

УДК 004.925.5

АНАЛІЗ КОЛЬОРОВОГО ВИРІШЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ НАВІГАЦІЇ ПРОДУКТІВ WEB -ДИЗАЙНУ

Студ. К.С. Бурим, гр.МгДф-18
Науковий керівник проф. С.В. Чирчик
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою даної роботи є раціоналізація навігації сайтів для більш зручного використання споживачами продуктів веб-дизайну.

Для досягнення поставленої мети виконано: аналіз колірних рішень сайтів; проведено анкетування зазначеної проблеми; проаналізовано літературні джерела щодо застосування принципів колірної гармонії у веб-дизайні, та запропоновано оригінальну ідею щодо покращення навігації сайтів за рахунок застосування певної схеми кольорового вирішення.

Об'єкт дослідження – процес створення продуктів веб-дизайну.

Предмет дослідження – проектування клієнтоорієнтованої навігації сайтів.

Методи та засоби дослідження. Для проведення дослідження було використано такі основні методи наукового пізнання: анкетування та аналіз кольорового вирішення існуючих сайтів із застосуванням методу комплексного оцінювання

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Запропоновано підхід до проектування продуктів веб-дизайну з колірним підсиленням навігаційної складової.

На основі розробленого підходу планується отримати структурну інформаційну схему побудови колірних рішень навігаційних елементів сайту.

Результати дослідження. На сьогоднішній день ми не уявляємо своє життя без Інтернету, тому способи знаходження інформації на різних веб-сторінках потребують певного вдосконалення, щоб користувачеві було зручно в повсякденному використанні. Тому дослідження впливу кольору структурних елементів сайтів на швидкість орієнтування в інформації є актуальним завданням.

І. Іттен [1] висвітлює ключові позиції кольорознавства, не лише викладаючи основні закономірності об'єктивної природи кольору, але й торкаючись поля суб'єктивних границь в контексті смакових оцінок кольору, аналізує різні аспекти колірних контрастів та композиційних питань, гармонійного кольороутворення та колірних конструювання. Але у його роботі немає інформації щодо застосування викладеної теорії в інформаційних технологіях.

Комп'ютерні самоучителі та енциклопедії [2, 3] головну увагу приділяють чисто технічним питанням, важливим для видавничої поліграфії, у скороченому форматі подають дані з фізичної природи кольору, а також питання утворення колірних каналів і двох основних колірних моделей СМΥΚ та RGB. У цих виданнях загалом не йдеться про важливість принципів колірної гармонії в процесі створення графічних зображень, вони використовуються переважно для оволодіння інструментами та операціями в графічних редакторах.

У монографії [4] Бородаєв Д.В. поетапно розглянув веб-сайт як інформаційний об'єкт світової мережі Інтернет, його складові частини та морфологічну структуру з урахуванням технологічно-програмного фактору, що безпосередньо впливає на візуальне оформлення та сприйняття веб -сайту як об'єкта графічного дизайну. В роботі також розглянута специфіка сприйняття веб -сайту через модель «людина — комп'ютер — інтернет», але не розкриті питання впливу колірної гами сайтів безпосередньо на користувачів.

В даний час в мережі Інтернет існує величезна кількість сайтів, кожен з яких має свою характерну кольорову гаму. За проведеним дослідженням, яке проводилось методом

анкетування, було встановлено, що: 43% респондентів вважають, що є проблема з колірним сполученням (пістряво), 35% - з орієнтацією в структурних елементах (навігація), 22% - не було зауважень до сайтів (рис. 1).



Рисунок 1 - Результати опитування користувачів web-сайтів.

У анкетуванні приймали участь: студенти, жінки і чоловіки віком від 18 до 45 років. Загальна кількість респондентів 100 чоловік. Оглядалися популярні брендові сайти такі як: www.fanta.ru, www.lays.ru, www.svitoch-artek.ua та інші.

Сайти можна умовно поділити на декілька груп: інформаційні, розважальні; сайти, на яких продаються товари або послуги. Вибір кольору в рекламному зверненні, а тим більше в фірмових константах не може залежати тільки від смаку дизайнера. З одного боку, це одне з найпростіших засобів залучення мимовільної уваги відвідувача, з іншого, найсильніший подразник, здатний утруднити сприйняття.

Колірна гамма сторінки дає можливість виділити найбільш важливі частини сторінки, наприклад змістовні блоки, навігаційні елементи, акценти, взаємозв'язку і т. д. Раціональне застосування кольору може поліпшити юзабіліті (зручність користування) сайту. Юзабіліті вважається високою, якщо, вперше потрапивши на сайт, відвідувач відразу ж розуміє, як ним користуватися, легко запам'ятовує і орієнтується на сайті, потрапивши сюди вдруге.

Теорія кольору надає можливість використовувати кольори за їх символічним значенням, викликаючи у глядача певні емоції і відчуття. Тому автором пропонується застосувати принципи колірної гармонії до оформлення навігаційних елементів сайтів.

Висновок. В результаті проведеного дослідження встановлено, що кольорова впорядкованість структурних елементів сайтів є недостатньо досконалою. З метою покращити юзабіліті сайтів автором пропонується раціоналізувати навігацію сайтів шляхом упорядкованості колірної гами.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Йоханнес Іттен. Мистецтво кольору: пер. з нем. / Іттен Йоханнес — М.: Д.Аронов, 2007. — 96 с.
 2. О'Квін Д. Допечатная підготовка. Посібник дизайнера / Донни О'Квін. — М.: И. д.: Вільямс, 2001. — 590 с.
 3. Олтман Р. Corel Draw 9. Повне керівництво / Рік Олтман : пер. з англ.. — М.: Ентроп, 2000. — 783 с.
- Бородаєв Д.В. Веб-сайт як об'єкт графічного дизайну: монографія. / Бородаєв Д.В. — Харків : Септима ЛТД, 2006. — 288 с.