

به نام خدا

موضوع: روانشناسی رنگ ها و طراحی سایت های اینترنتی

این مطلب در آدرس زیر قابل دسترسی است: <http://faraznet.net/doc/coloring.pdf>

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 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.

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، نوع علاقه و هنر طراح است که سایتی را برای ما جذاب و سایتی دیگر را کسل کننده می کند. 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
- ۳ - رنگ متمم رنگهای انتخابی برای پس زمینه، تصاویر، لینک ها و متون
- ۴ - وجود تطبیق رنگی بین لوگوها و آرم های صفحات با رنگ بندی متون و مطالب به کار گرفته شده
- ۵ - توجه به نوع مخاطب و بازدیدکننده بخش های مختلف سایت

پنج 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 ، مسیولیت پذیری ، سرما ، ایمان ، وفاداری ، وابستگی وجاه 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 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 .