

6. ПРИНЦИПЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОБРАЗА В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

SOME PRINCIPLES OF IMAGE DESIGN IN SOCIAL ADVERTISING BASED

Ю. В. ЧВЫРОВА

Y. V. CHVYROVA

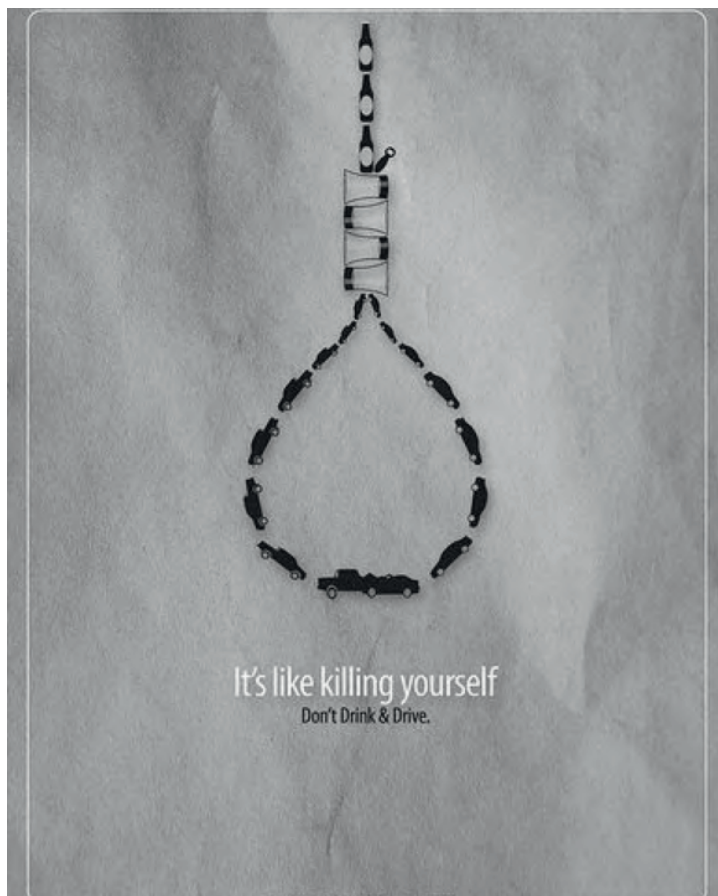


Рис. 1. Эффект проявления

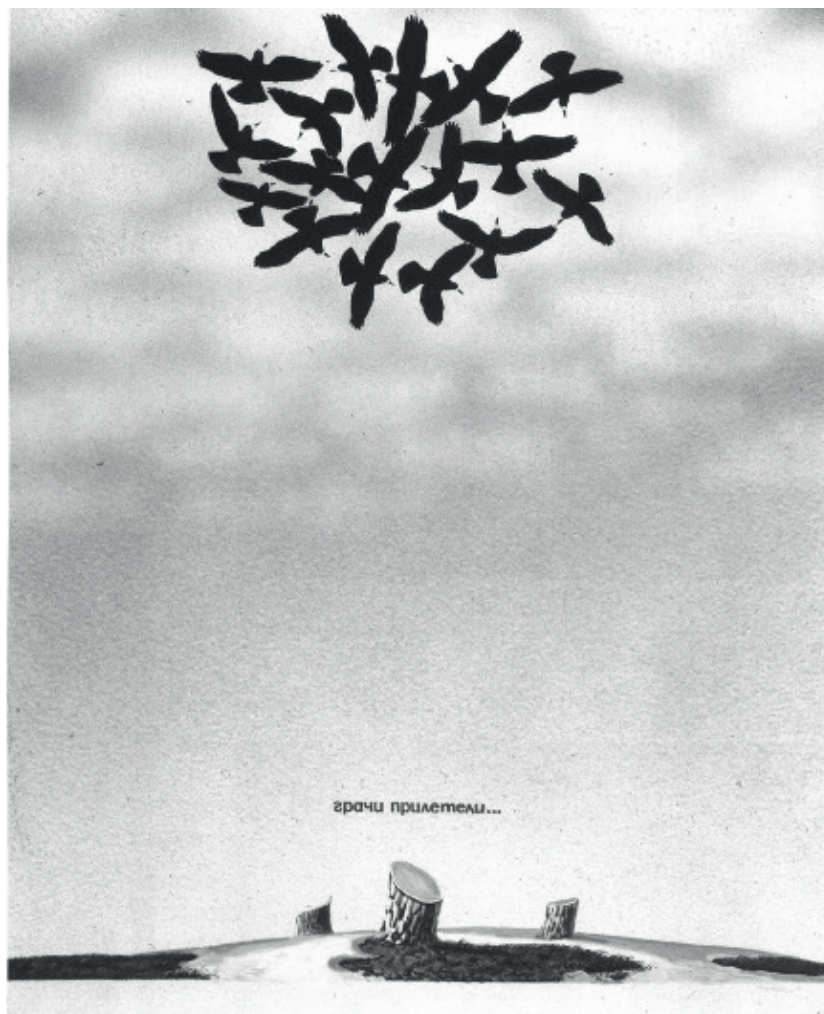


Рис. 2. Эффект обобществления



Рис. 3. Эффект множественной стабильности

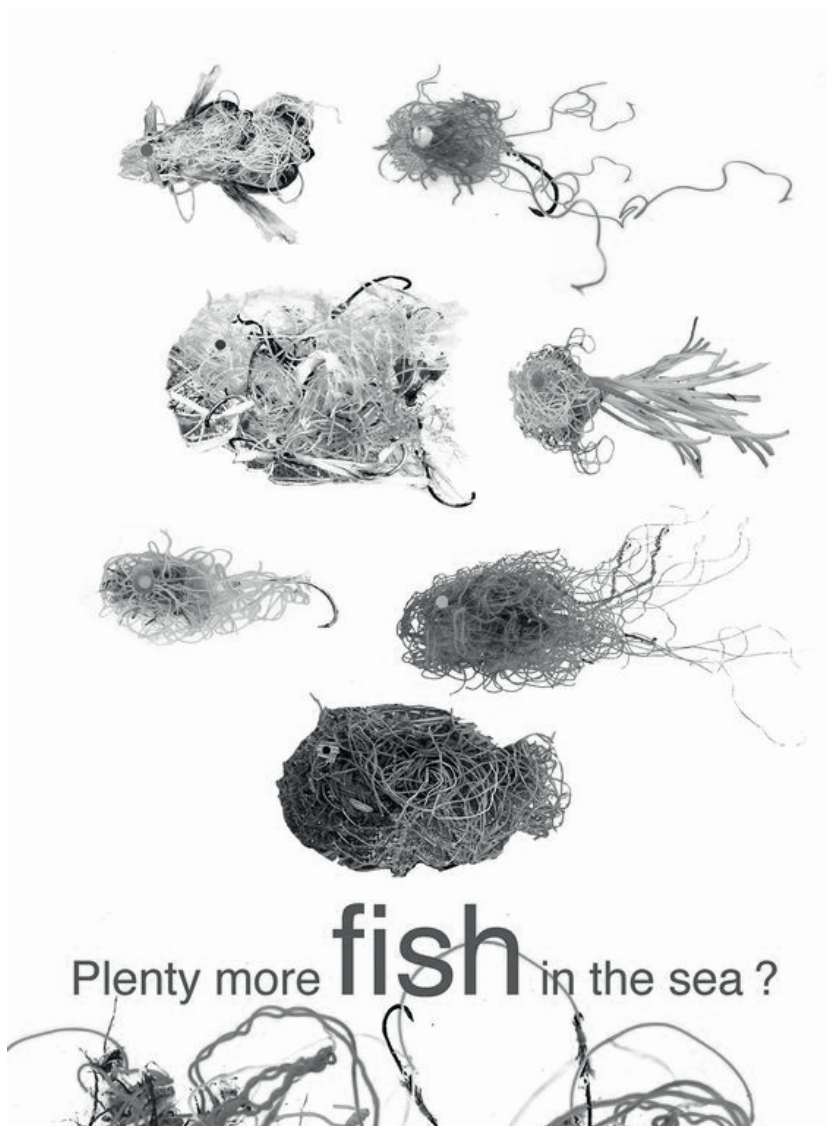


Рис. 4. Эффект неизменности восприятия



Рис. 5. Эффект Ресторффа



Рис. 6. Инверсия фигуры и фона

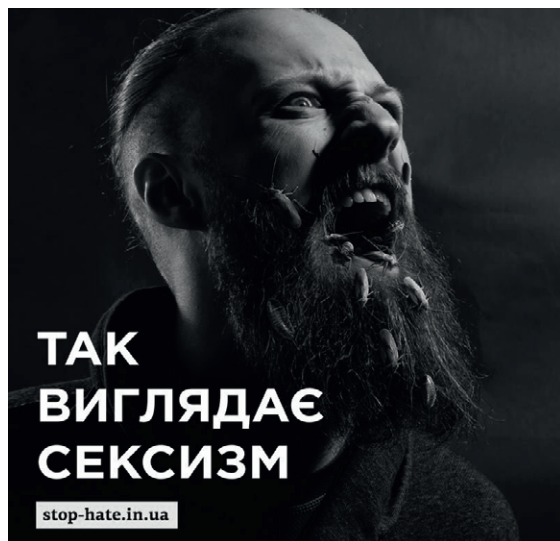


Рис. 7. Эффект синестезии