

В. Ю. Шапова

*Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения,
Санкт-Петербург, Россия
Научный руководитель – М. В. Лукьянчикова, кандидат исторических наук, доцент*

РОЛЬ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ САЙТА В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА

В статье предлагается общий обзор правильного использования визуальных элементов сайта для привлечения внимания аудитории бренда, которые влияют на его продвижение. Особое внимание уделяется важности подбора шрифтов, цветов, а также выстраиванию композиции и других элементов, без которых использование сайта будет малоэффективно.

Ключевые слова: бренд, продвижение бренда, восприятие, сайт, шрифт, композиция

Визуализация бренда является одной из составляющих узнаваемости компании, которая способствует построению эффективной коммуникации с целевой аудиторией. Это также касается сайта, ведь именно хороший, качественный визуальный контент вызывает больше вовлеченности аудитории, делая его мощным инструментом продвижения [1, с. 72–73].

Начнем с одного из самых важных компонентов на любом сайте, как, возможно, не кажется на первый взгляд – с правильного подбора шрифтов. Шрифт – один из элементов дизайна, который помогает передать концепцию дизайна, подчеркивая стиль и повышая удобство восприятия информации. При чтении мы воспринимаем не только смысл текста, но и визуальный образ, который создают буквы. Надпись – это полноценное изображение. У каждого шрифта свое настроение, а значит, что под каждый проект шрифт надо подбирать исходя из того, какие смыслы он несет: что продукт или услуга должны передавать, какая у них целевая аудитория, какие эмоции мы должны вызвать своим дизайном. В продолжение этой мысли шрифты бывают разных типов: гротески, рукописные, с засечками, акцидентные. Если говорить про тонкие каллиграфические шрифты, шрифты с засечками, то они характерны для изысканного, утонченного, возможно, винтажного направления, в пример можно привести бренд Cartier. Инновации, современность и технологии отлично отражают минималистичные брусковые шрифты, как например бренд Apple. А для спортивного стиля характерен брутализм и более массивные шрифты, чтобы показать силу, в пример можно привести бренд Puma.

Если говорить про типографику, то при создании сайта нужно руководствоваться следующими принципами:

- не использовать плохо читаемые шрифты;
- не использовать больше 2–3 шрифтов на одном сайте в макете;
- не использовать заглавные буквы в больших блоках текста. Это приемлемо для заголовков, но не для основного текста. Так можно делать, если выносить небольшое предложение отдельно;
- важно не использовать жирный шрифт и курсивное написание в большом блоке текста, это только утяжелит его. Такой подход лучше подойдет для выделения заголовков или для цитат;
- основной текст должен быть меньше, чем заголовки;
- в заголовках, а также в остальном тексте на сайте должны быть выдержаны единые размеры, начертание, жирность и одинаковый шрифт, чтобы концепция была общей.

Также важную роль на сайте играет расположение текста. В вопросе о самом важном на сайте, по результатам проведенного автором опроса, 94 % из 32 респондентов ответили, что именно легкость поиска информации на сайте играет главную роль. Необходимо отметить, что визуальная привлекательность сайта заключается не только в интересном и приятном дизайне, но и в гармоничном размещении текста, что заставляет оставаться на страничке за его чтением как можно дольше и в удобном формате находить самое нужное.

Важно разбивать информацию на логические блоки и располагать связанные элементы рядом. То есть вся информация, перекликающаяся между собой, должна находиться в одном месте, иначе пользователю будет неудобно искать разные части информации по всему сайту. А чтобы читатель воспринимал информацию более эффективно, ее важно структурировать визуальными элементами: для этого можно использовать значок, подходящий по стилистике сайта. Он может быть в виде звезды, круга, ромба и любого другого символа. Здесь лучше определить набор похожих элементов, либо использовать один, которые будут соединять текст одной информации. И нельзя не отметить, что необходимо выделять важное: лучше всего подчеркнуть значимую фразу в тексте, если она должна привлечь внимание у пользователей и отложиться у них в голове. Если учитывать все вышеперечисленные принципы, текст будет выглядеть аккуратным, что упростит чтение и поиск информации.

Весь сайт состоит из текста, изображений, графических элементов, цветов, шрифтов и других дополнительных элементов и все это образует композицию. Композиция – это гармоничное расположение всех элементов сайта на экране таким образом, чтобы максимально раскрывалось их содержание. Она бывает двух основных типов: статическая и динамическая. Композиция статическая подразумевает покой, спокойствие, баланс. Все внимание вокруг главного элемента, ничего не мешает и не отвлекает от него. Динамическая композиция подразумевает движение. Здесь важно не переусердствовать креативом, выстроить правильную иерархию контента, чтобы логически подвести пользователя к основному действию.

Несколько важных аспектов, за которыми необходимо следить:

- Нужно знать про негативное пространство. Чем чище макет, чем больше свободного пространства вокруг элементов, тем легче считывать информацию и фокусироваться на важном.

- Фотографии необходимо подбирать из одной фотосессии либо с одинаковой обработкой. Это создает целостную атмосферу на сайте.

- Декор должен быть уместен на сайте, не перегружать макет, передавать правильные ассоциации и быть в единой стилистике с общим оформлением.

Базовым элементом на сайте является цвет, он играет важную роль во всем, что касается визуального восприятия. Также как и со шрифтом, когда мы смотрим на сайт, а именно видим общую картинку. На основе того, какие цвета там присутствуют, мы сами, того не осознавая, считываем настроение и смыслы целостной концепции. Цвет – это узнаваемость бренда и одна из его особенностей. Каждый цвет передает определенный смысл и настроение. У цветов есть свои классификации. Если работать с брендом, у которого еще нет фирменного стиля, важно понимать описания палитры, к примеру желтый цвет символизирует оптимизм, ясность, тепло; зеленый – покой, рост, здоровье; розовый – волнение, молодость, смелость [2, с. 164]. Именно с помощью цвета легче всего делать акценты в рамках макета сайта и выделять важную мысль. Например, зачастую кнопка покупки выделена другим или контрастным оттенком.

В 2024 г. важно использовать анимацию и интерактивные технологии. Без них сайт уже будет довольно скучным и примитивным. Пользователям нравится, когда на сайте есть

WOW-эффекты: нестандартные появления, вращения, деформации. Все это делает сайт объемнее, живее, атмосфернее. Анимация нужна не только ради красоты: она «затягивает» пользователя в интерфейс, ему становится интересно взаимодействовать с сайтом. Это улучшает поведенческий фактор, увеличивает время пребывания пользователя на нем [3].

Возвращаясь к проведенному опросу, остановимся на полученных данных. Число опрошенных составляет 32 человека. Всего было задано 10 вопросов, в каждом из которых узнавалась о степени важности отдельных элементов на сайте.

59 % респондентов обратили внимание на важность привлекательного дизайна на сайте. Действительно, общая интересная и цепляющая картинка необходима, чтобы пользователям было приятно читать информацию и находиться на страничке. Однако, как мы помним, именно удобному поиску информации на сайте опрошенные люди уделяют 94 %, что на 35 % больше, чем привлекательный дизайн. А удобство навигации внутри сайта важна для 90 % респондентов. Это дает нам понять, что главным инструментом в визуальной привлекательности сайта является именно простота его использования и техника расположения текста, а не только узоры и симпатичное оформление, хотя это также немаловажно. Все это в совокупности и является привлекательным визуальным фактором. Также внимание уделяется и другим элементам, значимость их оценивается следующим образом: использование анимации – 55 %, выбор шрифтов – 45 %, подбор цветов – 43 %, присутствие графических элементов и декора – 56 %. Пользователи отмечают, что главным показателем отличного сайта является именно гармоничное использование дизайна и удобство использования (юзабилити).

Каждый вышеперечисленный аспект на сайте важен. Без каждого элемента невозможна его целостность и эффективность. Благодаря правильному построению иерархии текста, его смысловых блоков пользовательский опыт становится успешнее, сайт оставит положительные эмоции и соответственно укрепит связь с брендом. Именно сайт является главной визуальной визиткой бренда. Он отражает фирменный стиль, это выражается в различных графических элементах, в шрифте и цветах. Только общая композиция и совокупность использования всех главных элементов на сайте может дать максимальный эффект и выделит бренд среди конкурентов.

Список использованных источников

1. *Пастревич, Д. И.* Роль визуального контента в построении бренда / Д. И. Пастревич // Бизнес и дизайн ревю. – 2022. – №4 (28). – С. 72–78.
2. *Иоханнес, И.* Искусство цвета / И. Иоханнес. – М. : Дмитрий Аронов. – 2018. – 95 с.
3. Игра на эмоциях: типы веб-анимации, которые улучшают пользовательский опыт // st-lt.ru - 14.09.2023. – URL: <https://st-lt.ru/blog/igra-na-emocziyah-tipyi-veb-animaczii-kotoryie-uluchshayut-polzovateliskij-opyit.html?ysclid=m2p3bstw6m633007345> (дата обращения: 20.11.2024).