

رنگ ها! رنگ ها اولین چیزی هستند که چشم ها می بینند! یعنی شما می توانید با رنگ مخاطب را تحت تاثیر قرار دهید. چرا رنگ ها انقدر مهم هستند؟ چرا رنگ ها اولین چیزی هستند که چشم ها درک می کنند؟ چرا یک رنگ خاص می تواند تمام قوای ادراکی شما را تحت تاثیر قرار دهد؟ در این مقاله با ما همراه باشید تا به پاسخ سوالات بالا برسیم.

رنگ ها به چند دلیل در صنعت و زندگی روزمره ما مهم هستند و به محیط اطراف ما زیبایی می دهند:

- حس روانی مخاطب را تحت تاثیر قرار می دهند و از این شیوه می توان برای فروش و بازاریابی استفاده کرد.
- می توانید برای نمایش دادن محصول تان از یک رنگ خاص کمک بگیرید و چشمان مخاطب را تحت تاثیر قرار دهید.
- استفاده درست از رنگ به فروش یک محصول یا عرضه و نمایش آن کمک می کند و برعکس، اگر از رنگ ها در جای مناسب استفاده نکنید با واکنش بد مخاطب روبرو می شوید.



بر اساس تحقیقاتی که انجام شده است و با استفاده از طراحان و متخصصان در زمینه رنگ شناسی، در صنعت بسته بندی مواد غذایی و مواد بهداشتی به نتایج خوبی رسیده اند که در جدول زیر به نتایج این تحقیق می پردازیم. بر اساس این تحقیق مشخص شد که مخاطبان وقتی برای مواد غذایی یا بهداشتی زیر، رنگ های گفته شده را در بسته بندی ببینند، بیشتر تمایل پیدا می کنند تا محصول را بخرند.

ذرت	زرد مایل به قرمز
نوشیدنی های شکلاتی	ترکیب قهوه ای و زرد
قهوه	ترکیب قهوه ای و طلایی
ادویه	سبز یا خاکستری و برای ادویه های تند قرمز
شیر	سفید یا آبی روشن یا کرم
مواد غذایی یخ زده	سفید یا سبز مایل به رنگ آبی
شکلات	قرمز یا ترکیبی از نارنجی و قهوه ای
بیسکویت	زرد یا قهوه ای روشن
محصولات پاک کننده	سفید یا آبی یا سبز یا صورتی
آبمیوه ها	رنگ طبیعی هر میوه
خمیر دندان	سفید یا آبی (آبی روشن یا تیره فرقی ندارد)
لوازم آرایشی	صورتی یا آبی روشن
عطر	تم های مربوط به رنگ بنفش
ضد عفونی کننده ها	سفید یا قرمز یا آبی روشن
حشره کش	ترکیبی از زرد و مشکی یا ترکیبی از زرد و قهوه ای
کرم ضد آفتاب	نارنجی یا ترکیبی از زرد و قهوه ای و طلایی

نتایج این تحقیق نشان می دهد که شرکت هایی که معتبر هستند و در دنیا به عنوان برند های مطرح مشغول فعالیت هستند، همگی از این رنگ ها استفاده می کنند و به رنگ محصولات و تاثیر آن روی چشم اهمیت می دهند. اما گاهی اوقات یک طراح با ساختار شکنی می تواند در ترکیب رنگ ها طوری عمل کند که به یک نوآوری جدید دست پیدا کند و در نهایت یک برند تجاری را با همان ساختار شکنی به محبوبیت برساند.



نکته دیگری که باید به آن توجه کنید، موقعیت جغرافیایی است. یعنی ممکن است طراحی بسته بندی یک محصول نشان فرهنگی یک منطقه باشد و به معرفی آن بپردازد که در این صورت همان ساختار شکنی اتفاق می‌افتند اما یک طراح باید دقت کند که ترکیب رنگ هایی که در نظر گرفته است، تأثیر معکوس بر چشم مخاطب نداشته باشد.



تصویر بالا مربوط به بسته بندی حبوبات است که توسط واحد طراحی مجموعه تورنگ چاپ طراحی شده است. این محصول متعلق به یک کارخانه در منطقه سوادکوه است و پل ورسک نمادی از آنجاست که برای راحت شناخته شدن آن از این طرح و این ترکیب رنگی استفاده شده است.

