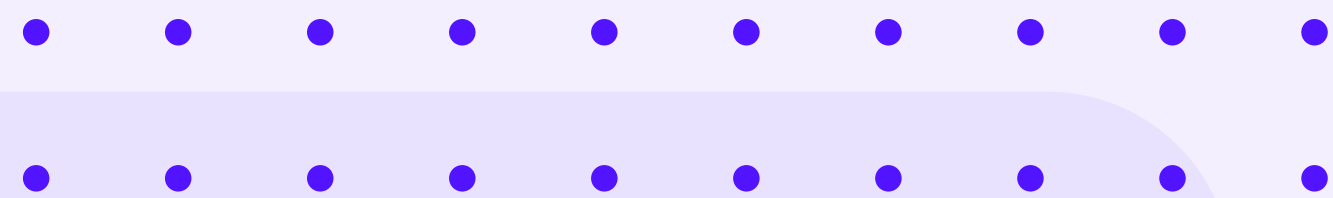


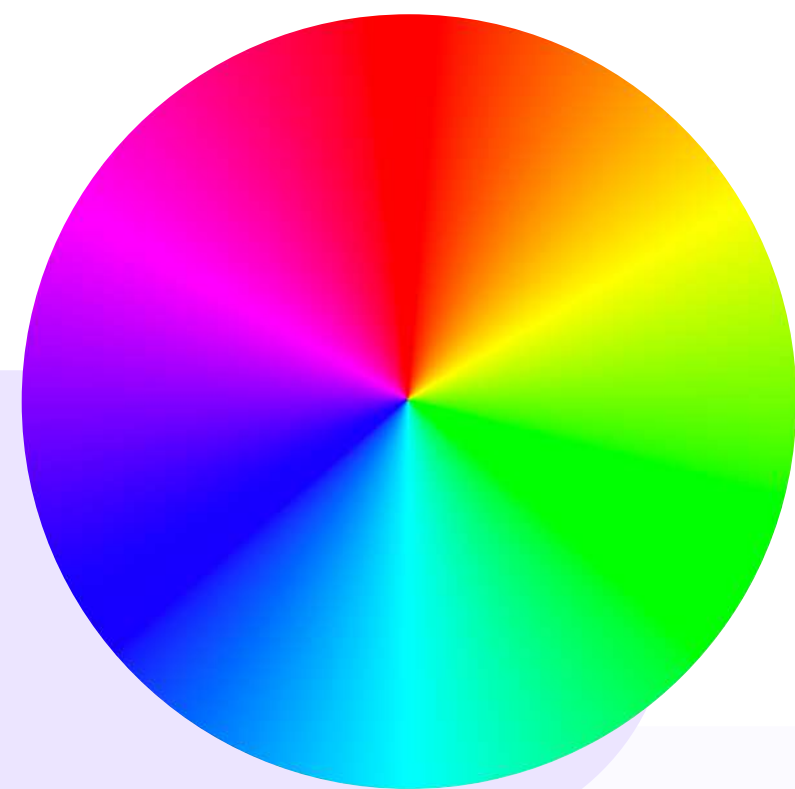
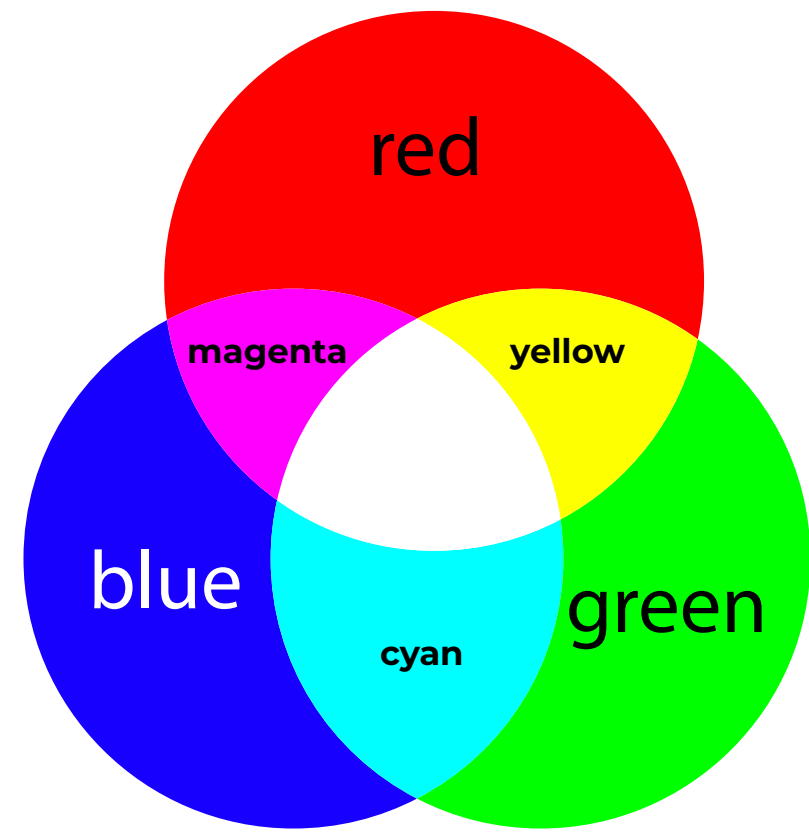
مبانی نظری رنگ

رنگ چیست؟

قبل از هر اقدام دیگری در خصوص تئوری رنگ ها، درک ماهیت رنگ ضروری است. فرهنگ لغت Me- rriam-Webster رنگ را به عنوان یک نمود نور (مانند قرمز، قهوه ای، صورتی یا خاکستری) یا ادراک بصری تعریف می کند که می تواند به افراد در درک تفاوت اشیائی که به نظر مشابه می رسند کمک کند. به عبارت ساده، رنگ کیفیتی در یک شیء است که به علت انعکاس یا انتشار نور از یک جسم، ایجاد می شود. رنگ را می توان از نظر بصری از طریق اندازه گیری خواص آن مانند فام (Hue)، اشباع (Saturation)، رنگ پذیری (Chromaticity) و ارزش (Value) سنجید. برای کسب آگاهی مناسب از معنای رنگ، بهتر است خواص و ویژگی های آن را تعریف کنیم. ”



RGB



نام **RGB** از حروف ابتدایی رنگ های قرمز (**Red**)، سبز (**Green**) و آبی (**Blue**) گرفته شده است. این مدل رنگ، برای ایجاد تصویر در تلویزیون و مانیتورها به کار گرفته می شود. به این ترتیب این 3 رنگ به نسبت های مختلف با هم مخلوط می شوند و آرایشی از رنگ های جدید به وجود می آید.

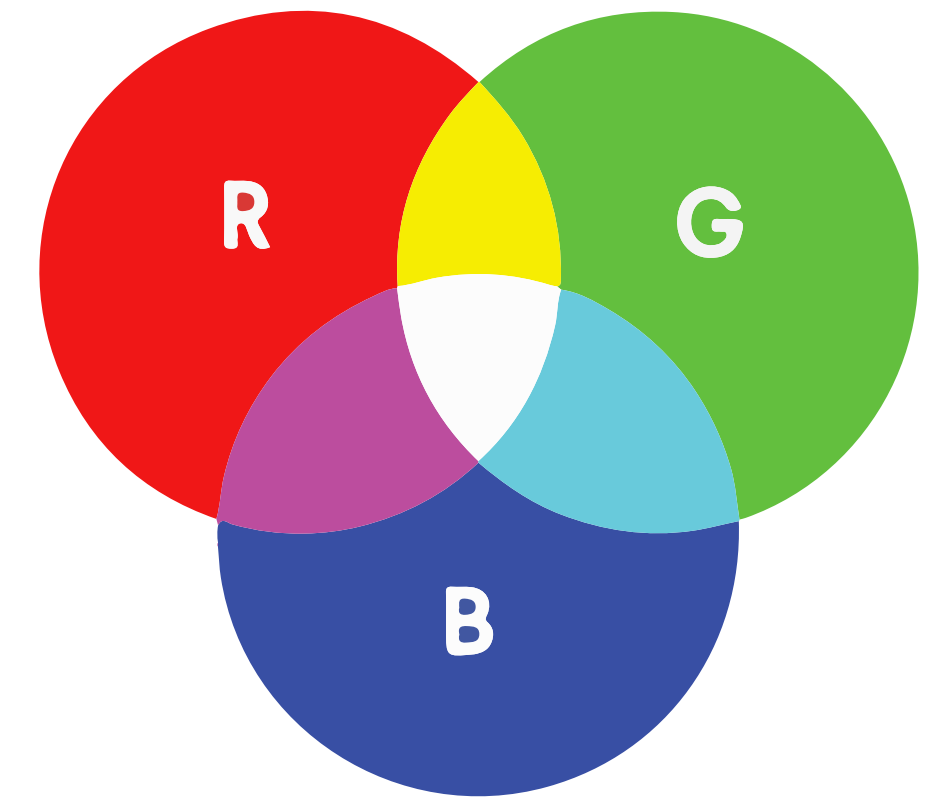
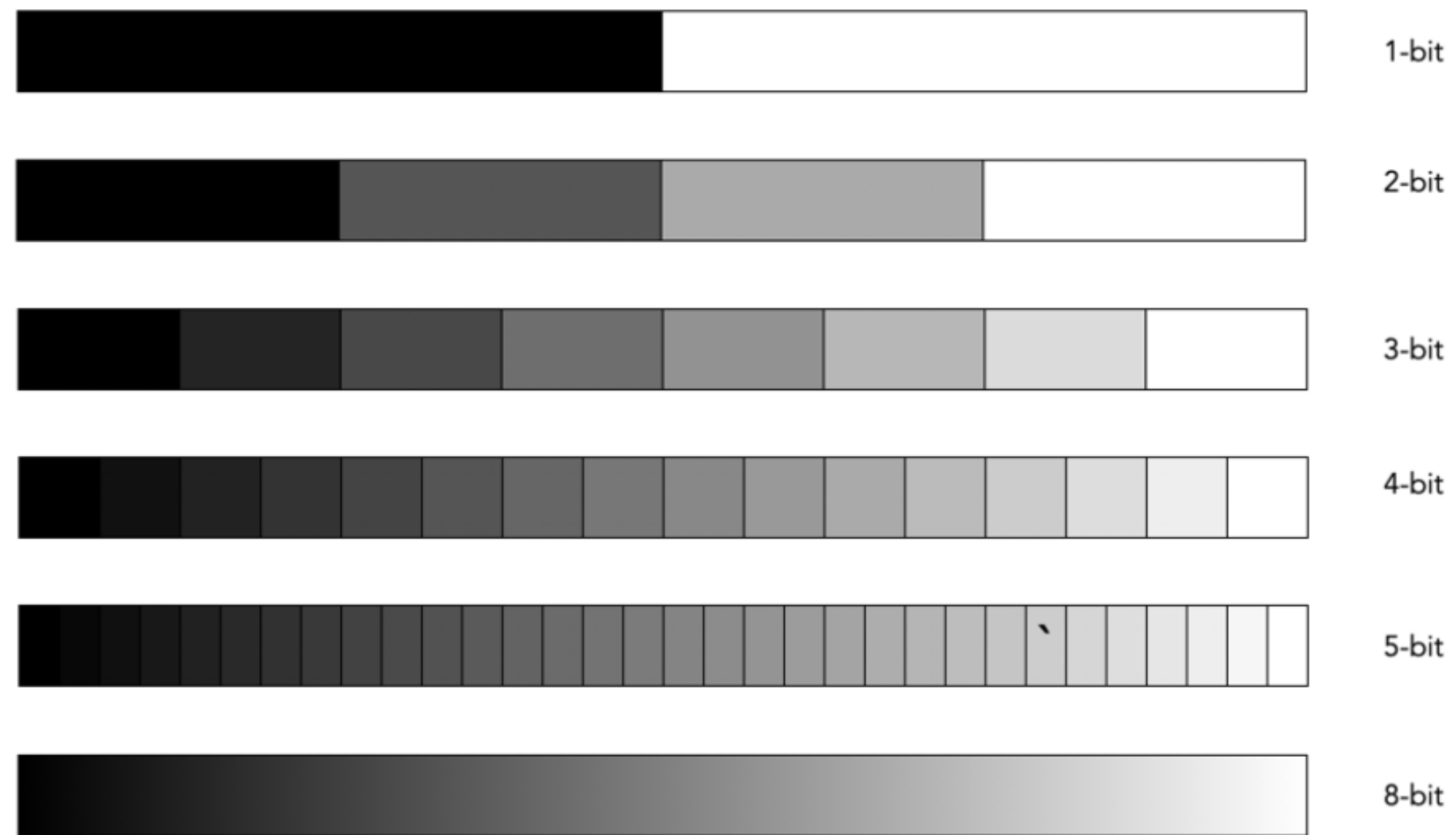
از آن جایی که چشم انسان تنها گیرنده های حساس به 3 رنگ قرمز، سبز و آبی را دارد، قادر خواهد بود رنگ های مرئی که از ترکیب آن ها به وجود آمده اند را نیز تجزیه کرده و تشخیص دهد.

بر همین اساس نمایشگرهای رنگی می توانند میلیون ها رنگ را به سادگی با مخلوط کردن شدت های (*intensity*) مختلفی از این 3 رنگ به نمایش در آورند. این سیستم برای رسانه های تصویری مانند تلویزیون ها، مانیتورها، گوشی ها و هر آن چه که از آن نور ساطع شود استفاده می شود.

تحقیقات بیان می کنند که معمولا شدت هر رنگ اصلی که به آن عمق رنگ نیز گفته می شود، در بازه 0 (0 بیت) تا 225 (1 بیت) قرار می گیرد.

به این ترتیب تقریباً با ترکیب آن ها حدود 16,777,216 رنگ به وجود می آید.

Bit Depth



Red



Green



Blue

اصول چرخ رنگ

چرخه رنگ از سه رنگ اصلی (قرمز، زرد، آبی)، سه رنگ ثانویه (رنگ‌هایی که با ترکیب رنگ‌های اصلی ایجاد می‌شوند: سبز، نارنجی، بنفش) و شش رنگ سوم (رنگ‌های ساخته شده از رنگ‌های اصلی و فرعی مانند آبی) تشکیل شده است. -سبزی یا قرمز-بنفش).
یک خط از وسط چرخ بکشید، و رنگ‌های گرم (قرمز، نارنجی، زرد) را از رنگ‌های سرد (آبی، سبز، بنفش) جدا می‌کنید.



رنگ‌های گرم عموماً با انرژی، روشنایی و عمل مرتبط هستند، در حالی که **رنگ‌های سرد** اغلب با آرامش و صلح شناخته می‌شوند.

وقتی متوجه شدید که رنگ دارای درجه حرارت است، می‌توانید درک کنید که چگونه انتخاب همه رنگ‌های گرم یا تمام رنگ‌های سرد در یک لوگو یا در وب سایت شما می‌تواند بر پیام شما تأثیر بگذارد.

Hue, shade, tint and tone

فام (Hue)

واژه فام اغلب با رنگ اشتباه گرفته می شود، بنابراین این واژه از موارد موجود در تئوری رنگ ها نیاز به توضیح دارد. اولاً باید درک کنیم که واژه "رنگ" یک اصطلاح عمومی است که برای نامگذاری فام ها، ته رنگها (Tints) و تناژها (Tones) استفاده می شود. از سوی دیگر، فام دقیقاً جواب سوال "این چه رنگی است؟" می باشد. اساساً فام، خانواده ای متشکل از دوازده رنگ خالص بر روی گردونه رنگ است.



یک فام به عنوان یک ماده اولیه عمل کرده که می تواند با سه روش مختلف تغییر کند: ته رنگ یا سیری (Tinting)، سایه زدن (Shading) و تغییر تناژ یا Toning. با توجه به تکنیک اعمال شده، یک فام تبدیل به Tint، سایه یا تناژ می شود که تشخیص آنها از هم آسان است. یک Tint با مخلوط کردن فام با رنگ سفید ایجاد می شود، در حالی که سایه با ترکیب فام با رنگ سیاه شکل می گیرد. Toning یک فرآیند ظریفتر بوده و نیاز به اضافه کردن رنگ سیاه و سفید دارد، به همین علت ممکن است نتایج آن طبیعی تر از سایه و Tint باشد.

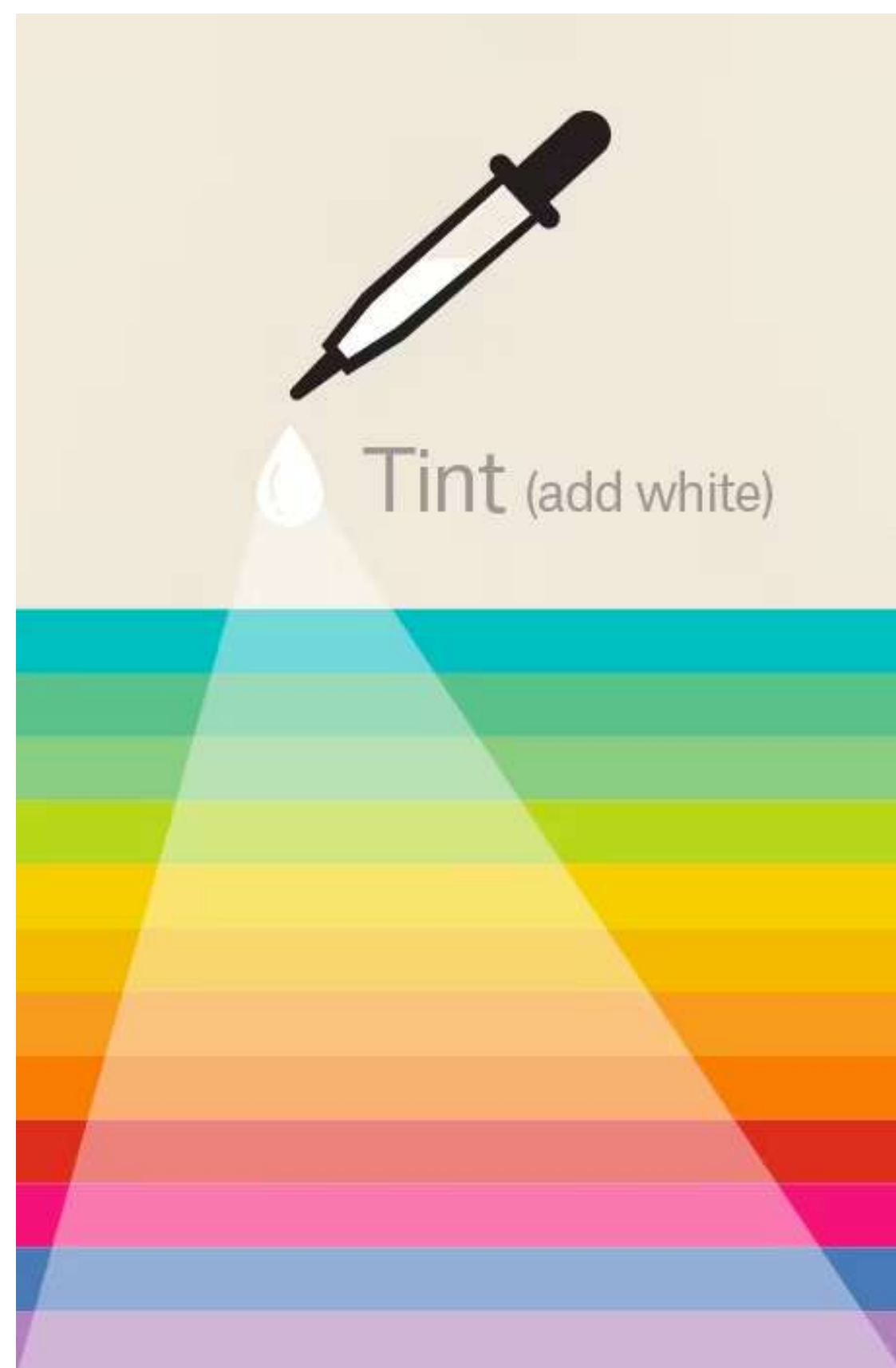
Hue, shade, tint and tone



سایه (shade)

سایه با افزودن رنگ سیاه به یک رنگ پایه ایجاد می شود و رنگ را تیره میکند. این یک رنگ عمیق تر و غنی تر ایجاد میکند. سایه ها می توانند کاملاً چشمگیر باشند و ممکن است غافلگیرکننده باشند.

Hue, shade, tint and tone



رنگ (tint)

با افزودن رنگ سفید به یک رنگ پایه، رنگ روشن میشود. این می تواند باعث کاهش شدت رنگ شود و هنگام ایجاد تعادل در ترکیب رنگ های واضح تر، مفید است.

Hue, shade, tint and tone



تون ها (tones)

یک لحن با ترکیب سیاه و سفید - یا خاکستری - با یک رنگ پایه ایجاد می شود. تون ها نسخه های کم رنگ تری از رنگ اصلی هستند. به نظر می رسد تن ها کم رنگ به نظر می رسند و می توانند پیچیدگی هایی را که در رنگ پایه مشخص نیست نشان دهند.

Color schemes

تعادل رنگ در طراحی بسیار حیاتی است، زیرا اولین نگاه به وبسایت یا اپلیکیشن اثر خود را بر کاربر گذاشته و رنگ ها تاثیر زیادی در این امر دارند. طراحان طرح های رنگی اساسی، یا همان هماهنگی رنگ را مشخص کرده اند که امری بسیار کارآمد است.

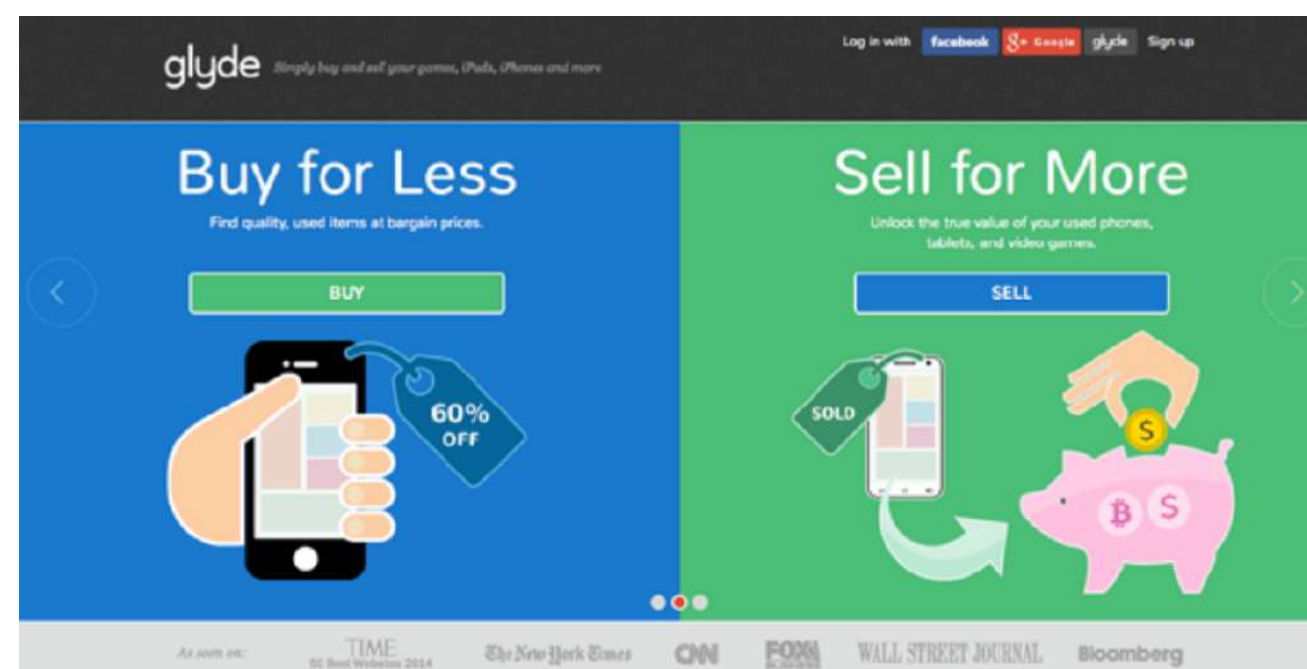


۱. رنگ های متضاد

رنگ های دارای کنتراست با رنگ هایی که تقریباً 3 قدم فاصله دارند در تضاد هستند

از آنها روی چرخه به عنوان مثال، رنگ سبز با نارنجی در تضاد است، زرد با قرمز و غیره. برخلاف مد، رنگ های متضاد می توانند برای جلب توجه یا متمایز کردن یک عنصر مفید باشد

calls-to-action



Color schemes

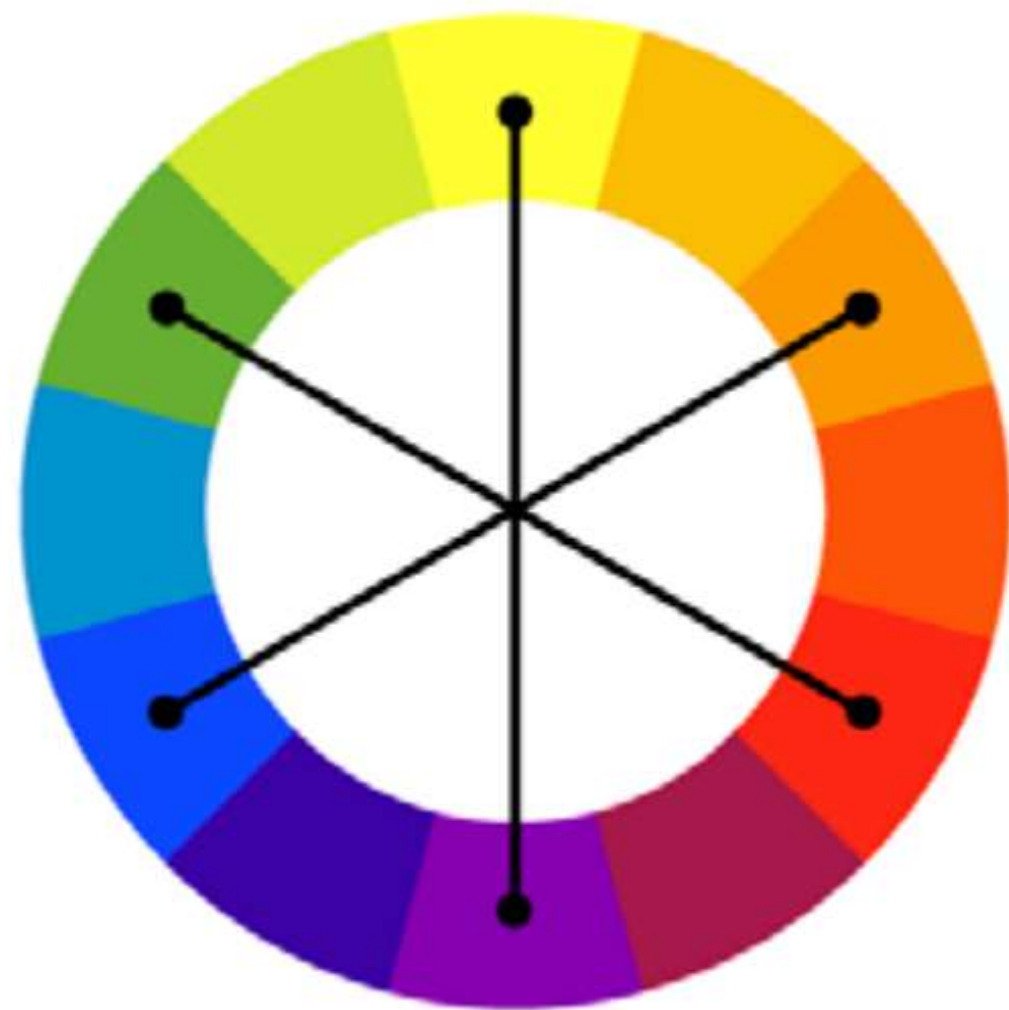
۲. رنگ های مکمل

علاوه بر این، رنگ ها می توانند مکمل یکدیگر باشند و رنگ های خود را مشخص کنند .
جذابیت طبیعی و ایجاد زیبایی شناسی چشم نوازتر (هر چند نه به عنوان جلب توجه). رنگ
های مکمل آنهایی هستند که در چرخه رنگ مقابل یکدیگر قرار دارند.

رنگ آبی مکمل زرد، بنفش سبز و غیره است. علاوه بر این، سایه های مختلف یک رنگ مکمل
یکدیگر هستند، بنابراین سبز روشن

و سبز تیره به خوبی با هم هماهنگ می شوند، درست مانند بنفش تیره و روشن ترارغوانی
ها وقتی دو رنگ مکمل کنار هم قرار می گیرند، هر کدام را فشار می دهند دیگر به افراط و
تفریط خود، حداقل در نحوه درک کاربر آنها را بنابراین، هنگامی که در کنار سبز قرار می گیرد،
قرمز بیشتر "قرمز" به نظر می رسد. به این معنی که محرک تر، تهاجمی تر و قوی تر (به همین
ترتیب، سبز آرامش بخش تر به نظر می رسد، و غیره.). این همچنین با سرزندگی کار می کند،

بنابراین سایه های تیره ظاهر می شوند هنگامی که با سایه های روشن تر تکمیل شود، حتی
تیره تر است. یک استاد رنگ می تواند از این برای ایجاد برخی توهمات قدرتمند استفاده کند و
نه تنها آنچه را که می بینیم، بلکه نحوه دیدن آن را نیز دستکاری کند.



Color schemes



نگاه کنید که چگونه در مثال رو به رو دکمه های قرمز را به سختی از دست می دهید.

در پس زمینه سبز، جلب توجه، و تقریباً فریبنده یک کلیک در کنار سبز، آنها هشدار دهنده تر و مهم تر به نظر می رسند - در مقابل هر زمینه دیگری، بخشی از این نشاط از بین می رود.

Color schemes

۳. تک رنگ

با این وجود، اساسی ترین طرح رنگ موثر است.

یک طرح تک رنگ فقط از یک رنگ غالب یا سایه های مختلف از همان رنگ استفاده می کند که از بالا به خاطر خواهید آورد.

به خوبی یکدیگر را تکمیل کنند طرح های تک رنگ از نظر بصری دلپذیر به نظر می رسند و واکنش های احساسی رنگ را تشدید می کنند.

با این حال، ممکن است در تنظیم برخی مشکل وجود داشته باشد.

عناصر جدا طرح های رنگی تک رنگ در مینیمالیستی بسیار رایج هستند.

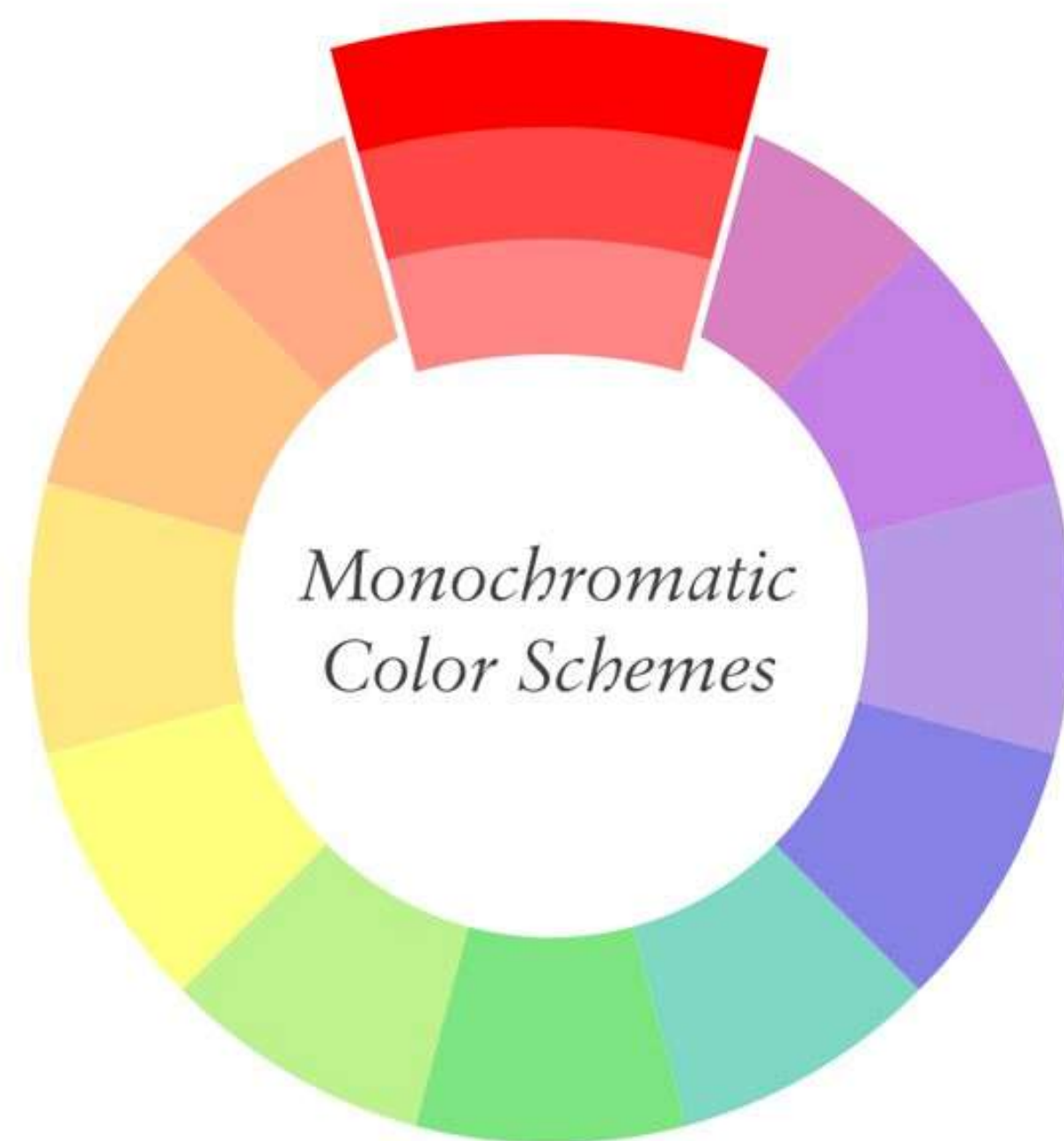
طراحی کنید زیرا آنها به طور طبیعی بر محتوا تأکید می کنند و یکسان می کنند.

ساده ترین حروف برجسته و دراماتیک به نظر می رسند. در واقع، طرح های مینیمال و تک

رنگ به خوبی به یکدیگر تغذیه می کنند: هر دو تأکید بزرگ یا دو عنصر منحصر به فرد، که

هر دو ذاتاً پیشنهاد می کنند. مضمونی از ظرافت، و هر دو رابط کاربری آسان و کم حواس

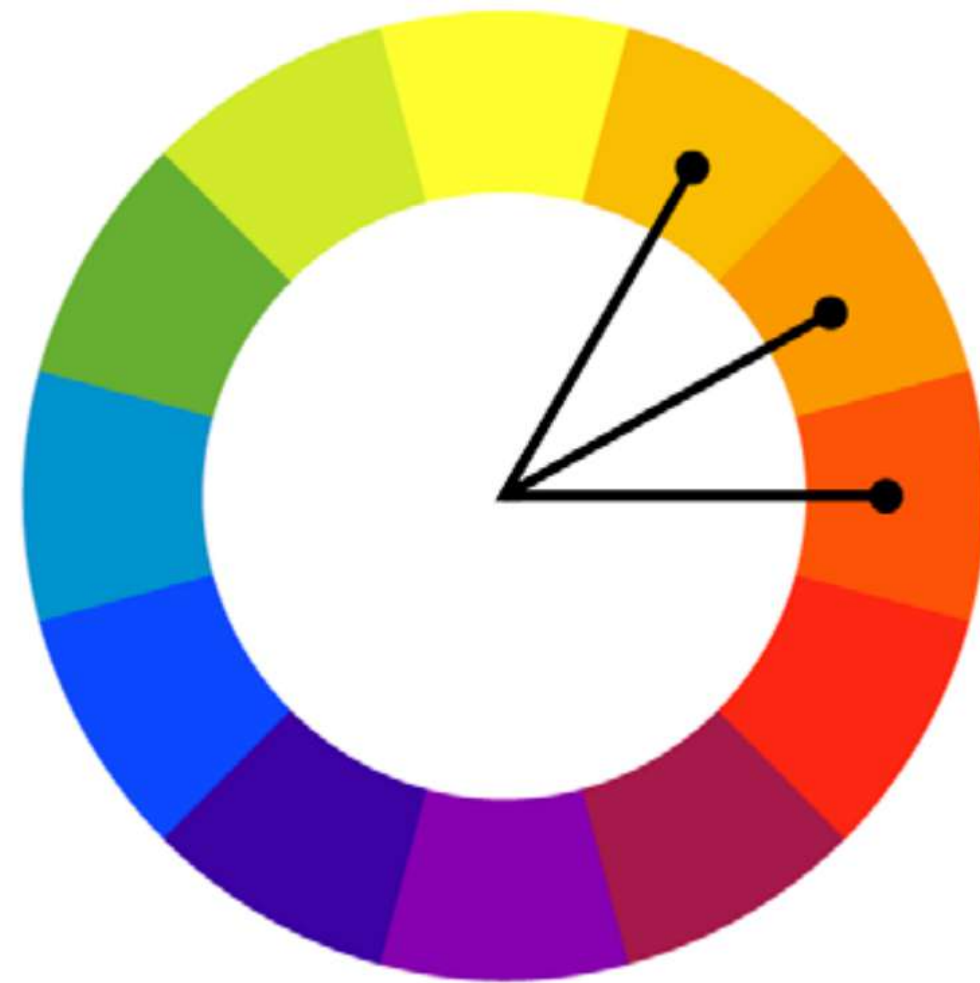
پرتی ایجاد می کنند.



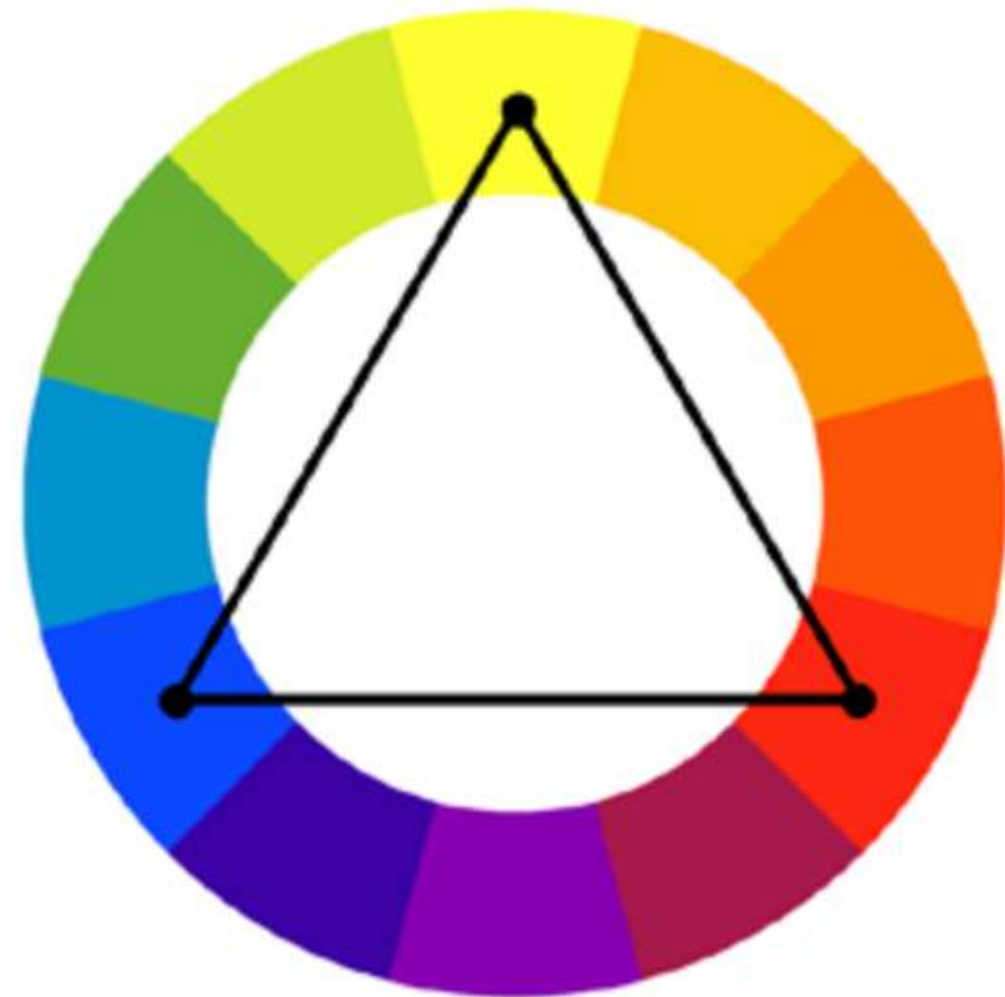
Color schemes

۴. مشابه (Analogous)

طرح‌های رنگی مشابه بررنگ‌های کنارهم تکیه دارند
طرح رنگی. این یک طراحی جذاب تر ایجاد می کند که به راحتی انجام می شود
تم های مشابه تنوع بیشتری نسبت به تک رنگ دارند
تم ها، هر چند که تمایز عناصر را آسان تر می کند
نه به اندازه سایت هایی که به شدت به رنگ های مکمل متکی هستند. در
عوض، سایت هایی با طرح های رنگی مشابه احساس می کنند
آرام تر و هماهنگ تر است و جای تعجب نیست که این رنگ
این ترکیب اغلب در طبیعت یافت می شود. چشمها.



Color schemes



۵. سه گانه (Triadic)

سه رنگی که روی چرخه رنگ به طور مساوی فاصله دارند. این یک طرح رنگی با کنتراست بالا را فراهم میکند، اما کمترین ترکیب رنگ مکمل است- و آن را متنوع تر میکند. این ترکیب پالت های رنگی پررنگ ایجاد میکند.

رنگ های سرد و گرم

رنگ های گرم - قرمز، نارنجی و زرد

قرمز، نارنجی و زرد همگی رنگ های گرمی هستند و عموماً تصور می شود که احساسات شادی، خوش بینی، انرژی و اشتیاق را برمی انگیزد. آفتاب زرد رنگ ممکن است انرژی شما را بالا ببرد، در حالی که گل رز قرمز ممکن است احساس میل به چیزی یا انجام کاری در شما را فعال کند.

رنگ های گرم نیز شما را فعال میکنند! آنها می توانند علامت خطریا شما را وادار به انجام کاری کنند، مانند رنگ علائم توقف، نوار احتیاط یا چهره های آشفته مسافران ناراضی خطوط هوایی. رنگ قرمز حتی می تواند شما را گرسنه کند، به همین دلیل است که مورد علاقه فست فودهای زنجیره ای است.

Warm Colors



رنگ های سرد و گرم

رنگ های سرد - سبز، آبی و بنفش

سبز، آبی و بنفش رنگ های سرد هستند. آنها را می توان آرام بخش، تسکین دهنده، پرورش دهنده، فرومایه یا حتی غمگین دانست. آنها اغلب با برندهایی که سلامت، زیبایی یا امنیت را ترویج می کنند، محبوب هستند.

Cool Colors



رنگ ها و احساسات

رنگ های شاد: زرد، نارنجی، صورتی، قرمز، هلویی، صورتی روشن و یاسی

معمولا تصور می شود که رنگ های شاد سایه های روشن و گرم مانند زرد، نارنجی، صورتی و قرمز یا پاستلی مانند هلویی، صورتی روشن و یاسی هستند. هرچه رنگ روشن تر و روشن تر باشد، احساس شادی و خوش بینی بیشتری در شما ایجاد می کند. ترکیب رنگ های زیاد با هم می تواند احساس شادی و نشاطی داشته باشد.

رنگ های غمگین - خاکستری، قهوه ای، بژ و آبی تیره

رنگ های غمگین معمولا تیره، خاموش و خنثی هستند، مانند خاکستری، قهوه ای، بژ و سایه های خاصی از آبی و سبز. در فرهنگ های غربی، سیاه اغلب رنگ عزاداری و غم گرفته می شود، در حالی که در برخی از کشورهای آسیای شرقی، رنگ سفید است.

رنگ ها و احساسات

رنگ های آرام بخش-آبی، سبز، آبی کودک، یاسی، نعنایی، سفید و خاکستری

می خواهید آرامش داشته باشید؟ به رنگ های سرد، مانند آبی و سبز، رنگ های پاستلی با رنگ سرد مانند آبی بچه، یاسی و نعنایی، و رنگ های خنثی مانند سفید و خاکستری روی بیاورید. طرح هایی که از رنگ های کمتری استفاده می کنند، آرام بخش تر هستند.

رنگ های انرژی زا - قرمز روشن، زرد، سبز نئون، فیروزه ای، سرخابی و سبز مردی

می خواهید اخراج شوید؟ رنگ های قوی، روشن، رنگدانه های زیاد و نئون می توانند تأثیر انرژی بر احساسات ما داشته باشند. آنها جسور هستند و نسبت به محیط اطرافشان متمایز هستند، به همین دلیل است که می توانند این احساس را در ما ایجاد کنند.

رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



قرمز - پرشور، پرانرژی، عصبانی، خطرناک، خوش شانس

قرمز باعث می شود که احساس پرشور و انرژی داشته باشید. اغلب با اشتیاق و عشق، و همچنین خشم و خطر همراه است (به هر حال، مرز باریکی بین عشق و نفرت وجود دارد). در چین و سایر فرهنگ های آسیای شرقی، قرمز با شادی و خوش شانسی همراه است، به همین دلیل رنگ سال نو قمری است.



رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



نارنجی - پرانرژی، مشتاق، سرزنده، شاد

نارنجی مانند قرمز یک جلب توجه پرانرژی است، اما آنقدرها هم قدرتمند نیست. دعوت کننده و شاد است، و گزینه ای محبوب برای برندهایی است که از مخاطبان خود می خواهند اقدامی انجام دهند - مانند «این محصول را بخرید!» یا «برای این خبرنامه ثبت نام کنید!» - اما به روشی سرگرم کننده و دوستانه.

COSMIC
COWBOY

رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



زرد - شاد، خودجوش، شاد، خوش بین

رنگ زرد یادآور نور خورشید و چهره های خندان است و اغلب برای ایجاد احساس مثبت در افراد استفاده می شود. پرزرق و برق و شادی بخش است. در مورد استفاده بیش از حد از رنگ زرد در طراحی خود دو بار فکر کنید زیرا نورزیادی را منعکس می کند و می تواند برای چشم ها کمی سخت باشد.



رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



سبز - تازه، متعادل، آرام

رنگ سبز احتمالاً به دلیل ارتباط با طبیعت می تواند به شما احساس خوش بینی، سرحال یا آرامش دهد. رنگ سبز برای چشم آسان است و می توان از آن برای ایجاد تعادل در طراحی استفاده کرد. این یک رنگ عالی برای برندهایی است که می خواهند رشد را به تصویر بکشند (در ایالات متحده، به ویژه، جایی که پول سبز است)، امنیت یا امکان الهام بخش (یعنی چراغ سبز برای رفتن دارید!).



رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟

آبی - امن، آرام، معنوی، آرام، سرد

آبی "سلطان رنگ ها" است، احساس آرامش و اعتماد را برمی انگیزد، به همین دلیل است که مورد علاقه شرکت های بزرگ (تویتر، فیس بوک و لینکدین، به نام چند) است. همچنین در بیش از نیمی از طرح های لوگو ظاهر می شود. آبی تیره در بین شرکت ها محبوب است زیرا احساس امنیت و حرفه ای می کند. اما استفاده بیش از حد از رنگ آبی می تواند احساس سردی و بی تفاوتی داشته باشد. آبی های روشن آرامش بخش تر و دوستانه تر در نظر گرفته می شوند



رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



بنفش - خلاق، مرموز، سلطنتی، مجلل

رنگ بنفش با رمز و راز، خلاقیت، حق امتیاز و ثروت همراه است، ترکیبی که ممکن است محبوبیت آن را در صنعت ارزشهای دیجیتال توضیح دهد. سایه‌های روشن تر بنفش اغلب برای تسکین یا آرامش استفاده می‌شود، بنابراین در بین برندهای بهداشتی و زیبایی مورد علاقه است.



AIRCLUB

رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



صورتی - بازیگوش، عاشقانه، لطیف، زیبا، سرگرم کننده

به طور سنتی، صورتی عاشقانه، شیرینی و لطافت را تداعی می کند. اغلب می تواند باعث شود ما احساس بازیگوشی یا رمانتیک کنیم. اما صورتی نیز می تواند مدرن باشد، مانند صورتی قرن، یا یاغی، خودنمایی و حتی سرکش، مانند صورتی گرم.

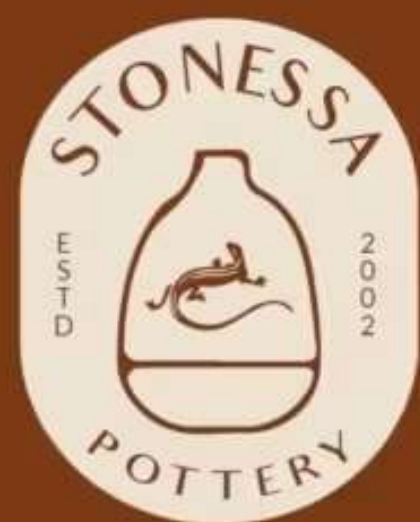


رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



قهوه ای - گرم، زمینی، کاربردی، راحت

رنگ قهوه ای احساس ثبات، راحتی و حمایت را ایجاد می کند (مثل قهوه صبح شما). گرم و دوستانه، کاربردی و قابل اعتماد است، و همچنین می تواند نمایانگر سبک قدیمی، قدیمی یا جا افتاده باشد.



رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



سیاه - پیچیده، کلاسیک، جدی

رنگ مشکی قدرت، تجمل و ظرافت را تداعی می‌کند، اما می‌تواند نشانگر حرفه‌ای بودن، بی‌طرفی و سادگی باشد. می‌تواند جسور، قدرتمند و اسرارآمیز باشد، مانند «جادوی سیاه»، گروه کاملاً سیاه دارث ویدریا لباس سیاه یک نینجا ژاپنی (حداقل در رسانه‌های محبوب). در زمینه‌ها و فرهنگ‌های خاص، رنگ سیاه می‌تواند به عزاداری یا غم نیز اشاره داشته باشد.

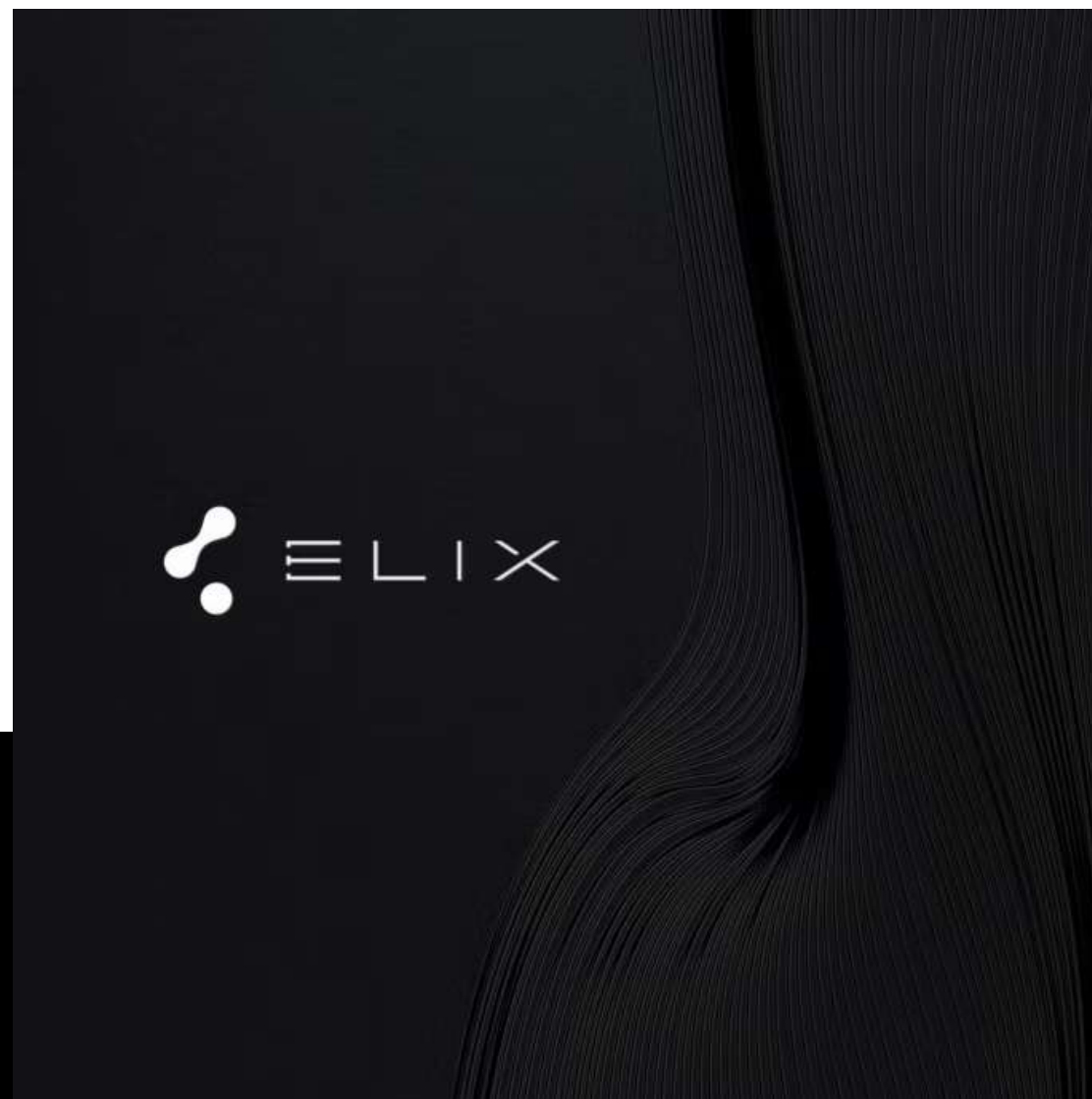


VEREIN
HAMBURGER FREIMAUERER
v. 1795 e.V.

رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟

سفید - ساده، آرام، ظریف، سرد

استفاده از رنگ سفید زیاد در طراحی، زیبایی شناسی مینیمالیستی را ایجاد می کند - تازه و راحت در سادگی. در بسیاری از فرهنگ ها، رنگ سفید به بی گناهی یا آرامش اشاره دارد (به لباس نوزاد و کبوتر سفید فکر کنید). رنگ سفید بیش از حد می تواند احساس سردی، غیرشخصی بودن و بیش از حد ضد عفونی شده داشته باشد، مانند یک بخش بیمارستانی که به طرز چشمگیری سفید پوست می شود. در فرهنگ های شرقی، رنگ سفید را در مراسم خاکسپاری می پوشند.



رنگ های مختلف چه احساساتی در ما ایجاد میکنند؟



خاکستری - جدی، حرفه ای، قابل اعتماد

خاکستری می تواند به عنوان یک رنگ بالغ، مسئولیت پذیر یا خنثی دیده شود، به همین دلیل است که ممکن است با پوشیدن یک کت و شلوار خاکستری به جای نارنجی روشن، احساس فوق العاده حرفه ای و قابل اعتماد کنید. خاکستری گاهی اوقات به عنوان یک جایگزین روشن تر و کمتر رسمی برای سیاه دیده می شود. از سوی دیگر، می توان آن را غیرقطعی، متعارف و (افسوس) کسل کننده نیز دید.



قانون 10-30-60

قانون 10-30-60 چیست؟

قانون 10-30-60 یک تئوری رنگ محبوب است که توسط طراحان داخلی، طراحان مد و طراحان گرافیک برای ایجاد یک طرح رنگ متعادل و هماهنگ استفاده می شود. این قانون می گوید که یک طرح رنگ باید از سه رنگ به نسبت های زیر تشکیل شده باشد:

60 درصد رنگ غالب (dominant)

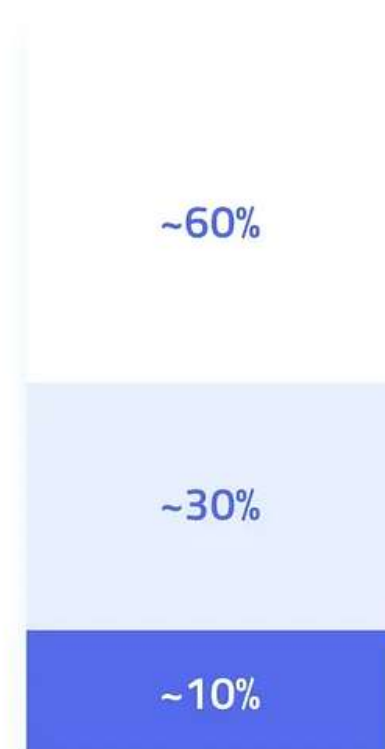
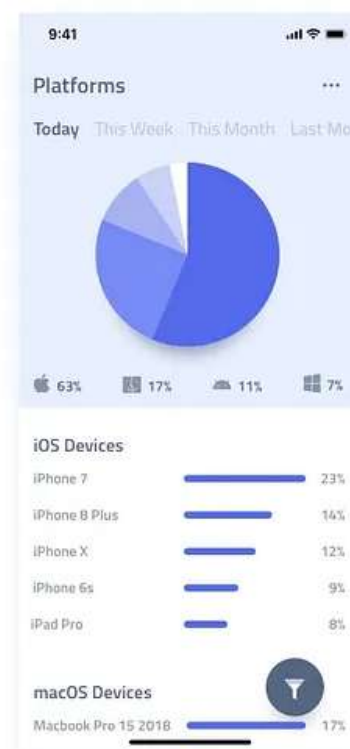
30 درصد رنگ ثانویه (secondary)

10% رنگ تاکیدی (accent)

رنگ غالب، رنگ اصلی طرح است و باید برجسته ترین و نمایان ترین رنگ باشد. **رنگ ثانویه** یک رنگ مکمل است که از رنگ غالب پشتیبانی می کند و جذابیت بصری را ایجاد می کند.

رنگ تاکیدی رنگی است که کمی هیجان و کنتراست را به طرح اضافه می کند.

60-30-10 Rule



قانون 10-30-60

نحوه اعمال قانون 10-30-60 در طراحی UI

مرحله 1: رنگ غالب خود را انتخاب کنید.

رنگ غالب پایه و اساس طرح رنگ شماست. لحن و حال و هوای طرح شما را تعیین می کند و باید رایج ترین رنگ باشد. برای انتخاب رنگ غالب، فاکتورهای زیر را در نظر بگیرید:

رنگ های برند شما: اگر در حال طراحی رابط کاربری برای یک برند هستید، می خواهید از رنگ های برند به عنوان رنگ غالب خود استفاده کنید. این امر ثبات را تضمین می کند و شناخت برند را تقویت می کند.

مخاطبان شما: مخاطبان هدف خود و احساساتی را که می خواهید برانگیزید در نظر بگیرید. برای مثال، اگر در حال طراحی یک اپلیکیشن سلامت هستید، ممکن است بخواهید از رنگ های آرام بخش و آرامش بخش مانند آبی و سبز استفاده کنید.

اهداف طراحی شما: به هدف طراحی رابط کاربری خود و پیامی که می خواهید منتقل کنید فکر کنید. برای مثال، اگر در حال طراحی یک برنامه سفر هستید، ممکن است بخواهید از رنگ های پر جنب و جوش و ماجراجویی مانند نارنجی و زرد استفاده کنید.

قانون 10-30-60

مرحله 2: رنگ دوم خود را انتخاب کنید

رنگ ثانویه باید مکمل رنگ غالب شما باشد و جذابیت بصری ایجاد کند. برای انتخاب رنگ ثانویه، فاکتورهای زیر را در نظر بگیرید:

تئوری رنگ: به چرخه رنگ نگاه کنید و رنگی را انتخاب کنید که مکمل رنگ غالب شما باشد. به عنوان مثال، اگر رنگ غالب شما آبی است، ممکن است بخواهید از یک رنگ مکمل مانند نارنجی یا زرد استفاده کنید.

کنتراست: رنگی را انتخاب کنید که کنتراست کافی با رنگ غالب شما ایجاد کند. با این کار طراحی شما خواناتر و قابل دسترس تر می شود. به عنوان مثال، اگر رنگ غالب شما تیره است، ممکن است بخواهید از رنگ ثانویه روشن تر استفاده کنید.

حالت: احساساتی را که می خواهید برانگیزید در نظر بگیرید و رنگی را انتخاب کنید که از اهداف طراحی شما پشتیبانی کند. به عنوان مثال، اگر در حال طراحی یک برنامه تناسب اندام هستید، ممکن است بخواهید از رنگی پر جنب و جوش و پر انرژی مانند قرمز یا نارنجی استفاده کنید.

قانون 10-30-60

مرحله 3: رنگ تاکیدی خود را انتخاب کنید

رنگ تاکیدی رنگی است که کمی هیجان و کنتراست را به طراحی شما اضافه می کند. برای انتخاب رنگ تاکیدی خود، فاکتورهای زیر را در نظر بگیرید:

تئوری رنگ: به چرخه رنگ نگاه کنید و رنگی را انتخاب کنید که با رنگ های غالب و ثانویه شما در تضاد باشد. به عنوان مثال، اگر رنگ غالب شما آبی و رنگ دوم شما سبز است، ممکن است بخواهید از رنگ برجسته ای مانند صورتی یا زرد استفاده کنید.

کنتراست: رنگ برجسته ای را انتخاب کنید که کنتراست کافی با رنگ های غالب و ثانویه شما ایجاد کند. این باعث می شود طراحی شما از نظر بصری جذاب تر و پویاتر شود.

خلق و خوی: احساساتی را که می خواهید برانگیزید در نظر بگیرید و رنگ برجسته ای را انتخاب کنید که از اهداف طراحی شما پشتیبانی می کند. به عنوان مثال، اگر در حال طراحی یک برنامه غذایی هستید، ممکن است بخواهید از رنگ گرم و جذابی مانند قرمز یا نارنجی استفاده کنید.

قانون 10-30-60

نکاتی برای استفاده از قانون 10-30-60

با ترکیب رنگ های مختلف آزمایش کنید: قانون 10-30-60 یک دستورالعمل است، نه یک قانون سخت. از آزمایش کردن با ترکیب رنگ های مختلف و تنظیم نسبت ها برای مطابقت با اهداف طراحی خود نترسید.

از سایه ها (shades) و ته رنگ ها (tints) استفاده کنید: برای افزودن عمق و پیچیدگی به طرح رنگ خود، از سایه ها و ته رنگ های غالب و ثانویه خود استفاده کنید. این یک طراحی منسجم و هماهنگ ایجاد می کند.

از پالت های رنگی استفاده کنید: از ابزارهای آنلاین مانند Adobe Color یا Colors برای ایجاد پالت های رنگی براساس قانون 10-30-60 استفاده کنید. این باعث صرفه جویی در وقت شما می شود و به شما کمک می کند رنگ هایی را انتخاب کنید که به خوبی کنارهم قرار بگیرن.

طرح خود را آزمایش کنید: هنگامی که رنگ های خود را انتخاب کردید، طرح خود را در دستگاه های مختلف و در شرایط نوری مختلف آزمایش کنید. این اطمینان حاصل می کند که طرح شما خوانا و قابل دسترس برای همه کاربران است.