

Vztahy mezi barvami

Vodomalba

Barevné vidění světa je výsledkem elektromagnetického vlnění s různou vlnovou délkou, přičemž platí, že každá barva slunečního spektra odpovídá určité vlnové délce. Základními barvami spektra jsou červená, zelená a modrá, jejichž mícháním vznikají všechny ostatní. Individuální preference jednotlivých barev se u jednotlivých lidí velmi odlišují. Přesto při empirických výzkumech preferencí barev dochází vědci k výsledkům, které mají obecnou platnost a platí pro většinu populace.

Vztahy mezi barvami z hlediska
psychologie barev (symbolika)



Červená

Semafor.

Tato barva je především barvou vzrušení, a to jak v pozitivním, tak i negativním smyslu. Působí vznešeně, dalším významem je energická akce, dynamika, stimulace, změna a pronikání vpřed. Vzpouru, převrat a revoluci symbolizuje tedy zcela logicky.

V psychologickém významu jsou touto barvou oslovováni lidé silní, energičtí, soběstační a sebevědomí. Naopak pro člověka, jež sám sebe vnímá jako slabého, může červená barva představovat ohrožení.

V reklamě se červená barva využívá jako návnada, přitahuje pozornost, ale může i zneklidňovat. Tato barva má menší koeficient lomu a vzhledem k tomu, že oční čočka je přizpůsobena pro střední oblast vlnových délek, působí předměty a plochy této barvy jako bližší, větší a těžší.



Psychologie červené

Jako dráždivá a provokující je také barvou lidské sexuality, vyjádřené v červených salónech, lucernách či spodním prádle.

Červená barva přináší životní sílu, pocit vlastní hodnoty a sebedůvěry ve vlastní talenty a schopnosti. Protože dodává aktivitu při zahálčivosti, nechuti k práci či lenosti v učení, mohou na to dbát rodiče při zařizování dětského či studentského pokoje, podnikatelé a zaměstnanci ve svých pracovnách, kancelářích, na pracovištích i ve výzkumných ústavech, neměla by však být dominantní. Červená se dobře hodí také pro billboardy a reklamy, především kvůli upoutání pozornosti. Mnoho lidí si ale také červenou barvu spojuje s krví.

Voda a obloha.

Modrá je pravým protipólem červené. Působí uklidňujícím dojmem, je přívětivá, symbolizuje něhu, věrnost a důvěru, znamená nastolení míru a spokojenosti. Dále představuje tradici, stálost a spolehlivost a také komunikaci. Není proto překvapením velmi časté použití této barvy u institucí a úřadů zakládajících si právě na těchto zmíněných symbolech. (banky, pojišťovny atp.) Barva světle modrá je spojována s průzračností oblohy, se vzduchem, je přívětivá, neklade žádné nároky a neangažuje se. Je pravým ztělesněním pohody.



<http://www.novareklama.cz/velkoformatova-reklama/>



<http://www.oreklame.cz/tiskova-reklama/reklama-becherovka-9/>

Kino Svět



<http://www.kinosvet.cz/reklama.php>

Zelená

Bujná louka.

Potenciální energie této barvy se neprosazuje navenek. Tato barva je v přírodě statická, ale uvnitř je obsažena energie růstu. Vesměs používána jako barva konzervativní, symbolizuje obecně přírodu a také naději. Zelená je barvou klidnou, vážnou.



<http://iam.kryspin.net/2007/06/26/tuborg-a-kreativni-reklama/>



<http://www.direkte.cz/>



<http://www.reklamy3d.cz/?svetelne-panely,56>



<http://www.dooffy.com/cs/reklamni-kampan-reklama-od-ogilvy-paris-france-na-mineralni-vody-perrier.html>

Psychologie zelené barvy

Je to barva symbolizující naději, mládí, bezpečí a jistotu. Posiluje a zkvalitňuje mezilidské vztahy. Má vliv na city a lásku, a také může ovlivnit lidské ego. Zelená barva posiluje vztah k vnímání krásy. Může působit teple i chladně. Je tichá, vyrovnaná, ochraňující a hrdá. Poukazuje na princip přirozeného, zdravého růstu a schopnost vyživovat rostoucí věci. Jde o symbol matky přírody samotné. "Podobně jako u vašeho vzoru matky přírody se u vás jedná o to, nechat věci růst a vyvíjet se." Zelená barva je známkou fotosyntézy rostlin, tedy u člověka tendence přeměňovat, asimilovat, měnit, vytvářet a tvořit.

Oranžová

Šťavnaté pomeranče.

Tato barva se velmi silně spojuje s představou slunce, s bohatou úrodou i bohatstvím obecně, vzbuzuje pocit radosti a slavnostního vzrušeného očekávání. Dynamická, sebevědomá. Stejně tak jako barva červená je i tato barvou extrovertní.



http://cz.123rf.com/photo_711761_aoejova-sa-a-ek-na-tmava-orana-ova-pozada.html



http://sportreport.lidovsky.cz/in-sport-fotbal.asp?c=A100615_225038_In-sport-msfotbal_ant



http://cz.123rf.com/photo_2626218_siluety-a-a-astna-mlada-pa-r-dra-a-rukama-na-slunce-pozada-orana-ova-moa-e.html

Žlutá

Slunce v duši.

Spojuje se z červené a zelené barvy a touto kombinací vzniká napětí, které má tendenci k uvolnění. Symbolizuje dynamickou pohybovou energii, která vystupuje ven. Dalším významem je touha po rozvíjení se, je v ní naděje, povzbuzuje a osvobozuje, působí vesele a otevřeně. Vesměs jí volí firmy, které chtějí působit dynamicky, otevřeně, srdečně.



http://cz.123rf.com/photo_353850_a-luta-uma-lecka-ra-m.html



<http://www.badges.cz/ctenarske/smile-if-you-like-reading-too-zluta>



<http://byznys.ihned.cz/c1-54557240-jancura-spusti-zlute-vlaky-na-slovensku-regiojet-byl-mohl-vyjed-i-na-dalsi-trate-v-cr>



<http://tretorn.shop.sweb.cz/dopluky.htm>

Psychologie žluté barvy

Milovníci žluté barvy neustále hledají, čím by rozšířili svůj horizont, hledají stále něco nového, milují volné vztahy, pocit nezávaznosti a jsou přitom naplnění silnou touhou po dálavách.

Tito lidé vystupují skromně a mile, jsou velmi velkorysí a upřímní, jsou všestranně nadaní a prakticky založení. Teplá, silně žlutá také ztělesňuje různé zájmové oblasti, duchovní schopnosti a nadání, včetně geniality, přičemž se myšlení může až rozštěpit, nemá-li člověk dostatek stability a disciplíny. Žluté typy mají také tu zvláštnost, že stále něco od druhých očekávají. Přitom se často oddávají chybným nadějím, jelikož mají sklon k ohromnému sebepřeceňování. Jestliže jsou ve svém očekávání zklamaní, prožívají stav mysli, který se lidově nazývá „žlutý závistí“.

Bílá

Nový začátek. Bílá jako neposkvrněná barva vyznačuje pravdu, absolutní svobodu pro všechny možnosti, nové začátky. Znamená osvobození od všeho, co se jeví jako překážka. Je barvou míru, chladu a čistoty. Bílá barva symbolizuje nový začátek. Bílá jako neposkvrněná barva vyznačuje pravdu



<http://m.denik.cz/mobile/kultura/clanek/1369395>



http://cz.123rf.com/photo_2677309_ba-la-ra-a-e-a-svatebna-prsteny-izolova-ny-na-ba-la.html



tašky
BÍLÉ

<http://www.kenwex.cz/reklamni-tasky/reklamni-tasky-bila.html>

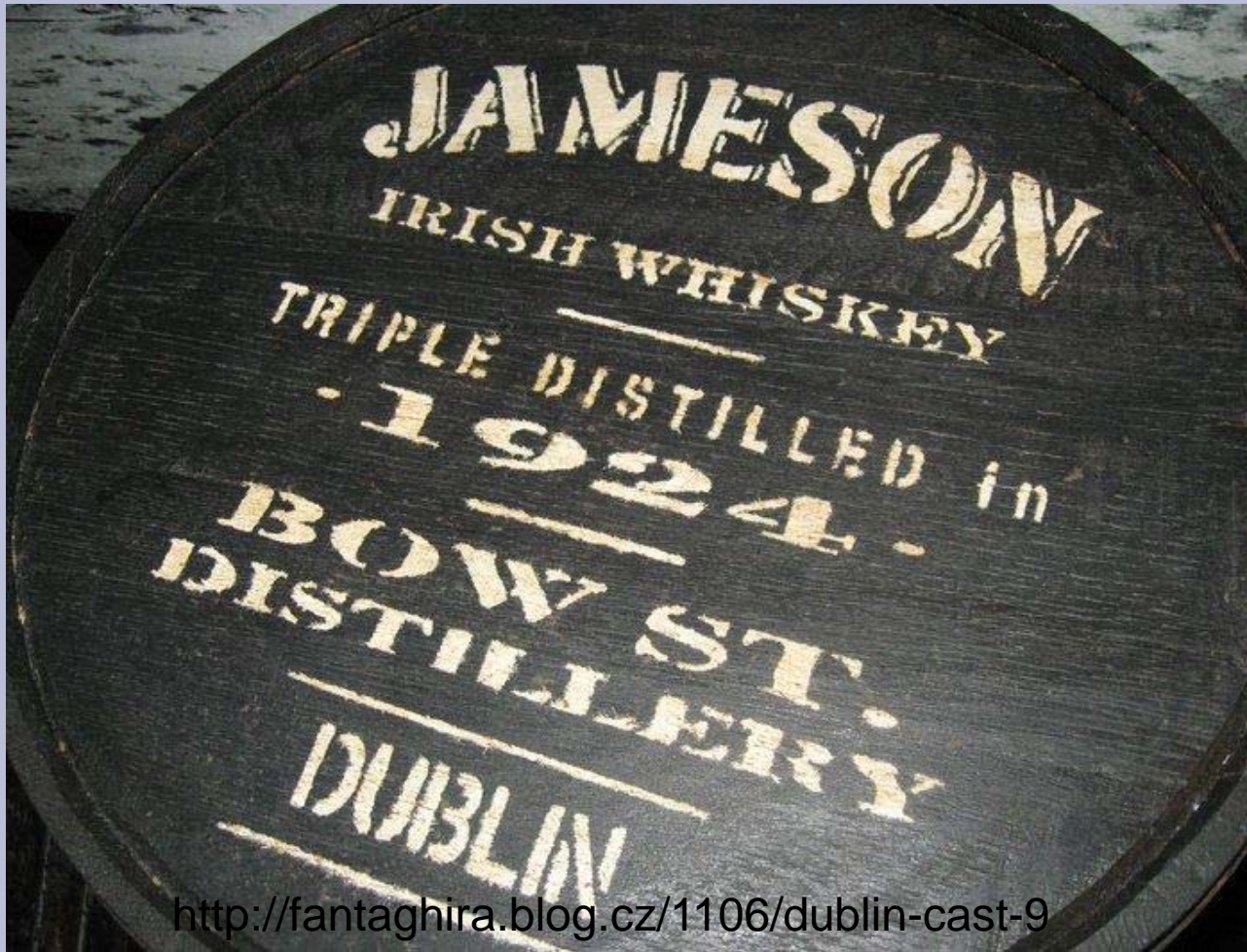
Černá

Protipól bílé, demonstruje konečné rozhodnutí. Může představovat agresivní vzdor (obzvláště v kombinaci s červenou), symbolizuje nicotu, absolutní odříkání a v naší kultuře je vnímána jako barva smutku a smrti.

Zároveň je spojováno s elegancí, autoritou, silou. Tato barva je barvou formální.

Vytváří vysoký kontrast, stejně tak jako bílá, ale s opačným emocionálním zabarvením.

V reklamní praxi jsou barvy využívány jako nástroje, pomocí kterých reklama vystupuje z pozadí a stává se figurou, objektem. Je velmi důležité věnovat pozornost celkovému působení, tedy jak reklamě, tak i prostředí, ve kterém bude umístěna. Reklama by měla působit kontrastně ve zrakovém poli příjemce, neměla by s ním splývat a zanikat v něm. (například řešení venkovní reklamy by mělo korespondovat s jejím umístěním, komunikovat s ním. Nejhorší reklama je ta, které si nikdo nevšimne.)



<http://fantaghira.blog.cz/1106/dublin-cast-9>



<http://www.sorealshop.cz/clanky/historie-a-popis-znacek/>



<http://www.bernard.cz/cs/v-akci/reklamni-material/index.shtml>

Přehled použité literatury:

1) <http://www.wikipedie.cz>

2) <http://www.google.cz>

Mgr. David Draxler

22.10.2011

9.ročník Výtvarná výchova

Vztahy mezi barvami (symbolika)

Vodové barvy

Metodický list:

- seznámení žáků s obsahem učiva
- každý označí svou oblíbenou a svou neoblíbenou barvu ještě než začne prezentace
 - žáci sledují prezentaci
- žáci se snaží popsat jak na ně působí jednotlivé barvy
 - učitel zapojuje děti do diskuze o barvách