

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа №66 г. Пензы
имени Виктора Александровича Стукалова

XXV научно-практическая конференция школьников
МБОУ СОШ №66 г. Пензы имени Виктора Александровича Стукалова
«Я исследую мир»

«Визуализация по цвету блога в Instagram»

Выполнил:
Шорохова Дарья,
9«И» класс,

Руководитель:
Петренко М.В.,
учитель изобразительного искусства

г.Пенза, 2022

Содержание

Введение.....	3
1. Психологические факторы восприятия цвет.....	4
2. Цвет фона и цветовые акценты.	5
3. Каким будет Ваш Инстаграм?.....	6
4. Примеры и ошибки.....	7
5. Создание школьной странички в Инстаграм.....	10
Заключение.....	11
Список источников и литературы.....	11

Введение.

Среди социальных сетей в России и мире Instagram занимает одно из первых мест. Это площадка не только для публикации фотографий, но и для [рекламы бизнеса](#). Также есть люди, которые продают вещи с авторским дизайном или ведут блог на какую-либо тему.

Все хотят стать популярными и набрать много просмотров, ведь это прямой путь к заработку в интернете.

Сначала нужно разобраться, что такое «Инстаграм»? Instagram (Инстаграм) — приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

Почему же я выбрала именно эту тему для изучения? Актуальность выбранной темы

заключается в том, что сегодня визуальный контент доминирует. Люди не хотят читать текст, они хотят его визуализировать. И с каждым годом данная тенденция набирает всё больше оборотов. Визуальный контент позволяет людям выражать себя на любом языке. Каждый человек в мире свободно владеет фотографиями и видео, и это позволяет людям с цифровыми связями быть ближе друг ко другу.

Профессий, так или иначе связанных с Instagram, довольно много. Большая их часть предусматривает возможность как фриланса, так и оформления в штат компании или конкретного предпринимателя.

Но для начала бизнеса и заработка в мессенджере мы должны сделать свой ЛИЧНЫЙ бренд. Чтобы он был успешен, его надо уметь делать, опираясь на определенные законы и принципы. Одним из основных факторов является цвет. Он играет очень важную роль в Instagram. Психологи утверждают, что 60% успеха зависит именно от цветового решения. Цвета вызывают определенную реакцию человека, формирует его эмоции.

Мы поставили перед собой цель: выяснить, как цвета и визуал профиля влияют на развитие блога в Инстаграмм»

Объектом исследования мы выбрали цвета для визуала (визуальная картинка)

Предметом исследования - сочетания цветов и построение визуала

Достижение указанной цели предполагает решение следующих задач:

1. Определить психологические факторы в восприятии цвета.
2. Узнать как, исходя из чего, будут подбираться цвета для визуала:
 - цветовая палитра профиля,
 - цвета бренда с соответствующими им кодами, для дальнейшего использования в дизайне профиля.
3. Разобрать примеры и ошибки сочетания цветов в визуале личного профиля
4. Показать, что без уроков изобразительного искусства невозможно представить современную жизнь
5. Разработать по результатам исследования вводную страничку в Instagram для школы

Изучая материал по выбранной теме, была выдвинута гипотеза: Знания в области изобразительного искусства помогают в разработке контента в Instagram.

Методы исследования – изучение теоретического материала, курсы по визуалу в Instagram, анализ полученных данных.

1. Психологические факторы восприятия цвета

Психологами установлено, что уравновешенная в цветовом отношении среда привлекает, создает творческую атмосферу, успокаивает и улучшает общение людей между собой. Цвет существенно влияет на психоинтеллектуальное состояние человека. Цвета обращаются к чувствам, а не к

логике человека, а именно:

— вызывают психологическую реакцию: подчеркивают настроение, чувство; создают теплую или холодную среду;

— имеют физиологические последствия, как положительные или отрицательные. Как показывают специальные исследования, 80% цвета и света «поглощаются» нервной системой и только 20% — зрением.[1] Между цветовым решением и естественным восприятием человека существует определенная зависимость. Достоверно установлено, что каждый цвет вызывает подсознательные ассоциации. Влияние цвета на потребительский выбор можно проиллюстрировать следующим экспериментом. Домохозяйкам дали продегустировать четыре чашечки кофе, стоящие рядом с коробками коричневого, голубого, красного и желтого цвета. Кофе во всех чашках был одинаковый, но дегустаторы об этом не знали. Результаты: 75% испытуемых отметили, что кофе, стоящий рядом с коричневой коробкой, по их мнению, слишком сильный. Около 85% испытуемых сочли кофе, стоящий рядом с красной коробкой, самым ароматным и вкусным. Почти все утверждали, что кофе, стоящий рядом с голубой коробкой, мягкий, а тот, что стоял рядом с желтой коробкой — слабый.[1] Несмотря на то, что современный потребитель стал более искушенным в области цветовой гаммы, основные цветовые предпочтения у подавляющего большинства людей универсальны. Если суммировать многочисленные данные относительно цветовой палитры с эмоциональным состоянием и прочими параметрами деятельности организма, то получится следующая картина.

Красный цвет. Теплый, живой, беспокойный и раздражающий, , настраивает на решительность, может вызвать у человека сильное желание сделать тот или иной поступок. Оранжевый цвет воспринимается как жизнеутверждающий, теплый и уютный, создающий чувство благополучия. С точки зрения восприятия, считается самым запоминающимся цветом. Напоминает о спелости, урожае и вкусных фруктах. Розовый цвет — женственный, мягкий и нежный — создает ощущение слабости, пустоты и некоторой слащавости. Желтый цвет стимулирует зрение, нервную систему и головной мозг, привлекает внимание и сохраняется в памяти дольше, чем другие цвета. Считается физиологически оптимальным и наименее утомляющим. Кроме того, желтый способен “наделить” предмет интеллектом. Золотистый цвет олицетворяет стремление к власти, демонстрацию своего превосходства. С такими цветами, как серебряный, темно - серый, черный и бордовый, он относится к категории престижных цветов. В задачу этих цветов входит передать солидность, уверенность, стабильность.

Зеленый цвет считается самым спокойным. Он никуда не движется и не имеет оттенка радости или печали, что благотворно действует на утонченных людей, но другим со временем может и наскучить. Голубой цвет создает холодное и часто отталкивающее впечатление, но голубоватые расцветки действуют расслабляющее, оказывая умиротворяющий эффект. Синий цвет создает ощущение внутренней силы и гармонии. Синяя деталь в интерфейсе сразу привлечет к себе внимание и в отличие от красной, никогда не вызовет отрицательных эмоций. Фиолетовый цвет считается углубленным, тяжелым и производящим впечатление некоторой таинственности. Он стимулирует работу мозга и способствует решению творческих задач. Не случайно, фиолетовый так любим людьми творческими. Поэтому, если вы хотите подчеркнуть креативность, то деталь в фиолетовом будет просто необходима! Коричневый цвет вызывает ощущение стабильности и реалистического настроения. Вся коричневая гамма направлена на

устранение повышенной нервозности. Черный цвет хорош при обрамлении других цветов. В чистом виде при длительном воздействии может влиять на человека как символ бесперспективности. В черном приходит ощущение одиночества и изоляции от окружающего мира. Именно поэтому данный цвет в Инстаграмм лучше не использовать.

Что касается психологической ассоциативности сочетаний, то, по мнению психологов, здесь наиболее ярко проявляются следующие специфические различия. Например, смесь синего и зеленого вызывает чувство неуверенности и беспокойства, а сочетание желтого с синим создает у потребителя сильную напряженность, благодаря которой возникает эффект движения. Сочетание черного с белым приводит к ощущению чего-то мистического, загадочного, таинственного, но черного с красным — с опасностью и подавлением. Черный с оранжевым вызывает ощущение внешнего давления, оранжевый с желтым — умеренного возбуждения, желтый с красным — теплоты и лучезарности. Пурпурный в сочетании золотым подчеркивает мощь и достоинство, а золотой с красным свидетельствует о пышности, роскоши и праздничности. В комбинации с белым, голубой цвет ассоциируется с морем, парусом, ветром, поэтому такое сочетание носит романтический характер. Сочетание зеленого с белым — это впечатление чистоты и яркости, а зеленого с желтым — обновления, раскрепощения и радости. При этом если зеленый с синим, подчеркивает движение и изменчивость, то коричневый с желтым — чувство приземленности, а коричневый с зеленым — близость с природой. Сочетание красного с зеленым — всегда сильный контраст энергии и спокойствия. Фиолетовый с желтым утяжеляет визуальный образ, синий с красным сопровождается ощущением отталкивания, силы и волнения, голубой с серым ассоциируется со сдержанностью и холодностью. Робость и застенчивость подходят сочетанию розового с синим, но обволакивающая теплота и равнодушие свойственны сочетанию зеленого с розовым. Лучший колорист - это природа, наша среда обитания. Она никогда не ошибается, поэтому, если есть сомнения, стоит понаблюдать, как работает природа, какие сочетания цветов она использует часто, а какие никогда, и все станет гораздо понятнее. Потому что человек в своем цветовом восприятии подсознательно ориентируется на природные цветовые решения.

2. Цвет фона и цветовые акценты.

Цвет фона это преобладающий цвет на фото за основным объектом съемки, он должен быть нейтральным, чтобы не отвлекать внимание. Цветовой акцент занимает меньшую площадь на фотографии, но привлекает внимание на контрасте (светлое на темном и темное на светлом). Это декор, аксессуары, предметы интерьера или одежды.

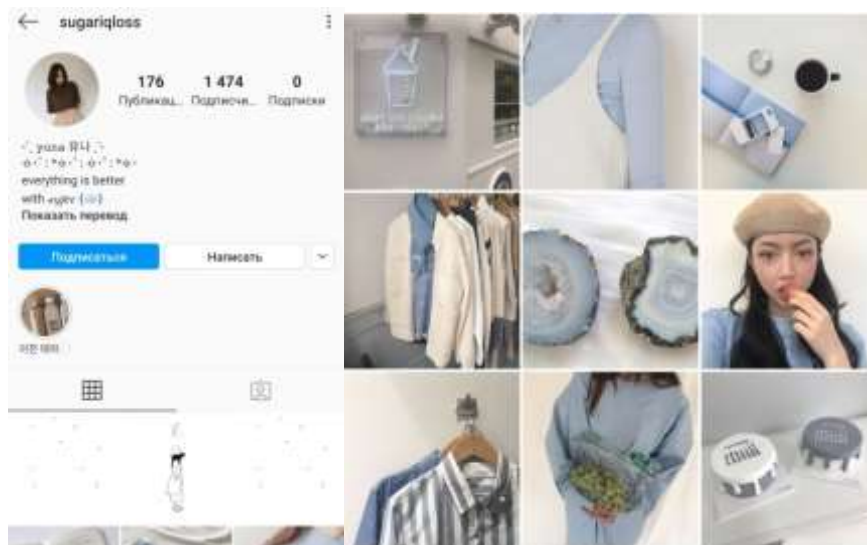
1. Настроение аккаунта профиля. Необходимо продумать, какие эмоции будет вызывать ваш визуальный контент, что лучше всего стимулирует подписаться, какое настроение профиля покажет вас лучше всего.
2. Визуальная структура профиля:
самый АКТУАЛЬНЫЙ это БЕЗШАБЛОННЫЙ вариант расположения.
4. Сюжеты для фото-контента: пейзаж, портрет, интерьерная съемка, макро съемка, предметная съемка. Из чего будет состоять ваш фото-контент. Для профиля достаточно выбрать 3 сюжета, которые будут повторяться.
5. Ракурсы / позы. Позы для одного образа и одной локации могут быть самыми разными. Основные: портрет вблизи, по пояс, в полный рост.

6. Бренд, атрибутика и декор для съемки это ваши визитки, банеры, упаковка с логотипом, дополнительный декор в цвет палитры вашего профиля.
7. Локации для фотосъемки.
Продумайте где вы будете снимать ваш фото-контент.
8. Эмоции под настроение бренда.
9. Люди / предметы.
Кто будет на фото и какие предметы вы будете снимать для блога.
10. Референсы это те фотографии, которые вы хотели бы повторить, чтобы создать фото-контент в определенном стиле. По этим фото вы можете ориентироваться, что взять с собой на съемку.
11. Стиль обработки фотографий. Фотографии в теплой обработке не могут находиться рядом с фотографиями в холодной обработке. Так что продумайте заранее, какая обработка лучше всего покажет ваш бренд и его настроение.
12. Элементы дизайна для фото / рамки. Это все шаблоны, подложки под текст, рамки вокруг фотографии и т.д.
13. Графический дизайн / рисунки. Это векторная графика, созданная для того, чтобы дополнить ваш профиль тематическими рисунками, орнаментом, геометрическими фигурами...
14. Обложки сохраненных сториз «Актульных» должны подходить по цвету под стиль обработки ваших фотографий и быть выполненными в том же стиле, что и шаблоны для ленты и сториз.
15. Оформление аватара профиля. Выбирайте тот аватар, который лучше всего покажет суть вашего профиля, повысит узнаваемость бренда, логотипа компании или просто будет выделяться за счет контрастности объекта на переднем плане и фона за ним.

3. Каким будет Ваш Инстаграмм?

Какие оттенки вы любите и хотите видеть у себя. Отталкиваться нужно от места, где вы живете и времени года. Например, осенью, лента становится более теплой и даже немного темной. К коммерческим аккаунтам это не относится.

Здесь Вы можете отталкиваться от цвета вашей компании, бренд бука. 92,6% людей принимают решение, полагаясь на то, что они видят, 90 секунд требуется, чтобы сформировать мнение о продукте по его внешнему виду.





Создание ВИЗУАЛА. Для создания визуала возьмём алгоритм:

1.ВЫБОР палитры; ВЫБОР цвета (2 основных, 1 акцентный).

2.шаблон.

3.поиск референсов

личность; тематика.

4.анализ фото

(выбор ракурса, позы, локации, предмета, цвета и освещения)

Далее мы рассмотрим и разберём подробнее настроение цвета и его характеристику.

ЦВЕТ ИЛИ СВЕТ?

Два этих понятия на практике существуют неразлучно, потому что материализация цвета для человеческого глаза невозможно при отсутствии света. Представь, что в комнате, которой Вы сейчас находитесь, резко отключили свет: все вокруг сразу же потеряло свои цвета и они стали доступны только в вашей памяти и воображении.

Пабло Пикассо однажды сказал:

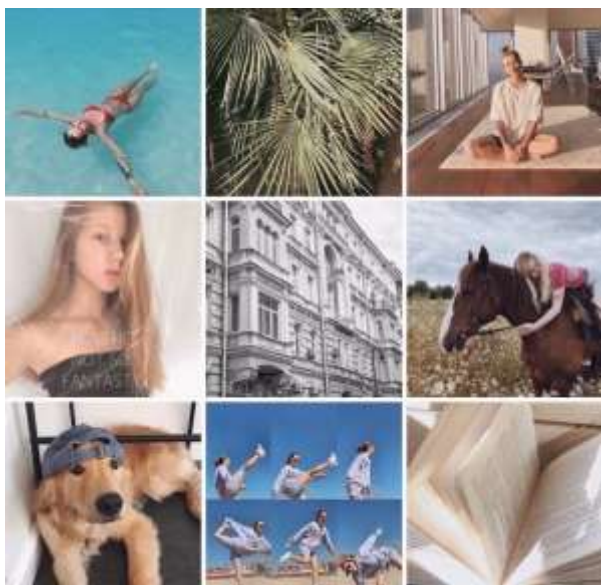
"ПОЧЕМУ ДВЕ КРАСКИ РАСПОЛОЖЕННЫЕ РЯДОМ, ПОЮТ?"

Действительно, почему некоторые цвета кажутся невзрачными на первый взгляд, но в комбинации с другими начинают "играть"?

И если с цветом можно играть, то как же научиться это делать? Надо понять логику света. Для того, чтобы применять знания на практике, нужно досконально разобраться в теории цветовых процессов.

4. Примеры и ошибки.

Для того, чтобы понять процесс сочетания цветов в визуале мы разберём некоторые примеры и ошибки.



Наглядный пример того, как делать **НЕ НУЖНО**.

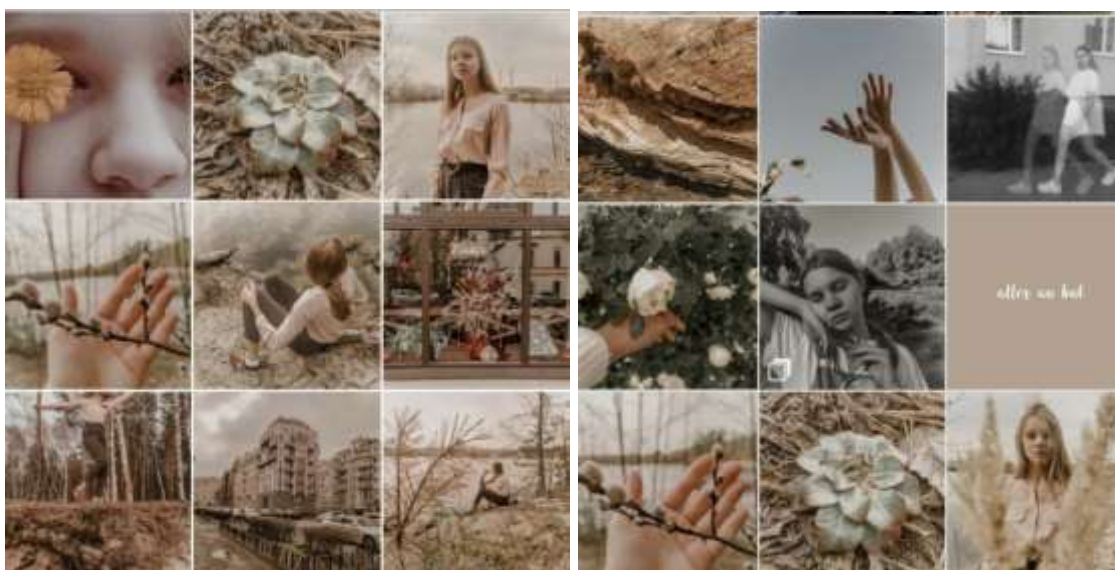
Две самых частых ошибки:
сочетание одного цвета, НО с разным оттенком и фото с разной обработкой.

ВРАГ номер один всех блогеров- это ПРЕСЕТЫ.

(Пресет — это сохраненный набор настроек, таких как: баланс белого, экспозиция, кривые и любых других, которые вы можете в один щелчок мыши применить к фотографии и мгновенно получить результат.)

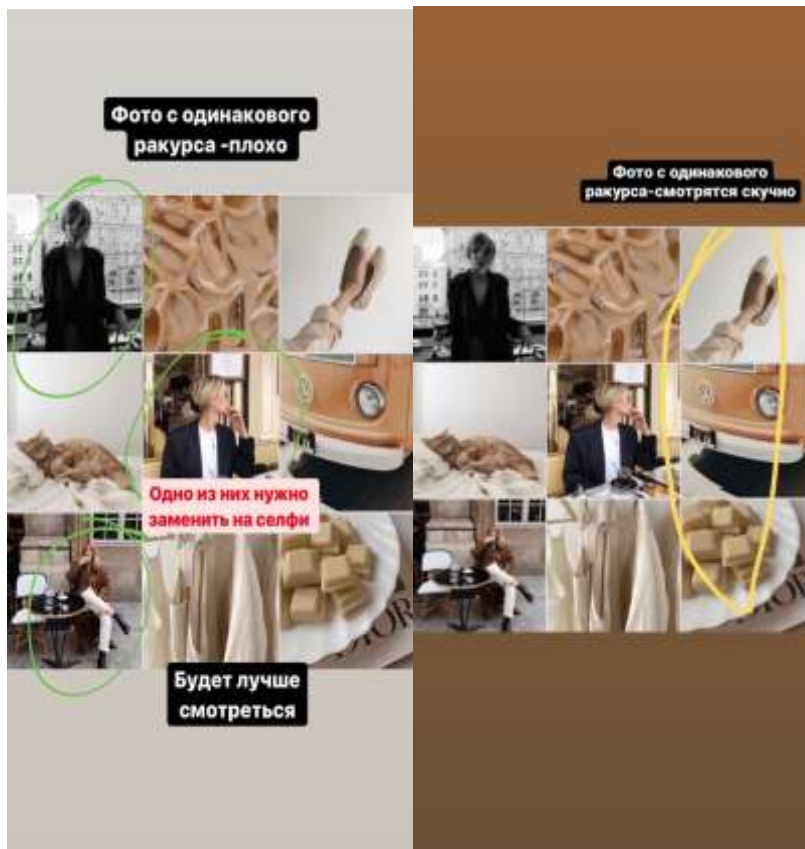
Казалось бы... УДОБНО.

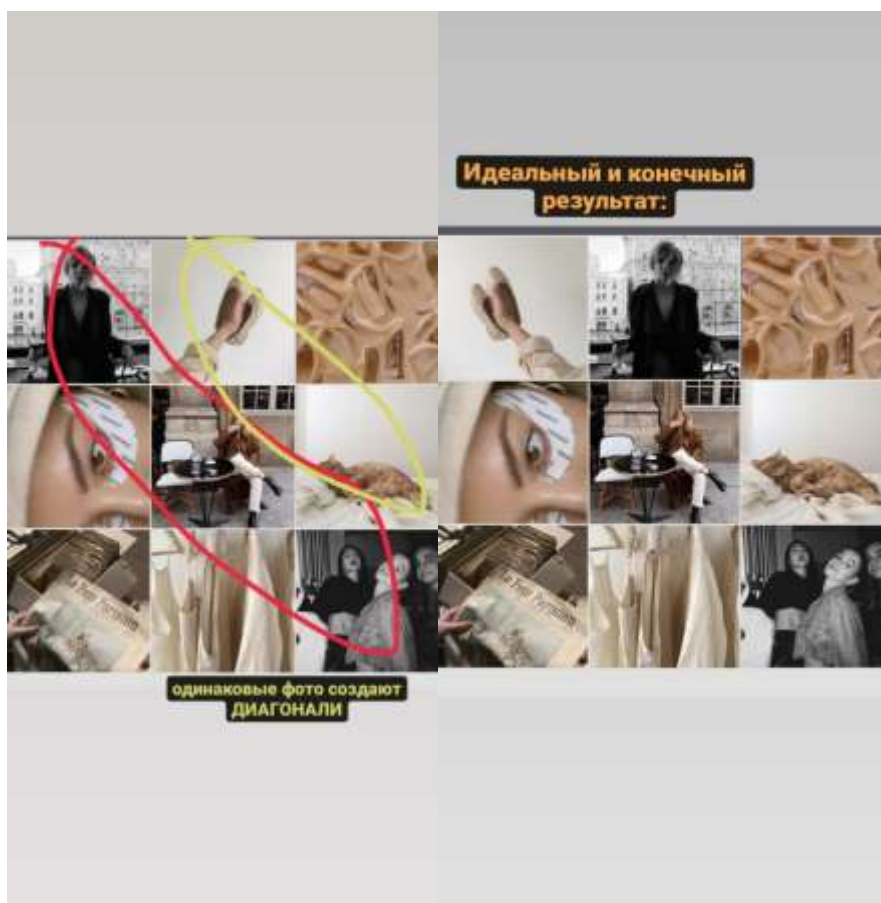
Не ко всем фото подойдёт один и тот же пресет, и такой визуал выглядит **МОНОТОННО**.



привожу пример на своем опыте, всё выглядит скучно и одинаково:

Сейчас у меня идёт процесс и учеба построения визуала, хочу показать ошибки, которые я совершила и их исправление.





5. Создание школьной странички в Инстаграмм

Социальные сети — это возможности для общения, но есть те, кто использует их во зло. В настоящее время в социальных сетях действует большое количество опасных для психологического и физического здоровья групп, в которых подростки играют в своеобразную игру, итогом которой является либо подготовленный суицид, либо привлечение к криминальной идеологии. Такие странички обычно мрачные. И, как мы уже знаем, цвет — мощный инструмент, который в умелых руках может вызывать нужные эмоции. Применяют мрачно-романтический дизайн для чувствительных натур. При создании школьной странички мы помнили, что визуальный контент воспринимается пользователями в десятки тысяч раз быстрее по сравнению с текстовым, поэтому при продвижении школьной страницы важно понимать, что основной упор должен быть сделан именно на высококачественные фотографии, а также контент, вызывающий положительные эмоции.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что все выбранные для рассмотрения социальные сети имеют ряд индивидуальных преимуществ. Каждая социальная сеть может послужить хорошим инструментом для формирования и поддержания интереса к школе. Все сети объединяют одно преимущество – возможность реализовывать стратегию продвижения

Заключение

В ходе работы мы рассмотрели тенденции визуала в Инстаграмме, подбор наилучшего цвета. Качественный визуал в профиле— гарантия того, что люди будут обращаться к нему,

Я пришла к выводу, что яркие изображения привлекают внимание. И речь идёт не только о цвете. У каждого фото есть атмосфера и собственный стиль. Все изображения в профиле в Instagram должны **гармонизировать друг с другом**. Привлечь подписчиков в профиль Instagram довольно сложно. Ведь каждый день на этой платформе публикуются тысячи различных фото и видео. И задача бренда создать такой контент, который будет выделяться и приковывать внимание людей. А сделать это можно только с помощью необычных идей и креативности.

Список литературы

1. Демидов В.Е. Сущность рекламы и психология ее восприятия. – М. 1994
2. Хопкинс Т. Искусство торговать. – СПб. 1996
3. Самые популярные социальные сети России: <http://www.prosmm.com/populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-2015/>
4. Социальные сети в России: цифры, тренды, прогнозы <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>
5. Виды интернет-рекламы и продвижения: <http://sitemix.su/vidy-internet-reklamy-i-prodvizheniya>