

Színharmónia az üzleti dokumentumokban

Jill Morton

A színválasztás egyik legfontosabb szabálya, hogy nincsenek rossz színek, csak össze nem illők. A jól megválasztott színek harmóniát alkotnak, és erőt adnak minden üzleti dokumentumnak – véli Jill Morton, a márkaépítés és a színek pszichológiájának szakértője.



Jill Morton

A színharmónia létrehozása kiemelkedő jelentőségű egy dokumentum arculatának tervezésekor, mert ezzel bevonható az olvasó, kellemes első benyomás tehető rá, és megfelelően előkészíti a mondanivalót is. A színhasználat kapcsán a legnagyobb hiba általában az, ha túl sok színt alkalmaznak, és ezzel vizuális káoszt teremtenek. Jill Morton szerint a legtöbb arculathoz elég két vagy három szín, amikkel következetes megjelenés érhető el, és amelyek kellőképpen visszaadják a mondanivaló lényegét. A „jelfelismerés” tudományos elmélete (Signal Detection theory) szerint az emberi agy bezárkózik és elfordul, amikor túl sok színinformációval bombázzák. A megértéshez logikus szerkezetű kell rendeznünk vizuális élményeinket,

ezért agyunk önkéntelenül elutasít mindent, amit nem tud rendszerezni.

Egy üzleti jelentésben például lehet használni sötétzöld betűket a címsorokhoz, és egy közepes kék tónust a pénzügyi adatok feltüntetéséhez. Viszont ha piros, narancs és lila színeket is társítanánk a különböző kategóriákhoz, akkor a tapasztalatok szerint jelentősen csökkenne a dokumentum befogadásának mértéke. A túl sok szín között elvész az üzenet.

Nem szabad megfélekedni a színcsaládokról sem a tervezési munka során. A sárga, a sárgászöld és a narancssárga színek például a „sárgák” családjába tartoznak. Ezek a színek egymás mellett helyezkednek el a színkeréken, és „hasznoló” vagy „analóg” színeknek nevezzük őket. Jellemző rájuk, hogy könnyen egymáshoz illeszthetők, és ízléses arculatokat alkotnak.

Jó példa lehet erre egy gyümölcsleárus itallapja sárga, zöldessárga és narancsos sárga színekben.

„Érdeemes az ellentétekkel is próbálkozni az üzleti színskála kikísérletezése során” – állítja Jill Morton, aki szerint jó irány lehet, ha két olyan színt választ a vállalat, amelyek pontosan szemben vannak egymással! Például a narancs és a kék a színkerék ellentétes két oldalán találhatóak, és erős kontrasztjuk révén harmonikus színkombinációt hoznak létre. Másik módja a színharmónia felépítésének, ha egy meleg színt egy hideg színnel kombinálunk, mivel ezek együtt dinamikus kontrasztot eredményeznek.

Ahhoz, hogy a dokumentum könnyen olvasható legyen, meg kell teremteni a szöveg és a háttér színe közötti erős kontrasztot. Ha túl kicsi a kontraszt, az fárasztja az olvasó szemét, ahogy ez például a fekete alapra írt sötétkék szöveg esetében érezhető. A tematikához kapcsolódó színválasztás ellenére nem javasoljuk egy mediterrán turisztikai kiadványban a fehér alapon sárgával írott szöveget. Ugyanakkor jó példa, amikor a borlapon piszkosfehér háttéren lilás betűket használnak – a színválasztás elképezi a tartalmat, és a kontraszt is megfelelő.