

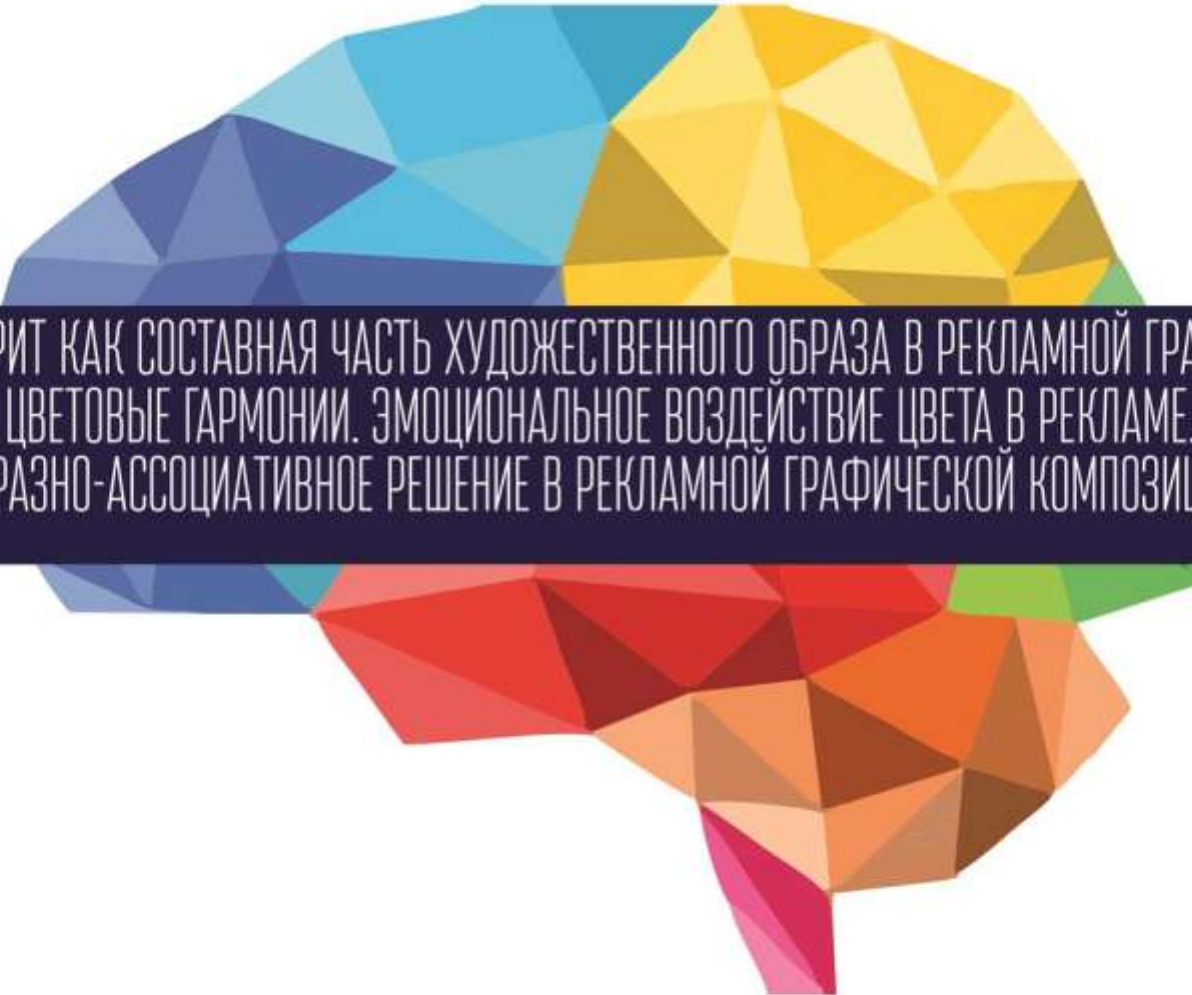
# Цветовые гармонии

Департамент культуры и национальной политики  
Кемеровской области  
ГПОУ «Кемеровский областной художественный колледж»

Эмоциональное  
воздействие  
цвета

## КОЛОРИТ КАК СОСТАВНАЯ СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В РЕКЛАМНОЙ ГРАФИКЕ

Соколова О.С.



КОЛОРИТ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В РЕКЛАМНОЙ ГРАФИКЕ.  
ЦВЕТОВЫЕ ГАРМОНИИ. ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ЦВЕТА В РЕКЛАМЕ.  
ОБРАЗНО-АССОЦИАТИВНОЕ РЕШЕНИЕ В РЕКЛАМНОЙ ГРАФИЧЕСКОЙ КОМПОЗИЦИИ.

## ЖЕЛАНИЕ

ВОЗБУЖДАЮЩЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ  
НА ОРГАНИЗМ УВЕЛИЧИВАЕТ  
ПУЛЬС, ЧАСТОТУ ДЫХАНИЯ,  
КРОВЯНОЕ ДАВЛЕНИЕ  
В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ПЛАНЕ -  
РАСХОДОВАНИЕ ЭНЕРГИИ.

## СПОКОЙСТВИЕ

УСПОКАИВАЮЩЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ  
НА ОРГАНИЗМ: СНИЖЕНИЕ ПУЛЬСА,  
КРОВЯНОГО ДАВЛЕНИЯ,  
В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ПЛАНЕ -  
УСИЛЕНИЕ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ И  
РАНИМОСТИ

## ГОРДОСТЬ

НАПРЯЖЕНИЕ МУСКУЛАТУРЫ;  
В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ПЛАНЕ -  
ВОЛЕВОЙ АКТ В РАБОТЕ, УПОРСТВО,  
НАСТОЙЧИВОСТЬ

## НЕПОСТОЯНСТВО

ВОЗБУЖДАЮЩЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ  
НА ОРГАНИЗМ: УВЕЛИЧИВАЕТ  
ПУЛЬС, ЧАСТОТУ ДЫХАНИЯ,



КАЧЕСТВА СВЕЖЕСТИ, НАТУРАЛЬНОСТИ, ИСКРИСТОСТИ МИНЕРАЛЬНОЙ ВОДЫ ПЕРЕДАЮТСЯ  
СВЕТЛЫМ, ПРОЗРАЧНЫМ БИРЮЗОВЫМ ЦВЕТОМ.



КАЧЕСТВА МЯГКОСТИ, НЕЖНОСТИ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ



КАЧЕСТВА МЯГКОСТИ, НЕЖНОСТИ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ СРЕДСТВ ГИГИЕНЫ



ПРОХЛАДА, ПРОЗРАЧНОСТЬ И ЧИСТОТА - В РЕКЛАМЕ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ.



СВОБОДА, СВЯЗАННАЯ С ОТПУСКОМ В ЮЖНЫХ ШИРОТАХ, КУДА МОЖНО ОТПРАВИТЬСЯ И НА САМОЛЕТАХ, КУРОРТНЫЕ МЕСТА В НАШЕМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ С НЕБЕСНО-ГОЛУБЫМ ЦВЕТОМ.



# JOGG + JEANS

THE NEW HYBRID DENIM



**DIESEL**

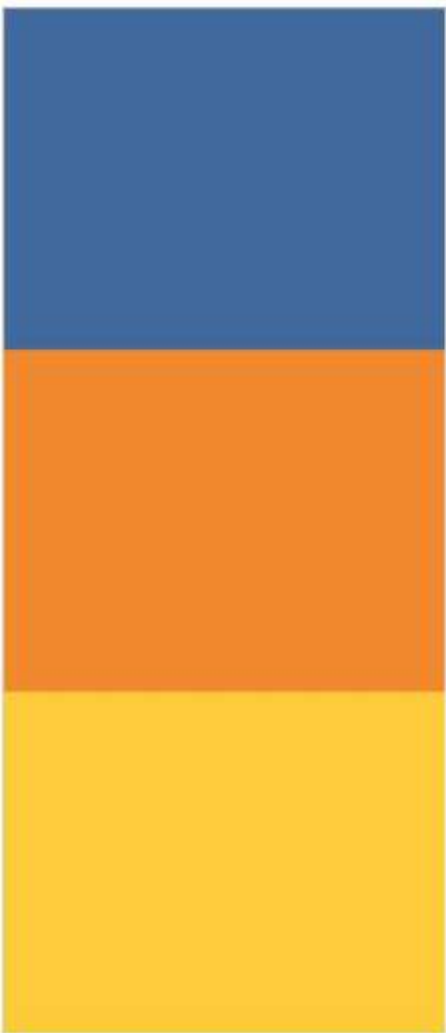
ПРОТЕСТ, МОЛОДОСТЬ, СВОБОДА ВЫРАЖАЕТСЯ ГОЛУБЫМ ДЖИНСОВЫМ ЦВЕТОМ В РЕКЛАМЕ ДЖИНСОВ И СИГАРЕТ.



КЛАССИЧЕСКИЙ ДВЕНАДЦАТИЧАСТНЫЙ ЦВЕТОВОЙ КРУГ, КОТОРЫЙ ПРЕДЛОЖИЛ  
ЙОХАНСЕН ИТТЕН



КОНТРАСТНОЕ СОЧЕТАНИЕ



КЛАССИЧЕСКОЕ ТРИАДНОЕ СОЧЕТАНИЕ



АНАЛОГОВОЕ ТРИАДНОЕ СОЧЕТАНИЕ

ГРАМОТНЫЙ ВЫБОР ЦВЕТОВОГО РЕШЕНИЯ В РЕКЛАМЕ ПОЗВОЛЯЕТ:

- ПОВЫСИТЬ РЕАЛИСТИЧНОСТЬ ИЗОБРАЖЕНИЯ;
- УЛУЧШИТЬ ВОСПРИЯТИЕ СООБЩЕНИЯ;
- ПРИВЛЕЧЬ И ДОЛГО УДЕРЖИВАТЬ ВНИМАНИЕ;
- ПРЕДСТАВИТЬ ТОВАР В НАИБОЛЕЕ ВЫГОДНОМ СВЕТЕ;
- СДЕЛАТЬ РЕКЛАМУ И КОМПАНИЮ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ СОЛИДНЫМИ В ГЛАЗАХ ПОТРЕБИТЕЛЯ;
- МГНОВЕННО ИДЕНТИФИЦИРОВАТЬ ТОТ ИЛИ ИНОЙ БРЕНД;
- УСТАНОВИТЬ ОПРЕДЕЛЕННУЮ ПРЕЕМСТВЕННУЮ СВЯЗЬ В РАМКАХ ЛИНЕЙКИ ПРОДУКТОВ;
- СОЗДАТЬ СИМВОЛИЧЕСКИЙ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДТЕКСТ.