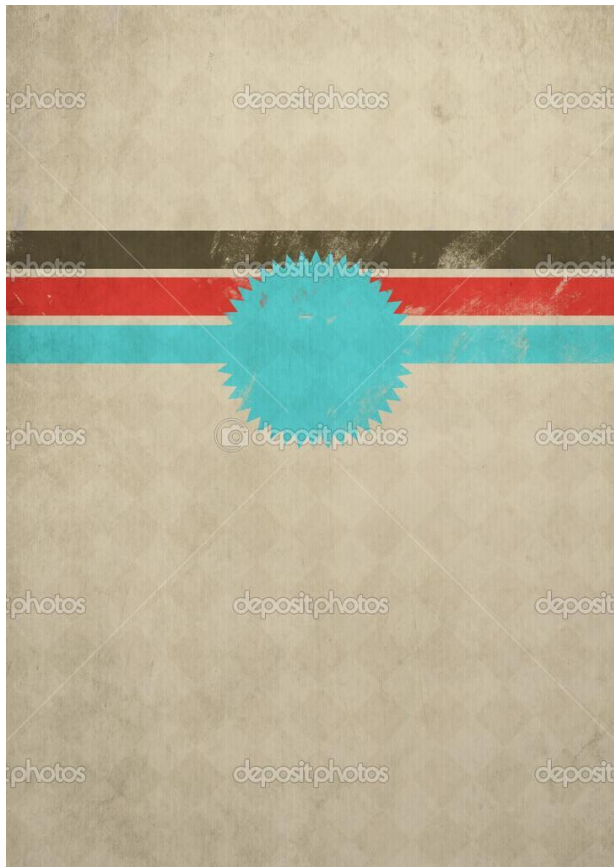
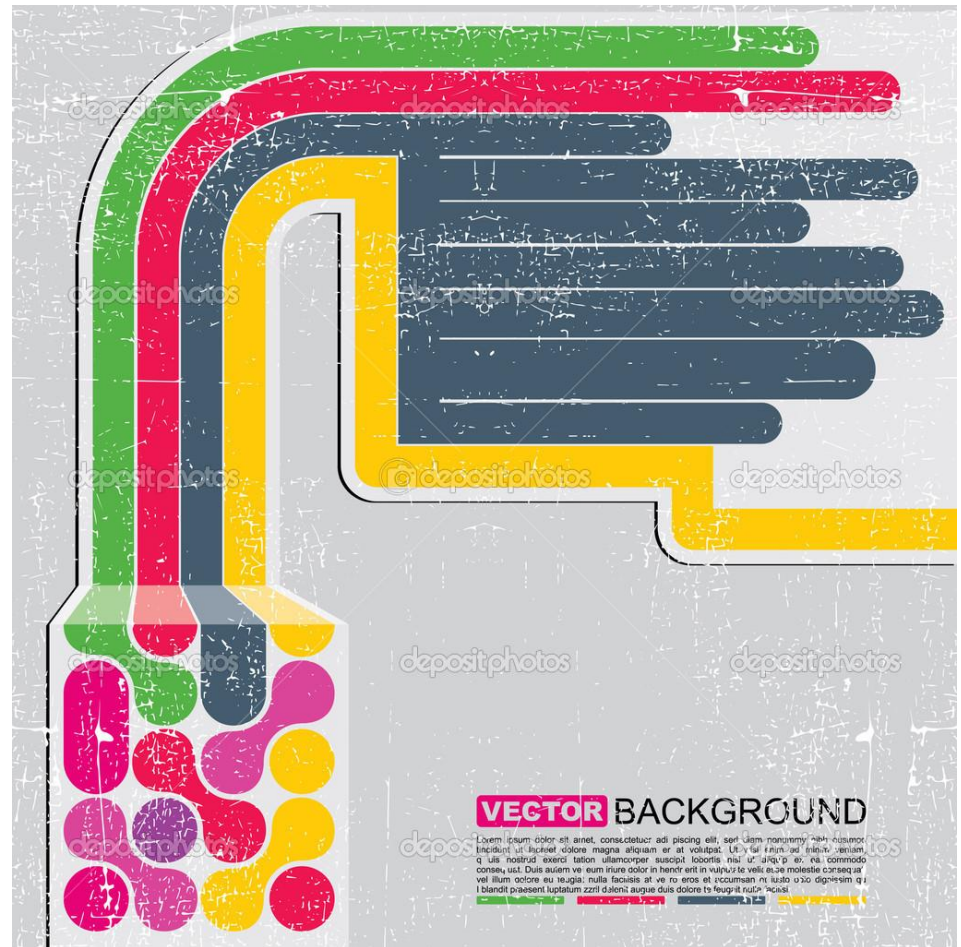


Психология формы в рекламе.



Можно выделить три основных элемента, которые стоят у истока любого произведения, будь то живопись, графика, дизайн или архитектура. Это точка, линия и пятно.





Точки или пятна можно эффективно использовать в изображениях:

Подчеркнуть ключевую идею.

Привлечь внимание.

Представить более сложный объект или идею, но при этом сохранить чистоту и упрощенность изображения.



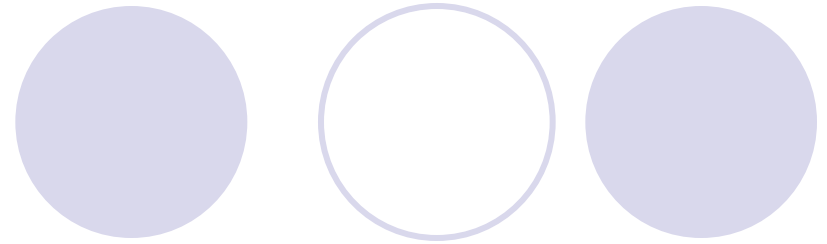
V.S.

**paintball
afternoon**



Discover the power of the fruit improving your team performance.
See for yourself what a simple basket of fruit is capable of doing to the atmosphere of your workplace.
All you have to do is send us an email at geraisimplefruit.pl to request a free fruit basket. You will also
receive a commercial proposal specially catered to the needs of your company. Your employees will
need a lot of vitamins to face the year ahead.

simplefruit®



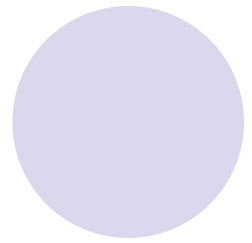
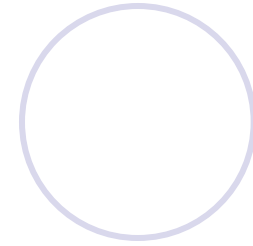
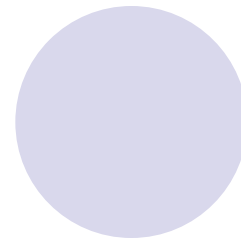
- Увеличиваясь в размерах, точка становится пятном, обладающим своей площадью и границами. С использованием пятна значительно расширяется палитра средств построения графической композиции. Пятна могут быть геометрическими или аморфными. Основные формы пятна это квадрат, треугольник, круг и «амёба» (бесформенное пятно).



- ***Горизонтальные линии** создают ощущение покоя или отдыха. Объекты, которые расположены параллельно земле, покоятся относительно линии силы притяжения. Следовательно, композиции, где доминируют горизонтальные линии, несут в себе заряд спокойствия.*



- *Горизонтальные линии обеспечивают постоянство и, некую, последовательность, фотографии. Часто выступают в качестве разделительной линии между субъектом и объектом внутри кадра.*



- **Вертикальные линии** создают ощущение высоты, полета и воздушности. Они кажутся устремленными бесконечно в небо, за пределы сознания человека. Их часто используют в общественных зданиях, от соборов до офисов корпораций. Вытянутые перпендикулярные линии подразумевают подавляющее богатство, пышность, непостижимое простым человеческим сознанием.



- **Диагональные линии** создают ощущение движения или направленности, оживляют изображение. Поскольку объекты, расположенные диагонально, для человека кажутся нестабильными по отношению к линии силы притяжения (так как не расположены ни вертикально ни горизонтально), они как бы стремятся упасть, или уже находятся в движении падения.



vancouver 2010



vancouver 2010
PARALYMPIC WINTER GAMES

XXI Olympic Winter Games February 12-28, 2010
X Paralympic Winter Games March 12-21, 2010

XXI^e Jeux olympiques d'hiver 12-28 février 2010
X^e Jeux paralympiques d'hiver 12-21 mars 2010

- *В двумерных композициях диагонали часто используются для создания глубины, иллюзии перспективы, которая затем вызывает у смотрящего иллюзию пространства, в котором можно двигаться.*
- *Таким образом, если необходимо создать ощущение движения, скорости, или активности, следует использовать диагональные линии.*



DALLAS FARMERS MARKET
HEALTHY FOODS - AFFORDABLE PRICES - NOW ACCEPTING  Lone Star

- **Круг** – универсальный символ. Означает целостность, непрерывность, первоначальное совершенство. У круга нет ни начала, ни конца, ни ориентировки, ни направления, поэтому он ассоциируется и с бесконечностью и с завершённостью.

FREE
TOPPING

Ice Cream

ONLY NATURAL INGREDIENTS

1\$

BEST
IN TOWN



Best flavour collection

SINCE 1989

- В дизайнерских решениях часто используются окружности и полуокружности, они придают композиции сглаженность и мягкость, не вызывают чувства напряженности.

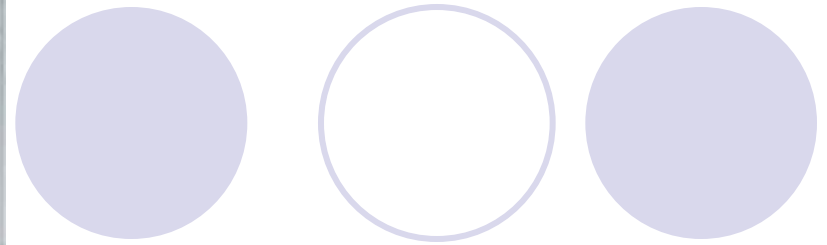
Congratulations to Audi for winning
South African Car of the Year 2006.



From the Winner of
World Car of the Year 2006.

Although anyone who has been behind the wheel of the most awarded A8 Series is well aware that it is without doubt the most sporty sedan, it was surprising to find that it is officially confirmed by all of the world's leading motoring journalists. When every one in the world was convinced and amazed, a combination of exceptional handling, driving performance and superior interior comfort led the world's most discerning jury that the BMW A8 Series is without doubt, the world's best car.

The BMW A8 Series Sedan ranges from 6500 to 12500, 12500, 12500, 12500 and 12500. For more information visit www.bmw.co.uk



- **Квадрат.** Он является символом постоянства, безопасности, равновесия, пропорциональности. Все формы, построенные на горизонтальных и вертикальных линиях, носят характер «у квадраченных» форм, включая такие фигуры как крест, прямоугольник, меандр и их производные.



- *Квадрату соответствует красный цвет, как цвет материи. Тяжесть и непрозрачность красного цвета очень чётко согласуется со статической и тяжелой формой квадрата. Все «у квадраченные» формы придают фигурам некоторое постоянство и силу.*



- **Треугольник** . Его острые углы вызывают ощущение агрессивности и «колкости». Он является активной, динамичной формой и несет в себе несколько символических значений: в положении вершиной вверх форма устойчива, символизирует огонь и стремление к высшему единству, в положении вершиной вниз – крайне неустойчива и негативна.

Lighting FOR PRODUCT PHOTOGRAPHY



■ Step-by-Step Guide
to Sculpting with
Light®

ALLISON EARNEST

Amherst Media

- *К треугольным фигурам относятся все формы диагонального характера, как например ромб, трапеция, зигзаг и их производные.*

Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы

Quality Dubstep



Mixed by DJ DoT

- На эффективность рекламы в газетах ощутимое влияние оказывает не только ее содержание, но и форма подачи этой информации. Другими словами вид макета, который рекламист выберет, может серьезно усилить воздействие рекламного объявления или наоборот, ослабить его. О том, какими бывают виды макетов рекламных объявлений и как их нужно выбирать мы сегодня, и пойдет речь



VERSATILITY MODERNIZED.

Introducing the all-new Accord Crosstour from Honda. Don't let its sleek, aerodynamic exterior fool you. Inside there's a world of smart, cargo-friendly design*. It's the perfect combination of style, amenities and space. So you can have your cake, and bring it too.



Макет «мондриан»

- Главная задача составителя рекламного текста и рекламного дизайнера – правильно определить место каждого элемента и соотношение размеров этих секций.
- Макет «мондриан» чаще всего используют для рекламы сразу нескольких товаров, связанных между собой по назначению (различные предметы мебели или набор товаров в дорогу).

Макет «сетка»



design|the blog
scene
www.designscene.net

staring **James Franco**
Gucci by Gucci Pour Homme

- Этот вид макета рекламного объявления требует деления площади рекламного объявления на отдельные ячейки. Для того, чтобы разместить иллюстрации используют разное количество таких ячеек. Количество их может быть любым. Единственное условие – все они должны быть одного размера и формы. Заголовок и текст объявления располагают под иллюстрациями. Текст при этом разбивают на несколько колонок.

Макет «окно»



Окна из профиля VEKA дарят Вашему дому спокойствие и безопасность, создавая в нем атмосферу уюта и радости. Ваши окна могут быть белыми или цветными, стандартных и оригинальных форм. Все, что можно сделать из пластика, можно сделать из VEKA – оконного профиля высшего качества.

Надежная защита. Безупречная репутация.
Качество, которое вызывает уважение.
Оконные системы VEKA

www.veka.ru



качественный
профиль
Sostav.ru

- в этом типе рекламы изображение, как правило, занимает 2/3, а иногда и более всего пространства рекламного объявления.
- На картинке обычно крупно представлен один предмет, занимающий все пространство «окна»

календарь Масляничной недели

Макет «рамка»

понедельник Встреча или Детская Масленица

К этому дню строились балаганы, качели-карусели. Первые блины - нищим. Молодоженам напечинали, что пора бы и деток завести, дети катались с гор, ходили по домам, колядовали.

среда Лакомка

Звали "кстае на блины". Столы тогда накрывали изобильные. На столы катились всевозможные мороженки, жар, хозостыни, парники, поручки - каты, они же откусывали блинами и конфетами.

четверг Разгуляй

Начиналась широкая Масленица: тройки, гармошки, похари, кулачные бои, вятие сладких крепостей, скоморохи. Медовуха, до горячий обгнень, да самоварный чай. И блины - круглые, масляные, с талы-е жару золотые, как само Солнце. Ставили чучело Масленицы в женском наряде и скомородкою в руке.

вторник Заигрыш

Молодые шпюбенным разрешалось встречаться, обниматься и даже целоваться на людях, договаривались о будущем. Разрешалось молодоженам кататься с горок.



пятница Тёщины вечерки

С утра теща присылала молодым катушку и сковороды, а тесто - масло и муку. Вечером приходили к зятю на бивня.

Воскресенье Прощёный день

В церквях правится прощёная служба, где все, от настоятеля до прихожан кланяясь, просят друг у друга прощения, и слышат в ответ: "Бог простит". Сжигается чучело Масленицы, и белый теплый дым уносится в небо к забытым языческим Богам.

суббота Золовкины посиделки или Проводы Масленицы

Молодая хозяйка приглашала золовок на блины, одаривала их подарками.

Православная церковь усматривает в праздновании Сырной седмицы не столько дань языческому прошлому, а повод для традиционных внутрисемейных общений, укрепляющих родственные узы. И главное - возможность прилюдно простить и быть прощенным и подготовить себя к трудному и строгому Великому посту.

- Рамка, или рамочный макет, – текст в такой рекламе расположен в центре, дается в одну колонку и окружен, как рамкой, серией иллюстраций рекламируемых товаров

Макет «текстовая реклама»

ПРЕЖДЕ ЧЕМ КУПИТЬ
КОМПЬЮТЕР
УЗНАЙТЕ, СКОЛЬКО ОН БУДЕТ СТОИТЬ
У НАС !!!

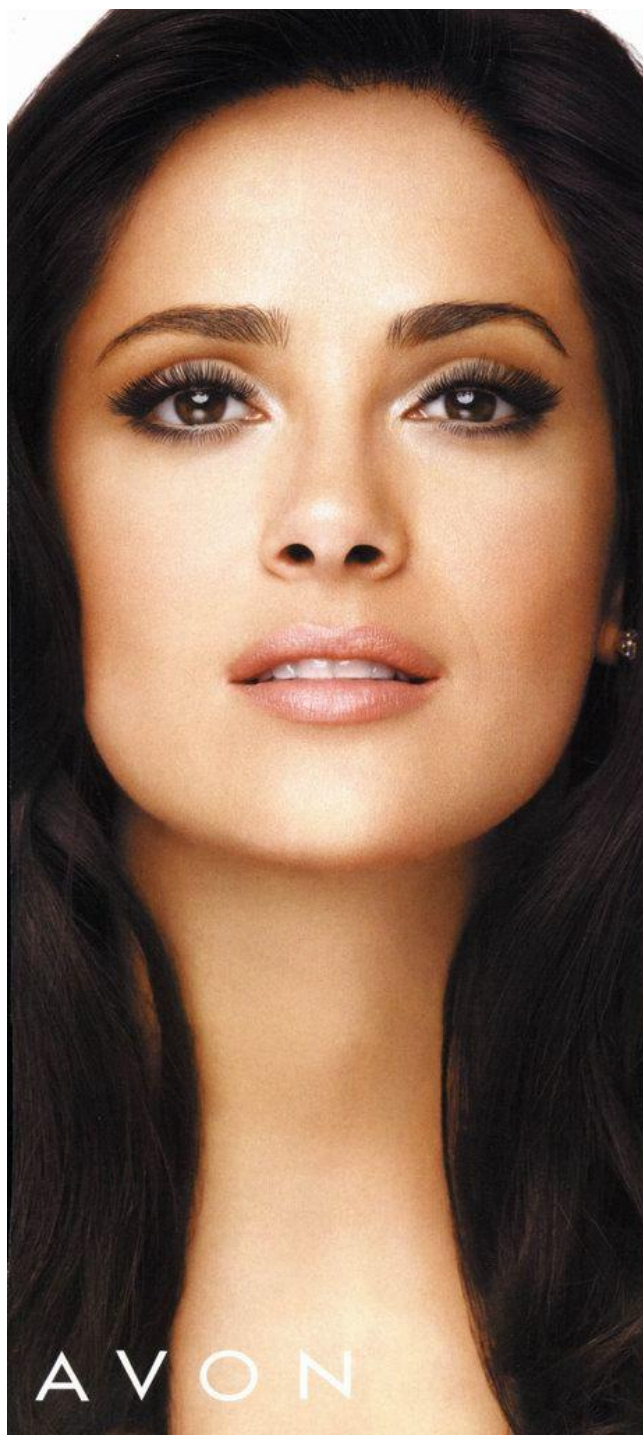
D'L®
СОМР

www.dup-lex.ru

195-8080 | 195-2228

Приглашаем к сотрудничеству органи-
зации в области поставки и обслужи-
вания компьютерной и оргтехники.

- *Текстовая реклама не имеет иллюстраций, заголовков, подзаголовки и основной текст построены на использовании разных по размеру шрифтов*
- *Банки и страховые компании часто используют этот макет для рекламы своих услуг*



AVON

ПОКОРЯЙТЕ ВЗГЛЯДОМ МГНОВЕННО!

AVON представляет новинку –
Тушь для ресниц
«Блиц-Объем»

Прощайте непослушные ворсинки!
Новая революционная щеточка,
созданная на основе технологии
Clean Build, наносит тушь быстро,
аккуратно и равномерно на каждую
ресничку даже в уголках глаз.

Ваш взгляд – супервыразительный
и притягательный в одно мгновение!

За самыми объемными ресницами
обращайтесь к Представителям AVON.
Как ознакомиться с каталогом AVON,
Вы можете узнать по телефону
(495) 792-3699 или на сайте
www.avon.ru



ОБЫЧНАЯ ЩЕТОЧКА С ВОРСИНКАМИ



ЩЕТОЧКА ДЛЯ ТУШИ «БЛИЦ-ОБЪЕМ»



**В 5x
РАЗ
БОЛЬШЕ ОБЪЕМА
И НИКАКИХ КОМОЧКОВ!**

Говар сертифицирован. Реклама. ООО «Эйвон Бьюти Продактс Компани» 101000, г. Москва, пер. Уланский, д. 4, стр. 1 ОГРН 1037708067320N

Макет "полоса"

- для этого макета характерны простота расположения и наглядность. Иллюстрация обычно расположена вертикально и занимает половину страницы, на второй половине приводится довольно скупой текст.

- Макет «полоса» используется для рекламы вин и других напитков, а также и для многих других товаров, форма упаковки которых имеет, как правило, вертикально вытянутую форму



Макет «силуэт»

- **силуэт** – на белом фоне рекламного объявления дается очень крупное, во весь лист, изображение одного предмета, небольшой по объему текст может находиться в любом месте по отношению к изображению

Línea Bi-Varietales
Malbec - Cabernet Sauvignon | Syrah - Tempranillo | Chardonnay - Semillón | Malbec - Pinot Noir

BODEGA
SEPTIMA
MENDOZA | ARGENTINA

www.bodegaseptima.com.ar

Макет «реклама под обрез»



- Этот макет обычно дается в дорогих журналах на целую страницу или в полный разворот двух страниц; главная роль здесь отводится изображению, текст может полностью отсутствовать или быть минимальным по объему.
- Название «под обрез» происходит от того, что все пространство рекламного объявления залито

РОЛЛЫ



"ДЖУСТО"

(КРЕВЕТКА, ЛАКОСЫЯ, ЛОСОСЬ,
ИКРА КРАСНАЯ)
ВЫХОД: 150 ГР.



255 руб

"КАЛИФОРНИЯ С ЛОСОСЕМ"

(ЛОСОСЬ, АВОКАДО, ОГУРЕЦ, ЛАКОСЫЯ,
ИКРА КРАСНАЯ, ИКРА ЛЕГУЧЕЙ РЫБЫ)
ВЫХОД: 200 ГР.



285 руб

"ЖАРЕННЫЙ ОКУНЬ"

(ЖАРЕННЫЙ ОКУНЬ, ИКРА ЛЕГУЧЕЙ РЫБЫ,
ЛУК БЕЛЫЙ, ОГУРЕЦ, СТРУЧКА ТУНЦА,
СОУС "САЙС")
ВЫХОД: 205 ГР.



205 руб

"САЛМОН"

(ЖАРЕННАЯ КОЖА ЛОСОСЯ, ИКРА ЛЕГУЧЕЙ
РЫБЫ, ОГУРЕЦ, ЛОСОСЬ, СОУС "САЙС")
ВЫХОД: 210 ГР.



245 руб

"ГОРЯЩИЙ ВУЛКАН"

(ЛОСОСЬ, УГОРЬ КОПЧЕНЫЙ, ИКРА
ЛЕГУЧЕЙ РЫБЫ, ОГУРЕЦ, ЛУК БЕЛЫЙ,
СОУС "САЙС")
ВЫХОД: 200 ГР.



335 руб

"КАЙСО"

(САЛАТ "КАЙСО", ПОМИДОР,
СЕЛЫ КИНОА)
ВЫХОД: 155 ГР.



145 руб

Макет «мультиреклама»

- *вся страница текста занята мелкими изображениями товаров с краткими текстовыми характеристиками или без них. Такая реклама часто дается как в черно-белом, так и в цветном изображении.*
- *Специализированные магазины часто используют макет «мультиреклама», стремясь показать обилие товаров на разные вкусы и цены.*

MESSEUR MEISTER

Дарит Вам ПОДАРКИ



Магнитный держатель 30 см
в ПОДАРОК при покупке ножей
от 6000 руб.

Набор кованых
кухонных ножей по новой цене

~~11600 руб.~~

8600 руб.



+ любой нож к набору
со скидкой 20%



Собери свой набор
(подставка + ножи)
и получи скидку 10%



При любой покупке
дисконтная карта в подарок

Акция действительна до 31 декабря 2008 года
(при наличии товара по акции)

Макет «цирк»

- **Цирк, или организованный беспорядок**, – с помощью этого макета обычно рекламируют одновременно серию недорогих товаров, как правило, во время распродажи или при рекламе пищевых продуктов. Изображения различных товаров разбросаны по всему пространству рекламного объявления.
- Слоганы и призывы также беспорядочно раскиданы, как и рисунки, и могут располагаться не только горизонтально, но и вертикально, и по диагонали

Макет "алфавит"

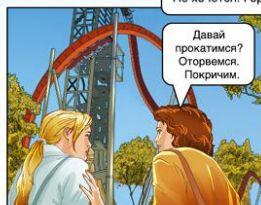
- *Текст в рекламном объявлении расположен таким образом, что своими очертаниями и формой напоминает какую-либо букву алфавита. Используется крайне редко.*

Считай, они уже твои!



Снимите боль с горла

Однажды осенью две подружки пошли гулять в парк аттракционов.



**Гексорал действует быстрее,
чем можно ожидать.**



Рег. уд. П N014010/01 от 14.03.2008, ЛСР-002828/07 от 14.03.2008, П N014010/02 от 11.02.2008. ООО «Джонсон & Джонсон», г. Москва, ул. Крылатая, д. 17, корп. 2, тел. +7 (495) 726 8555.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ К ПРИМЕНЕНИЮ. НЕОБХОДИМО ОЗНАКОМИТЬСЯ С ИНСТРУКЦИЕЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ПРЕПАРАТА

Макет «комикс»

макет печатной рекламы, состоящий из серии рисунков с текстом, иллюстрирующих ту или иную забавную историю, ситуацию. Текст может быть представлен в виде диалога действующих лиц, изображаемых на картинках.

Целевой аудиторией рекламы типа «комикс» часто является молодежь, а также дети, для которых данный способ изложения является наиболее привлекательным.

New Yorker 8/23/41

L'Origan for your golden moments ...



Talc 50¢ • Dusting Powder \$1. • Vanity \$1. • "Air-Spon" Face Powder \$1. • Perfume \$9.75 to \$1. • Sachet \$1. • Bath Salts \$1. • "Informal Fragrance" \$2.95 to \$1.

NEW! From L'Origan, the perfume made "for golden moments," Coty has woven a new fragrance scheme: lovely accessories to fill your all-day beauty needs; all fragrant with L'Origan; all packaged in a design like golden flame.

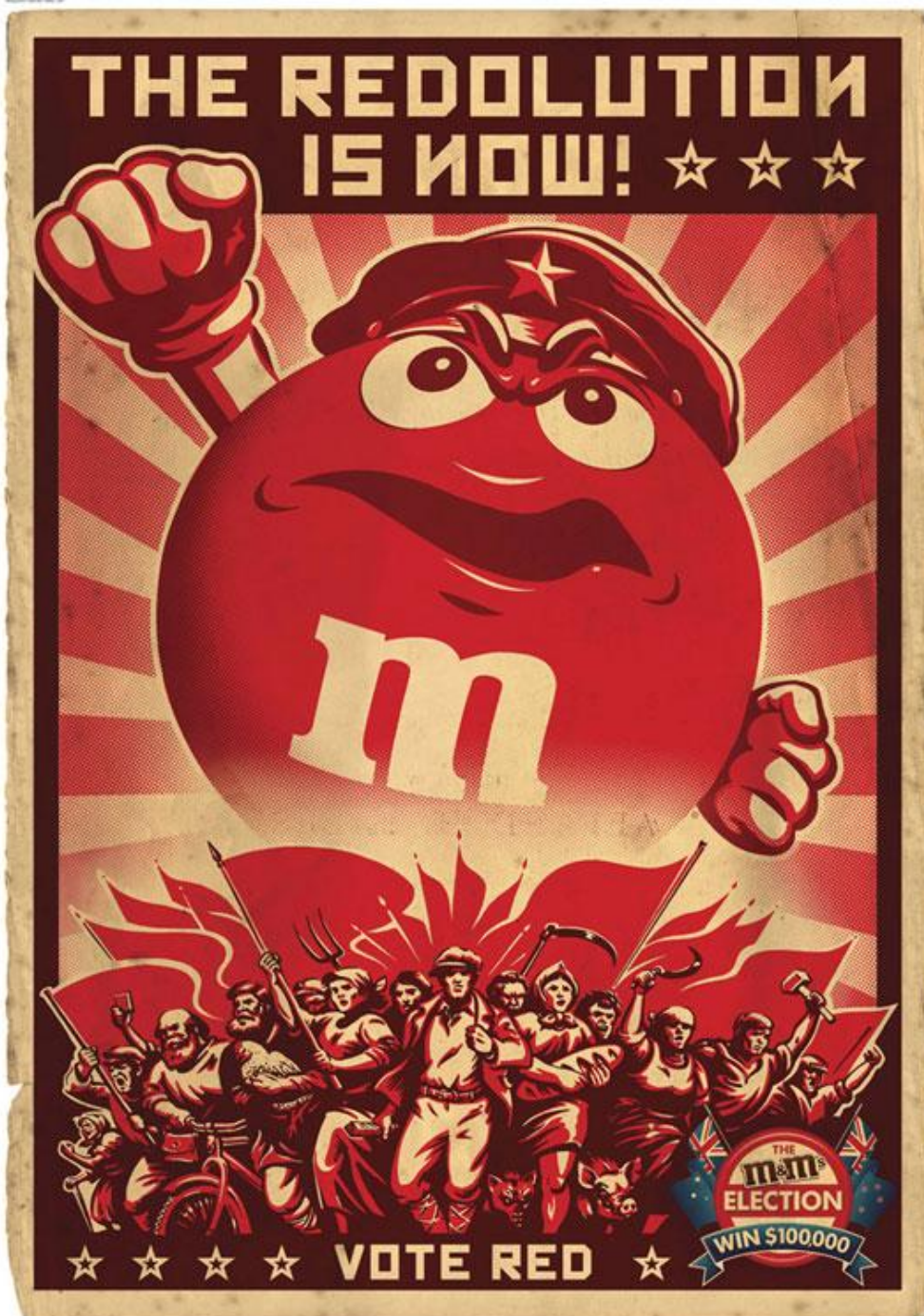
Visit COTY FIFTH AVENUE, Rockefeller Center, New York.

Макет рисованная рекламы

- Частично-рисованная реклама. Переделанная фото объекта все остальные детали дорисованные

Эмоциональность в цвете





Красный

- **Красный** — настраивает на решительность, способен вызвать у человека сильное желание совершить тот или иной поступок и, применительно к теме нашего разговора, сделать энергичное усилие и купить, к примеру, рекламируемый товар.
- Семантика этого цвета — «внимание, не проходите мимо, действуйте ради действия: дерзко, необдуманно, поддайтесь первым чувствам». Красный цвет также обладает и определенным сексуальным зарядом.

Van Cleef & Arpels

HAUTE PARFUMERIE



Оранжевый

- **Оранжевый** — помогает вызвать прилив жизненных сил, дает оптимистический тонус. Древние считали его цветом здоровья и творчества.
- Данный цвет лучше всего использовать в рекламе медикаментов, детских товаров, а также услуг в области здравоохранения и образования.



*Squeezed
in Brazil*

Желтый

- **Желтый** — настраивает на коммуникабельность. Это цвет открытости и общительности. А еще он помогает придать уравновешенность разгулявшимся эмоциям, обрести внутреннее спокойствие, утихомирить душевное волнение
- Этот цвет будет удачен в рекламе детских товаров, услуг туристических фирм, а также рекламных и PR-агентств.

Зеленый

Зеленый — все смягчает, снимает остроту переживаний. Этот цвет оказывает целительное, расслабляющее действие. И будет уместен и эффективен в рекламе медикаментов, водоочистительных систем, стоматологических клиник и аптек, ветеринарных лечебниц, центров здоровья и охраны окружающей среды.



Розовый

- **Розовый** — прекрасный помощник в сфере личных отношений: он усиливает чувства, делает нас более внимательными, ласковыми и чуткими.
- Диапазон использования этого цвета может быть самым широким: от рекламы парфюмерной продукции, товаров для женщин и детей до услуг брачных агентств и семейных центров.



THE "TOUCH OF PINK" SHOW!

CHALLENGE: Be the best known brand among Spanish teens, and become their favourite perfume.

SOLUTION: Integrate smoothly a powerful asset – notorious spot with catchy song – in a high-affinity teen environment communication's vehicle. Operación Triunfo [OT], greatest success of Spanish TV was our choice. One of the contestants – Touch of Pink profile – became Natasha Thomas – teen idol – and after a week of rehearsals she performed the song "Let me show you the way", in the Final Show.

RESULTS: Media repercussion among teen media proved the impact of the initiative together with figures such as: plus 500% awareness index vs. same month previous year.



Голубой

- **Голубой** — тоже настраивает на область чувств, но более возвышенных, скорее платонических, нежели приземленных. Это цвет дружеской привязанности, родства душ.
- Голубой — цвет мира и всеобщей гармонии.
- Он дает возможность почувствовать незримую связь со Вселенной и способен придать предмету целостный вид, а вопросу или делу — глобальность и благоприятный исход.



Синий

- **Синий** — помогает сконцентрироваться на самом необходимом: не расплыться по мелочам, не разбрасываться.
- Синяя деталь в каталоге или рекламном проспекте сразу привлечет к себе внимание и, в отличие от красной, никогда не вызовет отрицательных эмоций.

THREE OLIVES® AND LIL' KIM PRESENT

PURPLE™



Introducing Purple®, a vodka as fun, sassy and sexy as the Queen Bee herself. Three-O® Purple blends imported English vodka with the juicy flavor of frozen grapes. The result is an exciting new taste that's notoriously fun and shockingly purple.

Three Olives
VODKA

FIND YOUR FLAVOR AT THREEOLIVES.COM

Фиолетовый

Фиолетовый — Этот цвет способствует внутреннему углублению: он поможет абстрагироваться от всего ненужного в данный момент и сконцентрироваться на главной проблеме.. Не случайно фиолетовый так любим людьми творческими

Поэтому, если вы рекламируете товар, с помощью которого хотите подчеркнуть креативность товара или ориентированы на предоставление услуг творческой элите, деталь в фиолетовом будет просто необходима!



Черный

Черный — данный цвет способен настроить на меланхолию и уныние. В черном приходит ощущение одиночества и изоляции от окружающего мира.

Именно поэтому данный цвет в печатной рекламе лучше не использовать. Эта рекомендация, разумеется, не распространяется на шрифт и таблицы. Как раз в отношении их-то, за редким исключением, лучше не экспериментировать.



Белый

Белый — цвет полной открытости, готовности воспринимать мир во всем его многообразии. Стоит лишь заметить, что моноиспользование.

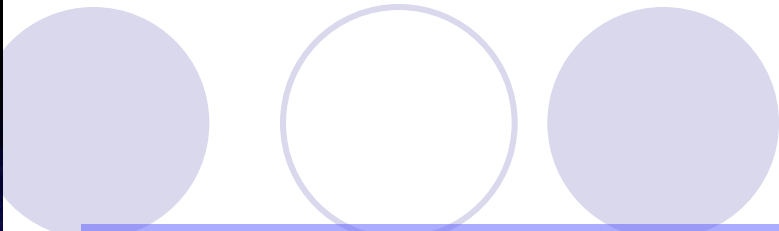
Данного цвета в печатной рекламе способно создать нейтральный эффект, когда потребителю рекламы просто сообщается информация о товаре, без установления каких-либо акцентов и приоритетов.

Коричневый;

- **Коричневый цвет** – это символ стабильности. В рекламе применяется для рекламы товаров, позиционируемых как «традиционный выбор», «как выбор солидного человека». Однако слишком большое количество коричневого цвета может воздействовать на человека угнетающе, а потому коричневый следует дополнять темно-голубым.

Six Pack that melts a girl's heart. Dove chocolate

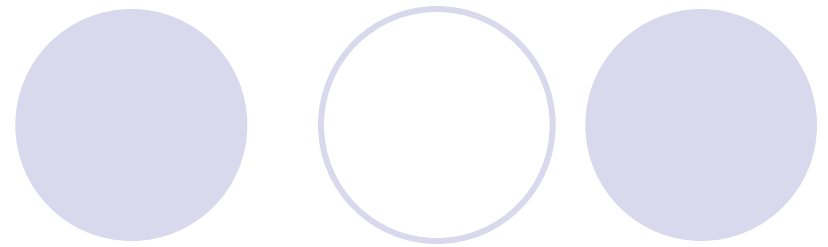
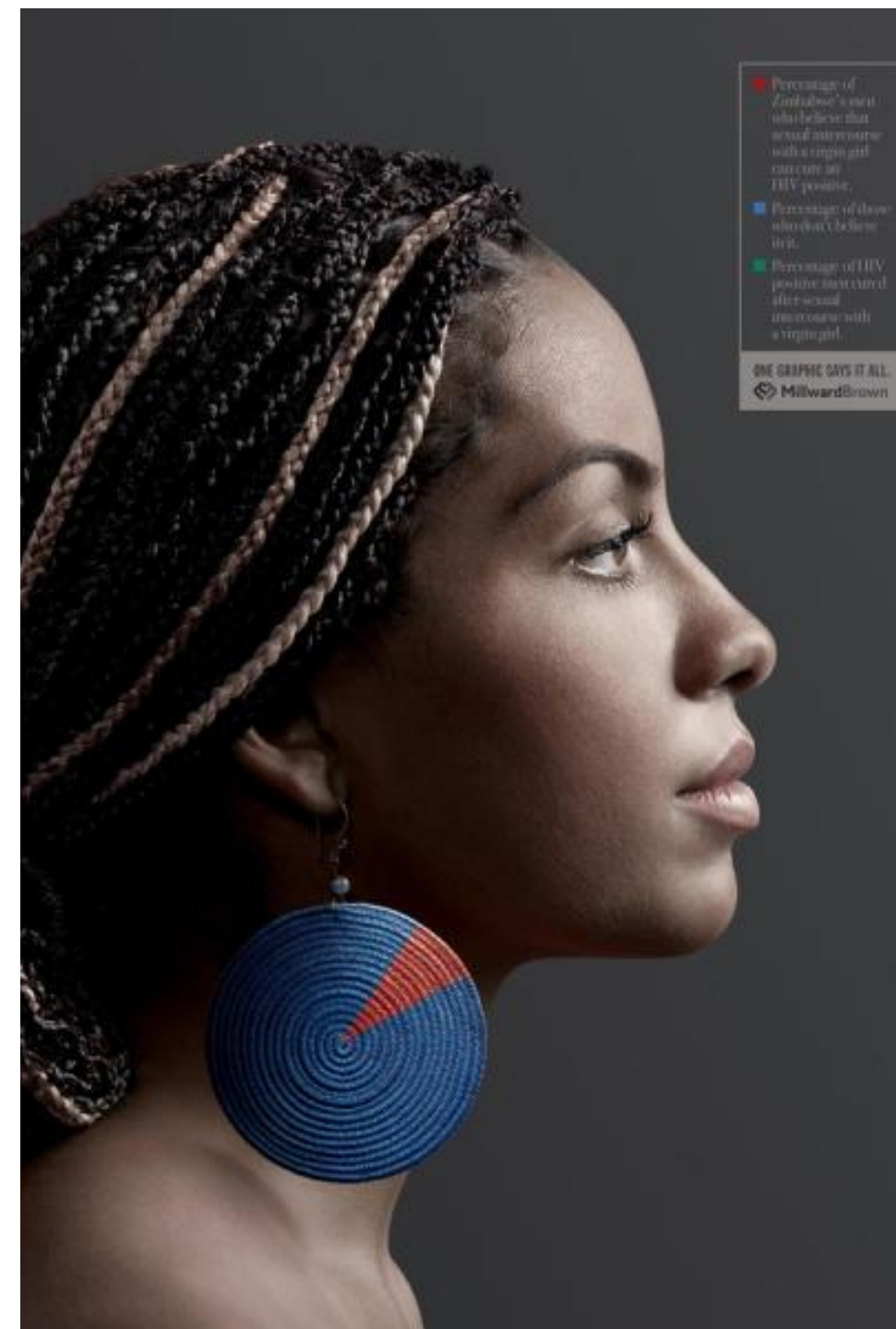




- *Синий-черный — абсолютный покой. Именно так эффективнее всего можно подать товары, воспринимаемые людьми как предметы роскоши.*



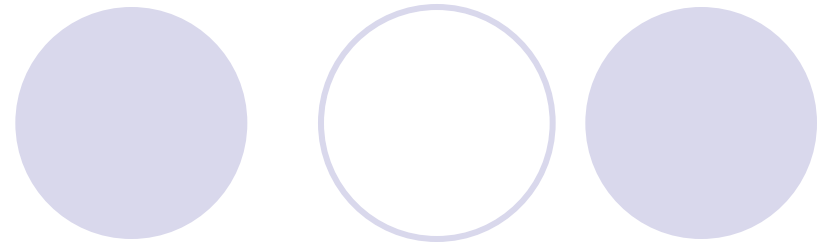
- *Серый-синий — спокойствие, невовлеченность, несвязывание себя никакими обязательствами.*



- Синий-коричневый — физическая потребность в мягком обращении и заботе окружающих с целью добиться личного комфорта.



- *Синий-фиолетовый — стремление к нежности и тонкости чувств, к каким-либо идеализированным отношениям*



- Синий-желтый — желание понимать и быть понятым, снискание любви окружающих, эмоциональная независимость и полезность для всех.



- *Синий-красный — гармония и активность в сотрудничестве, эмоциональная удовлетворенность, сотрудничество и взаимопонимание на благо созидания.*



Shades of
Green



exclusivelyweddings.com

- Серый-зеленый — самоутверждение и защитное превосходство.
- Самоуважение, чувство престижа. Иногда крайняя осмотрительность в делах.



- *Зеленый-желтый — корыстное честолюбие и деятельность, направленная на завоевание признания окружающих и самого себя.*



- *Зеленый-фиолетовый — стремление завоевать расположение окружающих, не связывая себя никакими обязательствами и не беря на себя никакой ответственности.*

- *Красный-желтый — жажда исследований, освоение новых сфер, действие ради действия.*

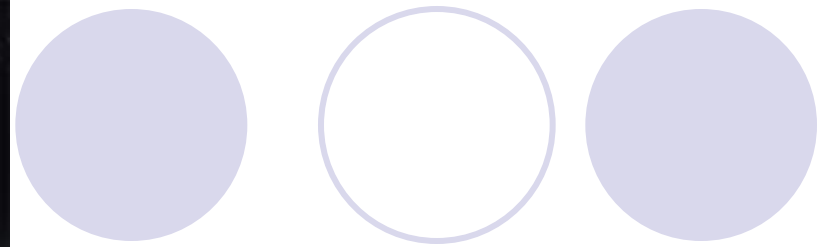
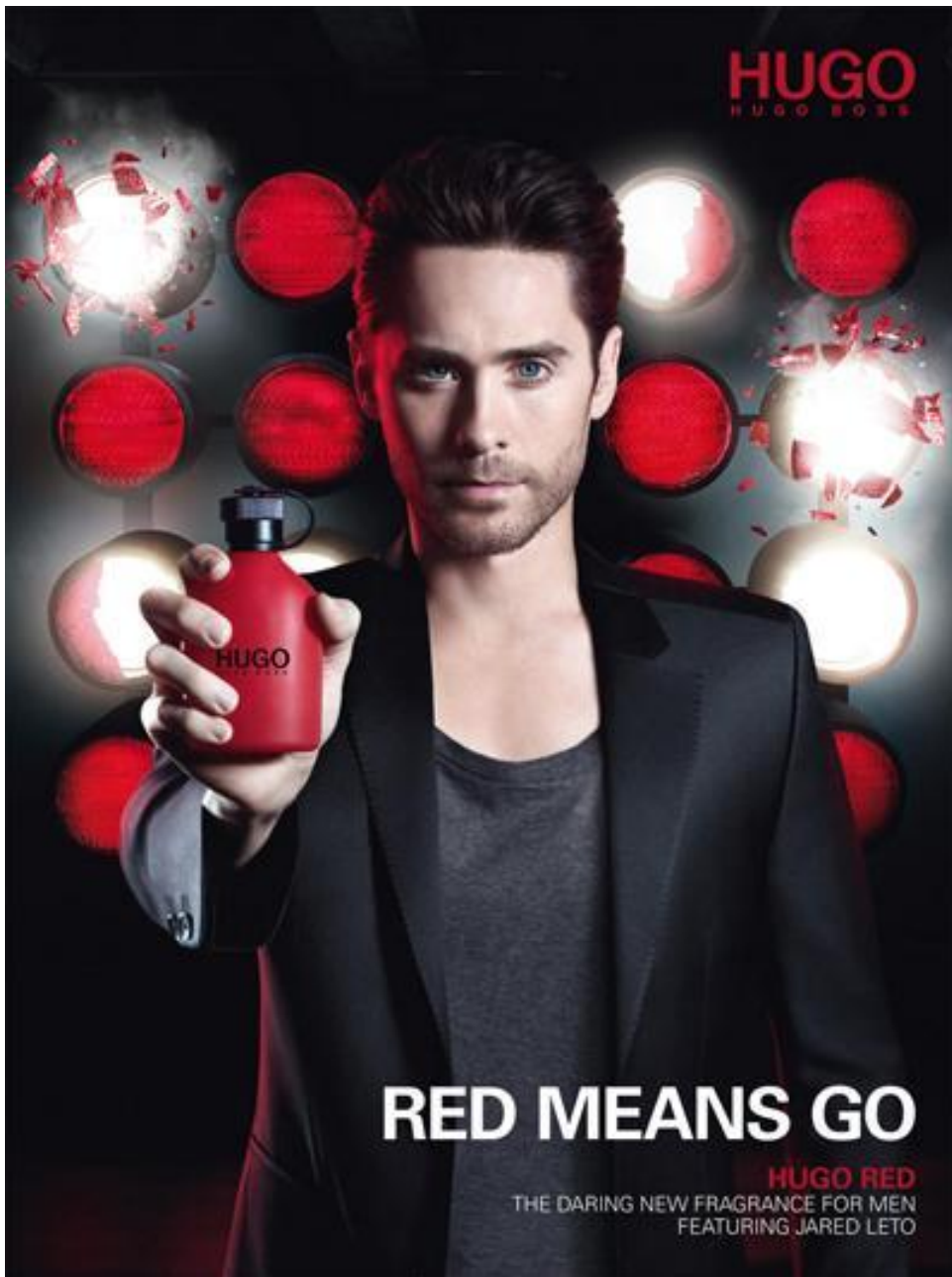


Зеленый-черный — патологическое упрямство и нетерпимость к воздействию извне.



Желтый-черный — внезапный кризис, либо «да», либо «нет», своевольное решение.

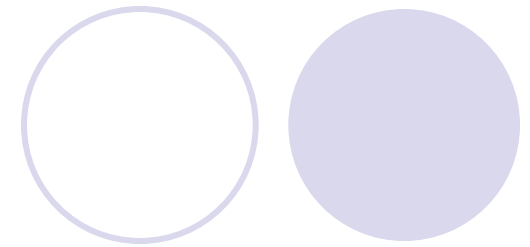




*Красный-черный —
драматизация,
импульсивные
чрезмерные желания.*



- Серый-красный импульсивность, необдуманнные действия с надеждой, что не наступит ответственность и какие-либо последствия.



- *Красный-фиолетовый — очарованность всем эротическим и эстетическим, что волнует и возбуждает.*

Зеленый-красный — деятельность и инициатива, направленная на повышение личного авторитета и престижа.



moda

aris

... las tendencias clave del ' prêt-à-porter' francés, ...
... tiempos exóticos y el virtuosismo artesano a la fei
... como el revival 'taxoid', pasando por el minimalista
... Prada Philo y el nouveau-Saint Laurent 'cheer' Simar

... de la editorial de moda / Foto: Benjamin Cass

... el deseo, se le da lugar a fuertes volutas
... Daria McQueen, Ma Ma Loren, Vittorio
... en devoción a París su capitalidad estética.
... alimenta

... May además una noche
... de esta ...
... la a
... decoradora Andrea Putnam ...
... que
... terreno de la salud comunicativa ...
... en
... las plásticas y moda. Ella introdujo
... presentado a jóvenes valores como
... de la
... de Thierry Mugler; fue la erigible
... elementos del look paterno y una
... creable. Aquí ahora se sustituye
... a berta, a pesar del clima de
... esta primavera-verano 2011
... la vela. No reconocidos al mercado
... un espacio para volver a Calina, y
... en los noches bohémias y roma
... en un bolso de pailetes primorosa
... acción cualquiera que todos copien.
... de Yves Saint Laurent clásico al
... que le hacen bonitas así, el hombre
... refugio a las tintas de Chanel, que
... que se agitan como uerle miras
... luego de energía que se de
... María Edo Zimara

- **Желтый-фиолетовый — очарованность, буйные фантазии, жажда приключений.**

CORAL LIPS





- *Фиолетовый-коричневый — очарованность тем, что доставляет наслаждение телу: вкусная еда, предметы роскоши, красивая одежда...*



- *Серый-желтый — нерешительность, неуверенность.*



- *Коричневый-черный — самоунижение, ощущение бесцельности, отказ от всего, кроме физического удовлетворения.*