

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ КОЛЬОРІВ У ПОСТАХ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ЧИТАЧЕМ

В наш час інформаційні технології стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Їх використовують у всіх галузях людської діяльності. У людей з'являється більше потреб і можливостей реалізації за допомогою графічних способів передачі інформації. В цей час графічний дизайн почав стрімко розвиватися, і з ним з'являються багато різновидів візуального спілкування із споживачем. Одними із них і є пости (інформаційні, розважальні, рекламні тощо.)

Головною метою у цьому спілкуванні є сприйняття інформації споживачем. Однією з важливіших складових є колірне сприйняття. Колір це не просто електромагнітне випромінювання, яке розрізняють наші очі, це відчуття, яке виникає в свідомості людини. Він може, як заспокоїти, так і визвати шоківий стан.

З вище сказаного можна зрозуміти, що разом із збільшенням можливостей реалізації передачі інформації, зростає велика конкуренція в світі інформаційного простору. Наразі актуальною є тема впливу кольору на людей, а саме на їх свідомість.

Метою роботи є дослідження особливостей впливу кольору на сприйняття інформації.

Щоб з'ясувати основні напрямки впливу та їхній результат, було проведено дослідження, у якому взяли участь 15 осіб, віком від 18-25 років (13 % чоловічої статі та 87% жіночої статі) з міста Харкова та Харківської

області. Провідним методом було обрано опитування, тому що респонденти знаходилися в різних місцях. Саме завдяки опитуванню була можливість докладно дізнатися думку читачів постів. Опитування проводилося у червні 2023 року. Учасникам було поставлено декілька запитань щодо сприйняття інформації.

За результатами дослідження було виявлено, що важливою складовою в сприйнятті інформації для людей в XXI столітті є візуалізація. Інформація краще сприймається, якщо людина візуалізує прочитане в пості у себе в свідомості. Проте провідним завданням залишалось визначення особливостей сприйняття кольорової гами.

У професора психології університету Рочестера Ендрю Дж. Еліота та професора університету Людвіга Максиміліана Маркуса А. Маєра є дуже цікава стаття щодо сприйняття кольорів. Вони вказують, що значення кольору і кольорові ефекти залежать від контексту. Один і той же колір може мати різне значення у різних контекстах, що викликає різні емоції. Ми приймаємо думку авторів, проте аби інформація сприймалася людиною, все має бути в комплексі, а також правильно підібране, і колір, і контекст.

Докладно описав психологічний контекст кольорів Люшер, визначивши їхнє значення в житті людини. Відомо, що вдалим, впливовим у позитивному значенні є: червоний на білому, жовтий на чорному, зелений на жовтому, білий на синьому, чорний на жовтому, білий на чорному, синій на жовтому тощо. Доказом цьому є пости відомих компаній, де неодмінно присутні зазначені поєднання. Символіка кольорів щодо національної свідомості та її вплив в тій чи іншій культурі розглянута Б. Базимою, а також Берліном Б. та іншими. Гендерні аспекти щодо впливу кольорів досліджували Р.Т. Лакофф, Є.В. Мішенькіна, А. Вежбицька та інші.

Якщо розглянути всесвітньо відому марку Nivea компанії Beiersdorf, їх основним кольором є поєднання синього з білим. Їх використовують на сайтах, виробках, рекламних та інформаційних постах. Синій колір викликає

відчуття спокою, а якщо він викликає відчуття спокою, тоді інформація людиною буде сприйматися легше. Білий колір відображає чистоту, легкість та невинність. Поєднання цих двох кольорів надає приємний вигляд та легкість в сприйнятті інформації. А от логотип американської соціальної мережі Instagram було змінено у 2016 році на більш сучасний градієнт, який включає в себе поєднання жовтого, червоного та фіолетового кольору. Бо старий логотип був менш виразний та не викликав відчуття яскравості та різноманітності контенту, а саме в цьому полягає суть цієї соціальної мережі.

Отже, колір має великий вплив на сприйняття інформації. Особливо це стосується дописів. Потрібно розуміти, що для того, аби споживачем сприймалася інформація, ми маємо правильно підібрати кольори в дописах. Для цього, нам потрібно з'ясувати, які емоції від перегляду хочеться викликати у споживача. А також не забувати про те, що колір має відповідати контексту інформаційного повідомлення, аби в поєднанні вони викликали одну й ту саму емоцію.

Слід враховувати потреби людей, тобто, що саме вони хочуть бачити. Звісно, не можливо догодити всім, але завдяки проведеному дослідженню, можна сказати, що за статистикою люди сприймають все завдяки обкладинці. Вона має бути цікава, яскрава, приваблива і обов'язково не нав'язлива.

Список літератури:

1. Еліот, А. Дж. та Майєр, М. А. (2014). Психологія кольору: вплив сприйняття кольору психологічне функціонування людини. Енн. Преподобний Психол. 65, 95-120. doi: 10.1146/annurev-psych-010213-115035
2. Нелюбов М. В. Психологія кольору, значення кольору [Електронний ресурс] / М. В. Нелюбов – Режим доступу до ресурсу: <http://www.yugzone.ru/psy/colors.htm>.

3. Прищепко С.В. Кольорознавство: навчальний посібник. К.: ДАККіМ, 2009. 358с.

Сердюк А. Є., Штученко І. Є.

Харків, Україна

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

КОУЧИНГОВА ГРА ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

Коучинг є одним із видів інноваційної освітньої практики. У цій практиці коуч відіграє роль фасилітатора, проводячи людину через процес отримання суб'єктивного та об'єктивного нового досвіду. Завдання коучингу – організувати продуктивний діалог, стимулювати самостійно усвідомлення та переосмислення власного накопиченого досвіду, генерувати новий досвід, реалізувати прийняті рішення в житті та професійній діяльності. Коуч допомагає особистості самостійно конкретизувати, уточнити та сформулювати свої життєві, кар'єрні, бізнес цілі та завдання, зосередитися на завданнях розвитку, шукати внутрішні та зовнішні ресурси.

Молоді спеціалісти мають переконатися, що їх інтелектуальний і творчий потенціал буде затребуваний під час навчання у ВНЗ. Вони повинні розвивати не лише професійні знання та вміння, а й бажання самореалізації. У зв'язку з цим у системі вищої освіти необхідно акцентувати увагу на культивуванні підготовки студентів як особистості до самостійної професійної діяльності та формуванні внутрішньої підготовки до свідомої