считаются умиротворяющими, красный цвет считается самым теплым и противоречивым из цветов.

На самом деле, этот огненный оттенок вызывает больше противоположных эмоциональных ассоциаций, чем любой другой цвет: красный связан со страстью и любовью, а также с властью и гневом.

Синий воспринимается как спокойный и сильный цвет. Бескрайнее небо, глубокий океан, прохлада и свежесть — это ассоциации, которые у человека вызывает синий. Влияет на эмоции: успокаивает чувства и снижает тревогу. Иногда его выбирают для интерьеров офисов, поскольку он помогает сконцентрироваться и настроиться на работу. Как можно заметить, синий цвет является базовым для большинства популярных приложений. Это «ВКонтакте», «Twitter», «Facebook» (Запрещены на территории РФ).

Почему синий цвет является самым популярным для приложений-мессенджеров? Например «ВКонтакте», «Twitter», «Facebook» (запрещены на территории РФ). Эти приложения выполнены в синих оттенках и предназначены для общения. Мы проанализировали, почему создатели руководствовались именно этим цветом и как он влияет на людей.

Социальная сеть «ВКонтакте» была основана 10 октября 2006 года, а «Facebook» была основана ранее, в 2004 году. Соответственно, можно предположить, что Павел Дуров скопировал Facebook, так как ранее подобных социальных сетей в России не было. Основатель Facebook – Марк Цукерберг, который является дальтоником и синий цвет он видит лучше всего, именно поэтому, он выбрал его как основной, соответственно, никакой психологии нет в этом решении.



Социальная сеть «ВКонтакте» была основана 10 октября 2006 года, а «Facebook» была основана ранее, в 2004 году. Соответственно, можно предположить, что Павел Дуров скопировал Facebook, так как ранее подобных социальных сетей в России не было.

Основатель Facebook – Марк Цукерберг, который является дальтоником и синий цвет он видит лучше всего синий цвет, именно поэтому, он выбрал его как основной, соответственно, никакой психологии нет в этом решении.

Мы провели особую параллель между популярностью данных социальных сетей и их цветом. По статистике, ежедневно «ВКонтакте» посещают 54.6 млн человек, а также «ВКонтакте» занимает 1-е место по потреблению соцсетей в России. Большинство людей проводят в данной социальной сети за просмотром ленты новостей и видео, соответственно, синий цвет благоприятно располагает пользователей для отдыха и расслабления. Наверное, если бы «ВКонтакте» был выполнен в красном цвете, то возможно приложение не было так популярно среди пользователей, как минимум, красный цвет раздражает психику человека. Можно предположить, что именно синий цвет и является основополагающим фактором успеха. Ведь гениальное в простом. Людей не напрягает синий цвет, а даже располагает и способствует расслаблению.

Использованные источники:

1. <https://skillbox.ru/media/design/> - влияние цветов на людей.

