

ТҮСТІҢ АДАМ ПСИХИКАСЫ МЕН ФИЗИОЛОГИЯСЫНА ӘСЕРІ

Қалыбек Айман

ajmankalybek@gmail.comЛ.Н. Гумилев ат.ЕҰУнің «Дизайн және ИГ» кафедрасының
студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Ғылыми жетекшісі – Бегімбай К.М.

Түс адамдардың психикасы мен эмоцияларына күшті ықпал ететін қасиетке ие. Мида күрделі процесс жүреді, ол көздің түсті қабылдауынан басталады және ол нәтижесінде көңіл-күйдің және эмоцияның ауытқуын тудырады. Көптеген зерттеулер түс көбінесе шешім қабылдауда шешуші рөл атқаратындығын дәлелдейді. Мысалы, С.Сингхтің зерттеу нәтижелері көрсеткендей, сатып алушы алғашқы 90 секундта өнім туралы пікір қалыптастырады, бұл өзара әрекеттесудің 62-90%-ы тек түспен анықталады [1].

Біздің ізденіс жұмысымызда веб-дизайндағы түстің рөлінің қаншалықты маңызды екендігі қарастырылған. Таңдалған түс схемалары сайтта қолданылатын графикаға, фонға, тақырыптарға, шекараларға, түймелерге, қалқымалы терезелерге бағыт береді. Сонымен қатар, Call-To-Action батырмасының сыртқы түрін таңдауды атап өткен жөн, ол іс-әрекетті көбінесе сайттың фонында ерекшеленетін түске байланысты жасауға түрткі болады. Веб-дизайнда кез-келген кескінді таңдалған түстің эмоционалды атрибуттарымен толықтыруға мүмкіндік беретін түрлі-түсті қабаттасу түріндегі сүзгілерді, яғни түрлі-түсті «линзалар» қолданатын фотосуреттер жиі кездеседі [2].

Көрнекі шешім және түстерді таңдау тек эстетикалық мақсатпен шектеліп қалдауы керек. Қазіргі жағдайда сайтқа жақсы көріну жеткіліксіз, оның визуалды шешімі бизнестің мақсаттарына ықпал етуі керек, яғни клиенттерді белгілі бір іс-әрекетке итермелеуі керек. Бұл үшін веб-дизайнерлер мен маркетингтер әртүрлі тәсілдер мен құралдарды қолданады. Алдымен, бүгінгі таңда сайттың түс схемасын таңдау туралы мәселе неге өзекті екенін қарастырайық. Соңғы уақытта жарқын, қанық түстер неғұрлым «танымал» болуда. Бұл үрдіс бизнестің әртүрлі салаларына, соның ішінде дәстүрлі түсті шешімдер қалыптасқан жаңалықтар сайттарына, өнеркәсіптік компаниялардың сайттарына қолданылады.

Мұндай өзгеріске екі маңызды фактор ықпал етеді: басқа бәсекелестермен салыстырғанда едәуір тартымды болуға ұмтылу мен дисплейлердің түстерді анық көрсету деңгейлерінің неғұрлым жоғары болуы арқасында жазық дизайнның танымалдылығының артуы. Жаңа технологиялар қолданылатын түстер санында мүмкіндіктерді едәуір кеңейтті, сонымен қатар адамдардың түс қабылдауына тереңірек және нақты талдау жүргізуге мүмкіндік берді. Жазық және материалдық дизайн ашық түстерді қолдануға бейім болып келеді [3].

Ең қолайлы түс схемасын таңдау үшін дизайнерлер түс психологиясын басшылыққа алады, ол түстің эмоционалды, семантикалық компонентін, түрлі түстер арасындағы қатынасты көрсететін түс шеңберінің негізінде ашады. Сондай-ақ, қолданыстағы трендтер, белгілі бір қызмет саласы үшін белгіленген түс схемалары ескеріледі. Шешуші сәт – қойылған мақсат, бизнестің және оның аудиториясының ерекшелігі [4].

Әр түрлі түстер қалай «жұмыс істейді»

Кейбір түстердің қалай «жұмыс істейтінін», олар қандай жағдайларға сәйкес келетінін, пайдалану кезінде қандай шектеулер бар екенін егжей-тегжейлі қарастырамыз.

Көк түс– бұл түс веб-дизайнда жиі қолданылатын эмоцияларға байланысты қолданылады. Көк түс сенімділікті, тәртіпті білдіреді, тыныштық пен тыныштық сезімін тудырады. Facebook және PayPal сияқты ашықтық пен сенім маңызды болып табылатын ірі компаниялардың осы түсті қолдануын байқауға болады. Алайда, бұл түстің шегі бар – оны тамақтану саласы үшін қолдануға болмайды, өйткені табиғатта бұл түстің аз өнімдері бар, кейде көк улармен байланысты.

Қызыл түс– бұл түс қауіп, құмарлық, от, сұлулық, бақыт, ашу-ызамен байланысты. Қызыл түс қатты сезім тудырады, сондықтан біз оның БАҚ сайттарын жобалауда жиі қолданылатындығын байқаймыз. Бұл түстің көптеген реңктері бар, бірақ белгілі бір сезімдер мен көңіл-күйлерді белгілі бір реңкпен байланыстыру қиын. Қызыл ең жарқын түстердің бірі, бақыттың символы болуы мүмкін, бірақ сонымен бірге ең агрессивті түс. Осы қарама-қайшылықты ассоциациялардың арасындағы сызықты табудың қиындығы кейде дизайнерлерді осы түсті қолданудан бас тартуға мәжбүр етеді.

Сары түс– бұл түс үшін қарама-қайшы болып табылатын бірлестіктерді де ажыратуға болады. Бір жағынан, сары – ескерту, назар аудару түсі. Біз қоршаған ортада әртүрлі сары ескерту белгілерін байқайтынымыз бекер емес. Сондықтан, шамадан тыс алаңдаушылық туғызбау үшін бұл түсті көп мөлшерде қолдануға болмайды. Екінші жағынан, сары қуанышпен, бақытпен байланысты. Мұны сары түс біздің миымызға белгілі бір әсер ететіндігімен түсіндіруге болады, нәтижесінде эмоциялар мен реакциялар күшейеді, кейде біз бұл сезімдерді қуаныш ретінде қабылдай аламыз. Сондай-ақ, түстерді қабылдау біздің алдыңғы тәжірибемізбен байланысты, сондықтан сары түс біздің жадымыздағы бірлестіктерге байланысты қуаныш сезімін тудыруы мүмкін (мысалы, кейбір адамдар күнді көргенде көңілі көтеріледі).

Жасыл түс– табиғаттың түсі, сондықтан ол экологиялық, табиғи өнімдерге арналған сайттарды безендіруге өте ыңғайлы. Сондай-ақ, жасыл іс-әрекетке шақыруда маңызды рөл атқара алады, әсіресе егер ол сайттың жалпы фонында ерекшеленсе.

Қызғылт сары түс– бұл түс импульсивтілікке, энергияға, белсенділікке, бәсекелестікке, көңілділікке байланысты қасиетке ие. Көбінесе бұл спорт командаларының, балалар тауарларының визуалды бейнелерінде кездеседі. Қызғылт сары түсті Amazon сияқты компаниялар хабарламалар үшін пайдаланылады. Олардың маңыздылығы мен уақыт шектеулеріне байланысты назар аудару керек. Алайда, бұл түспен абай болу керек, өйткені кейбір жағдайларда ол арзан болып көрінеді.

Қара түс– сол түс, керісінше, сәнді брендтермен байланысты, талғампаздықты, күшті, сәнділікті білдіреді. Оның басқа түстермен үйлесуі мистицизмді қосуы мүмкін. Бірақ сіз кейбір өнім санаттары үшін қара түстің көптігі қиындық тудыруы мүмкін екенін түсінуіңіз керек.

Ақ түс– сайтта ақ түстің көп қолданылуы кеңдік, еркіндік сезімін тудыруы мүмкін. Ақ кеңістікті пайдалану дизайнның маңызды элементі болып табылады және танымал жалпақ және материалдық дизайнда белсенді қолданылады.

Әрекетке шақыру үшін түстерді таңдағанда, қызыл, сары, жасыл, қызғылт сары сияқты ашық (бастапқы және екінші) түстерге назар аударған дұрыс, өйткені олар қара түстерге қарағанда жоғары конверсиямен сипатталады.

Тұтынушылар аудиториясына байланысты түс схемасының ерекшеліктері. Жоғарыда айтылғандай, түс таңдау көбінесе аудиторияға байланысты. Бірінші кезекте аудиторияны гендерлік белгісі бойынша бөлу туралы сөз қозғаймыз. «Әйелдердің көпшілігі қызғылт түсті жақсы көреді» – деген стереотип бар. Шын мәнінде, түс психологиясы тұрғысынан қызғылт түс нәзіктікпен байланысты болса да, ол әйелдердің аз бөлігі үшін сүйікті болып табылады. Ұнатпайтын түстердің ішінде қызғылт, қоңыр және сұр түстер жиі кездеседі. Әйелдер аудиториясына бағытталған веб-сайттың тартымдылығын жақсарту үшін көк, күлгін және жасыл түстерді пайдалану ұсынылады. Өйткені оларды адамдар арасында таңдау кезінде әйелдер де атап өткен.

Ер адамдар күлгін, қызғылт сары және қоңыр түстерді ұнатпайды. Сондықтан оларды ерлер аудиториясына бағытталған веб-сайтты жобалауда қолданудан аулақ болу абзал. Оның орнына дәстүрлі түрде «еркектікпен» байланысты көк, жасыл және қара түстерді қолданған жөн болады.

Түс схемасын таңдағанда, аудиторияны жынысына қарай бөлуден басқа, сатып алушыларды мінез-құлық үлгісі бойынша бөлуге болады. Мысалы, қызғылт сары, қара және

көк түстер импульсивті сатып алуға бейім клиенттерді тартатыны арнайы бақылаулар нәтижесінде байқалған [5].

Шектеулер – қолданыстағы теориялар, түстерді таңдау тәсілдері, зерттеу нәтижелері немесе танымал дизайнерлердің ұсыныстары әмбебап шешім бермейді. Белгілі бір шешімдерді қолданудың сәттілігі көбінесе сайттың ерекшелігіне және оның мақсатты аудиториясына байланысты деп нақты тұжырымдауға да болмайды. Жалпылама қатып қалған ережелер жоқ және олар әрдайым жұмыс істейді деп айту жаңсақ пікір. Қмірдегі кездесетін кейбір жағдайларда басқа да шешімдер болуы мүмкін.

Адамдардың этникалық ерекшеліктеріне қарай түстерді таңдауында да әр этностың өз мәдениетіне қарай қалыптасқан дағдылары бар екендігін де ескерген жөн. Мәдениетке және құндылықтарға байланысты бірдей түстерді әртүрлі қабылдауды байқауға болады. Сондықтан басқа мәдениет иелеріне қандай түстік шешімдер ұнайтынын білу үшін қажетті зерттеу жұмыстарын өткізген дұрыс.

Сондай-ақ, веб-сайттағы түстерді қабылдауда құрал ретінде қолданылатын техникалық құрылғылардың сапасына да мән берген жөн. Экрандағы түстерді адамның қабылдауының ерекшеліктері де осы күнде зерттеу нысаны ретінде қарастырылыа келе жатқан сала болып табылады.

Адам тіршілік ететін ортада түстердің саналуан түрлерін көреді және оларды өзінің санасында саралап, өзіндік бағасын береді. Түс адамға психологиялық жағынан әсер етеді. Түстердің дұрыс қабылдауға қабілеті бар адам он мың түстердің реңктерін байқап ажырата алады екен. Ағылшынның физик ғалымы Исаак Ньютон жаратылыстану ғылымына түстердің жіктелу негізін – спектрді енгізді.

Түстердің адамдардың көңіл-күйіне, эмоциясына қалай әсер ететінін анықтаумен біршама зерттеушілер айналысқан. Сондықтан да түске қатысты түрлі ғылым салаларының мамандары зерттеп-зерделеумен осы күндері де жалғастыруда. Дегенмен, түстердің әр қырын (аспектілерін) зерттегенде мамандар тарапынан адамзаттың қоршаған ортадағы заттар мен құбылысты атауда қолданатын, тереңде жатқан тарихи-мәдени тәжірибесі толығымен ескерілмейді.

Әлемнің түр-түс бейнесі отандық біршама зерттеуші ғалымдардың түрлі зерттеу аспектілерінен көрініс алған, десе де зерттеуді қажет ететін тұстары бары анық. Ньютон жеті түр спектрін былай айқындайды: қызыл, қызғылсары, сары, жасыл, көгілдір, көк және күлгін. Сонымен қатар қызыл мен көк түс қосындысы сия көк түсте айқындалады.

Айналадағы түскен жарық арқылы көре алуды бейнелеу іс-әрекетінде жарық пен көлеңке деп айтады. Бұйым өңімен көптеген түстердің үйлесуі үшін олардың өздерінің заңын білу керек. Осы барлық түр-түстерді екі топқа бөлуге болады: хроматикалық – түсті және ахроматикалық – түссіз.

Хроматикалық түске ашық түстер жатады: негізгі-қызыл, сары, көк және аралық түстер-жасыл, сия түсті, алқызыл. Аралық немесе қосымша түстер араласы екі негізден алынады: алқызыл-қызыл мен сарыдан, жасыл мен сары мен көктен, сия түсті-қызыл мен көктен.

Ахроматикалық түстер – ашық немесе аққа жақын түстерді ғана емес, сонымен бірге аралық түстерді де пайдалануға болады. Гармониялық үндестік көбінесе түстердің үйлесімділігінен туады. Кесте түрі бірдей болғаннан гөрі, түсі әртүрлі болса әдемі және тартымды келеді. Матаға түстер ритмикалық қайталанып отырады.

Ұзақ ауыр созылмалы ауруларды емдеуде түс маңызды роль атқарған. Тіпті көне Египеттің Гелиополис храмында түстің күші сауығу үшін пайдаланылған. Бұл храмдар Күн бойынша бағдарланған, күн сәулесі ішке ене отырып, кемпірқосақ спектрінің жеті түсіне ыдыраған. Ал сырқаттанғандар өздеріне көмегі тиетін түстермен «шомылған».

Жалпы түс туралы теория жеке ғылым саласы ретінде XVII ғасырда пайда болып, қалыптасты деген пікір бар. Психологиялық тұрғыдан алғанда әртүрлі түстер әр адамның ішкі тепе-теңдігі мен жағдайына кез келген сәтте әсер етеді: белсенділігі, релаксация, эмоционалдық тұрақтылық және т.т.. Яғни түстің бұндай қасиетін алдын ала жоспарлап,

қажетті кезде онтайлы қолдануға болтандығын тәжірибе жүзінде дәлелдеген медицинаның хормотерпиясы дәлел бола алады.

Соңғы жылдардағы ғылыми зерттеулер көрсеткендей түстер физикалық тұрғыда адамдардың барлығына біркелкі әсер етеді. Түс – бұл түрлі қарқындылықтың боялған жарық ағымы, ал жарық – бұл күш, қуат. Ғалымдардың пайымдауынша, белгілі бір түстердің әрекетінен адамдардың ағзасында физиологиялық өзгерістер болады. Түстер адамдарды үміттендіруі, қоздыруы, жабырқатуы, тыныштандыруы, тәбетін бәсеңдетуі және ашуы мүмкін. Бұл құбылыс «хромодинамика» деп аталады.

Күнделікті өмірде біз аса мән бере бермейтін «түстердің» адам психологиясына айтарлықтай ықпалы бар екендігін бүгінде дүниежүзілік ғалымдар дәлелдеп келеді. Кез келген адамның таңдаған түсі айналадағыларға ол туралы көп мәлімет беріп тұрады. Мәселен, жасының, мәдениет деңгейінің, білімін, ерекшеліктерін, мінезін адам жиі қолданатын түске қарап-ақ байқауға болады. Төменде ұсынылған түстер психологиясын таныса отырып, жақындарымыз туралы мәлімет алуға немесе айналамыздағы адамдардың бізге деген оң пікірін тудыра отырып, өз стильімізді, бедел-бейнемізді қалыптастыруға мүмкіндігіміз бар.

Көк түс – жан тыныштығын, молшылықты, татулықты білдіреді. Ол адамдар мен қоғамды байланыстыратын негізгі дәнекер іспетті, бірлік, көпшілдік сезімнің, сенімнің түсі. Сондай-ақ, көк түсті ұнататындар өкпелегіш, сары уайымға салынғыш болып келеді. Көк түсті таңдағандар – тыныш ортаны, мазасыздық пен сотқарлықтан, келіспеушіліктен алыс болуды қалайтындар. Олар бір-біріне деген сенімді қалайды және өзгелердің де оларға сенуіне әбден болады.

Сары түс – жеңілдік пен қуанышты, сабырсыздықты, нұр сәулені білдіреді. Қуаныштың күн шапағатының нышаны. Сары түс адамды болашаққа бағыттайды, жаңалыққа талпындырады, заман-ауилыққа, дамушылыққа құштар етеді. Бұл түсті таңдаған кез келген адам қиындықты тезірек жеңуге құлшынып, тезірек босап шығудың амалын іздеп тұрады. Өзгерісті жиі қалап тұрады, сары түске құмар адамға тұрақсыздық тән.

Қызыл түс – адамның энергияға толы екенін көрсетеді. Өмірлік күшті, белсенділікті, нәтиже, сәттілікке қол жеткізу үшін барлық мүмкін болған талпынысты, бейімділікті, албырттықты, жеңіске деген жігерді, құлшынысты білдіреді. Бұл түсті таңдағандар – кез келген қиындыққа мойынсұнбайтын, күрескер, батыл адамдар.

Жасыл түс – еркіндікке деген жігерлікті, табандылықты, мақсаткерлікті, өзімшілдікті, «Мен» деп өзіне жоғары баға берушілікті білдіреді. Бұл түсті таңдағандар – өзінің құндылығына деген сенімді жоғарылатқысы келетіндер, айналасындағы адамдардан мақтаулар, жақсы пікірлер күтетін адамдар. Сондай-ақ, бұл түс тәкаппарлықтың нышаны.

Күлгін түс – адамның тілегені мен қиялындағысы ақиқатқа айналады деген үміттің нышаны. Асыл арман мен көркем қиялдың түсі. Бұл түсті таңдағандар тек өзгелерді таң қалдырғысы немесе сүйсіндіргісі келмейді, өзін де таң қалдырғандығын қалайды. Оларға әлем сиқырлы, бар нәрсеге қол жеткізуге болатындай болып көрінеді.

Сұр түс – еркіндіктің нышаны. Бұл түсті таңдағандар – белгілі бір жүктелетін міндеттен ада болғысы келеді. Ештеңеге араласқысы келмейді, көпшілік ортаны ұнатпайды. Ортада оның бары, жоғы байқала бермейді. Адамдар оларды тез жалықтырғыш, іш пыстыратын жаратылыс ретінде қабылдайды.

Қара түс – ең сиқырлы түс мағына беруші түс. Көпшілік санасында, қара мүмкіншілігі мен деңгейі жайлы сыр беретіндігі анықталған. Қара даулы рең. Бір жағынан қараңғылық, қара күш, қарама-қайшылықпен байланыстырылса, бір жағынан берілгендік, табандылық, қажырлық, қайсарлық, өжеттік, тұрақтылық, шыдамдылықпен, қырағылықпен, білгірлікпен, сенімділікпен ассоциацияланады.

Ақ түс – қайырымдылық пен пәктіктің түсі. Бұл өзара махаббат белгісі. Ақ дүйсенбі түсі болып келеді. Ақ түс қуаты – жалпы ақ түс емес, ол көптеген түстердің жиынтығы. Сондықтан ақ – бұл қуат синтезі. Міне, неліктен көптеген елдерде ақ түс пәктіктің, ашықтықтың және шындықтың белгісі болып есептеледі.

Жоғарыдағы айтылғанды қорыта келе айтарымыз – түстердің адам физиологиясы мен психологиясына ететін әсерін болашақ дизайн салаларының мамандары аса ыждахаттықпен игеріп, келешек кәсіби қызметінде дұрыс қолдануы шарт. Өйткені, адам ағзасы мен психикасы өте сезімтал дүние. Ондағы гармониялық тенгерімді қалыпты деңгейде ұстап тұруға қоршаған ортадағы түстер айтарлықтай ықпал ететіне кәміл сенімдіміз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Бегімбай К.М. Тұстану. Оқу құралы. –Астана: ЕҰУ, 2017. – 82 б.
2. Ефимов А.В. Цветографика. Монография, –М.: Искусство, 2005, –192 с.
3. Бек Д. Возможности веб-дизайна в маркетинге. Магистр.дисс. –Нұр-Сұлтан: ЕҰУ, 2021. – 82 с.
4. Бирюкова Н.В. «Цвет в дизайне интерьера». –М.: Искусство, 2016, –72 с.
5. Бегімбай К.М. Графикалық дизайн. Оқулық, –Алматы: Эприграф, 2017. –104б.

УДК 741.021.2

ДИЗАЙН ПРОЕКТ КИНОТЕАТРА ДЛЯ СЕЛА

Қазбек Аида Ғабитқызы

aida_kazbek@mail.ru

Студентка 5 курса ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Научный руководитель - С.М.Базарбаева

Сельская жизнь сильно отличается от городской. В городе намного больше возможностей культурно организовать свой досуг. Население города знает, что свободное время не придется проводить у экрана телевизора, ведь можно сходить в кинотеатр. Проблема организации культурного отдыха стоит в новых районах города, а также в удалённых от городского центра, поселков [1].

Не секрет, что в настоящее время наблюдается массовый отток молодежи из сельских местностей. Среди причин тому обычно называют низкий уровень занятости, отсутствие дальнейших перспектив, а также невозможность нормального досуга.

Кинотеатр в поселке городского типа, имеет определенную социальную значимость.

Наличие кинотеатра в поселке городского типа окажет положительное влияние на культурно-досуговую деятельность молодежи, даст возможность проведению профилактической, познавательной и воспитательной работы среди подрастающего поколения, проведения различных акций перед показом фильмов, также поспособствует сплочению населения.

Киноиндустрия является важной отраслью, способствующей развитию общества и обеспечивающей культурный досуг населению. В основе деятельности кинотеатра лежит - просвещение, формирование высококонрастных ценностных ориентиров, поддержка и продвижение творческих инициатив населения.

В ходе работы был проведено социологическое опрос-анкетирование среди жителей села/района Мерке [Жамбылской области Казахстана](#).

Площадь района 7620 квадратных километров. На территории района имеется 40 населенных пунктов, в которых проживает 72,5 тысяч человек [2].

Вопросы для респондентов:

1. Существует ли у Вас интерес к посещению кинотеатра?
2. Нужен ли кинотеатр в селе?
3. Обеспечит ли кинотеатр культурный досуг населению?

Было опрошено 52 человека: 15 детей, 14 детей подросткового возраста, 23 взрослых.

Результаты опроса:

1. Существует ли у Вас интерес к посещению кинотеатра?