

**ПСИХОЛОГИЯ В WEB-ДИЗАЙНЕ***БГТУ, г. Минск*

Главная задача web-дизайнера заключается в том, чтобы не испортить смысл страницы дизайном.

Важным аспектом перед началом оформления сайта, является составление портрета потенциального посетителя web-ресурса. Стоит учитывать, что графика более информативна, нежели текст, если говорить об оформлении главной страницы, с которой начинается знакомство с сайтом. По статистике, человек воспринимает 83% информации зрительно, а 40 % он способен запомнить с первого взгляда. Поэтому грамотный, хорошо продуманный web-дизайн должен соединять в себе превращая в одно целое текстовую и графическую составляющие ресурса и при этом оставаться в памяти человека.

**Рисунок 1**

Любое изображение вызывает у человека ассоциации. Но проблема в том, что одни предметы, сюжеты или графические элементы вызывают у всех людей (вернее, у многих) одинаковые ассоциации, а другие – совершенно различные, поэтому стоит прибегать к «одинаковым». Если вы ошибочно строите ассоциативный ряд, то можно завести пользователя совсем не туда, куда вам хотелось. Поэтому, для построения устойчивых ассоциаций, настроения или образа, часто нужно дополнять композицию элементами, укрепляя тематическую линию. Такими элементами может быть, что угодно: изображение или ёмкая фраза. (Например: – Just do it. Nike – Buy it. Sell it. Love

it. ©EBAY – Invent ©HP– Think. ©IBM –Think different. ©Apple – Connecting people. ©Nokia).

Не трудно заметить, что на сложных, детализированных, иногда не понятных с первого взгляда изображениях, хочется задержать взгляд – зрителю интересно «разгадать загадку» и разгадка смысла приносит эстетическое удовлетворение и положительные эмоции. Но не в WEB-дизайне! Такая информация из-за своей сложности плохо запоминается и является невыгодной в маркетинговом плане. Чтобы это доказать, достаточно взглянуть на эволюцию логотипов крупнейших компаний (рис. 1). При выборе цвета так же следует внимательно изучить целевую аудиторию. Например, красные оттенки в дизайне fashion-направленности будут подчёркивать чувственность, смелость, а на сайте научной направленности (подготовка к экзаменам, ЦТ и т.д.) – вызывать раздражение и ассоциации с «красной ручкой», исправляющей ошибки.

Следовательно, было бы логично, создать некую динамичную базу данных из ассоциативных шаблонов (шрифтов, цветов, линий) в рамках web-среды, так как согласитесь, что использование готического шрифта было бы более уместно на сайте посвященном путешествиям по Европе, нежели на сайте, занимающемся бронированием авиабилетов. Это бы значительно упростило работу дизайнера и помогло избежать ошибок.

УДК 128

Регилевич Е.Л.

## **ПОПУЛЯРНОСТЬ ЦЕЙТРАФЕРНОЙ СЪЕМКИ**

*БНТУ, г. Минск*

*Научный руководитель: Дробыш А.А.*

В последнее время очень большой популярностью стал пользоваться метод цейтраферной съёмки (ещё его называют таймлапс от. англ. time и lapse – время и промежуток). Этот