

УДК 004.5:004.925.5

Студ. А. А. Сугако

Науч. рук. ассистент Т. П. Брусенцова
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВОЙ КОМПОЗИЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА

Если обратить внимание на интерфейсы современных веб-страниц, то можно наткнуться на невероятное разнообразие решений.

Для того, чтобы создать наиболее оптимальное решение нужно уделить большое внимание не только интерфейсу, но и его дизайну. Главная задача любого сайта - донести информацию, поэтому любые дизайнерские решения необходимо черпать из функциональной составляющей сайта. Основное внимание уделяется тому, кто будет основной аудиторией, на кого ориентирована информация, услуга или товар. Важными факторами при этом может стать возраст, пол, образование, культурная принадлежность. Также нужно определить какое настроение и какие эмоции должен вызывать сайт.

При выборе цветов следует акцентировать свое влияние на том что каждый цвет вызывает определённое настроение. Например, яркие тёплые цвета (красный, оранжевый, жёлтый) наполняют человека энергией, пробуждают его, а холодные тёмные оттенки (зелёный, голубой, фиолетовый), наоборот, расслабляют и успокаивают.

В своей работе я рассмотрю цветовые предпочтения трех категории сайтов:

- интернет-представительства;
- информационные ресурсы;
- веб-сервисы.

К сайтам интернет-представительств относят *сайты-визитки и корпоративные сайты*, их главной задачей является сформировать благоприятный имидж владельца сайта или компании, для выполнения этой задачи можно использовать цветовые решения с *синим цветом* который вызывает эмоции спокойствия, безопасности, открытости, надёжности, помогает сконцентрировать внимание на стабильности, профессионализме, а также стратегическом лидерстве. Он является весьма распространенным цветом в бизнес-среде и широко используется на корпоративных сайтах с целью создать ощущение уверенности, силы и надёжности.

Однако следует уделить внимание его оттенку, т.к. светлые тона ассоциируются с дружелюбием, а тёмные – с печалью.

Если вы разрабатываете сайт-визитку для отдельных творческих личностей, то обычно используют *бирюзовую* или *сине-зеленую гамму цветов* и их оттенки. Также для данного типа сайтов будет очень актуален *голубой цвет* – это один из самых любимых цветов у 40% пользователей, особенно у мужчин, что связано со стабильностью, профессионализмом и доверием.

Если ваш сайт посвящен кулинарной тематике, то лучшим решением будет оранжевый цвет, т.к. он лучше остальных вызывает аппетит. Хорошим решением будет задействовать близкие цвета желтый и красный, они также используются в оформлении пунктов быстрого питания, так как стимулируют улучшение пищеварения и активацию деятельности желудка. Но ни в коем случае не следует использовать синий цвет, эволюционная теория предполагает, что он ассоциируется с ядом.

Для создания сбалансированной и стабильной атмосферы можно использовать различные *оттенки зеленого*.

Для того чтобы создать ощущение изысканности, элегантности и стиля можно использовать сочетания *черно-белого* в минималистичном дизайне.

Однако самое выгодное решение для таких сайтов это основной цвет логотипа или использование фирменных цветов, лучшее сочетание из возможных.

Промо-сайты и *сайты интернет-витрины* представляют товар для его продажи. На таких сайтах необходим *красный цвет*, он является самым лучшим цветом для стимулирования продаж. *Оранжевый* и *желтый цвета* хорошо продают продукты на тему спорта и детей. Автомобильные концерны предпочитают использовать *серебряный* в сочетании серо-синей, белой и красными красками. Дизайн, выполненный в данном цвете, показывает, что сайт спокойно ждет своего потребителя, который сможет оценить товар по достоинству, при этом цвет не является слишком броским и вызывающим. Люди с аналитическим складом ума, которые не склонны совершать покупки спонтанно, выберут сайты с использованием в дизайне *синего цвета*, а значит стоит обратить на него внимание при разработке интернет-магазина.

Коричневый цвет не желательно применять на подобных сайтах, он создает препятствие продажам.

Информационные ресурсы – это различные тематические сайты, интернет-порталы, блоги, каталоги сайтов данный тип интернет сайтов характеризуется большим количеством информации по какой-либо конкретной тематике. На таких сайтах главное не перегрузить человеческое зрение и привлечь внимание к контенту. Выбор цвета напрямую будет зависеть от тематики.

Использование на сайте акцентов *красного цвета* хорошо подходит для игровых, молодежных, женских сайтов, ресурсов по развитию бизнеса. *Синий цвет* чаще всего используют на сайтах, связанных с инновациями, технологиями, так как он вызывает чувство надежности и уверенности. *Голубой цвет* хорошо подходит для сайтов на темы путешествий, здоровья, личностного роста. *Фиолетовый цвет* связан с магией и психологией, поэтому он подходит для сайтов духовного и личностного роста, ресурсов астрологической, магической и мистической тематик. *Зеленый цвет* в дизайне успокаивает, отождествляет собой жизнь, рождение, природу, естественность. Он приятен для глаз и не напрягает зрение. Это цвет подходит для темы медицины. Его с удовольствием используют при разработке сайтов о природе, животных, растениях, здоровье.

Для тематических сайтов в качестве контраста ярким тонам хорошим решением является выбор *серого цвета* как фона, он вызывает ощущение чистоты, разумности и стабильности. При этом, серый цвет нейтрален, не акцентирует внимание на себе. Универсальный цвет, который можно использовать на любом сайте.

Говоря о информационных ресурсах несомненно нужно выделить *белый цвет*, он является лучшим цветом для фона под основной темный текст, так как при чтении он не напрягает глаза. Сайты, выполненные в белых тонах очень удобны для навигации, о них складывается хорошее первое впечатление.

Если Ваш сайт имеет основную целевую аудиторию женского или мужского пола, вам следует знать, что существуют большие различия между цветовыми предпочтениями у женщин и мужчин. Нит Патель выявил какие цвета предпочтительны для каждого пола.

В проведенном им опросе 35% женщин сказали, что синий – их любимый цвет, затем идет фиолетовый (23%) и зеленый (14%). 33% женщин признались, что оранжевый и коричневый их самые нелюбимые цвета, кроме этого к самым нелюбимым женщины отнесли еще и серый (17%). Мужчины не любят фиолетовый, оранжевый и коричневый. Им ближе синий, зеленый и черный.

Говоря о *веб-сервисах* можно выделить поисковые и почтовые системы, интернет-форумы, фото-, видео-, аудио- хостинги, доски объявлений, социальные сети

Данная категория сайтов отличается от предыдущих тем, что они более активно взаимодействуют с пользователем, и на них всегда представлен большой объем информации в различном виде. Поэтому идеальным решением для них будет являться выбор светлого фона и различных ярких акцентов.

Самыми распространенными цветами для призыва к действию являются: *красный, зеленый и желтый* они работают на интуитивном уровне, поэтому *желтый цвет* хорошо использовать в качестве предупреждений, *зеленый* для кнопок, *красный* для всплывающий окон или отмены действия.

Для социальных сетей используется *синий цвет* т.к. он вызывает доверие у пользователей.

ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА		ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ	ВЕБ-СЕРВИСЫ
Нонкорпоративные сайты Сайты-визитки	Промо-сайты Интернет витрины	Тематические сайты, интерне-порталы, блоги, каталоги сайтов	Поисковые и почтовые системы, форумы, фото- видео- аудио- ностинги, доски объявлений, социальные сети

Рисунок 1 - Схема цветовых решений.

Если использовать цвет в правильном направлении, в нужное время, для нужной аудитории, и для правильной цели, можно добиться очень высоких результатов, что приведет к максимальной эффективности вашего интерфейса.