

вертого можно спасти, если вовремя оказать помощь. Что вы будете делать, если рядом с вами человеку станет плохо? Например, в музее... (<https://ria.ru/infografika/20160929/1478063450.html>).

Таким образом, редакция раздела «Инфографика» информационного агентства «Новости» осуществляет продуманную политику, направленную на создание информационных продуктов, относящихся к категории «медиаобразование». Разработка и реализация медиаобразовательных проектов, в основе которых лежат принципы полезности и максимальной визуализации контента, позволяет привлечь к интернет-СМИ различные категории целевой аудитории и сформировать бренд креативной редакции, освоившей демонстрационный потенциал мультимедийных технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Никулова Г.А. Подобных А.В.* Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн / Г.А. Никулова, А.В. Подобных // Образовательные технологии и общество. – 2010. – №2. – С. 369–387.
2. *Симакова С.И.* Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов / С.И. Симакова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5. – С. 163–169.
3. *Симакова С.И.* Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ / С.И. Симакова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №23. – С. 77–82.
4. *Федорова С.В.* Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ / С.В. Федорова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – №7. С. 189–191.

М. А. МИРОНОВА

*кандидат филологических наук, доцент
Смоленский государственный университет,
Россия, Смоленск
ma_mironova@list.ru*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДИЗАЙНА САЙТА «ПОДАРИ ЖИЗНЬ!»

Аннотация. В статье рассматриваются психологические особенности дизайна сайта благотворительного фонда. В результате исследования выявлено, что сайт фонда «Подари жизнь!» выполнен в «сверхчистом стиле», предполагающем минимализм, функциональность, удобство для пользователя и комфорт восприятия.

Ключевые слова: психология, дизайн, сайт «Подари жизнь!», акцентирование, контрастирование, балансировка, «сверхчистый стиль».

Согласно Патрику Макнейлу, профессионалу в области веб-дизайна, хороший дизайн базируется на принципах акцентирования, контрастирования, балансировки, выравнивания, повторения и обеспечения удобства восприятия [2]. Акцентирование – это подчеркивание особой важности или значимости какого-либо элемента. Для того чтобы соблюсти в процессе создания дизайна принцип акцентирования, необходимо проанализировать содержимое сайта и выяснить, какая иерархия элементов имеет место в его содержимом. Выяснив это, можно создать дизайн с грамотно реализованной иерархией. Необходимо следить за тем, чтобы интенсивность акцентирования внимания на элементах совпадала с тем, как пользователь исследует страницу, т. е. сверху вниз.

Контрастирование – это визуальная дифференциация двух или более элементов. Существует множество характеристик элементов дизайна, которыми можно пользоваться с целью достижения необходимой степени контрастирования элементов, включая цвет, размер, местоположение, тип и толщину шрифта. Этот принцип моделирования веб-ресурса также позволяет привлекать внимание, обеспечивая акцент на определенных элементах. Самое большое влияние контрастирование оказывает на визуальную иерархию веб-страницы.

Принцип балансировки соотносится с тем, как распределены элементы в дизайне и как они соотносятся с общим распределением визуальной нагрузки в рамках веб-страницы. От этого зависит то, насколько сбалансированным окажется дизайн в визуальном плане.

Выравнивание – это упорядочение элементов таким образом, чтобы они максимально близко подступали к естественным линиям (или границам), которые они образуют. К примеру выровненных элементов можно отнести расположенные на одной линии заголовки двух столбцов либо левые края находящихся друг над другом элементов.

Повторение предполагает неоднократное использование в дизайне одних и тех же элементов разными способами. Дизайн, который содержит повторения, становится унифицированным. Повторение может выражаться во множестве форм, включая использование того же цвета, очертаний, линий, шрифтов, изображений и общего подхода к стилизации. Если дизайн не включает повторяющиеся элементы, то это обычно свидетельствует о том, что он лишен унифицированности и связности.

Обеспечение удобства восприятия, главным образом, зависит от того, на чем дизайнер сделал акцент и в какой мере он обеспечил контрастирование элементов между собой. Фактически оно всецело определяется тем, как дизайнер скомпоновал все элементы страницы. Сайт, который обеспечивает

удобное восприятие, должен способствовать тому, чтобы поддерживать интерес пользователя и удерживать его внимание на странице.

Универсальные принципы дизайна представлены и в книге Владимира Касютина «Живая газета». Он указывает три составляющих успешного оформления периодического издания: иллюстрации (число, размеры, подписи, персонажи, этика); композиция (главное / второстепенное, контрасты, легкость нахождения информации); навигация (комфорт чтения, логичность информационных пакетов) [1, с. 128].

Предметом данного исследования стала попытка определить, как основные принципы дизайна реализуются в визуальной модели сайта благотворительного фонда «Подари жизнь!».

Для первичного знакомства с сайтом всегда важно беглое впечатление. Именно от него зависит, сколько времени пользователь проведет на веб-ресурсе. Сайт фонда «Подари жизнь!» сразу привлекает внимание цветовым решением: светло-голубой фон и контрастные детали – детский рисунок солнца и яркий логотип в верхней части экрана.

Одним из условий хорошего дизайна является обеспечение удобства восприятия. Это означает, что структура сайта должна быть подчинена направлению взгляда пользователя. Согласно психологическим и медиаисследованиям, взгляд человека при «сканировании» сайта движется слева направо и сверху вниз. При этом центральное зрение фиксирует, прежде всего, информацию в центре экрана. Многие медиааналитики задаются вопросом, на что люди обращают внимание в первую очередь, разглядывая картинку на экране компьютера, и на что смотрят потом. Как указывает С. Уэйншенк, это зависит от того, чем они занимаются и чего ожидают. Если человек в силу воспитания и образования читает текст слева направо, он будет точно так же «сканировать» экран. Однако лишь немногие начинают просмотр с верхнего угла (левого или правого). Поскольку люди пребывают в абсолютной уверенности, что на страничке любого сайта есть вещи неважные и ненужные для решения непосредственной задачи (логотипы, панели навигации, реклама и т.д.), в большинстве случаев они уделяют внимание центру экрана и игнорируют края [3, с. 25].

Всем этим требованиям комфортного восприятия отвечает сайт «Подари жизнь!». В центре главной страницы расположен слайдер с портретными фотографиями детей, слайдер можно листать слева направо. Очень тонко продуманный дизайнерский ход состоит в том, что фотогалерея не движется автоматически, ее может листать только сам пользователь. Это помогает посетителю сайта дольше удерживать внимание на портретах конкретных детей, которым нужна помощь. Не менее важен точный с психологической точки зрения подбор фотографий: портретные фото крупным планом, выражающие разные эмоции. Профессиональные фотографы назвали бы их «живыми» портретами, вызывающими сочувствие и сопричастность.

Дизайнер сайта очень точно сумел учесть известный психологический принцип: богатство выбора приводит к тому, что сделать выбор оказывается труднее всего. Другими словами, когда на главной странице очень много контрастных элементов, пользователю сложно быстро определиться, на чем сосредоточить внимание. В таких случаях опытные дизайнеры советуют ограничиться тремя–четырьмя контрастными элементами на одном экране. В соответствии с этим принципом в центре экрана под фотогалереей размещены три ярких «кнопки» для тех, кто хочет помочь детям. Они сразу обращают на себя внимание и помогают пользователю быстро сориентироваться в том, какое действие ему необходимо предпринять.

В дизайне сайта «Подари жизнь!» также соблюдается принцип акцентирования, т. е. выстраивания визуальной и смысловой иерархии главной страницы. После контрастной и эмоциональной фотогалереи следует новостной блок, размещенный на нейтральном белом фоне. Композиционно он уравновешен двумя важными гиперссылками с левой стороны: «Если вам нужна помощь» и «Часто задаваемые вопросы». Таким образом, сайт не перегружен структурными элементами и помогает пользователю легко сориентироваться в том, какая информация ему необходима.

Второй экран главной страницы создан в стиле «легкого» дизайна. Это достигается благодаря группировке элементов с помощью свободного пространства и гармоничных оттенков голубого и белого цветов. Безукоризненно выполнено выравнивание элементов, за счет чего обеспечивается комфортность восприятия.

Подводя итог, можно сказать, что сайт благотворительного фонда «Подари жизнь!» выполнен в «сверхчистом стиле»: он минималистичен и функционален, т. е. удобен для пользователя. Это подтверждает наличие большого свободного пространства, что обеспечивает легкость восприятия важной информации, крупный шрифт рубрик и функциональных гиперссылок, и баланс всех элементов, т. е. уравновешенность дизайна в визуальном плане.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Касютин В.Л.* Живая газета / В.Л. Касютин. – М.: Издательский дом «Хроникер», 2008. – 246 с.
2. *Макнейл П.* Веб–дизайн. Идеи, секреты, советы / П. Макнейл. – СПб.: Питер, 2012. – 272 с.
3. *Уэйншенк С.* 100 главных принципов дизайна / С. Уэйншенк. – СПб.: Питер, 2012. – 272 с.