



СЕМИОТИКА НА ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

ЛОРА ВЕЛИЧКОВА

ЦВЕТОВЕТЕ В РЕКЛАМАТА

- В съвременната информационна среда е почти невъзможно да си представим една добра визуална реклама без умело подбрани цветове, които психологически да въздействат върху адресата.
- Цветовете (или колоремите) са една от най-важните знакови системи. Те са особено ключови знаци във визуалните реклами; типична индексална знакова системаи като такава в рекламите те могат да изпълняват редица функции.

ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Именно значението, символиката и въздействието на топлите цветове, използвани в рекламата има за цел да разгледа и анализира настоящото изследване.
- За да се покаже ясно въздействието на топлите цветове в рекламите на подсъзнателно ниво у различните групи потенциални потребители, се анализират гледните точки на няколко изследователи и рекламни специалисти от различен ракурс.
- Разглеждат се техниките и се проследява промяната на нагласата при въздействието рекламните изображения, където кореспондират семантика и символика на цвят, текст и звук.

ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Различни са авторите, специалистите и изследователите в сферата на рекламата, които разглеждат семиотиката и символиката, значението и въздействието на цветовете в рекламата.
- Албена Павлова анализира изследванията на психолози, които разграничават топли и студени цветове. Първите подпомагат процесите на адаптация и усърдие: червено, оранжево, жълто - те имат стимулиращо, възбуждащо въздействие. А вторите благоприятстват процесите на противопоставяне (синьо, тъмносиньо, виолетово), които имат успокоително въздействие. Нужно е да се вземат под внимание и на двете разновидности нюансът, яркостта, блясъкът им.

ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

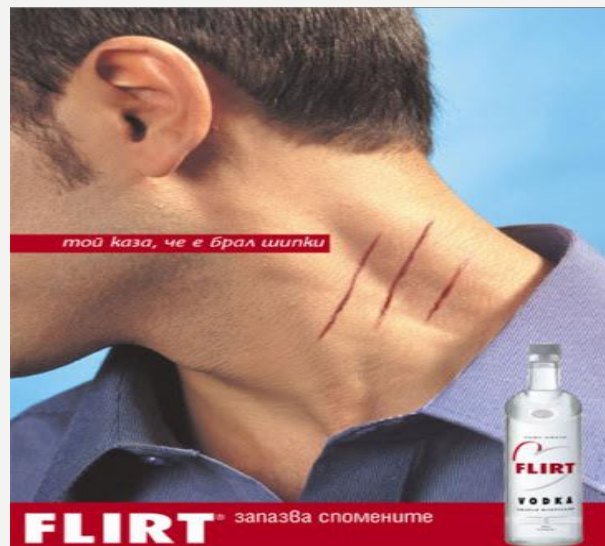
- Христо Кафтанджиев посочва различията в цветовата символика в зависимост от различните цивилизации.
- Интересен е анализът му на цветовете интерпретации в зависимост от половата диференциация. Според психолози жените предпочитат повече червеният цвят, докато мъжете по-скоро синия.
- По отношение на топлите цветове, жените предпочитат жълтия пред оранжевия цвят.
- С помощта на семантичния диференциал психолозите стигнали до извода, че хората свързват: жълтия цвят и триъгълника, червения цвят и квадрат, синьото и кръга.

ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Анализирайки символиката на червения цвят Мони Алмалех конкретизира „две множества от различни значения на червения цвят“. Първото – мотивирано от огъня като предмет-еталон (при това множество, на фолклорно равнище, той разграничава символи на култивирания огън и риродния огън-стихия).
- Той изяснява значението на „култивирания огън“- „даващи живот“, „поддържащи живота“, „сигурността на огнището“, „културното“, „осигурване на репродуциращата сила на жената“, „предадно-репродуциращо“. Другото множество от значения се мотивира от кръвта като предмет-еталон. Обикновено кръвта е знак за опасни неща. Тук Алмалех посочва, че червеното и опасността може да се свържат и с огъня и жената.

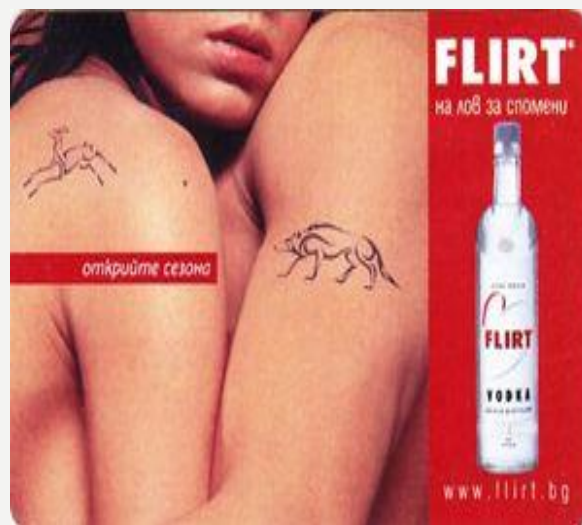
ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Добър пример по отношение на цветовото въздействие и запомнящия се и разпознаваем бранд сред потребителите и рекламата на водка “Флирт” във всичките ѝ разновидности.
- Макар с малко неразбираема семантика, граничеща с вулгарното, евтиното - продажбите бяха надминали дори най-смелите прогнози, рекламната кампания бе отчетена като много успешна, макар и с не твърде стойностно представени образи.



ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Образите и сцените бяха разнообразни, но основното бе червеният цвят, който е основен - с надпис в бяло, което повтаря етикета и това остава в съзнанието на потенциалният потребител. А с червеното, включително и във фона, се постига ефекта на предизвикателство, страст, дори агресия, опасност.



ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

Много сполучливо съчетани са двата огнени цвята - червен и жълт в рекламата на бисквити “Белвита””
Една наистина ярка и много сполучлива реклама. Метафоричният слоган “Сутрешен триумф”
кореспондира отлично със слънчевите цветове. Във всяка следваща реклама се съобщава какъв е дневният
сутрешен триумф



ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Жизненост блика и от рекламата на “Фанта“ Според специалистите оранжевото показва увереност, стимулира апетита, насърчава комуникация, предизвиква дейност и насочва внимание. Марката се отчита като най-продаваната, заедно с “Кока-кола” в България, а в глобален план четвъртата най-продавана в света.



ТОПЛИТЕ ЦВЕТОВЕ В РЕКЛАМАТА

- Както се вижда символиката на цветовете е всеобхватна, в действителност те са една от най-важните знакови системи. Цветовете им интерпретации и функциите им са многоаспектни.
- Ако правилно се съчетаят семантиката и реториката на цветовете и лексеми, рекламната кампания може да се счита за наистина успешна, а продажбите на продуктите да бъдат в пъти повече. Независимо от различните мнения кое е по-въздействащо - образът или текстът в рекламата, съчетани заедно, правилно и успешно, те могат да постигнат точният ефект.

- **Благодаря за вниманието!**