

ПРАВИЛЬНИЙ ПІДБІР КОЛЬОРІВ ДЛЯ ПАЛІТРИ САЙТУ

Розробляти свій веб-сайт, виконуючи не тільки функціональну складову, але й візуально справити враження на користувача – завдання підвищеної складності. Велику роль в цьому грає колірна палітра, а саме: правильні кольори можуть допомогти створити візуально привабливий сайт, який спонукатиме людей залишатися та взаємодіяти з вашим вмістом.

Отже, метою роботи є проведення аналізу правильного підбору кольорів для палітри сайту.

Колір не лише надає важливу інформацію про предмет, але й має здатність викликати думки та почуття. Психологічний аспект сприйняття кольору пов'язаний із емоційним, соціально-культурним та естетичним сприйняттям.

Психологи дослідили, що настрої та колір – явища, тісно взаємопов'язані, що наші почуття та емоції так само різнокольорові, як і весь навколишній різнобарвний світ. Ми постійно занурені в цей барвистий океан [1].

Найкращий спосіб визначитися з основним кольором – подумати про атмосферу продукту чи послуги та вивчити кольори, які відповідають цій атмосфері, щоб знайти той, який не тільки подобається, а і підходить за тематикою. Ось кілька прикладів:

- 1) Червоний: Coca-Cola або Nintendo – символізує хвилювання чи щастя;
- 2) Помаранчевий: Nickelodeon або Fanta – передбачає дружній, веселий час попереду;
- 3) Жовтий: Nikon або McDonalds – означає оптимізм і щастя;
- 4) Зелений: Whole Foods або Animal Planet – передбачає свіжість і природу;
- 5) Синій: Walmart або American Express – означає надійність і впевненість;
- 6) Фіолетовий: Hallmark або Cadbury – вказує на видатний бренд, який має історію якості;
- 7) Коричневий: Nespresso або UPS – означає надійний продукт, який може використовувати кожен;
- 8) Чорний: Chanel або Adidas – натякає на розкіш або елегантність;
- 9) Білий: Apple або Nike – означає витончені, зручні продукти [2].

Однак треба мати на увазі, що різні кольори можуть мати різні асоціації в різних культурах і контекстах. Вибравши основний колір, слід обрати інші кольори, які будуть використовуватися. Гарною відправною точкою тут є розгляд компліментів кольорів. У кожного кольору є двійники, які роблять його «популярним», і вони відомі як кольорові компліменти. Намагайтеся використовувати не більше двох-трьох кольорів для сайту.

Вибравши колірну схему, слід перевірити її на різних пристроях. Подивіться, як це виглядає на мобільних пристроях, комп'ютерах і будь-де, де клієнти можуть взаємодіяти з веб-сайтом компанії. Це дасть найкраще уявлення про те, як колірна схема транслює бренд. Коли колірна схема буде введена в дію, подивіться, як ваша цільова аудиторія реагує на неї та її вплив на конверсії, інтерес до сайту та подібні ключові показники ефективності, які можуть допомогти вам зрозуміти зацікавленість брендом.

Використання контрасту у колірній схемі може допомогти виділити певні області вашого веб-сайту, наприклад певну веб-сторінку електронної комерції. Ці кольорові контрасти допомагають вашому сайту виглядати більш організованим і допомагають користувачам розрізняти частини сторінки. Наприклад, якщо у вас є бічна колонка, яка заохочує людей дізнатися більше про певну подію чи пропозицію, використання кольору з різким контрастом до основної частини вашої сторінки може спонукати людей придивитися до неї уважніше.

Вибір колірної схеми може допомогти брендам створювати веб-сайти, щоб залучати користувачів.

Перелік використаних джерел

1. Прищенко С. В. Кольорознавство : навчальний посібник/ за редакцією професора Є.А.Антоновича. – К.: ДАКККіМ, 2009. – 358 с., іл.
2. How to Choose Good Website Color Schemes, 2022. URL: <https://www.websitebuilderexpert.com/designing-websites/how-to-choose-color-for-your-website/>