

Колористика - наука про колір, що включає знання про природу кольору, основних, складових і додаткових кольорах, основні характеристики кольору, колірних контрастах, змішування кольорів, колориті, колірної гармонії, колірному мовою, колірної гармонії і колірної культури.

Колір - властивість світла викликати певне зорове відчуття у відповідності зі спектральним складом відбиваного або випущеного випромінювання. Світло різних довжин хвиль збуджує різні колірні відчуття; випромінювання від 380 до 470 нм мають фіолетовий і синій колір, від 470 до 500 нм - синьо-зелений, від 500 до 560 нм - зелений, від 560 до 590 нм - жовто-оранжевий, від 590 до 760 нм - червоний. Однак колір складного випромінювання не визначається однозначно його спектральним складом.

Терміни колористики:

1. **Відтінок** (кольори) - назва кольорів (червоний, синій,...)
2. **Інтенсивність** - рівень концентрації кольорів (перевага того або іншого тону)
3. **Глибина** - ступінь яскравості або приглушеності тональності кольорів
4. **Світлота** - ступінь розбіленості (% присутності в кольорі білого і ясно-сірого тонів)
5. **Насиченість** - % присутності темно-сірого і чорного тонів
6. **Яскравість** - однаково насичені відтінки, що відносяться до одного і того ж кольору спектру, можуть відрізнятися один від одного ступенем яскравості. Наприклад, при зменшенні яскравості синій колір поступово наближається до чорного.
7. **Контрастність** - відношення різниці яскравостей об'єкта і фону до їхньої суми

Кольорові моделі

Кольорова модель — це модель конкретизованої класифікації гами світлових кольорів сприйнятних для людини, котра дає можливість класифікувати конкретний колір для подальшої можливості його відтворення.

Основні кольорові моделі

RGB (скорочено від англ. Red, Green, Blue — червоний, зелений, синій) — адитивна кольорова модель, що описує спосіб синтезу кольору, за якого червоне, зелене та синє світло накладаються разом, змішуючись у різноманітні кольори. Широко застосовується в техніці для відображення зображення за допомогою випромінювання світла.

СМУК (Cyan, Magenta, Yellow, Key color) — субтрактивна кольорова модель, використовується у поліграфії, перш за все при багатофарбовому (повноколірному) друці. Вона застосовується у друкарських машинах і кольорових принтерах.

Короткий опис колірних асоціацій:

Червоний - теплий і дратівливий, стимулює мозок, поліпшує настрій. Колір лідерства, чоловічий колір, цей колір також збудливо діє на нервову систему.

Червоному кольору віддають перевазі влюбливі і сексуальні люди.

Порушення, енергія, пристрасть, бажання, швидкість, міцність, потужність, тепло, любов, агресія, небезпека, вогонь, кров, війна, насильство, все інтенсивне і пристрасне.

Пурпуровий - заробіток, духовність, шляхетність, церемонія, незбагненний, перетворення, мудрість, освіту, жорстокість.

Блакитний, синій колір створює прохолодне оточення, знімає болі при невралгії і запаленнях, означає розчарування і підозрілість. При сприйнятті блакитного часом сильно недооцінюється. Під дією цього кольору у людини зменшується рівень тривожності, знижується напруга і кров'яний тиск. При дуже довгому впливі виникають стомлення, втома.

Мир, спокій, спокій, стабільність, гармонія, об'єднання, довіра, істина, консерватизм, безпека, чистота, порядок, лояльність, небо, вода, холод, технологія, депресія, Подавлювачі апетиту.

Зелений колір означає недовіру і врівноваженість. Заспокоює нервову систему. Знижує біль, втому, нормалізує кров'яний тиск. Сприяє концентрації уваги. Поле звикнення до зеленого кількість правильно вирішених завдань збільшується на 10%, при скороченні кількості помилок на 20%, але при цьому виникає певна недооцінка часу. Зелений є тихим і заспокійливим. Вважають за краще здатні, упевнені в собі, прагнучі до самоствердження і урівноважені люди.

Природа, здорове середовище, відновлення, молодість, бадьорість, весна, щедрість, родючість, ревності, недосвідченість, заздрість, невдача.

Оранжевий колір-найдинамічніший, молодіжний і веселий колір. Стимулює почуття та прискорює серцебиття, загострює сприйняття та сприяє вирішенню складних ситуацій, завдань і проблем. Життєрадісний і імпровізований. Дія, що викликає збудження, менш сильний, ніж червоний тому більш приємний. Колір злегка прискорює пульс, не збільшуючи кров'яний тиск, створює відчуття благополуччя і щастя. Чинить сприятливу дію на працездатність, за умови періодичного відпочинку від нього. При тривалому сприйнятті помаранчевого може з'явитися стомлення і навіть запаморочення.

Енергія, баланс, тепло, ентузіазм, жвавий, експансивний, пишний, що вимагає уваги.

Жовтий життєрадісний колір сприяє вирішенню завдань і проблем. Якщо виходити з твердження, що жовтий - суміш зеленого і червоного, то він поєднує в собі властивості цих кольорів. Жовтий колір стимулює мозок, викликає збудливу напругу. Перевага жовтого означає прагнення до незалежності, розширення горизонту сприйняття. Це яскравий колір спектру. Він дуже гнучкий і легко пристосовується, всюди проникає. За допомогою жовтого променя можна підібратися до витоків проблеми. Жовтий обожає вчитися, відрізняється кмітливостю, ясністю думки, точністю. Жовтий знає про життя все ... і тим не менш повний оптимізму. Цей колір знаходиться у постійній боротьбі, не поступається без бою.

Радість, щастя, оптимізм, ідеалізм, уява, надія, сонячне світло, літо, золото, філософія, шахрайство, легкодухість, зрада, ревності, жадібність, обман, хвороба, ризик.

Фіолетовий колір люблять люди з нестійким характером. Він діє на серце і кровоносні судини, а також на психіку. Його також називають "кольором жіночої самотності".

Коричневий - колір консервативних людей, які не бажають нічого змінювати. Земля, вогнище, будинок, надійність, зручність, витривалість, стійкість.

Колірний круг

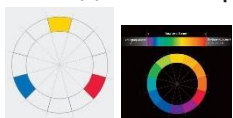
Колірний круг — це спосіб зрозуміти асоціації кольорів з різними речами та дозволяє зрозуміти, як кольори взаємодіють один з одним.

Біле світло включає всі видимі кольори, які формують безмежний спектр, представлений в послідовності кольорів від фіолетового до червоного:

Колесо має 12 базових тонів. В першу чергу, це три основні кольори (синій, жовтий і червоний).

Основні кольори змішуються у вторинні, які дають третинні.

Основні кольори є «батьками» колірного кола; це єдині кольори, не утворені з інших. Основні кольори знаходяться в третинах колірного кола.



Система відповідності кольорів Pantone (англ. Pantone Color Matching System, PMS) — широко розповсюджена система для визначення, ідентифікації та підбору відповідності кольорів. Була розроблена у 1963 році засновником компанії Pantone Inc. Лоренсом Гербертом. Застосовується у дизайні, архітектурі, поліграфії та інших видах діяльності, що передбачають роботу з кольором.

Pantone

000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007
011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018
019	1020	1021	1023	1024	1027	1028	1032
033	1034	2000	2001	2002	2003	2004	2008
009	2010	2011	2012	3000	3001	3002	3003
004	3005	3007	3009	3011	3012	3013	3014
015	3016	3017	3018	3020	3022	3027	3031
001	4002	4003	4004	4005	4006	4007	4008
009	5000	5001	5002	5003	5004	5005	5007
008	5009	5010	5011	5012	5013	5014	5015
017	5018	5019	5020	5021	5022	5023	5024
000	6001	6002	6003	6004	6005	6006	6007
008	6009	6010	6011	6012	6013	6014	6015
016	6017	6018	6019	6020	6021	6022	6024
025	6026	6027	6028	6029	6032	6033	6034
000	7001	7001	7002	7003	7004	7005	7006
008	7009	7010	7011	7012	7013	7015	7016
021	7022	7023	7024	7026	7030	7031	7032
033	7034	7035	7036	7037	7038	7039	7040
042	7043	7044	8000	8001	8002	8003	8004
007	8008	8011	8012	8014	8015	8016	8017
019	8022	8023	8024	8025	8028	9001	9002
003	9004	9005	9010	9011	9016	9017	9018

Психологія кольору в рекламі

Колір в рекламі здійснює кілька функцій:

- Привертає інтерес потенційних споживачів.
- Сприяє осмисленню сутності продукту та послуг.
- Збільшує запам'ятовуваність реклами.
- Підкреслює поодинокі елементи реклами.
- Виділяє конкретні якості продукту і послуг.
- Формує позитивне бачення реклами.

А тепер, по порядку, майже що за кольорами веселки, пройдемося по найпопулярнішим відтінкам, які люблять використовувати маркетологи.

Червоний

Для людини червоний колір асоціюється з міццю, силою, владою, ініціативністю, агресією і наштовхує на сильну емоційно реакцію. Саме червоний колір змушує діяти рішуче, що обумовлює те, чому саме він привертає увагу до себе і викликає інтерес. Він хороший при тих умовах, якщо в рекламі вам потрібно виділити якийсь елемент, наприклад, акцію, новинку товару і так далі – досить виділити червоним тоном, і спостерігач точно помітить вашу пропозицію.

Крім цього червоний також асоціюється з пристрастю, любов'ю, що автоматично направляє людей на думки про сексуальне бажання і енергетиці. Саме тому цей колір часто використовують в рекламі продукції, спрямованої на представників чоловічої статі. Даний колір добре підійде для реклами в таких сферах бізнесу, як продукти харчування, IT-галузі, продажу машин. А ось для таких областей, як фінансова, індустрія краси і в рекламі авіакомпаній цей колір краще не використовувати.



Помаранчевий і жовтий

Помаранчевий символізується з приємними емоціями, життєвою силою, позитивом і все в цьому дусі. Особливо гарний цей колір для комунікації з дітьми. Колір, як і червоний, привертає увагу, заряджає бадьорістю, але він більш стриманий. Логічно, що саме через хорошу комунікацію з дітьми, цей колір підходить для дитячих товарів, але також він підійде і для освітніх послуг або продуктів.

Жовтий колір нагадує людям про спілкування, так що цей колір можна цілком назвати таким. Перші думки, які можуть у вас виникнути – це сонце або лимон. Так що і настрої відповідний: радість, піднесеність, задоволення. Колір розкритої душі і бажання комунікувати. Гарний для пропаганди туризму, з сонячними відблисками.

Зелений



Колір спокою і природи, який відразу натякає на молодість, натуральність, життєву силу, розслабляє. Найкраще підходить на фон. Ідеально підійде для реклами медичних послуг, соціальної реклами, сфер пов'язаних з природою і оточенням, і, звичайно ж, для продуктів харчування.

Фіолетовий

Як і синій, впливає на концентрацію. Правильний відтінок фіолетового впливатиме по різному, якщо вибрати занадто темний, то він відштовхне, але ніжніший навпаки буде радувати очі. На даний момент саме фіолетовий колір є найпопулярнішим при створенні логотипу для бренду або ж для реклами – мода, по-іншому ніяк не пояснити.

Сам колір асоціюється з творчістю, тому хороший, коли ви хочете його використовувати для реклами творчих проектів.

