

image not found or type unknown



Цвет – это инструмент в руках дизайнера. Он притягивает взгляд, рождает эмоции и передает смысл.



Красный цвет ассоциируется положительно: физическая энергия, смелость, доблесть, храбрость, страстность, веселье, справедливость, любовь, преданность. Ассоциируется негативно: война, жестокость, агрессия, враждебность, страдания.



Синий цвет символизирует авторитет, мужественность, доверие и силу, тактичность, любезность, покорность.



Зеленый. Этот цвет ассоциируется со спокойствием, ростом и гармонией, покорность, рост, молодость, обновление, покой, верность, отдых, гармония.

1965

1968

1982

2015

Оранжевый. Символизирует здоровье, солнце, энергию и жизненную силу, самобытность, яркий, сладкий, манящий, интригующий. В дизайне оранжевый призван привлечь внимание, это очень активный, сочный, задорный цвет, но не такой вызывающий, как красный.



Желтый цвет ассоциируется с энергией, светом, радостью, богатством, активностью, непостоянством. Это универсальный цвет, который дарит ощущение

спокойствия и счастья, напоминает о детстве.



Фиолетовый. Ассоциируется с мистикой, роскошью, интеллект, вдохновение, медитация, редко с депрессией, несдержанность, сомнение, раздвоенность.



Черный. Символ силы, утонченности, элегантности и тайн, пустота, космос, деловой, лояльный, рентабельность, усилие, терпение, сдержанность, воспитание, торжество. Очень сильный цвет, несмотря на нейтральность: траур, зло, предательство, коварство, смерть, скорбь.



Белый ассоциируется с чистотой и невинностью, святость, благородность, свободу, пространство, легкость, неизвестностью, неподвижность, холод.



Серый цвет ассоциируется с технологичность, современность, металл, обыденностью, скромностью, ограниченностью.



PEUGEOT

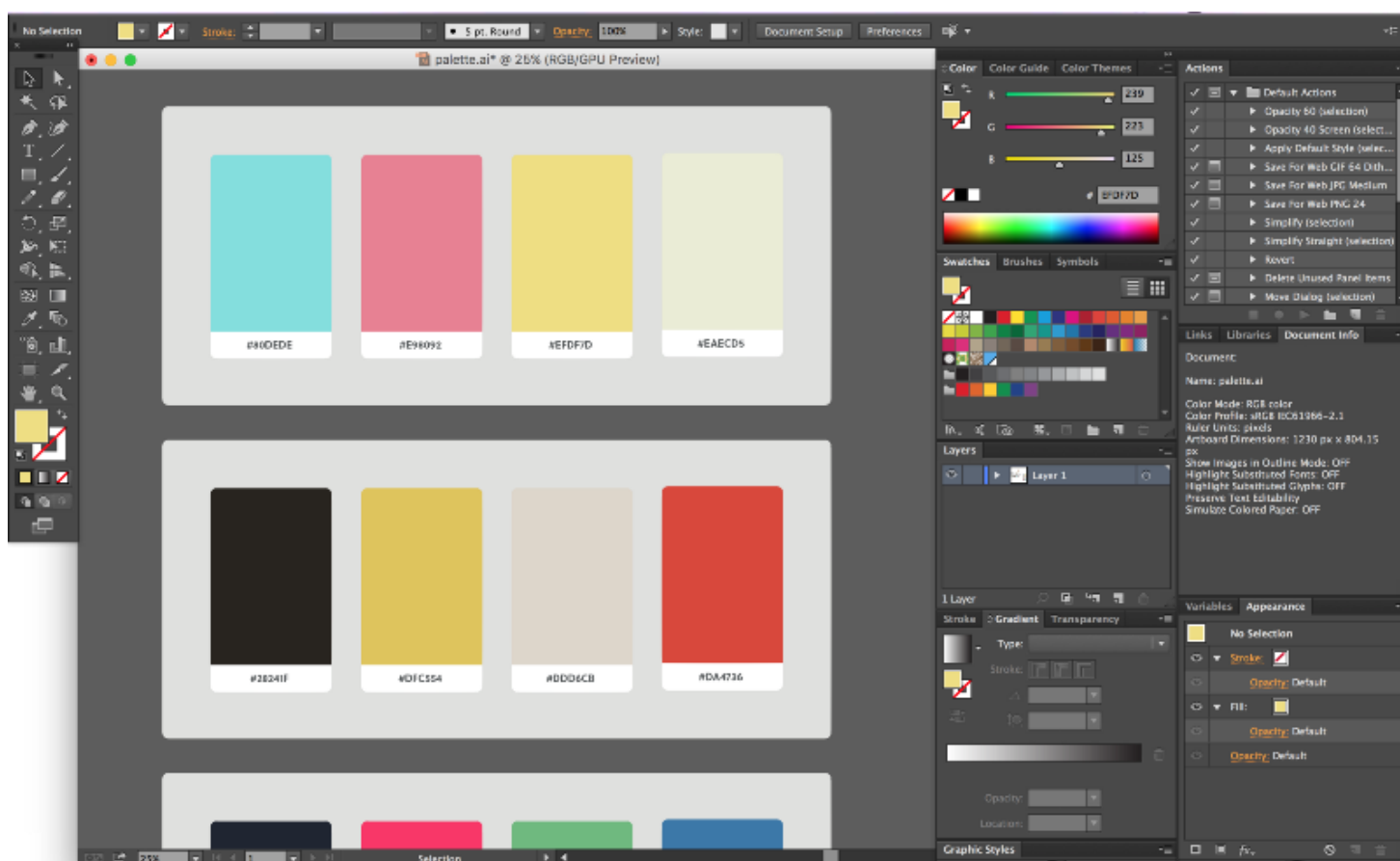
3DCar.ru

Коричневый. Ассоциируется с землей, природой, деревом и камнем, дословностью, законом, безделье.



Выбор цветовой палитры

Цветовая палитра – это результат случайного вдохновения. Но в большинстве случаев это итог системного подхода.



Перед началом работы главное - определите цель работы. В хорошем дизайне цвета всегда подобраны под его цель. Надо определить, чего хочется передать через этот цвет? Какова цель вашего дизайна? Какие эмоции я хочу передать этим цветом?

Цель дизайна должна служить как руководство в выборе палитры цветов.

Дальше надо определите свою аудиторию. Люди воспринимают цвета по-разному. Цвет – это психологический феномен, который возникает только в глазах смотрящего.

Чтобы сформировать мнение о продукте, пользователю достаточно 90 секунд. Определяющую роль на мнение пользователей оказывает выбранная цветовая гамма. Цвет управляет эмоциями посетителей и определяет отношение к сайту и бренду в целом. Когда вы смотрите на какой-либо цвет, ваши глаза взаимодействуют с определенной областью головного мозга, известной как гипоталамус. Он посылает сигнал в гипофиз к эндокринной системе, и затем к щитовидной железе. А щитовидная железа дает сигнал на выработку специальных гормонов, которые влияют на настроение, эмоции и поведение.

Для того, чтобы правильно выбрать цветовую схему, нужно следовать следующими принципам: правильный цвет для тематики; правильный цвет для целевой аудитории; правильный цвет в зависимости от времени; правильный цвет для каждого целевого действия.

При выборе палитры для дизайна лучше следовать принципу KISS (Keep it simple, stupid – Делай проще, дурачок!). Чем меньше цветов, тем лучше. Для большинства систем дизайна такая структура отлично подойдет для старта: фон, главный тон, вспомогательный тон, цвет ошибки, цвет успешной операции.

Главный цвет – это цвет, в который чаще всего будут окрашены важные кнопки и акценты. Для большинства компаний это цвет их логотипа.

Вспомогательный цвет – это цвет, который используется для отличия второстепенных действий от основных. Например, главные и вспомогательные кнопки. Цвета ошибок и успеха, обычно красный и зеленый, отвечают за состояния. Например, уведомления об ошибке или об успешном завершении действия.