

اصول کاربرد رنگ ها و معانی آن ها در طراحی وب

رنگ ها و معانی آن ها :

رنگ سبز و سفید با هم ترکیب مناسبی بوجود می آورند

اما در ژاپن یک میخک صد پر سفید نشان مرگ است و در چین کلاه سبز به معنای خیانت یک زن به شوهرش معنی میدهد. کلاه سبز با میخک سفید نشان زیبایی برای لوگوی یک شرکت نمیتواند باشد. گرچه سبز رنگ آرامش بخش است (بهمین دلیل در بیمارستان ها استفاده میشود) و در ضمن رنگ سبز راحت تر از بقیه رنگ ها در چشم انسان آنالیز میشود. ترکیب های گوناگون رنگ سبز معانی گوناگونی میدهد. ترکیب سبز و زرد کمترین طرفدار را بین بینندگان دارد

قرمز برای افزایش فشار خون و سرعت ضربان قلب استفاده میشود. افرادی که در محیط قرمز کار میکنند معمولاً سریعتر کار میکنند، اما اشتباهاتشان در کار بیش از دیگران است. این رنگ امیال درونی مثل اشتها، بی قراری و تنش عصبی را افزایش میدهد ایجاد یک سایت با دو رنگ آبی کمرنگ و قرمز کمرنگ ایده بسیار ضعیفی است. رنگ قرمز ملایم طولانی ترین طول موج را داراست و آبی ملایم کوتاه ترین را. هنگام نگاه کردن انسان به این دو رنگ، لنز چشم برای تنظیم زوم تغییر اندازه میدهد. اما چون فرکانس های رنگی این دو رنگ با هم خیلی تفاوت دارد باعث خستگی چشم و ایجاد سردرد برای بیننده میشود

سایت هایی که از سایه های گوناگون آبی یا رنگ آبی و سفید استفاده میکنند بیشتر از بقیه، مردم پسند بنظر می آیند. چرا؟ آبی آرامش، استواری، امید داشتن و دانایی و بخشندگی را عرضه میدارد. مردم ذاتاً به سایت های آبی رنگ سریعتر اعتماد میکنند متن های آبی رنگ بیشتر در ذهن مردم به یاد میماند. ترکیب آبی و سفید و بنفش نجابت و اصالت را در ذهن انسان میسازد

خدا را شکر که سایت های زرد رنگ زیاد نیستند. با وجود اینکه رنگ زرد نشان از جمع شدگی و تمرکز است، اما بسیار سخت و مشکل در چشم آنالیز میشود. رنگ اطاق را زرد کنید: نتیجه این میشود که بچه ها گریه بیشتری میکنند و بزرگتر ها سریعتر عصبانی میشوند رنگ زرد یک رنگ حسی و چشم فریب است و استفاده آن در میزان کم بسیار جذاب و خوش دید خواهد بود

بذار کمی درباره نارنجی حرف بزنیم، نارنجی باعث میشه که اجناس گرون قیمت در نظر افراد مناسب و خوب جلوه کند. نارنجی روشن تر سخت تر در چشم دیده میشود. و به عنوان متن ها و بک گراند صفحه پیشنهادهاد نمیشود. مقدار کمی نارنجی کمرنگ میتونه کمک کنه که یه سایت شاد و دلچسب بسازید

عمل و عکس العمل: رنگ روی حس ما و ادراک ما و عکس العمل ما تاثیر میگذارد. یک بیننده با آگاهی از سایتتان وارد سایت شما شده است، حال شما باید او را همچنان سر شوق نگه دارید. شما ۸ الی ۱۰ ثانیه وقت دارید تا او را از لحاظ بصری جذب کنید. با استفاده از رنگ شما میتوانید حس خوش آمد گویی و راحتی و اعتماد را به بیننده منتقل کنید. اگر شما گرافیک های یک سایت را تغییر دهید در اصل زبان گفتگوی تصویری آن را عوض کرده اید و بدین سان است که عکس العمل متفاوتی از بازدیدکننده سایت سرمیزند

قرار دادن یک محصول که با آب سر و کار دارد (مثل لباس شنا و ...) در زمینه بنفش و نارنجی قدرت فروش آن را کاهش میدهد. رنگ های بنفش و نارنجی بطور سریع با آب و طبیعت ارتباط ندارند و یک ادراک غلط به بیننده منتقل میکنند. قرار دادن همان محصول در رنگ آبی یا سبز باعث افزایش جذابیت آن محصول میشود. سایت هایی که اصطلاحاً سایت های رنگین کمانی هستند و از همه جور رنگ در هم استفاده کرده اند کمترین زمان بازدید توسط بیننده ها را دارند و بیننده خیلی سریع ازین سایت ها خارج میشود زیرا چشم برای دیدن رنگ های گوناگون زوم های گوناگونی میکند و زود خسته میشود (سایت هایی که رنگ سفید در آن ها غالب است و مقدار خیلی کمی از دیگر رنگ ها در آن در بخش های گوناگون دیده میشود جزو این دسته نمیشوند). هر چه تعداد رنگ ها کم شود مدت زمان ماندن بازدید کننده در صفحه زیاد میشود. یک نکته در استفاده از رنگ های گوناگون اینه که حداکثر از ۵ رنگ استفاده کنید و آن ها را همگی از رنگ های گرم یا سرد استفاده کنید و زمینه را سفید بگذارید. این کار چشم ها را خسته نمیکند و سایت های کودکان که میخواهند با استفاده از رنگ های گوناگون محیط شادی را ایجاد کنند اگر از این روش استفاده کنند فروش بهتری دارند

رنگ های گرم و سرد: رنگ های گرم تشکیل شده اند از: زرد، نارنجی، قهوه ای، زرد-سبز و نارنجی-قرمز. یعنی رنگ هایی که با پاییز در تعامل هستند. بطور کلی رنگ های گرم گرایش به هیجان و تکاپو دارند. بسیاری از مردم مقدار کم از این رنگ ها را می پسندند. بنفش و سبز رنگ های واسط هستند که نه گرم و نه سردند و وابسته به میزان رنگ قرمز یا زردی هستند که در رابطه با رنگ آبی در آن ها بکار رفته است. اگر رنگ آبی کم تر باشد بیشتر شبیه رنگ های گرم بنظر میرسد

رنگ های سرد عبارتند از : آبی ، سبز ، صورتی ها ، بنفش ها ، آبی-سبز ها ، سرخابی ها و آبی-قرمز ها . رنگ هایی که بیشتر با بهار و تابستان در تعامل هستند . رنگ های سرد آرامش بخش هستند و محبوبیت بیشتری نزد مردم دارند . طراحی یک سایت با رنگ های گرم و سرد باعث گیج شدن بیننده میشود و باعث میشود سایت شلوغ و بی نظم و غیر قابل اعتماد جلوه کند . طراحان سایت معمولاً متوجه نمیشوند که ترکیب رنگ هایشان گرم و سرد است . استفاده از چرخه رنگ ها مفید است . دایره رنگ رنگ های اصلی (آبی و قرمز و زرد) و رنگ های ثانویه (نارنجی و سبز و بنفش) را نشان میدهد

ترکیب دو رنگ اصلی یک رنگ ثانویه میسازد . تمامی رنگ ها از ترکیب سیاه و سفید با رنگ های اصلی بوجود آمده اند .

نوشته شده در پارکانت - <http://www.weblog.parkanet.com/>

یکی از اصول بسیار مهم و کلیدی در طراحی صفحات وب ، توجه به اصل رنگ بندی صفحات و استفاده از رنگ های مکمل و ترکیبی مطلوبی است که کاربران بتوانند بر اساس اصل سهولت و جذابیت صفحه ، به مشاهده مطالب آن بپردازند. این که چه رنگی متناسب سایت های وب است ، پرسشی است که کارشناسان وب ، خیلی پاسخ جامع و کاملی برای آن ارائه نکرده اند و کم تر متخصصات طراحی وب به مسئله روان شناسی رنگ ها در طراحی سایت ، توجه کرده اند .

اما به هر حال یک اصل کلی وجود دارد که می گوید : در رنگ بندی یک صفحه ، باید به این موضوع توجه شود که این رنگ قرار است در چه صفحه ای و با چه موضوعی به کار رود. یعنی اصل توجه به عملکرد و موضوعیت سایت ، در رنگ بندی مطالب مهم است . سایت های دولتی و به طور کل ، سایت هایی با بازدیدکننده بسیار بالا ، معمولاً از رنگ سفید برای زمینه صفحات و رنگ آبی برای لینک های صفحه و رنگ بنفش برای لینکهای مشاهده شده که به عنوان default برنامه فرانت پیج نیز به کار می رود ، استفاده می کنند .

سایت هایی که بیش تر جنبه شخصی دارند ، از رنگ های مکمل استفاده می کنند . مثلاً رنگ سبز پر رنگ در کنار سرمه ای ، جذابیت خاصی به سایت هایی با موضوعیت بازرگانی می دهد . و یا در طراحی سایت های کودکان ، از رنگ های خیلی شاد استفاده می شود .

به هر حال توجه به کارکرد کد رنگ ها در طراحی صفحات وب از اهمیت مهمی برخوردار است . در ادام این مطلب ، فقط قصد یادآوری نوع روان شناسی هر رنگ در مخاطبان از دید روان شناسان داریم و فعلاً در مورد این که چه نوع

رنگی برای چه سایتی مناسب است ، صحبت نمی کنیم. اگر چه این توضیحات ، خود نیز بیان گر استنتاجات خوبی هستند که وب مسترها را در گرافیک سایت ، به خوبی هدایت می کند .

یک بهترین رنگ نداریم !

در مدیریت نوین یک اصل پذیرفته شده وجود دارد که یک بهترین شیوه مدیریت در کار وجود ندارد. ترکیب و هماهنگی و استقرار یک نظام در رنگ بندی صفحات وب نیز ، چنین رویکردی دارد. تجربه و نوع علاقه و هنر web designer هست که سایتی را برای ما جذاب و سایتی دیگر را next می کنیم. نکاتی که می بایست در زمان طراحی گرافیکی سایت در نظر داشته باشیم به شرح زیر هستند :

۱- اثر روان شناسی رنگ

۲- قابلیت خواندن متون صفحات سایت . (مثل سایت : www.irna.com)

۳- رنگ متمم رنگهای انتخابی برای بک گراند ، گرافیک ها ، لینک ها و متون (مثل سایت <http://www.higrade.ir/>)

۴- وجود تطبیق رنگی بین لوگوها و آرم های صفحات با رنگ بندی متون و مطالب به کار گرفته شده (مثل سایت <http://www.karvarz.com/>)

۵- توجه به نوع مخاطب و بازدیدکننده بخش های مختلف سایت . سایتی مانند یاهو ، که روزانه میلیون ها مخاطب دارد و از صدها بخش متنوع تشکیل شده است ، برای هر بخش خود از یک چیدمان و رنگ بندی خاصی در طراحی صفحات اکتیو ، استفاده کرده است . مثلاً بخش کودکان یاهو با بخش بازرگانی آن بسیار تفاوت دارد

۵ اصل مهم

لیست زیر مشخصه هایی از رنگ ها را که هنگام طراحی باید مدنظر داشته باشید بیان میکند :

۱- رنگ ها اثر زیادی روی احساسات ما در ۹۰ ثانیه اول دیدن میگذارند.

۲- اثر رنگ میتواند بیننده را ترغیب به خرید یک جنس از شما کند .

۳- رنگ ها رفتار ما را در برابر یک موضوع فقط تشدید نمیکنند ، بلکه اثر خود را کاملاً در رفتار ما نشان میدهند .

۴- اثر گذاری رنگ در فرهنگ های مختلف گوناگون است !

۵- هر رنگ به تنهایی یک پیام مخصوص به چشم بیننده میفرستد . به قول مک لوهان ، رسانه همان پیام است!

روان شناسی رنگ ها

به طور کل ، رنگ ها دارای خصیصه های خاصی هستند که در زیر به بخشی از این مولفه های موجود در رنگ ها اشاره شده است:

● سفید : اشاره دارد به صداقت ، پاکیزگی ، صمیمیت ، ملایمت و معاصر بودن چیزی . سفید بهترین رنگ برای بک گراند های وب است . در تجارت سفید رنگ خستگی گیر و انرژی بخش است .

● سیاه : اشاره دارد به ظرافت ، قدرت ، دلیری ، شهامت ، فریبندگی ، شیطان ، مهارت و باستان . مشکی برای رنگ متن روی یک پس زمینه روشن ایده آل است . این رنگ بعنوان رنگ پس زمینه چشم را خسته میکند .

● قرمز : توانایی ، هیجان ، احساسات شدید ، سرعت ، خطر و تهاجم . این رنگ از بیننده توجه به خود را طلب میکند . در تجارت بمعنی وام و بدهی است . این رنگ شدید ترین رنگ احساس است و ضربان قلب و تنفس را تسریع میکند .

● آبی : امنیت ، اعتماد ، مسئولیت پذیری ، سرما ، ایمان ، وفاداری ، وابستگی و جاه و جلال . آبی دومین رنگ عوام پسند است . در تجارت بمعنای ضمانت مالی است .

● سبز : تندرستی ، فراوانی ، حاصلخیزی ، آزادی ، شفا و بهبودی ، طبیعت ، پیشرفت ، حسادت و خونسردی . در تجارت بیانگر مقام و ثروت است . این رنگ در چشم ها راحت تر از همه دیده میشود .

● قهوه ای : تاثیر گذاری ، متانت ، توانگری مالی و کمک کننده بودن . قهوه ای رنگ کره خاکی ماست و در طبیعت بسیار فراوان است .

● خاکستری : صمیمیت زیاد ، اعتبار و نفوذ و عملی بودن . در تجارت بمعنای سنت گرایی است .

● صورتی : ملایمت ، شیرینی ، ظرافت و زنانگی ، خوب بودن ، بی گناهی و پرورش کودک .

● بنفش : وقار ، معنویت ، شاهانه بودن ، عیش و نعمت ، دارایی ، اعتبار و نفوذ ، سوگواری و مهارت . در تجارت بزرگ نشان دادن است . بنفش طرفداری از سبک های هنرمندانه است .

● نارنجی : سرزندگی و شوخی ، لذت و خوشگذرانی ، تعادل گرمایی ، تشویق کردن ، چالاکي و نیرو ، تحمل و بلند همتی .

● زرد : نور خورشید ، گرمی ، خوشی ، نامردی ، ترسویی و حسادت . در تجارت درخواست از نوع روشنفکرانه است و برای تاکید نیز خوب است . زرد باعث افزایش تمرکز شده ، سوخت و ساز را زیاد میکند و سخت ترین رنگ برای چشم هاست .

● طلایی : نشانگر گران بودن و پرستیژ است .

● نقره ای : سرما ، علمی بودن و اعتبار و پرستیژ است .

پس وقتی میخواهید رنگی انتخاب کنید باید درباره بازار نهایی کار خود باندیشید . چه احساساتی را میخواهید برانگیخته کنید ؟ اول کمی درباره چشم انداز احساسی هدفتان فکر کنید و نیز پیامی که از راه دید میخواهید منتقل کنید .

بعد رنگ خود را انتخاب کنید ! توجه داشته باشید که گرافیک صفحات وب ، امروزه نقش زیادی را در ارائه دکترین رفتار سازمانی الکترونیکی مراکز رسانه ای غرب به مخاطبان در اختیار دارند و **LOGO ، BANNER ، TIZER** ها ، فوق العاده در تحکیم مفاهیم به مخاطبان وبی موثر هستند .

از: خبرگزاری سلام