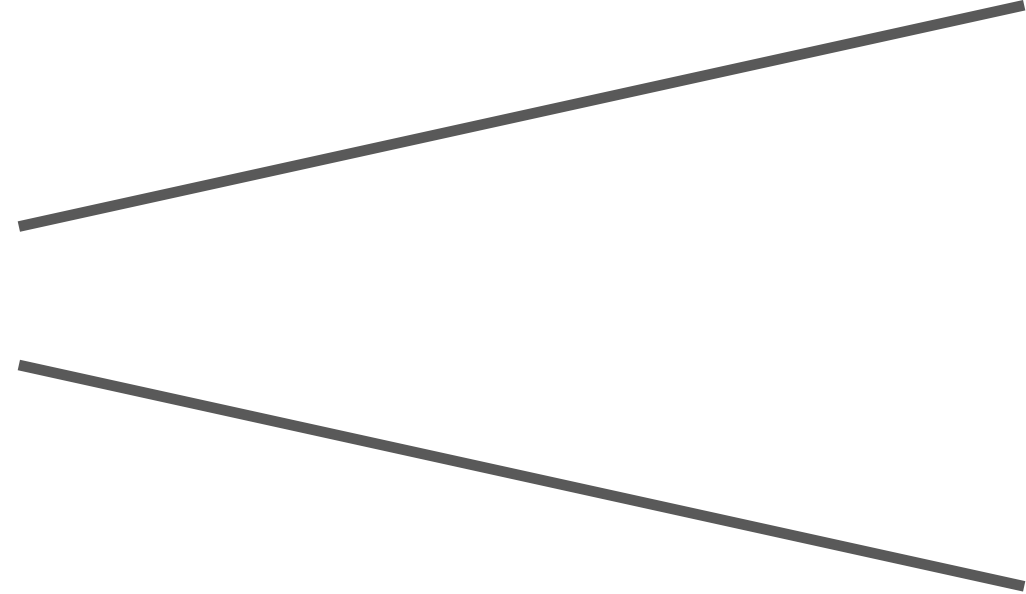


Итак, возьмем самый простой графический элемент – линию. Восходящая линия – это напор, скорость, движение, боевой настрой, нисходящая, напротив, – угрюмость и пессимизм.



Таким образом, например, нисходящая является не лучшим вариантом для логотипа.

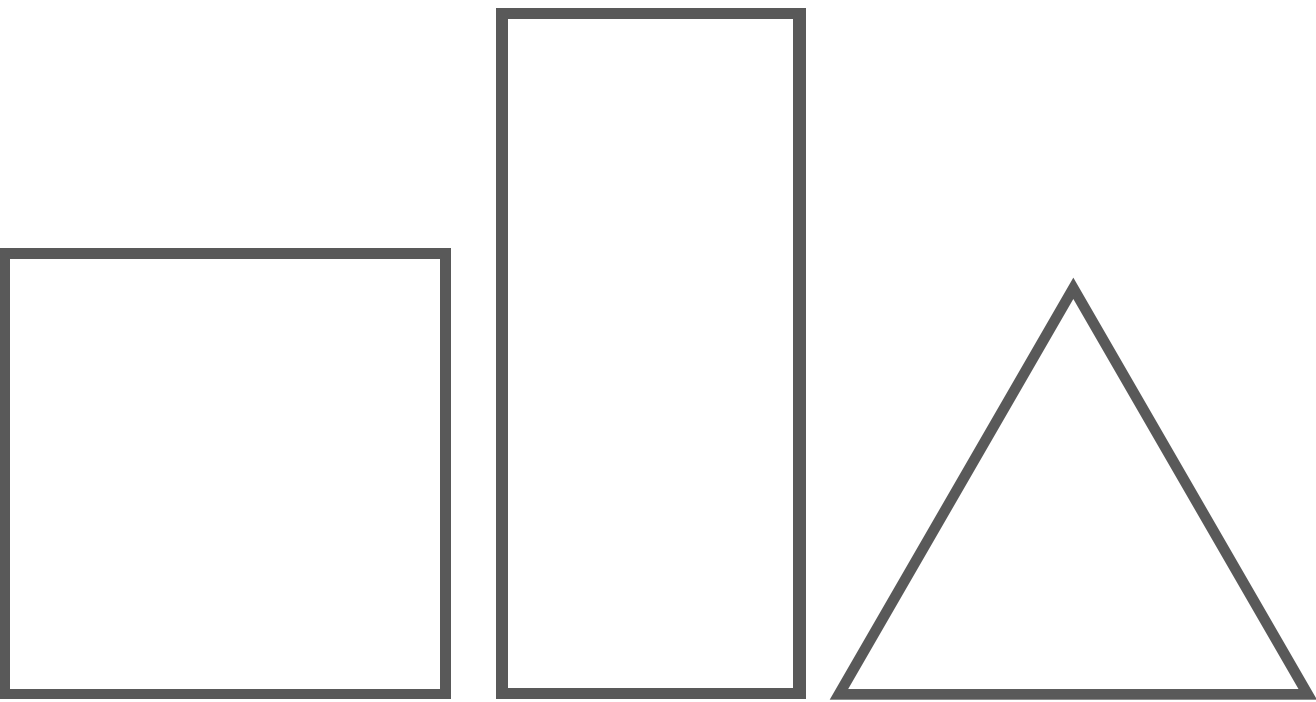
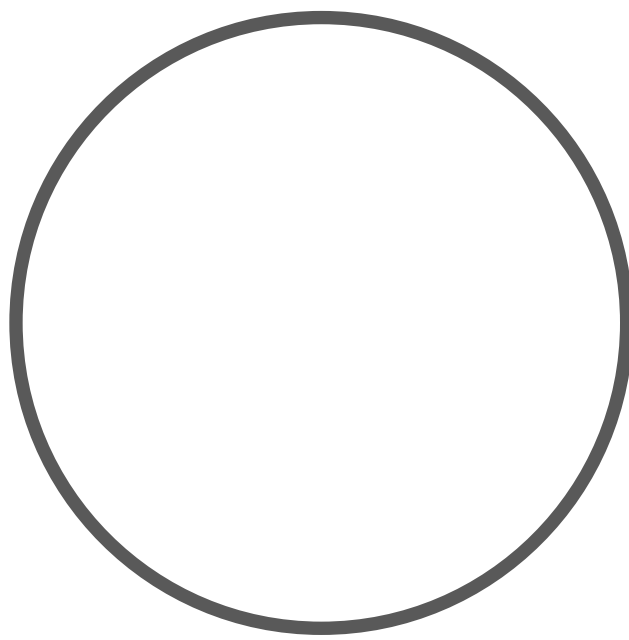


Рассмотрим полукруг. Не смотря на то, что в разных логотипах его можно обыграть по-разному, он вызывает определенный схожий для многих людей ассоциативный ряд, а именно улыбку, если дуга смотрит вверх, грустное лицо, если вниз.



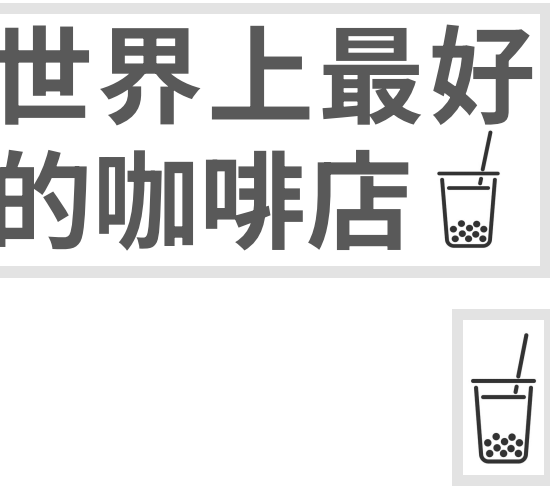
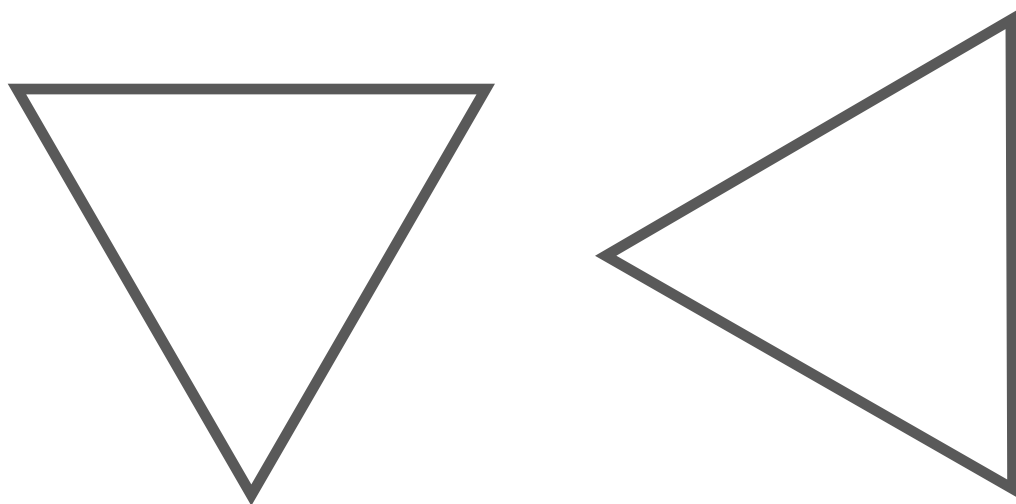
Первая картинка вызывает ассоциации с радостью, счастьем, весельем, спортивной победой, ликованием и т.д. Во втором случае, как будто кому-то грустно.

Круг тоже очень часто используют в логотипах, его можно абсолютно по-разному интерпретировать, однако у многих круг вызывает ассоциации с радостью, удовольствием и счастьем. Часто круги используют в логотипах компаний, которые так или иначе связаны с детьми, это происходит потому, что круг – это солнце, мяч, мыльный пузырь, шарик. Кроме того круг служит визуальным центром.



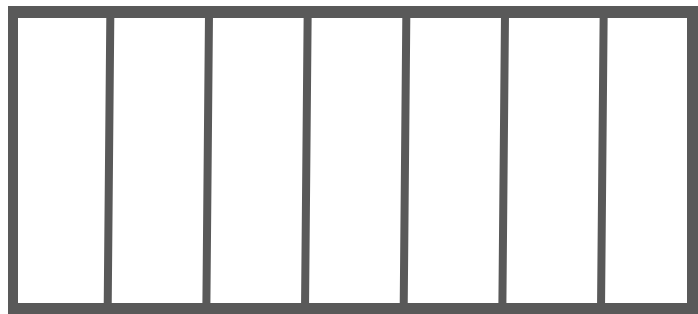
Особое внимание стоит уделить простым фигурам с опорой, например, квадрату и треугольнику: именно за счет их устойчивости у человека создается ощущение комфорта и безопасности. Такая компания точно не закроется на завтрашний день и выполнит все обязательства перед своими клиентами. При создании логотипа, очень важно обращать на это внимание, стараться использовать устойчивые фигуры.

И наоборот, не стоит использовать за основу логотипа неустойчивые фигуры, которые вот-вот "завалятся".



Тем не менее, не стоит ошибочно полагать, что все логотипы должны быть прямоугольными, квадратными и треугольными, это не так. Достаточно лишь "вписать" логотип в квадрат или прямоугольник, чтобы он казался болле устойчивым.

Не самым выгодным вариантом будет прямоугольник с горизонтальными или вертикальными линиями: прямоугольник с горизонтальными показывает некую шаблонность, будто мы читаем скучную статью, а с вертикальными ассоциируется с печатью и грустью, тюрьмой.



Одним из худших вариантов логотипа – ломанная линия, она вызывает ассоциации с молнией и болезнью сердца. На уровне психосоматики такой логотип может заставить сердце человека биться сильнее, не всегда это выгодно и полезно, если, конечно, речь не идет об энергетических напитках.

Таким образом, правильное использование графики в логотипах играет ключевую роль в создании уникального и запоминающегося образа бренда. Графические элементы могут передавать ценности, цели и специфику деятельности компании, а также вызывать определенные ассоциации и эмоции у потребителей. Поэтому важно тщательно подходить к выбору графических элементов и их комбинации, чтобы создать логотип, который будет отличать бренд от конкурентов и привлекать внимание целевой аудитории.