

## Роль цвета в рекламе

Прокопенко О.В., Поповцева Т.С.

В мире рекламы цвет играет очень важную роль. Психологи утверждают, что 60% ее успеха зависит именно от цветового решения, которое вызывает соответствующую реакцию человека в зависимости от его эмоционального состояния и формирует его эмоции.

Цветная реклама воздействует сильнее, чем черно-белая, потому что повышает очевидность достоинств, представленных товаров. Она заставляет человека эмоционально воспринимать предметы, облегчает узнавание и благодаря символическому содержанию воздействует на подсознание. Сочетания цвета выражают особые значения, основывающиеся на полученном опыте и ведущие к ассоциациям.

Выбор цвета рекламы зависит от категории рекламируемого товара. То, что хорошо для рекламы порошка, не всегда подходит для рекламы автомобилей. Поэтому товары разбивают на группы.

Одна из наиболее популярных разбивок – цветовая товарная матрица, созданная в 1994 г. Вайнбергером. **Белую** группу составляют товары, удовлетворяющие функциональные потребности и требующие больших финансовых расходов: автомобили, холодильники, компьютеры. **Красную** – товары “для души”: дорогие спортивные автомобили, ювелирные изделия, модная одежда. **Голубую** – товары, удовлетворяющие функциональные потребности, но не требующие значительных вложений: стиральный порошок, ручные инструменты. **Желтую** группу составляют “маленькие удовольствия”: разнообразные десерты, пиво, табак, алкоголь.

В Украине цвету рекламы уделяют недостаточно внимания. Серьезных психологических исследований в области определения цветовой выдержки рекламы в Украине практически нет. Подборка цвета происходит на интуитивном уровне, к примеру, если рекламируем воду, то выдерживаем холодные тона.

Необходимо прийти к осознанию того, что использование основных законов цветового восприятия позволяет создавать рекламу, убеждающую покупателя приобрести тот или иной товар. Внимательный и осторожный подход к психике человека через его цветовое восприятие неминуем и крайне необходим для достижения цели создания качественной рекламы и успешного ее использования.