

ИНФОРМАТИКА

УДК 004.921

DOI: 10.52754/16947452_2022_4_252

**КОМПЬЮТЕРДИК ГРАФИКАЛЫК ДИЗАЙНДА ТҮС
ПСИХОЛОГИЯСЫ***Жолдошов Толкунбек Мамытович, т.и.к., доцент,
jtolkun_kg@mail.ru**Курманбек кызы. Гулина, магистрант,
Ош мамлекеттик университети,
Ош, Кыргызстан*

Аннотация. Макалада компьютердик графикалык дизайнда жана веб-дизайнда түстүн адамдардын психикасына кандай таасир этээри, түстү кантип туура тандоо керек экендиги баяндалган. Түс теориясынын тарыхына токтолуп, түс теориясы жөнүндө жана түстүү дөңгөлөк жөнүндө маалыматтар жазылган. Графикалык дизайнда түстөрдүн адамдардын психологиясына ар түрдүү маанай жаратаарын далилдөө үчүн бир нече түскө анализ жасалган. Маркетингде графикалык дизайнерлердин орду жөнүндө сөз козголгон. Ошондой эле, графикалык дизайнерлерге туура түс тандоо үчүн бир нече кеңештер дагы берилген. Ошондой эле, дизайнер түстөрдү туура тандоо менен кандай ийгиликке жете аларын дагы маалымдаган.

Ачкыч сөздөр: графикалык дизайн, веб-дизайн, түс, түстөр теориясы, түстүү дөңгөлөк, түс психологиясы, дизайнер.

**ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА В КОМПЬЮТЕРНОМ ГРАФИЧЕСКОМ
ДИЗАЙНЕ***Жолдошов Толкунбек Мамытович, к.т.н., доцент,
jtolkun_kg@mail.ru**Курманбек кызы Гулина, магистрант,
Ошский государственный университет,
Ош, Кыргызстан*

Аннотация. В статье рассказывается, как компьютерной графической дизайн и веб-дизайн влияют на психику людей, и как правильно подобрать цвет. Приведено информации о появления история теории цвета, а также сведения о теории цвета и цветовом круге. В графическом дизайне было проанализировано несколько цветов, чтобы доказать, что цвета создают различное настроение в психологии людей. Обсуждается роль графических дизайнеров в маркетинге. Приведено несколько советов для графических дизайнеров по выбору правильного цвета. Также сказано, что дизайнер можно добиться хороших результатов, подобрав правильные цвета.

Ключевые слова: графический дизайн, веб-дизайн, цвет, теория цвета, цветовой круг, психология цвета, дизайнер.

THE PSYCHOLOGY OF COLOR IN COMPUTER GRAPHIC DESIGN*Zholdoshov Tolkunbek,
candidate of technical sciences, associate professor**jtolkun_kg@mail.ru
Kurmanbek kyzy Gulina, master student
Osh State University,
Osh, Kyrgyzstan*

***Abstract.** The article describes how computer graphics and web design affect the psyche of people, and how to choose the right color. The history of color theory is described, as well as information about color theory and the color wheel. In graphic design, several colors have been analyzed to prove that colors create different moods in people's psychology. The role of graphic designers in marketing is discussed. There are also some tips for graphic designers to choose the right color. The designer also told how to choose the right colors.*

***Key words:** graphic design, web design, color, color theory, color wheel, color psychology, designer.*

Киришүү. Баарыбызга белгилиүү болгондой эле азыркы күндө дүйнө жүзүндө бизнес чөйрөсү болобу, мамлекеттик мекемелер болобу баардыгы өзгөчөлөнгөн креативдүү дизайнга суроо-талабы чоң болуп келүүдө. Андыктан, дүйнө дизайнерлерге, жана графикалык дизайнерлерге муктаж болуп турат. Графикалык дизайнердин милдети биринчи кезекте туура түстүү чечимдерди тандоо болуп саналат. Графикалык дизайндагы түстөрдүн туура айкалышы адамдын маалыматты кабыл алуусуна түздөн-түз таасирин тийгизери илимий жана практикалык жактан тастыкталган. Кээ бир айкалыштар позитивдүү эмоцияларды жана жактырууларды жаратса, кээ бирлери тескерисинче көңүл иренжитип, кызыкчылыкты жоготушу мүмкүн [1]. Ошондой эле, ыкмалар маркетингде дагы колдонулат, анткени эң ийгиликтүү комбинацияларды аныктоо үчүн графикалык дизайнер маркетингдун милдетин дагы аткарышы керек.

Изилдөөнүн каражаттары жана ыкмалары. Адамдардын реакциясын туудурган веб-сайттардын жана башка веб-тиркемелердин дизайнында бир нече негизги түстөр бар. Бул психологиялык кабылдоо менен шартталган. Мисал катары алсак, дайыма экологиялык тазалыкты, жаратылышка жакындыкты жана бекем ден-соолукту билдирген жашыл түс болуп саналат. Андыктан экологиялык продуктуларды жана товарларды өндүрүүчүлөр, кээ бир фитнес залдары, арыктоо курстары, вегетариандык жамааттар ж.б. ушул сыяктуу мекемелер тарабынан көп колдонулат. Түс психологиясын изилдөөдө биз түстөр теориясын жана түстүү дөңгөлөк жөнүндө билип алышыбыз абдан маанилүү.

Түс теориясы деген эмне? Көпчүлүк адамдар билүүчү кызыктуу бир факт - сүрөтчүлөр түстөр теориясын жүздөгөн жылдар бою колдонуп келишкен. Түс теориясынын алгачкы заманбап чечмелөөлөрүнүн бири болжол менен бир кылым мурун Альберт Манселл тарабынан жазылган [2-3]. Манселл түстүү касиеттерди сүрөттөө үчүн үч компоненттүү моделди ойлоп тапкан, анда түс үч түшүнүктүн жардамы менен аныкталат – **мааниси**(баалуулугу), **өңү** жана **каныккандыгы** (жарыктыгы). Акыркы бир

нече он жылдыкта түс теориясын колдонуу интернет -маркетингге да келди. Веб-дизайнерлер санариптик контекстте адамдын мээси түстөрдү кантип кабыл аларын түшүнүүнү сүрөттөө үчүн көп иштерди жасашты. Түс теориясы - ар бир түс адамдын психикасына өзүнүн таасирин тийгизерин, дизайнга туура түстөрдү кантип тандоо керек жана "түстүү дөңгөлөк" деген эмне – экендигин Калифорния университетинин бүтүрүүчүсү Ник Роджас (Nick Rojas) өзүнүн макаласында жазып кеткен [4]. Түс теориясында белгилүү бир түстөрдүн адамдарда кандайдыр бир сезимдерди, эмоцияларды же жүрүм - турумду пайда кылуу жөндөмү бар экени аныктаган.

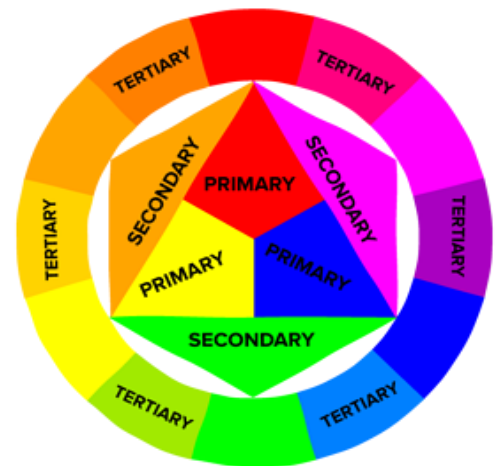
Түстүү дөңгөлөк деген эмне? Түстөр - негизги, экинчи, үчүнчү- деп үчкө бөлүнөт. (1-сүрөт)

1) Үч гана негизги түстөр бар: сары, көк, кызыл. Аларды эч кандай түстөрдү бириктирип түзүү мүмкүн эмес.

2) Экинчи түстөр. Алар 3 негизги түстөрдүн каалаганын 2ден айкалыштыруу менен пайда болот. 3 гана экинчи түстөр бар: кызгылт сары, кызгылт көк жана жашыл. Алар төмөнкүдөй айкалыштан жаратылган:

- жашыл = сары + көк;
- кызгылт көк = көк + кызыл;
- кызгылт сары = кызыл + сары;

3) Үчүнчү түстөр. Алар түс дөңгөлөгүндө анын жанындагы экинчи түс менен негизги түстү айкалыштыруу аркылуу жаратылган. Үчүнчү түстөр болсо 6 түстөн турат



1-сүрөт. Түстүү дөңгөлөк.

Жыйынтыктар жана талкуулар. Ак жарык шооланы призмадан өткөрүү менен спектрден уникалдуу, кооз түстөрү көрө алабыз (2-сүрөт). Бирок ошол түстөр бир эле учурда алардын ар бири адамдын маанайына жана эмоцияларына өз алдынча таасир этет. Эми бир нече түстөргө анализ жасап көрөлү [5].



2-сүрөт. Ак жарыкты призмадан өткөрүү.

Ак – түс, тазалыктын, жөнөкөйлүктүн жана сергектиктин символу. Бул нейтралдуу түс жана көп учурда башка түстөрдү бөлүп көрсөтүү үчүн фон катары колдонулат. Мындан тышкары, ак түс саламаттыкты сактоодо, технологияда жана кымбат бренддерде популярдуу. Акыркы убакта интерфейстерди иштеп чыгуучулардын арасында барган сайын популярдуу болуп калды. Мисалга ала турган болсок бренд фирмалар ак түстөгү монитор, клавиатура, макбууктар көп чыгара башташты. Мунун себеби түстүн түзүлүшүндө. Ак жарык шооласы жаратылыштагы башка бардык түстөрдү камтыйт. Аны призмадан өткөрүү менен көрдүк (2-сүрөт). Демек, ал уникалдуу жана өзгөчө нерсенин башталышын, төрөлүшүн, ошондой эле абсолюттук тазалыкты билдирет. Дүйнө жүзүндөгү элдер ак түскө өзгөчө ишенимдүү басым жасайт. Дүйнөлүк статистика боюнча дагы алып карасак ак түстөгү автомобилдерге суроо-талап көп болуп, эң көп сатылаары дагы мисал болуп бере алат.

Жашыл - абдан жөнөкөй түс. Жогоруда айтылгандай, жашыл өсүү, ден-соолук жана жаратылыш менен байланыштуу. Жашыл логотиптин дизайны, адатта, компания экологиялык жактан таза экенин, анын азыктары жаңы жана органикалык экенин көрсөтөт. Кээде акчаны дагы символдоштурат жана ошондой эле финансылык компаниялар менен банктар үчүн логотип дизайнында колдонулат. Жашыл түс ислам мамлекеттеринде өзгөчө мааниге ээ. Кыргыз элибизде дагы жаздын келиши жашоонун башталышы катары жашыл түскө маани берилет. Жашыл түстү веб-сайтка колдонсоңуз, эгерде сиз кардарыңызга ишенүү сезимин жараткыңыз келсе, эң сонун тандоо болот.

Кызыл – кумарды, күчтү, жаштыкты, энергияны жана ишенимди билдирет. Тамак-аш компаниялары да бул түстү колдонушат. Көрсө, кызыл түс табитти ачуу, ачкалыкты ойготуу ролун аткарып, өзүнө тартат. Ал эми сары ылдамдыкты жана шашылыштыкты жаратат. Буга классикалык мисал болуп McDonald's, KFC, Stardog!S (3-сүрөт), ж.б.у.с. брендтерди караса болот. Бирок көбүнчө бул түс колдонуучулар көңүл бурушу керек болгон жагдайлар бар. Кызыл түс агрессивдүү жана кандын түсү болуп эсептелет. Мисалы Индия өлкөсүндө сүйүүнүн, тазалыктын символу болсо, Африка өлкөлөрүндө агрессиянын, өлүмдүн символу катары кабылдашат.



3-сүрөт. Кызыл түстөгү тез тамактануусу жайлардын логотиптери.

Сары - дайыма ак, кара же башка түстөрдөн тышкары, кошумча түс катары колдонулат. Сары бакыт менен кубанычтын түсү. Сары аудиторияңыздын көңүлүн буруу үчүн жана аларды иш-аракет кылууга үндөө үчүн колдонулушу мүмкүн. Сары логотиптер көбүнчө тамак-аш жана унаа өнөр жайында колдонулат. Психологияда сары шашылууну, энергияны билдирет. Бул спорттук кийимдерди чыгарган компаниялардын веб-сайттарын долбоорлоодо дагы көп колдонулат. Ошондой эле, кээ бир жаңылык сайттары аны кыя өтүшпөй, негизги бөлүмдөрдү сары түстөгү көлөкө менен бөлүп көрсөтүүдө. Сары - коюу түс. Ал агрессивдүү эмес, бирок абдан байкалат.

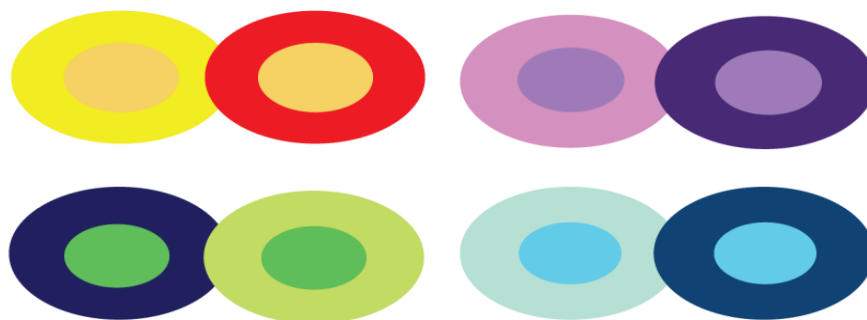
Кара түс - ишенимди жана туруктуулукту билдирген, классикалык, татаал, олуттуу жана люкс түс болуп эсептелет. Татыктуу жана көрктүүлүктү баалаган аудиторияга багытталган бренддер көбүнчө кара логотипти тандашат. Кара көбүнчө фон катары же монохромдуу логотиптерде колдонулат (4-сүрөт). Сайттарда көбүнчө логистикалык компаниялар, юридикалык фирмалар, юристтер колдонушат. Ошондой эле, кара түс менен графикалык дизайнда көптөгөн модалуу түстөрдүн айкалышы бар: кара менен сары, кара менен ак, кара менен кызгылт сары. Кара түстү колдонууда дагы этият болуш шарт, себеби кара түс дүйнө элдеринин көпчүлүгүндө аза күтүү түс болуп саналат.



4-сүрөт. Кара түстө жасалган логотиптер.

Графикалык дизайнда түстү тандоодо сизге кеңеш. Веб-сайтка же графикалык дизайнга татаал түс схемасын тандоодон мурун бир нече кеңештерди аткарыңыз [6-7]:

1. Атаандаштарыңызды изилдеп, жалпы концепциядан тайбаганга аракет кылыңыз;
2. Дизайнда 3төн ашык эмес түстөрдү колдонуңуз;
3. Колдонуучунун же коноктун эсинде сакталууга тийиш болгон блокторду жана элементтерди бөлүп көрсөтүүнү унутпаңыз (алар көзгө визуалдык түрдө тартылат);
4. Түстөр менен көп көнүгүүлөрдү аткарыңыз (көпчүлүк түс схемалары тондор колдонулгандыктан жакшыраак көрүнөт. Мисалы, моха түсү күрөңгө караганда жагымдуураак көрүнөт, ал эми ачык көк түс көккө караганда жагымдуураак).
5. Түстөр менен иштөөдө эң негизгиси – интуицияңызды угуп, өзүңүздү колдонуучунун ордуна коюуп көрүңүз. Бир нерсе дайыма эсиңизде болсун, сизге жаккан түс башкаларга жагаар-жакпасын эске алыңыз.
6. 60-30-10 эрежесин колдонуңуз: дизайндын 60%үчүн негизги түс, 30%үчүн экинчи түс жана 10%үчүн басым түсү.
7. Бир нече дизайнды түзүп, кайсынысы өзгөчө экенин көрүңүз. Андан кийин бир нече күн күтө туруңуз жана каалоолоруңуз өзгөргөнүн кайра текшерипиз.
8. Түс контексти жана түстөрдүн кантип карама-каршы пайда болорун карап көрүңүз. Төмөндөгү сүрөткө көңүл бөлүңүз (5-сүрөт). Ар бир форманын ортосу бирдей өлчөмдө, бирдей формада жана бирдей түстө. Фондун түсү ар түрдүү. Бирок кээ бир чөйрөлөр артындагы фондун түсүнө жараша жумшак, жарык болуп көрүнөт.



5-сүрөт.

Корутунду. Жогорудагы изилдөөлөрдүн жыйынтыгында веб-сайтыңыздын дизайнын иштеп чыгууда түстөр теориясынын негизги эрежелерин колдонуу сиздин конокторуңузга анын жагымдуулугун жогорулатууга жардам берет. Түстү башкаруунун компетенттүү стратегиясын колдонуп, ийгиликтен ийгиликсиздикке чейин бир нече секунд талап кылынган аймакта, сиз коноктун көңүлүн буруп алууга кыйла мүмкүнчүлү ала аласыз. Түс схемалары - бул веб-сайтыңыздын конокторунун көз алдында жагымдуулугуна таасир этүүчү эң сонун жолдордун бири. Түс теориясын колдонуп, адамдардын психологиясына жакшы маанай тартуулай турган түстөрдү тандоо менен веб-дизайнда дагы графикалык дизайн дагы сиз өзүңүз каалаган натыйжага жете аласыз.

Адабияттар

1. Кидд, Ч.А. Go! Самая простая книга по графическому дизайну / Ч.А. Кидд. - М.: Питер, 2014.
2. Берман Д. Do Good Design: как дизайнеры могут изменить мир / Д. Берман. — М.: Символ, 2015. — 200 с.
3. <https://natural-colours.livejournal.com/26840.html>.
4. <https://habr.com/ru/company/redhelper/blog/298508/>
5. Адамс Ш. Словарь цвета для дизайнеров / Ш. Адамс. — М.: КоЛибри, 2018.
6. Аллен Motion 3. Дизайн и анимация графики в Final Cut Studio 2 (+ DVD-ROM) / Аллен, Дамиан. - М.: ЭКОМ Паблицерз, 2018.
7. Филь, Ш. Графический дизайн в XXI веке / Ш. Филь. - М.: АСТ, 2015.