



Цвет в дизайне влияет на многие факторы, которые играют большую роль в визуальном восприятии. Из исследования под названием Влияния цвета на маркетинг, где сказано, что для некоторых продуктов 90% поспешных решений по покупке тех или иных товаров люди делают, основываясь только на цветах, мы можем понять какую огромную роль играет цвет на выбор человека. Выбор цвета в дизайне очень сложен, потому что цвет производит разный эффект на людей, в зависимости от их личных предпочтений, особенностей и ассоциаций. Цветовую гамму нужно подбирать так, чтобы привлекать внимание к продукту и способствовать появлению определенных впечатлений и эмоций у клиента. Поэтому мы зачастую обращаемся к психологии цвета.

- коричневый. Символизирует надежность, силу и вызывает доверие. Его использование в умеренном количестве способно на подсознательном уровне подтолкнуть посетителя к покупке;
- оранжевый. Амбиции и энергичность, новые начинания и стремление выделяться – все это ассоциируется с оранжевым цветом. В паре с прохладными оттенками синего он может демонстрировать интересные сочетания;
- желтый. Веселый и игривый, он быстро привлекает внимание, но нужно быть аккуратным, так как его чрезмерное использование может вызывать раздражение;
- зеленый. Это один из наиболее органичных для природы цветов, который воспринимается людьми максимально непринужденно и естественно. В дизайне зеленый цвет вызывает положительные эмоции, чувство гармонии и расслабления;
- розовый. Ассоциируется с женственностью и оказывает успокаивающее действие, что позволяет использовать его в качестве компенсирующего для таких агрессивных цветов, как черный, оранжевый и красный. Он излучает доброту, нежность и формирует романтическое настроение;
- красный. Как правило, красный цвет ассоциируется с яркими эмоциями, уверенностью и любовью к жизни. Но будьте осторожны, так как обилие красного в дизайне может оказывать подавляющее действие;
- белый. Чистота и легкость восприятия, которую обеспечивает использование белого цвета в дизайне, дало ему высокую популярность при дизайне самых

разных типов сайтов. Белое пространство вокруг элементов содержания улучшает его восприятие, позволяет правильно расставлять акценты и не отвлекать внимание клиента ни на что другое;

- фиолетовый. Фиолетовый цвет и его пурпурные оттенки с давних времен ассоциируются с королевской роскошью, властью и богатством;
- синий. Он вызывает чувство доверия, символизирует продуктивность, спокойствие и четкое понимание целей. Согласно статистике, это один из наиболее используемых в Интернете цветов, и в зависимости от оттенка его можно использовать в дизайне самых разных тематик;
- серый. Этот цвет, как правило, подчеркнуто серьезный и ассоциируется с консервативным мышлением. Оттенки серого обычно служат отличным фоном для других, более ярких цветов;
- черный. Данный цвет символизирует силу, власть и господство, а при использовании в электронной коммерции вызывает чувство уверенности и спокойствия у потенциальных покупателей. Тем не менее, его использование должно быть умеренным, чтобы создавать мягкую, а не мрачную атмосферу.

Люди рассматривают три основных фактора при оценке цвета:

- Уместность.
- Эстетика.
- Значение.

Уместность

Маркетологи зачастую выбирают цвета, основываясь на предпочтениях людей. Зачастую это неправильный подход.

Например, большинство людей предпочитают голубой цвет коричневому. Но, предположим, что вы покупаете стол. Большинство людей выберут коричневый, так как он выглядит уместным.

Люди зачастую выбирают цвет для стен в своём доме, основываясь на том, какие эмоции они хотят испытывать в каждой отдельной комнате .

Говоря о семантическом значении, стоит обратиться к исследованию Kauppinen-Raisanen and Luomala (2010). Они попросили людей оценить лекарства от боли в красной упаковке. Комментарии продемонстрировали концентрацию людей на семантическом значении:

- «Если у вас головная боль и вам нужно то, что её снимет, вы не захотите наткнуться на напоминание о крови».
- «Если вам нужно что-то проглотить, то красный цвет слишком жгуч. Его будет неприятно ощущать в своём горле».

Эстетика

Этот материал сфокусирован на ассоциациях и значениях цвета, но нельзя игнорировать эстетику. Нельзя выбирать цвет, основываясь исключительно на его эмоциональном и семантическом значении. Иначе дизайн теряет свою привлекательность.

Эстетически привлекательный дизайн может:

- Повлиять на выбор бренда
- Привлечь больше внимания
- Повысить лояльность к бренду
- Сделать дизайн удобнее
- Усилить правдивость восприятия

Вот почему цветовая психология никогда не будет шаблонной наукой, и это правильно.

Значение

Третий фактор — это значение. И он включает в себя две составляющих: социальную и функциональную.

Если речь идёт о социальном значении, нужно задать вопрос: удобен ли ваш цвет с точки зрения общества? Например, определённые стили одежды могут быть в моде — из-за этого они имеют большую социальную значимость.

Функциональное значение отвечает на вопрос, удобен ли ваш цвет с практической точки зрения. Например, на серебряных машинах не видно пыли и царапин, в то время как на чёрных машинах пыль и царапины виднее, и этот цвет имеет меньшее функциональное значение.

В заключении приведу несколько примеров наиболее удачных подборок цветов.



Canva

#8C0004
смородина

#C8000A
алый

#E8A735
бархатцы

#E2C499
светлый
камень

Цветовое сочетание «кетчуп и горчица» охотно используют в фаст-фуде. Красный стимулирует аппетит, а желтый обещает, что покормят быстро и привычно.



#6C5F5B
металл

#CDA881
крафтовая
бумага

#D8C3B3
газетная
бумага

#4F4A45
олово

У аристократов считалось неприличным носить совершенно новые вещи: купленные костюмы сперва изнашивали слуги. Из этой традиции вырос «шебби шик» — стиль, в котором новым вещам придают вид старых и потертых. Цель — создать впечатление, что у каждой вещи своя история.



#4C85F5
небесно-
голубой

#B7B8B6
гранитный

#34675C
сосна

#B3C100
поле

Голубой ассоциируется с гармонией и миром. Если поддержать его натуральным зеленым и «успокоить» такое сочетание цветов серым — получится палитра, которая помогает формировать доверие к бренду.



#F4CC70
песчаник

#DE7A22
жжено-
оранжевый

#20948B
сосна

#6AB187
лагуна

Такое сочетание цветов неизбежно вызывает ассоциацию с пляжем, отдыхом. При этом песочные цвета согревают, а морские — освежают дизайн. Главное достоинство палитры — заметный контраст тонов и температур, который привлекает внимание.