

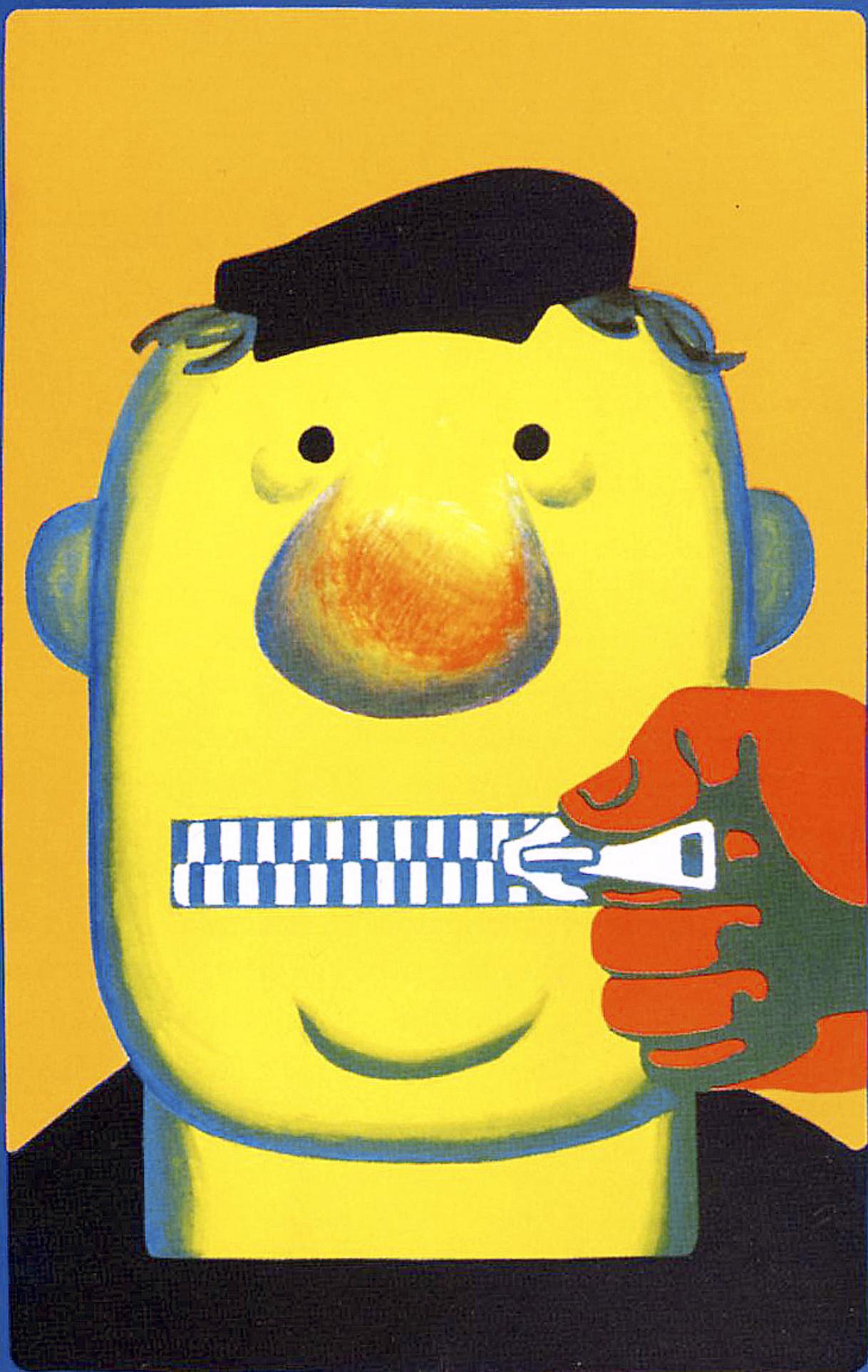
## **Содержание:**

Image not found or type unknown



## **Введение**

**Цветовое оформление самая важная деталь любых плакатов, логотипов, рекламных блоков. В первую очередь цвет должен привлекать внимание и вызывать необходимую эмоцию при первом взгляде на предмет. Для примера разберем агитационный плакат «Наше условие - долой сквернословие» Иванова К. 1981 г.**



НАШЕ УСЛЮЖИЕ ПОДРОЙ ОКРЕДИТОРОВОМ !

## **Основная часть**

**В данном плакате преобладает желтый цвет. Как нам известно, желтый цвет символизирует: спокойствие, общительность, любопытство, а также интеллигентность. При первом взгляде цвет сразу же бросается в глаза, тем самым привлекая внимание к плакату и предупреждая о важности. Ибо ярко желтый также предупреждает об опасности в дикой природе, тут же скорее о важности. Синий, белый, рыжий и черный находятся на втором плане и помогают выйти на первый план желтому. Помимо этого, они смягчают изображение на плакате, ибо чисто желтый цвет препятствовал бы удобству прочтения текста и сути плаката. Очень важно учитывать при работе с логотипами, плакатами и т.д. не только цветовой символизм, но и использовать цвета противоположные друг другу при этом не смешивая их. Как синий и желтый. Так картина станет ярче, что особенно важно для привлечения внимания. Для логотипов и некоторых рекламных постеров достаточно учесть символичность и эмоциональность цветов, ибо в данном случае более необходимо передать то, чему посвящен логотип или реклама. Например, логотип кофейни «Шоколадница».**



Коричневый и белый цвет сразу дает знать о том, что там наверняка продается кофе, неговоря уже об изображении и форме логотипа. Также. Благодаря этому, возникает желание испить кофе или перекусить, учитывая то, что в природе коричневый встречается в виде коры дерева, данный цвет хорошо располагает к себе символизируя надежность и стабильность. Если бы коричневый цвет был заменен на более темный, на черный, либо же изменилась насыщенность оттенков, то логотип не только вводил в ступор клиента, но и был не слишком приятен глазу, вызывая совсем

**противоположные эмоции. Именно поэтому так важно правильно подбирать цвета в зависимости от плаката или логотипа в сочетании эмоции и цветового круга.**