

УДК 744.9:659.13
ББК 85.127.6
М15

Рецензенты:

Ушине А. М. — д-р искусствоведения, проф. МГИК;
Долбровский Э. М. — директор ООО «Media City»;
Еремия Т. В. — канд. экон. наук, зав. кафедрой журналистики, рекламы
и связей с общественностью «Первой академии медиа» МИРБИС, г. Москва

Макарова, Т. А.

М15 Роль цвета в современном рекламном образе: семантика
и прагматика : монография / Т. А. Макарова, Н. Д. Самсонова. —
Москва : Директ-Медиа, 2022. — 156 с.

ISBN 978-5-4499-2835-1

Монография посвящена исследованию символики цвета в современном рекламном образе. Монография будет полезна специалистам в области дизайна и рекламы, студентам бакалавриата и магистратуры, специалистам разных направлений науки, практики и образования, которые интересуются семиотикой, символикой, дизайном и рекламой, связями с общественностью.

Представленные результаты исследования и разработки интересны для изучения и создания современной рекламы, женского образа для фотосессий в модных журналах, видеороликов про модные тенденции, бренды и дизайн-студии.

*В оформлении обложки
использована графика Макаровой Т. А. «Свежесть лета».*

УДК 744.9:659.13
ББК 85.127.6

ISBN 978-5-4499-2835-1

© Макарова Т. А., Самсонова Н. Д., текст, 2022
© Макарова Т. А., графика, обложка, 2022
© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
Глава 1. Обоснование актуальности исследования роли цвета в современном рекламном образе	7
1.1. Анализ научных трудов в области искусствоведения, культурологии, социологии, психологии, семиотики по проблематике монографии.....	7
1.2. Актуальность исследования роли цвета в современном рекламном образе	11
1.3. Анализ степени разработанности темы цветовой символики	17
1.4. Семиотика цвета и роль цвета в рекламе	21
Выводы по первой главе.....	25
Глава 2. Анализ роли цвета в современных рекламных образах	27
2.1. Анализ роли красного, желтого и оранжевого цветов в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	27
2.1.1. Анализ роли красного цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	27
2.1.2. Анализ роли желтого цвета в рекламном образе за период 2001–2016 гг.	30
2.1.3. Анализ роли оранжевого цвета в рекламном образе за период 2001–2016 гг.	32
2.2. Анализ роли синего, зеленого и фиолетового цветов в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	39
2.2.1. Анализ роли синего цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	39
2.2.2. Анализ роли зеленого цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	43
2.2.3. Анализ роли фиолетового цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	46

2.3. Анализ роли коричневого, белого и черного цветов в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	51
2.3.1. Анализ роли коричневого цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	51
2.3.2. Анализ роли белого цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	53
2.3.3. Анализ роли черного цвета в рекламных образах за период 2001–2016 гг.	56
2.4. Роль модных цветов сезона 2017–2018 гг. в цветовой гамме фильмов и их рекламных плакатов	59
2.5. Разработка классификации рекламных образов на основании доминирующего цвета.....	64
Выводы по второй главе.....	90
Глава 3. Разработка методических рекомендаций специалистам в области дизайна и рекламы на основе результатов проведенного исследования роли цвета в современных рекламных образах	93
3.1. Цвета и их семантика в современных рекламных образах	93
3.2. Разработка классификаций рекламных образов и их семантики в зависимости от цвета.....	107
3.3. Разработка методических рекомендаций специалистам в области рекламы на основе результатов проведенного исследования.....	124
Выводы по третьей главе	137
Заключение.....	139
Список литературы	141
Сведения об авторах.....	153