

Список використаних джерел

1. Житомир.info. Житомирський драмтеатр під час війни: є два фронти, один з них – це мистецтво. URL: https://www.zhitomir.info/news_207140.html (дата звернення 10.03.2025).
2. Пахарчук О., Полонський В. Актуальні питання організаційно-творчої діяльності театрів України у період воєнного стану. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого: Збірник наукових праць* / Київський нац. ун-т театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого; редкол.: Сакун Айта (голова) та ін. К., 2023 р. Вип. 32. С. 10-17.
3. Слуцький В.С. Український театр і війни. Історія та сьогодення. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого: Збірник наукових праць* / Київський нац. ун-т театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого; редкол.: Сакун Айта (голова) та ін. К., 2023 р. Вип. 32. С. 70-74.

ПСИХОЛОГІЯ СПРИЙНЯТТЯ ЧОРНО-БІЛОЇ ГАМИ У ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Кротевиц Олександр

к.мист., доцент

Самохвалова Олександра

здобувач вищої освіти

Кафедра графічного дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну, Україна

Анотація: У тезах розглядається психологічний вплив чорно-білої гами у візуальних комунікаціях. Аналізується її роль у мистецтві та графічному дизайні. Також увага приділяється когнітивним особливостям сприйняття монохромного візуального стилю. Визначаються основні механізми емоційного та символічного впливу чорно-білої палітри на людину.

Ключові слова: чорно-біла гама, візуальна комунікація, мистецтво, психологія сприйняття, графічний дизайн.

Мета та задачі дослідження: Метою дослідження є визначення особливостей психологічного сприйняття чорно-білої гами у візуальних комунікаціях та аналіз її впливу на глядачів.

Вступ

Колір є одним із найважливіших елементів візуальної комунікації, оскільки він впливає на емоції, асоціації та сприйняття інформації. Сприймання кольору відіграє важливу роль у візуальній комунікації, проте чорно-біла гама також є потужним засобом впливу на когнітивні та емоційні процеси. Вона застосовується у різних сферах – від образотворчого мистецтва до дизайну – і

має психологічний ефект. Чорно-біла палітра використовується як інструмент акцентування, а також для посилення сприйняття форми, контрасту та текстури.

Поєднання чорного та білого відіграє важливу роль у мистецтві. Чорно-біла гама лежить в основі будь-якого творчого процесу: художник починає картину, малюючи темні контури на білому полотні, письменник друкує чорні літери на світлому фоні, що також базується на чорно-білій контрастності.

Психологічний вплив чорно-білої гами

Візуальне сприйняття чорно-білої гами має низку особливостей, які зумовлені когнітивними та психологічними механізмами. Контрастність між чорним і білим сприяє загостренню уваги на ключових елементах зображення, що підвищує його інформативність. Дослідження показують, що обмежена палітра сприяє кращому фокусуванню уваги, зменшуючи кількість відволікаючих факторів. Відсутність кольорового розмаїття підсилює сприйняття форми, текстури та композиції. Чорно-біла гама також підвищує читабельність тексту, що активно використовується у типографіці та дизайні інтерфейсів.

Приклади значення та впливу на підсвідомість людини чорного та білого кольорів: Білий – колір, який символізує початок, легкість, досконалість, чистоту, спокій, невинність та чорний – колір заперечення, таємниці, трауру. Однак, у позитивному розумінні він буде асоціюватися зі стриманістю, лаконічністю, владою, авторитетністю.[1]

Творці реклами та психологи, використовуючи свої знання способів впливу різних кольорів, роблять сильний вплив на споживача. Вони допомагають виробникам за допомогою кольору переконати споживача купити їх товар. Наприклад якщо звернути увагу на дослідження, чорний колір описує мотивоване застосування сили, творення, навчання, здатність до передбачення, змістовність, приховані скарби, руйнівність, депресія, порожнеча, стриманість, обмеження. А білий символізує незайманість, повноту, самовіддача, єдність, легкість, виявлення прихованого і помилкового, ізоляцію, задубіння, розчарування, манірність, нудьгу. [2] Також білий – базовий ахроматичний колір зі 100% світлотою, що не має насиченості, але поєднується з усіма відтінками. Він може як підкреслювати, так і пом'якшувати яскраві композиції. Його символічне значення в культурі та психології охоплює широкий спектр емоцій і асоціацій, що робить цей колір предметом численних наукових досліджень.

Чорно-біле у сучасних візуальних комунікаціях

У графічному дизайні чорно-біла палітра використовується для створення мінімалістичних, елегантних та універсальних візуальних рішень. Чорно-білі логотипи та айдентика компаній часто сприймаються як символи стабільності та престижності. У рекламі така гама допомагає виділити ключові повідомлення, не відволікаючи увагу на кольорові ефекти.

Висновки

Чорно-біла гама у візуальних комунікаціях відіграє ключову роль у сприйнятті інформації, впливаючи на емоційний і психологічний стан глядача. Завдяки своїй контрастності вона ефективно привертає увагу, підкреслює форму,

структуру та зміст, що робить її незамінною у дизайні, мистецтві, фотографії та медіа.

З психологічної точки зору, чорний і білий викликають глибокі асоціації: білий символізує чистоту, простір і гармонію, тоді як чорний додає глибини, драматизму та елегантності. Їхнє поєднання створює баланс, що може як заспокоювати, так і викликати напругу залежно від контексту застосування.

Дослідження підтверджують, що використання чорно-білих рішень у дизайні допомагає покращити сприйняття тексту, форм і анімації, забезпечуючи лаконічність та виразність візуального образу. Це доводить універсальність і актуальність чорно-білої гами в сучасних комунікаційних стратегіях.

Список використаних джерел

1. Луньов Д. В.1, студ. гр. ДС-22 Наукові керівники – доц. Славінська О. О.2, к. т. н., доц. Харченко К. С.3. 2023. ЗНАЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЇ КОЛЬОРУ У ДИЗАЙНІ. <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/10399/1/Lunov.pdf>
2. Легкий О.А. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОЛЬОРІВ РЕКЛАМИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. ст. 346. <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/26860/1/7>

МИСТЕЦТВО ТА АЛГОРИТМИ: ЯК ШІ ЗМІНЮЄ ТВОРЧІСТЬ І ОСВІТУ

Харченко Володимир

доцент

Кафедра дизайну

Соловей Олесь

доцент

Кафедра живопису та композиції

Яланський Андрій

професор

Кафедра живопису та композиції

Григор'єв Сергій

старший викладач

Кафедра графічних мистецтв

Національна академія образотворчого

мистецтва і архітектури, Україна

Анотація

Штучний інтелект (ШІ) суттєво трансформує мистецтво, змінюючи підходи до створення, викладання та сприйняття творчих практик. З одного боку, технології відкривають нові можливості для експериментів, автоматизації та інтеграції алгоритмічних методів у художню освіту. З іншого боку, виникають складні питання щодо авторства, правового статусу ШІ-генерованих творів і впливу алгоритмічних механізмів на художню автономію митців.