

ШРИФТ ТА КОЛІР ЯК ВАЖЛИВІ ЕЛЕМЕНТИ ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТІВ: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

Мета дослідження полягає у виявленні передумов формування стилю веб-сайту, розкритті основних стадій розробки веб-дизайну на шляху до створення сучасного інформаційно-комунікативного середовища. Охарактеризувати основні елементи веб-сайту та запропонувати моделі дизайн-макету сторінки. **Методологія** дослідження полягає у застосуванні системного підходу, а також методів аналізу, синтезу у дослідженні застосування способів побудови веб-сайтів та пошуковому аналізі наукових та графічних матеріалів щодо розвитку інформаційно-комунікативного середовища засобами веб-дизайну. **Наукова новизна** полягає у дослідженні явища веб-дизайну як основи сучасного інформаційно-комунікативного середовища, встановлення взаємозв'язку цифрових технологій і споживача в контексті сучасного веб-дизайну, засобами конверсії веб-сайту компанії/підприємства. **Висновки.** Таким чином, створення сучасного веб-сайту потребує деяких зусиль, для виконання цього завдання необхідно врахувати розмір та накреслення шрифту та його художній вигляд, який впливає на загальну композицію при створенні веб-дизайну. До того ж, кожен розроблений продукт, зокрема, веб-сайт компанії, має власні специфічні особливості, які необхідно враховувати при створенні гіпертекстових структур тексту сайту. Під час вибору основного кольору веб-сайту також необхідно враховувати емоційне значення кольору, який залежить від змісту роботи та відповідає вимогам естетики графічного дизайну, зокрема веб-дизайну.

Ключові слова: графічний дизайн, веб-дизайн, веб-сайт, колір, контент, шрифт, ефективність, стиль.

Якуніна Ірина Константиновна, студентка магістратури Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

Шрифт и цвет как важные элементы дизайна веб-сайта: коммуникативный аспект

Цель исследования заключается в выявлении предпосылок формирования стиля сайта, раскрытии основных стадий разработки веб-дизайна на пути к созданию современного информационно-коммуникативной среды. Охарактеризовать основные элементы веб-сайта и предложить модели дизайн-макета страницы. **Методология** исследования заключается в применении системного подхода, а также методов анализа, синтеза в исследовании применения способов построения веб-сайтов и поисковой анализе научных и графических материалов по развитию информационно-коммуникативной среды средствами веб-дизайна. **Научная новизна** заключается в исследовании явления веб-дизайна как основы современного информационно-коммуникативной среды, установление взаимосвязи цифровых технологий и потребителя в контексте современного веб-дизайна, средствами конверсии веб-сайта компании/предприятия. **Выводы.** Таким образом, создание современного сайта требует некоторых усилий, для выполнения этой задачи необходимо учесть размер и начертание шрифта и его художественный учет, который влияет на общую композицию при создании веб-дизайна. К тому же каждый разработанный продукт, в частности, сайт компании, имеет собственные специфические особенности, которые необходимо учитывать при создании гипертекстовых структур текста сайта. При выборе основного цвета сайта, также необходимо учитывать эмоциональное смысле цвета, который зависит от содержания работы и отвечает требованиям эстетики графического дизайна, в частности веб-дизайна.

Ключевые слова: графический дизайн, веб-дизайн, веб-сайт, цвет, контент, шрифт, эффективность, стиль.

Yakunina Irina, student at National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Font and color as important elements of website design: communicative aspect

The purpose of the study is to identify the preconditions for building a website style, disclosing the main stages of web design development on the way to creating a modern information and communication environment. Describe the main elements of the website and offer a model design page layout. **The methodology** of the research consists in a planned analysis of the application of methods of constructing websites and a search analysis of scientific and graphic materials on the development of the information and communication environment by means of web design. **The scientific novelty** consists in the study of the phenomenon of web design as the basis of the modern information and communication environment, the establishment of the relationship of digital technologies and consumers in the context of modern web design, means of conversion of the company / company website. **Conclusions.** Thus, the creation of a modern website requires some effort, in order to accomplish this task it is necessary to take into account the size and design of the font and its artistic record, which affects the overall composition when creating web design. In addition, each developed product, in particular, the company's website, has its own specific features that must be taken into account when creating hypertext structures of the text of the site. When choosing the main color of a website, it is also

necessary to take into account the emotional meaning of color, which depends on the content of the work and meets the requirements of graphic design aesthetics, including web design.

Keywords: graphic design, web design, web site, color, content, font, efficiency, style.

Актуальність теми дослідження. Тема веб-дизайну на сьогодні є актуальною, що відображує глобальні процеси цифровізації суспільства та всі його сфер діяльності. Інтернет як комунікаційне середовище завдяки власній інтерактивності та інформатизацію значно ефективніше за друківані рекламні видання. Більшість компаній прагнуть розробити власний сайт, тому що створення та підтримка власного сайту є набагато дешевше. Ефективність сайту компанії може бути прибутковою завдяки відвідувачам, які дійсно цікавляться запропонованим продуктом/товаром. На сьогодні кожна серйозна компанія має власний інформаційний ресурс, що зменшує затрати на пошук потрібної інформації, тому слід відзначити, що веб-дизайн є перспективним напрямом в дизайні. Для порівняння – з 2004 року кількість сайтів збільшилася у 20 разів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню дослідження теми веб-дизайну присвячено багато публікацій як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. У роботі К.Гізе та О.Холмс «Основы Web-дизайна: вспомогательное руководство» детально описується процес розробки веб-вузла: від замовника до готового вебсервера та проведення рекламної компанії. До того ж наведено алгоритм розміщення елементів на веб-сторінці, вибір навігаційної схеми та її реалізації. У посібнику Клонінгер К. «Свежие силы Web-дизайнера. Как сделать из вашего сайта «конфетку» [1] видання присвячено естетичну сторону дизайну. На прикладі цікавих стилів сучасного веб-дизайну розглядається, як необхідно об'єднувати вербальні, зорові й акустичні засоби для досягнення максимального впливу на користувача. Наведено практичні поради для розробників веб-сторінок. Детально обговорюються особливості підготовки графіки, розташування матеріалу на веб-сторінці, вибір кольорової гами, шрифтових вирішень тощо.

У книзі Принга Роджера «Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop» [2], розглянуто використання функцій програми, маніпуляція з ними, використання контурів та фігур, а також вибір шрифтів. Окремо розглядається питання використання та впровадження шрифтових ефектів – відображення, освітлення, імітація, а також атмосферних типографічних ефектів.

У монографії Д.Бородаєва «Веб-сайт как объект графического дизайна» [3], розглянуто веб-сайт як інформаційний об'єкт інтернету, його складові частини та морфологічну структуру з урахуванням технологічно-програмного чинника, що б впливає на візуальне оформлення та сприйняття веб-сайту як об'єкта графічного дизайну. Проведено аналіз принципів створення модульних сіток на базі використання таблиць у веб-сторінках; систематизовано основні напрямки та дано визначення веб-дизайну як одного з напрямків графічного дизайну.

Мета дослідження полягає у виявленні передумов формування стилю веб-сайту, розкритті основних стадій розробки веб-дизайну на шляху до створення сучасного інформаційно-комунікативного середовища. Охарактеризувати основні елементи веб-сайту та запропонувати моделі дизайн-макету сторінки.

Виклад основного матеріалу. В умовах високої конкуренції компанії прагнуть застосовувати у своїй інформаційно-комунікаційній діяльності нові інноваційні технології, які незмінно пов'язані з використанням інтернету. До однієї з таких технологій відноситься офіційний веб-сайт компанії, зокрема, «landing pages» – цільові сторінки «візитка» Рис. 1.



Рис. 1. Цільова сторінка - веб-сторінка, яка містить інформацію про товар або послугу

Офіційний сайт організації є основним і ефективним засобом просування і поширення інформації про фірму/товар, а також та її діяльність. Веб-сайт компанії як базова основа є платформою для формування всіх видів рекламних інтернет-комунікацій, для використання можливостей гіперпосилань.

Офіційний сайт компанії може функціонувати, як:

1. Рекламна майданчик, власний медіаканал та інформаційний носій;
2. Інструмент для впізнаваності та формування іміджу компанії на ринку;
3. Інструмент маркетингу;
4. Чинник розвитку зовнішньоекономічних зв'язків компанії;
5. Інформаційно-комунікативний канал товаропросування;

Специфіка розробки сайтів дуже тісно пов'язана з таким поняттям як юзабіліті (від англ. Usability), яке в цілому можна визначити як зручність користування сайту відвідувачем. До юзабіліті відноситься створення зручної і зрозумілої навігації, приємних шрифтів на сторінці, відповідної колірної гами, а також наявність корисної інформації, тобто композиції сайту [4,9].

Композиція сайту ґрунтується на трьох основних елементах: 1) контенте; 2) візуалізації; 3) навігаційній панелі, що мають бути об'єднані одним єдиним стилем. Є декілька базових композиційних вирішень сайтів, на основі яких будуються більшість проектів. Рис. 2.

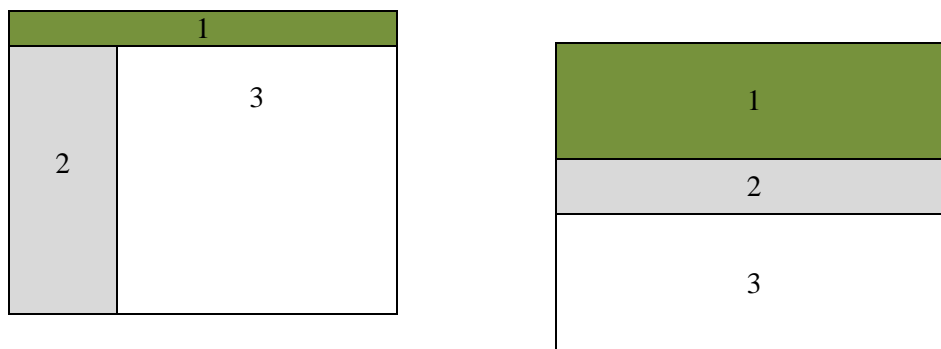


Рис. 2. Основні варіанти композиційного вирішення сайту: 1 – візуалізація, 2 – навігаційна панель; 3 – контент.

Контент сайту – основний зміст сайту, що має відповідати основним вимогам, бути цільними і комфортними для сприйняття користувачем. Від шрифту як носія інформації залежить комфорт-

ність читання матеріалів сайту. Шрифтові накреслення мають деякі функції. По-перше, шрифт виконує інформативну функцію, тому що є носієм інформації. Також шрифт може виступати елементом концентрації уваги користувача сайту. Як елемент дизайну шрифти сайту повинні складати єдине ціле щодо композиційного вирішення веб-дизайну сайту.

Сприйняття на екрані шрифту, у свою чергу, багато в чому залежить від розміру шрифту, його гарнітури, кольору фону, кольору тексту, наявністю допоміжної графіки, розміром текстової колонки і полів, трекінгу, кернінгу, інтерліньяжу.

Для текстів на веб-сторінці часто використовуються дрібні шрифти розміром від 7 до 10 пунктів. Найлегшою для сприйняття користувача є гарнітура «Verdana» та «Times New Roman», застосовуються також і такі прості гарнітури, як «Arial», «Courier», «Tahoma» і «Georgia». Шрифтові гарнітури із засічками використовуються для великого обсягу тексту, таким чином користувачам легше сприймати інформацію, а заголовки можуть мати прості, рублені накреслення [11].

До того ж, під час розробки веб-сайту необхідно враховувати не тільки шрифтове накреслення, але й колір використовуваного шрифту, а також фон, на якому відбуде відображатися. Кольори шрифту і фону повинні бути контрастні по відношенню один до одного.

Таким чином, користувачеві буде зручно сприймати текстові елементи різних обсягів. До того ж, читабельність такого тексту значно знижується. Для забезпечення комфорту користувача під час читання великими текстовими документами слід зупинити вибір кольору для фону на світлих відтінках, зокрема білому (градаціях сірого, зеленого, блакитного тощо). Ці кольори та їх світлі відтінки не напружують зір людини, так як є натуральними, природними; вони здатні зосередити увагу. Наприклад, комфортного сприйняття тексту можна домогтися, застосувавши світло-сірий колір для фону і темно-синій або чорний кольори для самого шрифту [8].

Однім з показників комфортності читання є ширина рядка текстового об'єкта. Ідеальний рядок повинен вмщати 50-70 знаків.

Для утримання погляду на текстовій колонці сторінки та усунення мимовільних перекладів погляду на сусідні колонки розмір полів повинен бути не менше 10 % від ширини текстового рядка, досить майже 7-10 символів. Заголовки на веб-сторінці – яскраві, контрастні графічні об'єкти, адже їх головна мета – привернення уваги користувача. Можливо також застосувати яскравий фон, в тому числі і з малюнком (але малюнок не повинен бути виразніше шрифту, якщо перший буде займати положення поверх ілюстрації), що є виразним засобом, що дозволяє залучити й акцентувати увагу користувача. Рис 3.

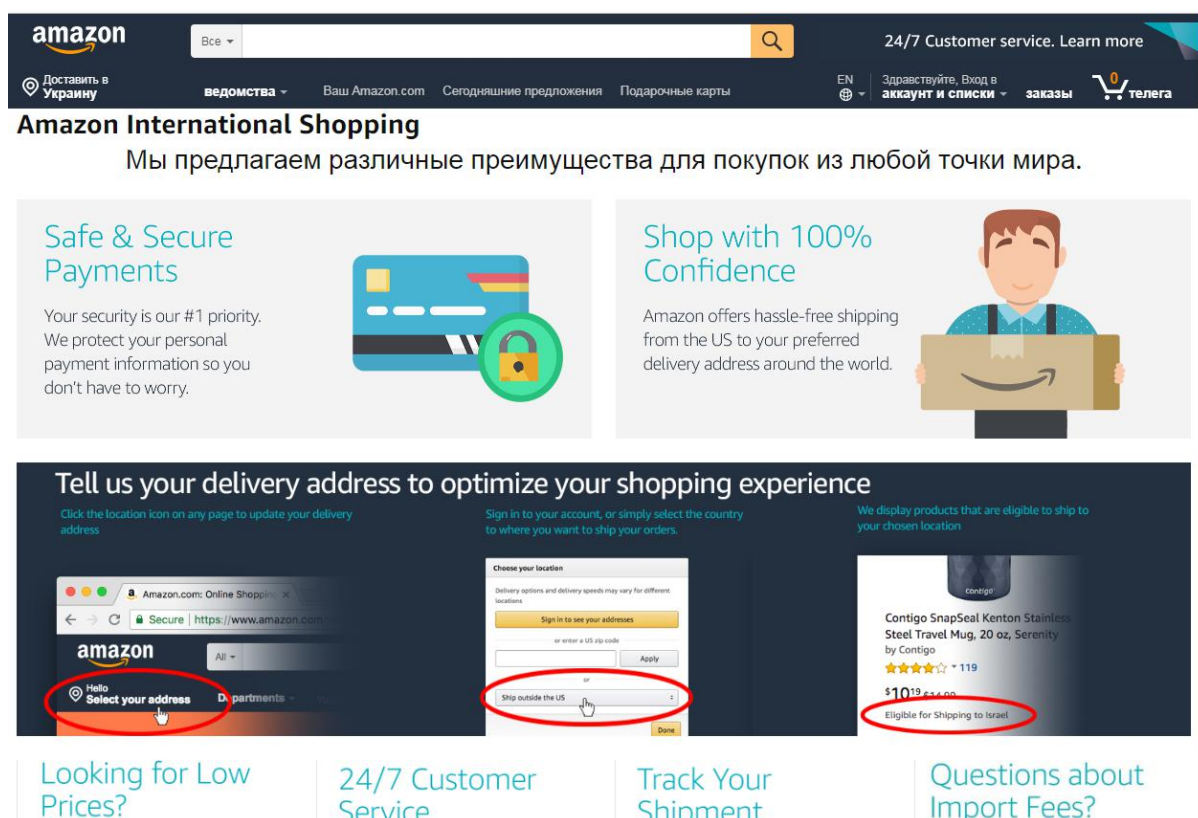


Рис. 3. Веб-сторінка Amazon.com – один із перших інтернет-сервісів.

Крім того, бажано також акцентувати увагу на значущих частинах тексту, так як будь-яка людина перш, ніж читати текст повністю, бажає знати, а чи варто витратити на це час. До того ж у тексті візуально виділяти об'єкти, які відображають контент сторінки. Важливе значення має також до речність застосування тієї чи іншої гарнітури, оскільки особливе накреслення шрифтів, асоційоване з певними предметами, обстановкою або часом, може посилити вплив елементів. Правильно підібраний шрифт повинен гармоніювати з іншими візуальними елементами сайту – фотографіями, рамками, іншими графічними елементами.

Рекомендується використовувати не більше трьох різних шрифтів одночасно, крім того, необхідно зазначити, що шрифтовий елемент служить продовженням корпоративного стилю компанії і є елементом цього стилю. Якщо компанія має фірмові шрифти, вони повинні використовуватися на її корпоративному сайті (принаймні, у заголовках). Цим самим досягається стильова єдність в оформленні всіх візуальних елементів компанії, будь-то поліграфічна продукція (листівки, календарі, буклети), а також веб-сторінка [3].

Колірні поєднання і контраст у веб-дизайні залежить від тематики проекту див. табл.

Таблиця

КОЛЬОРОВІ АСОЦІАЦІЇ

Колір	Асоціації
Чорний	Багатство, солідність, ніч
Білий	Чистота, свіжість, суворість
Червоний	Кохання, кров, небезпека
Помаранчевий	Цитрусові, увага, радість
Жовтий	Сонце, оптимізм
Зелений	Трава, рослини, здоров'я
Голубий	Небо, лід, спокій
Синій	Море, небо
Фіолетовий	Таємничість, вечір, спокій
Коричневий	Земля, небо, надія

Від оформлення безпосередньо залежить, як скоро відвідувач сайту звикне до інтерфейсу, легко йому буде орієнтуватися, тому другорядні елементи повинні бути позначені таким чином, щоб користувачеві не довелося витратити час на їх пошук та ідентифікацію [10].

Колір на сайті може виконувати ряд важливих функцій. Кольорові акценти використовується для ідентифікації тих елементів сайту, на які необхідно звернути увагу користувача (наприклад, для виділення поточного вибору, кнопки). Колір також має асоціативний аспект – у багатьох випадках об'єкти одного кольору сприймаються людьми як взаємопов'язані. Колірна гамма може також надавати певний емоційний або психологічний вплив [7].

Зазвичай під час створення веб-сайту використовуються три кольори:

1. Основний колір – займає найбільшу.
2. Допоміжний колір – доповнює основний колір.
3. Колір підсвічування – використовується для виділення певних частин на веб-сторінці. Цей колір більш контрастний, ніж основний і допоміжний і використовується точково.

Психологами Оксфордського університету у 2011 році проведено дослідження щодо відвідуваності сайтів середньостатистичним інтернет-користувачем, таким чином було визначено, що користувачі проводять на будь-якому сайті майже дві хвилини. Після чого приймає рішення: або покинути сайт, або натиснути на запропоновану його увазі рекламу/товар/послугу. Те, яким буде його вибір, залежить і від колірної рішення всього сайту і конкретного рекламного блоку. Найневдалішими в оформленні веб-сайтів вчені Оксфордського університету визнали сірий і червоний кольори. Білий колір сайту, навпаки, вселяє користувачам спокій. Контекстну рекламу помічають, якщо її заголовки написані дуже великими та яскравими літерами. Найвдалішим, на думку вчених, визначено – жовтий колір. Кожен користувач, який відвідав «жовтий» сайт клацає, як мінімум, на два оголошення. Також ефективним визнали неконтрастний коричневий колір щодо оформлення інтернет-ресурсів, банерів та друкованої реклами [5].

Основною метою веб-дизайну є – зробити його зрозумілим та легким для користувача. Всі графічні елементи повинні бути звичні для користувача. При оформленні контенту та гіперпосилань слід дотримуватися універсальних, обґрунтованих практикою правил. Отже, правильний вибір елементів дизайну будуть сприяти кращому сприйняттю веб-сайту й інформації на ньому, а також відвідуваності сайту, збільшення конверсії відвідувачів.

Висновки. Таким чином, створення сучасного веб-сайту потребує деяких зусиль, для виконання цього завдання необхідно врахувати розмір та накреслення шрифту та його художній вигляд, який впливає на загальну композицію при створенні веб-дизайну. До того ж кожен розроблений продукт, зокрема, веб-сайт компанії, має власні специфічні особливості, які необхідно враховувати при створенні гіпертекстових структур тексту сайту. Під час вибору основного кольору веб-сайту, також необхідно враховувати емоційне значенні кольору, який залежить від змісту роботи та відповідає вимогам естетики графічного дизайну, зокрема веб-дизайну.

Література

1. Клонингер К. Свежие стили Web-дизайна. Как сделать из вашего сайта "конфетку". Москва: ДМК Пресс, 2007. 250 с.
2. Принг Р. Энциклопедия шрифтовых эффектов в Photoshop. Москва: Издательство: Вильямс, 2004. 366 с.
3. Бородаев Д.В. Веб-сайт как объект графического дизайна : монография. Харьков : Изд-во "Септима ЛТД", 2006. 588 с.
4. Агеенко Я.В. Какие бывают стили дизайна сайтов. URL: <http://www.yanajy.com/sdelay-sam/stili-dizajnasajtov.html> (дата обращения: сентябрь 2018).
5. Мокшанцев Р. И. Психология colours в рекламе. URL: http://www.adbusiness.ru/content/document_r_7A22D1D6-C202-4A7B-AE80-A1519A28795B.html (дата обращения: октябрь 2018).
6. Назайкин А. Н. Иллюстрирование рекламы. Москва: Ексмо, 2005. 320 с.
7. Иханнес Иттен. Основы цвета. URL: <http://colory.ru/colorbasics/>.
8. Михайлов С., Кулеева Л. Основы дизайна. Казань: Новое Знание, 1999. 241 с.
9. Мельник Г. С. Реклама: внушение и манипуляции. Москва: Знак, 2007. 752 с.
10. Серов Н. В. Символика цвета. Санкт-Петербург: ООО «Страта», 2015. 353 с.
11. Якутова О. М. Шрифты (фонты) корпоративного сайта. URL: <http://www.corpsite.ru/Encyclopedia/CreateSite/Design/Type.aspx> (дата обращения: сентябрь 2018).

References

1. Cloninger K. (2007). Svezhiye stili Web-dizayna. Kak sdelat' iz vashego sayta "konfetku". Moscow: DMK Press [in Russian].
2. Pring R. (2004). Encyclopedia of font effects in Photoshop. Moscow: Publisher: Williams [in Russian].
3. Borodayev D.V. (2006). Veb-sayt kak ob'yekt graficheskogo dizayna : monografiya. Kharkov : Izd-vo "Septima LTD" [in Ukraine].
4. Ageenko I.V. (n.d.). URL: What are the styles of site design. URL: <http://www.yanajy.com/sdelay-sam/stili-dizajnasajtov.html> [in Russian]
5. Mokshantsev R. I. (2012). The Psychology of Color in Advertising [Electronic resource]: URL: http://www.adbusiness.ru/content/document_r_7A22D1D6-C202-4A7B-AE80-A1519A28795B.html [in Russian].
6. Nazaikin A. N. (2005). Advertising illustration Moscow: Eksmo, page- 320 [in Ukrainian].
7. Itten Johannes. (2013). Basics of color [Electronic resource]: URL: <http://colory.ru/colorbasics/> [in Russian]
8. Mikhailov S. & Kuleeva L. (1999). Design Basics. Kazan: New Knowledge, page-241. [in Russian]
9. Melnik G.S. (2007). Advertising: suggestion and manipulation. M.: Sign, page- 752 [in Russian]
10. Serov N. V. (2015). Simvolika tsveta. Sankt-Peterburg: OOO «Strata» [in Russian]
11. Yakutova O. M. (2013). Fonts (fonts) corporate site. URL: <http://www.corpsite.ru/Encyclopedia/CreateSite/Design/Type.aspx> [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 17.10.2018 р.