

Знаковата система на цветовете

д-р Албена Павлова

agpavlova@nbu.bg

Цветовете (или колоремите) са една от най-важните знакови системи. Тяхната символика е толкова обширна област, че тук само схематично ще се опитам да я покажа. Цветовете са особено важни като знаци във визуалните реклами. Базова особеност в символиката на цветовете е нейната световност, не само от географска гледна точка, но и на всички равнища от битието и знанието – космологично, психологично, мистично и т.н. Тълкуванията могат да варират и даден цвят да получава различни значения, съобразно културната област; въпреки това обаче цветовете остават винаги и навсякъде в основата на символната мисъл. Така например са установени съответствия между седемте цвята на небесната дъга (в които окото може да различи повече от 700 оттенъка) и седемте музикални ноти, седемте небеса, седемте планети, седемте дни на седмицата и т.н. /Шевалие, Геербрант/

Знаковостта на цветовете може да бъде разглеждана от лингвистична и от визуална гледна точка. Един от изследователите, които разглеждат езиковата знаковост на цветовете е проф. Мони Алмалех. В неговите трудове обстойно е описано как думите за определен цвят могат да имат общ корен с различни, нецветови думи, като например думата на иврит за “червено”, която има общ корен с думите за човек, земя и кръв. /Алмалех, 2007/ В тази статия ще бъде разгледана знаковостта на цветовете само от визуална гледна точка, тъй като в рекламата основно се използва този им вид знаковост, както и поради това, че примерите, които анализирам, са базирани на визуални реклами.

Основните компютърни цвята са три — червен, зелен и син, на също така се използват и цветовете разположени между тях — виолетов, жълт и небесно син. В слънчевия спектър, ефекта едва ли е същия, но все пак е забележим. Той се обяснява с устройството на цветовите рецептори на нашите очи. /Динев/ В уеб дизайна и рекламата по-важно е посланието, което носи всеки един от нюансите на цвета. Тяхното влияние би могло да успокои

или разгневи, да завладее или отблъсне. Умелото използване на цветовете е гаранция за постигане на желания ефект, на внушението, което ни е нужно.

1. Функции на цветовете в рекламата.

Цветовете са типична индексална знакова система и като такава в рекламните те могат да изпълняват редица функции:

- описателна – чрез цветовете се описват цветовите характеристики на стоките;
- експресивна – чрез цветовете се създава настроение;
- изразяваща – цветовете се използват като носители на значение;
- символизираща – цветовете се използват като символи;
- свързваща – чрез цветовете се постига композиционното единство на рекламата;
- акцентираща – чрез цвета се изразяват важни елементи от рекламното изображение. /Кафтанджиев, 1998/

Цветовете често са брэндова характеристика, чрез която ясно различаваме съответната марка. Но освен като рекламна константа (цветовете на търговката марка, слогъна и пр.), цветът може да бъде използван като втора константа – много реклами на дадена компания могат да бъдат интерпретирани в цвят, който не повтаря колористиката на брэнда, както и като самостоятелно означаващи на база собствената си символика.

2. Цветовите интерпретации.

Цветовете имат собствена, често нееднозначна знаковост в различните системи на човешко знание и общуване. В зависимост от гледната точка, ние свързваме цветовете с различни неща.

Цетовите интерпретации може да класифицираме в зависимост от:

- половата диференциация;
- психологическите състояния;
- символизираното историческо време;
- съответната цивилизация;
- използваните рекламни апели. /Кафтанджиев, 2003/,

както и от символиката на:

- природата

- алхимията
- модата
- религията и пр.

2.1. Полът и цветовете.

Често определени цветове свързваме с даден пол. В това отношение има проведени редица психологически изследвания, които показват, че жените предпочитат повече червения цвят, а мъжете предпочитат по-скоро синия цвят. /Кафтанджиев, 2003/ Тези са и цветовете, които може да определим основно за женски и съответно мъжки цветове. Това обаче не означава, че тези цветове не могат да се използват и при другия пол в неполово детерминирана символност и подкрепени от други знакови системи.

В някои от случаите цветовете символика е изразена стабилно в човешкото съзнание и подсъзнание. Тоест тя няма нужда да бъде подкрепяна допълнително от другите знакови системи по отношение на авторовите намерения. Типичен пример в това отношение е **розовият** цвят за жените. Именно този цвят е най-често използваният в рекламите за жени. /Кафтанджиев, 1998/ С жените свързваме и всички светли и весели цветове – говорещи за жизнерадост и фриволност. С мъжете често се свързват и повечето студени цветове – говорещи за по-сурова сила и мистичност.

2.2. Психологията и цветовете.

Цветовете несъмнено притежават своя собствена изразителност и могат да влияят непосредствено върху психиката. Това се показва и от най-новите опити да се изгради хромотерапия за положително третиране на психически смущения и психосоматични страдания. Тя се базира на това, че всеки човек категоризира цветовете с различна по степен емоционалност и реагира на тях нееднакво – има разлики в предпочитаните, респ. отхвърляните цветови стойности, които се използват с диагностична цел в цветовия тест на Люшер, където измежду 23 тестови цвята се избират най-приятните и най-неприятните нюанси. /Бидерман/

Психолозите разграничават топли и студени цветове – първите подпомагат процесите на адаптация и усърдието (червено, оранжево, жълто); те имат стимулиращо, възбуждащо действие. Вторите

благоприятстват процесите на противопоставяне, на падение (синьо, тъмно синьо, виолетово); те имат успокоително, уталожващо въздействие. Тези цветове се използват да разбудят това, което символизират, в много жилища, офиси, ателиета, както и в някои реклами като преобладаващ цвят. Нужно е също така да се вземат под внимание нюансът, яркостта, блясъкът им. /Шевалие, Геербрант/

В едно изследване, в което карат различни хора да рисуват в цветове своя портрет, екстровеерните личност и повечето с експресивни професии (като продавачи и пр.), избират за своя портрет (т.е. идентифицират се със) светлите тонове – червено, оранжево и жълто. Тези от изследваните, които работят професии, свързани повече с индивидуални и сериозни занимания, изискващи уединение, избират от своя страна пастелни цветове за своя автопортрет. /Mella/

Според психолозите, цветните сънища дават многозначителна представа за несъзнаваното. Те показват някои душевни състояния на сънуващия ги и са израз на различните тенденции в психичните пориви. Според психоанализата (Юнг) цветовете изразяват основните психични функции на човека – мисъл, чувство, интуиция, усещане. В сънищата **синьото** е цветът на небето, на духа: в психологичен план това е цветът на мисълта; **червеното** е цветът на кръвта, на страстта, на чувството; **жълтото** е цветът на светлината, златото, интуицията; **зеленото** е цветът на природата, на растежа – от психологично гледна точка то бележи функцията усещане (функцията на действителното), отношението между сънуващия и действителността. В сънищата появата на **черни** животни, на негри или други тъмни същества показва, че се свързваме със собствения си “примитивен инстинктивен свят”, който трябва да разгадаем и чиито сили трябва да насочим към по-възвишени цели. /Шевалие, Геербрант/

В психологически план:

- **червеният** цвят поражда широк кръг от асоциации - енергия, топло, сила, импулс, динамика, активност, възбуда, смелост, любов, страст, доминиращо начало, въстание, агресия, война, насилие, сексуалност, проституция.
- **виолетовото** е символ на духовност, мистика, магия, вяра, безсъзнателно, достойнство, тайна, креативност, самостоятелност,

вдъхновение, страст, чувствителност, аристокрация, тщеславие, помпозност, жестокост, траур, смърт.

- **синьото** изразява духовност, истина, доверие, чистота, спокойствие, удоволствие, пасивност, разбиране, консерватизъм, безопасност, технология, мъжественост, студ, прохлада, меланхолия, депресия.
- **зеленото** е символ на природата, растежа, растителността, свежестта, спокойствието, надеждата, младостта, здравето, мирът, късметът.
- **жълтото** символизира радостта, надеждата, жизнеността, просветлението, общителността, разширението, оптимизмът, философията, егоизмът, нечестността, предателството, страхът.
/Динев/
- **черното** в дълбинната психология на сънищата е цветът на “пълната безсъзнателност, на потъването в тъмнината, в тъгата, в мрака”.
/Бидерман/ Като цвят, който влияе върху човешката психика, черното създава усещане за непрозрачност, съгъстяване, тежест. Бремето, обрисувано с черни краски, изглежда по-тежко, отколкото ако е в бяло.
/Шевалие, Геербрант/

2.3. Природата и цветовете.

В природата **червеното** се свързва с огън, кръв, плът, рози, ябълки, домати, други плодове и зеленчуци, рубини; **виолетовото** с - орхидеи, ириси, грозде, сливи, цвекло, пурпурни миди — *purpura* (добиват се в Средиземно море, именно те са били източник на пурпурния пигмент в древността); **синьото** – с небе, океан, метличина и други цветя, риби; **зеленото** – с всички растения, изумруди, нефрити, птици, тропически риби; **жълтото** – със слънце, пясък, есенни листа, пшеница, тиква, лимони, банани и други плодове, минзухари и други цветя, канарчета и други птици, злато, топаз, цветът на болно лице, блондинки, шизофрения, цветът на урината... /Динев/

В природата черното, както и съчетанието черно-червено, черно-жълто при някои змии, земноводни и паяци, показва тяхната отровност – предупредителна окраска, говореща за опасност. Такава е и окраската на качулатата мухоловка – малка птичка от Нова Гвинея, която е ярко черно-оранжева на цвят, а в кожата и се съдържа нервно-паралитична отрова, поразяваща осмелилият се да я докосне. /Шифман/ Много мъжки птици и

някои риби в размножителния си период придобиват ярки окраски, с които привличат женските – многоцветието говори за жизненост, за добър генетичен материал, то е сексуално привлекателно.

За притежаващите цветно зрение животни и хората в природата цветът се явява източник на допълнителна информация за предметите и обектите (напр. може само по цвета да разберем дали една ябълка е узряла или не).

2.4. Знаковост на цветовете в съвременно общество и в историята.

Често знаковостта на цветовете се е променяла през вековете. Така например **червеното** днес се използва при пътни знаци (символ на забрана), символ е на пожарникарите, на планетата Марс, асоциира се с Нова Година. В исторически план то е символ на комунизма.

Виолетовото днес се свързва с Purple Heart (награда за ранените в САЩ) и се използва за обозначаване на радиоактивни вещества. В исторически план то е символ на Римската империя.

Синьото днес се използва като цвят на джинсите, полицейска униформа, също така е задължаващ цвят при пътните знаци. В исторически план то се свързва със сините роби на философите в древен Рим.

Зеленото от своя страна днес е цветът на разрешаващия сигнал (светофара), екологията и природоохранителна дейност, доларите, маскировката. В исторически план зеленият човек е бил бог на плодородието в келтските легенди, зелени са и Митичните Леприкони.

Жълтото в съвременното общество свързваме с предупредителния сигнал (на светофара, знак е за радиоактивност и т.н.), цветът на такситата е. Исторически - според гръцката митология, косите на боговете са били със златист (респ. жълт) цвят, техните дрехи също са били с такъв цвят. Именно поради това този цвят не е бил особено любим в ранното християнство.
/Динев/

2.5. Цветовете в някои религии и култури.

Цветовете притежават космическа символика и се проявяват като божества в редица космогонии. Те играят например важна роля в разказа за сътворяване на Слънцето у индианците навахо, където **бялото** бележи

зората; над него се разстила **синьото** – за утринта; над синьото е **жълтото** – символ на слънчевия залез; а над всичко е **червеното** – представител на мрака. В мита още са включени бялото – под формата на перли, и синьозеленото (повечето индиански племена не правят разлика между синьо и зелено – имат само една дума за двата цвята) – под формата на тюркоаз. /Шевалие, Геербрант/

Според същия източник “космическата символика при индианците пуебло е следната: царевично **жълто** = север; **синьо** = запад; **червено** = юг; **бяло** = изток; **петнисто** = горе и **черно** = долу. [...] У жителите на адеманските острови човек притежава душа – червена, и дух – черен. От душата иде злото, а от духа – доброто.”

При маите четири цвята бележат духовете на четирите посоки на света, господстват над земята и вдъхват на човека чувствата, сякаш под формата на струя семе: на **бялото** отговарят северът, първото дърво, първият човек, обещанието и надеждата; на **черното** – западът, скритият и невидим център, нощта, нещастие и смъртта; на **червеното** – изтокът, медът, жаждата за богатство и власт; на **жълтото** – югът, царицата, земята кърмилница. /Шевалие, Геербрант/

У египтяните символната стойност на цветовете се намесва доста често освен в космогонията, и в произведенията на изкуството. При тях **черното** е знак за бъдещото възраждане и вечно съхранение; това е цветът на смолата, с която е пропита мумията, цвят на боговете Анубис (въвежда мъртвите в отвъдния свят) и Мин (повелител на раждането и жътвата). **Зеленото** се появява понякога при Озирис, понеже е цвят на растителния живот, на младостта и здравето. **Жълтото** свързват със златото и плътта на смъртните. **Бялото** е разкошно и жизнерадостно. **Червеното**, в най-добрия случай, е опасна сила, а в най-лошия – извратена злоба. Червеното е прокълнатият свят, този на Сет и на всичко вредно. Писарите потапят перата си в червено мастило, за да запишат душите, носещи нещастие, като например името на Апопис, демонът-змия на неволята, или това на Сет – бог на злото, нилският Тифон. /Posener/

Без да превръща това в изрично правило, християнското изкуство свързва **бялото** с Отеца, **синьото** – със Сина, **червеното** – със Светия Дух; **зеленото** – с надеждата, **бялото** – с вярата, **червеното** – с любовта и

милосърдието; **черното** – с разкаянието, **бялото** – с целомъдрието. /Шевалие, Геербрант/ **Синьото** също така е символ на добродетелта в християнството. /Динев/

В Черна Африка цветът също се явява религиозен символ, натоварен със смисъл и мощ. Различните цветове са средство да се постигне познание за другия и да му се въздейства. Те придават вълшебни свойства: **бялото** е цветът на мъртвите, но неговото обредно значение отива още по-далече – той служи за пропъждане на смъртта; приписват му огромна лечебна сила. Често в инициационните обреди бялото е цветът на първата фаза, тази на борбата срещу смъртта. **Жълтата** охра е неутрален цвят, междинен, този, който служи за оцветяването на основите, понеже е цвят на почвата и на мъртвите листа. **Червеното** е цвят на кръвта, цвят на живота. Млади майки, новопосветени, зрели мъже, участващи в сезонните обреди, всички те са облечени в червено. **Черното** – цвят на нощта, е и цвят на изпитанията, на страданието, на тайнството; то може да бъде подслон за дебнещия противник. **Зеленото** е рядко употребяван самостоятелно цвят – зелените листа са дреха на посветените във фазата на победата на живота. /Mveng/

Символиката на цветовете в ислямската традиция е извънредно богата и също е пропита от магьоснически поверия. Смята се, че **черните** животни вещаят нещастие (черното куче предизвиква смърт в семейството); черните кокошки се използват в магьосничеството; черното служи като магия срещу лошо око, като средство да се въздейства срещу времето, според законите на хомеопатичната магия. Обратно – **бялото** (цветът на светлината и на блясъка) носи късмет. На млякото е приписвано вълшебно свойство, частично заради цвета му. Брашно, вълна, бели яйца са добротворни, също белотата на среброто. **Зеленото** също е знак на добра поличба – то е символ на растителността. Ако подариш някому зелен предмет, особено сутрин, това му носи късмет. По посока на новата луна се хвърля зелена трева, за да бъде месецът благословен. Смята се, че тревата, която пониква благодарение на водата (източник на живот) въздейства на мъртвия, предава му жизнена енергия (в някои части на Мароко на дъното на гроба се поставят клонки мирта или палмови листа /Westermarck/). **Жълтото** – цвят на златото и на слънцето, притежава вълшебна сила. Шафранът дължи профилактичните си свойства и на цвета си. /Шевалие, Геербрант/

В символиката на еврейството и кабала **бялото** е цвят на дрехата на покойника. **Черното** е идеалното, чисто черно, което същина от светлина – тази същена от светлина достига до цвят само от нахлуването на вмъквачи се светлини; черното е един от цветовете символи на последната, десета сефира, която може да бъде символизирана и от синьо, и от обединението от червено, бяло и зелено. Абсолютното червено е като горящ огън, също така то е част от различни сефирот. **Пурпурното** съдържа бяло, черно и синьо, зелено, жълто и червено. **Зеленото** символизира обвивката (Тогата) на Земята; то представя действието на сефирата Хасед (Слава); всички неща съществуват чрез зеленото. В еврейската кабала чистото, мистично **злато** е разбрано като по-високо (по-висше) от среброто, като принадлежащо на сефирата Бина, която е Абсолютният Страх от Бога; истинското злато принадлежи на Радостта и неговото място е там, където от Абсолютния Страх от Бог се появява радост, която нараства. **Синята** ресна в ритуалните еврейски шалове винаги е била интерпретирана като доказателство за божественото присъствие в десетата последна сефира. **Синьото** в тази сефира е смятано за черна светлина, която отличава Прекрасния от всичко друго. Синьото е описано и като знак на Пазача (на Тората), който може да покаже царския печат и синята ресна по всяко време. То е знак и на Царската градина, която може да бъде и тъмносиня, и “Море на Мъдростта”, в което се вливат всичките тридесет и един пътя на по-висшите сили. Чистото синьо представлява общността на Израел в неговите исторични и метафорични форми. /Алмалех, 2007/

Според масонската символна система **белият** цвят отговаря на Мъдростта, Благодатта, победата; **червеният** цвят – на Разума, Твърдостта и Славата; докато **синьото** се съчетава с Короната, Красотата, Основата; и накрая **черното** съответства на Малхут, на Царството. Синьото също така е цвят на Небето, Храма, Звездния свод. /Шевалие, Геербрант/

Алхимията също си има своя цвятова интерпретация. Според възходящ ред тя свързва **черното** с мистерията, окултното, греха, покаянието; **сивото** – със земята; **бялото** – с живака, невинността, озарението, щастието; **червеното** – със сярата, кръвта, страстта, извисяването; **синьото** - с небето; **златното** – с Великия труд. /Шевалие, Геербрант/

Често червеното е изтъквано като цвят на дявола, а синьото в Китай символизира безсмъртието. Синьото е и цвят на бога Кришна и на светостта в индуизма. Жълтото в Китай символизира императорската власт, а в Индия този цвят е свещен, той е и любимия цвят на Конфуций и Ван Гог.

Народна словестност е намерила свое разбиране за символиката на цветовете, според която **зеленото** означава надежда, **синьото** – вярност, **жълтото** – ревност, **червеното** – любов, **бялото** – невинност, **черното** – смърт. /Бидерман/

2.6. Цветовете в модата.

Модните за сезона цветове често се сменят, но знаковостта им обикновено се запазва. Така например червено винаги привлича вниманието, има сексуален подтекст и се смята за цвят на агресивните личности с високо самочувствие; виолетовите дрехи в някои страни от Изтока и Европа са признак за траур, но също така те са доста артистични и донякъде мистични; от дълго време насам зеленият цвят на дрехите е популярен в европейската култура - от издържаните тонове, модерни през 60-те, до крещящо киселите оттенъци на 90-те.

Според някои популярни тълкувания и декодирания на колористиката в дамския корпоративен гардероб, значенията на цветовете са следните /Стойков/:

- **Синьото** говори, че жената е властна личност с авторитет, която се стреми винаги да държи нещата под свой контрол. За делови срещи или за участие в телевизионни предавания се препоръчва тъмносиният цвят;
- **Жълтото** е добре да се носи, когато времето е лошо и дните са мрачни, защото така се осигурява повдигане на настроението и възможност деловата жена да изпъкне сред тълпата. Заедно с това обаче, трябва да се има предвид, че този цвят не е подходящ за случаите, когато трябва публично да се говорят особено важни неща, защото рядко думите на облечени по подобен начин бизнес-дами се възприемат на сериозно (от тук и проблемът с избора на златистожълт костюм при изслушването на кандидата за български еврокомисар Румяна Желева);

- **Червеното** е опасен цвят, защото е прекалено интензивен и сигнален. В корпоративното облекло той трябва да се използва умерено, но в личния живот това е идеалната тоналност, с която можете да изкушите и съблазните идеалния партньор. Не се препоръчва носенето на червено на онези представителки на нежния пол, които са в стрес или са обезпокоени поради някаква причина, тъй като вероятността по този начин да се успокоят намалява още повече;
- **Тъмнозеленото** е цветът фаворит за работното място. Той е в състояние да подчертае предимствата на характера на жената и и позволява да работи чудесно в екип;
- **Виолетовото** излъчва елегантност, шик и съблазън и е ефектен конкурент на червеното. Особено е подходящо за вечерни срещи, разговори(разбира се не съвсем служебни)
- **Бялото** не се препоръчва за вечерта, но спомага да се внесе в бизнескомуникацията особен стил на точност, старание и хигиена на отношенията. Важно е с какво ще се съчетае. Препоръчват се например комбинациите му с гълъбови и пясъчни нюанси;
- **Черният** цвят е униформената тоналност на младите и манекените, които така подчертават дистанцията си спрямо останалите. Черното облекло е елегантно и строго, защото придава на дрехата тежест и заедно с това я обогатява. Служебният и официалният му характер са очевидни, но заедно с това трябва да се има предвид рискът от преекспониране и предозиране, до които може да се стигне чрез черните дрехи (те все пак са и дрехи на траура в много култури, а и са типични за протоколни и ритуални случаи облекла).

3. Семантика на цветовете.

3.1. Червено.

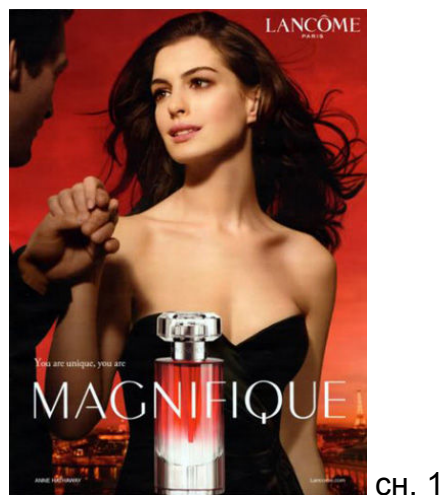
Основното семантично значение на червеното е: енергия, възбуда, насилие.

Чрез силата, властта и блясъка си, червеното е световно признато като основен символ на жизненото начало, като цвят на огъня и кръвта и, вероятно от гледна точка на зрителното възприятие (поради повече или по-малко тъмния си цвят), притежава тяхната символна двузначност. Светлочервеното

– ярко, центробежно – е дневен цвят, мъжки, укрепващ силите, подтикващ към действие, огряващ като слънце всяко нещо с огромна и неизменна мощ. Обратно, тъмночервеното е нощно, женско, потайно и дори центростремително; то не е израз, а тайните на битието. Едното увлича, окуражава, предизвиква – това е червеният цвят на знамената, надписите, рекламните афиши и опаковките; другото предупреждава, задържа, призовава към бдителност и дори тревожи – такава е червеното на уличните светофари, червената лампа, забраняваща влизането в кино- или радиостудио, операционна зала и т.н. това е също така старият червен фенер пред публичните домове – нещо, което би могло да ни се стори в противоречие, тъй като вместо да забраняват, те канят, но не е така, когато приемем, че тази покана е насочена към нарушение на най-дълбоко вкоренената от тази епоха забрана – забраната над сексуалните пориви, либидото, страстта. /Шевалие, Геербрант/

Червеното означава агресивност, виталност и сила, асоциира се с огъня и е намек както за любов, така и за борба на живот и смърт. То се свързва с жертвената кръв на Христос, но и с червените дрехи на порочните жени, на блудниците. В червено са боядисвани езическите символи, червени са древните скални рисунки. /Бидерман/

Червеното е и цвят на средищния огън на човека и земята, на утробата, той е войнски цвят, израз е на жар, на топлина, на неразграниченото либидо (известно е, че децата го предпочитат като цвят), на властта, също така е цвят на красотата, на богатството, цвят на живот, на безсмъртие. Именно като символ на красота, богатство и величие е използвано червеното в следващата реклама на Lancome (сн. 1). Тази му знаковост е подчертана и от името на парфюма – Magnifique (великолепен).








Червеното, заедно с бялото, е цвят, посветен на Иехова като Бог на любовта и мъдростта. В Япония червеният цвят е носен почти изключително само от жените – той е символ на искреност и щастие, според някои шинтоистки школи то бележи хармония и експанзия. /Шевалие, Геербрант/ Червеното естествено е знак на отявляната еротичност и сексуалността, на страстните чувства и любовта.

Червеното, в съчетание с бялото, участва в дуалистична система, символизираща творението – червената менструална кръв се слива с бялата сперма, за да роди живот. /Бидерман/

Червеният цвят има много значения – в зависимост от избрания оттенък, асоциациите се менят. Оттенъците на червеното могат да се класифицират като такива с преобладаваща жълта или синя основа. Първите са “по-топли”, а тези, основани на синия цвят, “по-студени”. Именно поради това, оттенъците на един и същ цвят предизвикват толкова противоречиви асоциации. /Динев/ (табл. 1)

Поради силата на своите особености, оптически червеният цвят “изпъква”, червените обекти правят впечатление, че са по-близо.

Цвят	Име	Асоциация
	Керемиден	Земен, топъл, вкусен, бодър
	Тъмно червен	Горещ, бодър, вкусен, остър на вкус
	Доматен	Динамичен, агресивен, възбуждащ, войнствен, демонизъм
	Топло розов	Здраве, щастие, вкусен, парфюм, приятелски, топъл
	Мек керемиден	Здраве, спокоен, вкусен, топъл

Цвят	Име	Асоциация
	Светло бежов	Сложен, успокояващ, парфюм, топъл
	Светло розов	Комфорт, нежен, женски, детски, изтънчен, сладък
	Вишнев	Празничен, енергичен, сексуален, плодов, топъл
	Тъмно червен	Формален, величествен, объркващ, елегантен, богат
	Дълбок розов	Бодър, щастлив, весел, сладък, плодов, топъл
	Малинов	Вибриращ, женски, топъл, плодов
	Ярко малинов	Клоунски, празничен, тропически, горещ, причудлив
	Малиново розов	Весел, детство, пролет, парфюм, спокойствие, женски
	Тъмно винен	Объркващ, величествен, изтънчен, елегантен
	Мек винен	Романтичен, интимен, нежен, сантиментален, женски
	Дълбок сливов	Елегантен, духовен, възвишен, величествен
	Топло розов	Весел, тропически, щастлив, топъл

Табл. 1 Асоциации на червеното

3.2. Виолетово.

Основното семантично значение на виолетовото е мистика, страст (в смисъл по-скоро на страдание), траур.

Виолетовото е цветът на умереността, получен от еднакво количество червено и синьо, трезвост и обмислено действие, равновесие между земята и небето, сетивата и духа, страстта и интелекта, любовта и мъдростта. Виолетовото е цветът на тайната – зад него ще се осъществи невидимата мистерия на превъплъщението или поне на преобразението. Виолетовото е траурен цвят - то напомня за смъртта, но не за смъртта като състояние, а за смъртта като преход. То също така е и цвят на послушанието, на подчинението – съществува обичай да се закачва виолетов камък на шията на децата, не само за да ги предпазва от болести, но и за да ги прави покротки и послушни. Виолетовото е успокоителен цвят – смекчава яркостта на червеното – именно това схващане трябва да залегне във възприемането на виолетовата мантия на епископите (той е задължен да бди над стадото, да го успокоява). /Шевалие, Геербрант/

Ритуалните сношения между йоги в тантрическите обреди се осъществяват в стая с виолетова светлина, защото тя стимулира половите жлези у жената, докато червеното активизира тези на мъжа. /Ajit/ Виолетовото се свързва със загадъчната, мистериозна сексуалност, също така с луксозността и богатството. Това е и знаковостта, търсена в следващата реклама (сн. 2).



сн. 2

Виолетовият цвят се среща рядко в природата, затова е разбираемо защо дрехите на императорите са били в пурпурен цвят. Навярно с това е свързан и стремежа на човек, да разбира виолетовия цвят, като нещо тайнствено и недостъпно. Асоциациите, свързани с различните нюанси на виолетовото са отразени в табл. 2 /Динев/.

Оптически виолетовото е един от най-тежките за възприемане цветове.











Цвят	Име	Асоциация
	Наситен	Сложен, царствен, елегантен, скъп, достоен, духовен
	Средно наситен	Чувственост, растителност, духовност, движение
	Светло пурпурен	Романтичен, парфюм, топъл
	Розово виолетов	Духовен, изтънчен, романтичен, весел
	Червено виолетов	Елегантен, философски, артистичен
	Тъмно виолетов	Интелигентен, скъп, тайнствен, философски
	Гроздов	Креативен, аристократичен, кралски, духовен
	Ярко виолетов	Наелектризиран, силен, мистичен, страстен
	Светло виолетов	Медитация, спокойствие, духовност
	Синьо виолетов	Сила, ефективен, hi-tech, наелектризиран, радиоактивен

Табл. 2 Асоциации на виолетовото

3.3. Синьо.

Основното семантично значение на синьото е истина, доверие, чистота.

Синьото е цветът, който обикновено се възприема като символ на всичко духовно, на мъдростта. В противовес на червеното той има хладно въздействие и предразполага повечето хора към размисъл. Той е цветът на небето, асоцииран в Древен Египет с бога на небето Амон. Синьото е най-дълбокият и нематериален цвят, символ на прозрачността - на въздуха, водата, кристала и диаманта. Освен символ на истината, той е символ и на вечността (защото истинното е вековечно), на човешкото безсмъртие. То е цвят на романтиката (на сините цветя, на тюркоаза и водата), на верността, но също така и на тайнственото (приказната "синя светлина"), на заблудата и несигурността. /Бидерман/

Синьото е най-дълбокият цвят – погледът потъва в него безпрепятствено и се рее до безкрай. Синьото е и най-нематериалният цвят – в природата то най-често е съгъстено от прозрачност, т.е. от натрупана празнота. То е и най-студеният цвят, а като абсолютна стойност – най-чистият цвят, като изключим пълната празнота на неутралното бяло. Бидейки нематериално само по себе си, синьото дематериализира всичко, което попадне в него. То е път към безкрая, където реалното се превръща във въображаемо. Синьото е цветът на птицата на щастието, на синята птица – недостижима и при все това тъй близка! Светлосиньото е пътят на мечтанието, а когато то потъмнее, в съответствие с естествената си склонност, то се превръща в пътя на съня. Там съзнателната мисъл малко по малко отстъпва пред несъзнателната, както и дневната светлина неусетно се превръща в нощно синя. /Шевалие, Геербрант/ Прозрачността на синьото и внушението му за чистота перфектно са използвани в рекламата на минерална вода – сн. 3.











сн. 3

Синьото навежда на мисълта за спокойна и надменна вечност – свръхчовешка или нечовешка. Според художник като Кандински движението на синьото е едновременно отдалечаване от човека и движение, насочено единствено към собствения му център, но при все това то тегли човека към безкрая и събужда у него желание за чистота и жажда за свръхестествено. /Kandinsky/

Синият цвят открива огромна гама от мрачно сини, студено сиви и снежно бели тонове. Цветовете от тази зона (зоната на вечния студ) идеално придават усещане за кристална чистота и ледено спокойствие, без ни най-малък намек за огън или присъствие на живи същества. /Динев/ (табл. 3)

Синият цвят има оптичката особеност да отива на заден план, сините обекти изглеждат по-далече, отколкото са в действителност.

Цвят	Име	Асоциация
	Тъмен морски	Професионален, достоен, официален, уважаем, интелигентен, скъп, морски, сложен
	Кобалт	Hi-tech, мощност, наелектризиран, динамичен, спорт
	Мек син	Доверие, спокойствие, безопасност, разбиране
	Син	Мъжественост, прохлада
	Светло син	Мирен, спокоен, пасивен, духовен
	наситен	Чист, прочистващ, морски, прохладен
	Небесен	Вода, спокойствие, чистота
	Синьо сив	Уважение, интелигентност, мирен, професионален

Цвят	Име	Асоциация
	Светло сив	Зима, спокойствие, зависим, духовен
	Аква	Освежаващ, воден, чист, прохлада

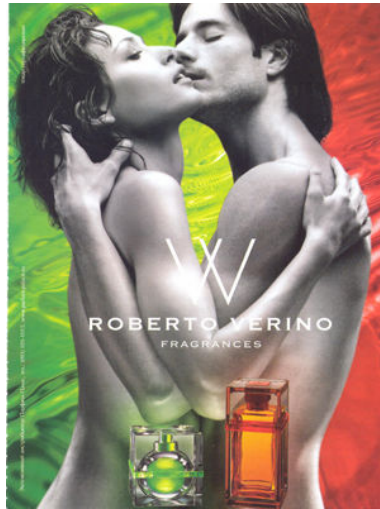
Табл. 3 Асоциации на синьото

3.4. Зелено.

Основното семантично значение на зеленото е природа, растеж, здраве.

Подобно на повечето цветове в символично отношение зеленото има два аспекта, обхващащи диапазона от положително оценяваното “наситено мъховозелено” до “отровнозеленото”. В народната символика то е означение за поникващата надежда. Христовият кръст често е изобразяван в зелено като символ за надеждата за спасение. В народният език зелен се употребява и в смисъл на незрял, неопитен, млад. В исляма зеленото е цветът на Пророка. /Бидерман/ Пак там зеленото характеризира волята и Висшата Душа, символизира студа и влагата, надеждата и плодовитостта, вечността с двете и измерения – минало (синьо) и бъдеще (жълто), цвят е на живота и на смъртта, на невинността, на съхранената мюсюлманска чест. /Алмалех, 2007/

Зеленото е цвят на редуването, то е хладно, символизира идването на пролетта и е цвят на растителния свят, то е пробуждането на първоначалните води, пробуждането на живота. То е цвят на нимфите, на водата, свързва се с мълниците, то е белег за началото на възхода, цвят е на надеждата, на силата, на дълголетие, на безсмъртието (символизирано повсеместно от зелените клонки), но и на киселинността. Зеленото е женски цвят – то е разсъдъчно, центростремително, за разлика от мъжкото червено, което е импулсивно и центробежно – равновесието между тях крие тайната на равновесието между човека и природата. Именно тази смесена знаковост са използвали с рекламата на парфюмите на Roberto Verino (сн. 4).



сн. 4

Зеленото се свързва с морското пристанище – освежаващо и възвръщащо силите, както връщането на мъжа (син и любовник) към майката, като към оазис, в края на див устрем. Зеленото е цвят на мантите на хирурзите (израз на доверие и жизненост), на фармацевтичните реклами (като символ на живот и здраве). Според редица маркетингологични изследвания зеленото е възможно най-спокойният цвят – цвят без радост, но и без мъка, без страст, който не изисква нищо. Но маркетинголозите уточняват, че тук става дума за чистото зелено. Дори и най-малкото прибавяне на друг цвят към него, предизвиква излизането му от неутралитета – така например жълтото му придава активна сила, слънчев аспект; синьото – сериозност, натовареност с мисъл. Светло или тъмно, зеленото запазва своя първичен характер на безразличие и спокойствие; в светложеленото безразличието има надмощие, докато в тъмнозеленото преобладава спокойствието. /Favre & November/

Зеленото символизира и дълбокото окултно познание за нещата и участта. Зеленият лъч (светлината на духа в орфическите традиции) е способен да пронизва всичко и е носител колкото на живот, толкова и на смърт. Именно тук се обръща стойността на символа – на зеленото от пролетните кънове се противопоставя зеленото на плесента, на гниенето – съществува зеленото на смъртта, както и зеленото на живота. Зеленото притежава злотворна, тъмна сила като всеки женски символ. Зеленото от символ на разума (зеленооката Минерва), се превръща през Средновековието в символ на безумието и знак на лудостта. /Шевалие, Геербрант/ От тук и гоненията на зеленооки (и червенокоси) жени като

вещици. Днес зелените очи, най-вероятно поради рядкостта им и приликата им с котешките, се смятат за особено еротични.

Зеленият цвят в повечето случаи е позитивен цвят, но някои негови оттенъци, могат да извикат отрицателни емоции, които навяват негативни асоциации, като: завист, инфантилност, болезненост. Например, зелената кожа или зелената кръв не се срещат в природата, но въпреки това са признак за болен организъм или токсично вещество. Асоциациите, които предизвикват различните нюанси на зеленото са дадени в табл. 4 /Динев/.

Оптическите характеристики на зеления цвят са такива, че той най-малко изморява очите.

Цвят	Име	Асоциация
	Морска вълна 1	Комфортен, безопасен, успокояващ, естествен, достоен
	Морска вълна 2	Здрав, мек, успокояващ, освежаващ, воден, прохлада
	Тъмно зелен сив примес	Мирен, професионален, сложен, безопасен
	Светло зелен сив примес	Мирен, успокояващ, мек, спокоен
	Салатен	Освежаващ, стимулиращ, наелектризиран, причудлив, прохладен
	Зелен синя основа	Здрав, успокояващ, прохладен
	Ярко зелен	Здрав, чист, растителен, наелектризиран, прохладен
	Светло зелен синя основа	Мек, успокояващ, прохладен
	Тъмно зелен	Скъп, достоен, професионален, уважаван, изтънчен, объркан, безопасен
	Зелен 1	Успешен, изцеляващ, растителен, екологичен, прохладен, природен
	Мек светло зелен	Естествен, здрав, мирен, успокояващ, мек
	Зелен 2	Свеж, екологичен, природен, успешен, растителен
	Горски тъмно зелен	Устойчив, стабилен, здрав, професионален, прохладен, безопасен, спокоен
	Средно ярък зелен	Естествен, здрав, мек, свеж растителен
	Светло зелен	Мирен, спокоен, свеж, прохладен, мек











Цвят	Име	Асоциация
	Тъмно зелен жълта основа	Земен, дървесен, устойчив, екологичен, мъдър
	Мек светло зелен жълта основа	Успокояващ, прохладен, естествен, мирен
	Светло салатен	Изтънчен, спокоен, мирен, природен
	Липов цвят	Наелектризиран, извънземен, сив, кисел, стимулиращ, прохладен
	Авокадо	Земен, растителен, натурален, прохладен
	Ярко авокадо	Растителен, природен, суров, кисел
	Светло авокадо	Слаб, нежен, спокоен, естествен, здрав
	Маслинено зелен	Земен, суров, стабилен
	Мек жълто зелен	Земен, почивка, спокоен
	Мек светло жълто зелен	Изтънчен, естествен, зависим, натурален, спокоен

Табл. 4 Асоциации на зеленото

3.5. Жълто.

Основното семантично значение на жълтото е радост, надежда, философия.

Интензивно, буйно, остро до пронизителност или пък широко и ослепително като стопен метал, жълтото е най-топлият, най-разпространяващият се, най-пламенният цвят, труден за угасяване и винаги преливащ извън рамките, където бихме желали да го стегнем. Това е и усещането, което имаме, гледайки рекламата на Glow (сн. 5).



сн. 5

От своя страна слънчевите лъчи, пробождащи лазура на небето, се свързват с могъществото на божествата в много космогонии (ацтеките, Стара Гърция, Тибет и пр.), те са път за общуване между хората и боговете. С божествената си същност, златистожълтото става земен атрибут на могъществото на принцове, царе и императори, за да провъзгласи божествения произход на властта им. Често зелените лаврови венци на човешката надежда се покриват със златистожълтото на божествената мощ. Жълтото е цветът на вечността, както златото е металът на вечността. /Шевалие, Геербрант/ Боговете често били изобразявани със златистожълт цвят на кожата. В учението си за цветовете Гюте наричал жълтото “игрив, свеж и мек цвят; той обаче лесно се плъзва към неприятното – при най-леко смесване губи стойността си и тава некрасив и мръсен”. /Бидерман/

Жълтото е цветът на плодородната земя и затова в древен Китай се препоръчвало, за да се осигури плодовитост на двойката, да се поставят в пълна хармония ин и ян, т.е. завивките и възглавниците на брачната постеля да бъдат от жълт газ или коприна. /Van Gulik/ Но този цвят на узрелите класове през лятото предизвестява вече цвета на есента, когато земята се оголва, събличайки зелената си манта. Тогава жълтото е вестител на упадък, на старостта, на скорошната смърт. /Шевалие, Геербрант/

Жълтото е и цвят на прелюбодеянието, ревността и завистта. /Бидерман/ Това отрицателно оценяване на жълтото може да се намери и в традиционният пекински театър, където актьорите се гримират в жълто, за да изразят жестокост, притворство, цинизъм, докато в червено показват лоялност и честност. Въпреки това в същия традиционен театър костюмите на принцовете и императорите – посочващи не психиката, а социалното положение на персонажите – са жълти. Тази употреба на жълтият цвят достатъчно добре дава представа за характерната му двузначност, която го прави най-божественият цвят, но и най-земният цвят. Същото откриваме и в гръцката митология – златните ябълки в градината на Хесперидите са символ на любов и разбирателство, но златна е и ябълката на раздора, която е в основата на Троянската война и е символ на гордост и ревност. /Шевалие, Геербрант/

В двуката си природа жълтото е цветът на “толкова лесно заблудимата интуиция, на предугаждането, подслушването, в което се крие

своеобразна слънчева сила, проникновена и озаряваща” (Aerpli). Златистожълтото с лека червеникава отсянка подхожда на пламъка на мъдростта, а бледожълтото – на коварната агресивност, например при изобразяване дрехата на Юда. /Шевалие, Геербрант/ Такъв е именно случаят и в исляма, където златистожълтото означава мъдрост и добър съвет, а бледожълтото – предателство и разочарование. /Portal/

Жълтото безспорно се свързва със златото и в тази връзка е цвят на парите, богатството, лукса. Именно с тази му знаковост най-често се използва в рекламите със сексуален подтекст.

Асоциациите, които се свързват с различните оттенъци на жълтото са представени в табл. 5. /Динев/

Оптически жълтият цвят е най-видимият и ярък цвят в спектъра. Той се възприема пръв от човешките очи.











Цвят	Име	Асоциация
	Жълт	Весел, духовен, енергичен, ярък, слънчев, топъл, цитрусов
	Ярко жълт	Жизнен, топъл, весел, летен
	Салатен	Кисел, киселинен, наелектризиран, суров, леплив
	Тъмно жълт	Земен, растителен, туземен
	Светло жълт	Зрял, мек, топъл, оптимистичен, весел
	Светло оранжев	Лъчист, стимулиращ, весел, енергичен, слънчев, плодов
	Кафяв	Естествен, земен, дървесен, здрав, есенен, топъл
	Тъмно оранжев	Вкусен, топъл, земен, остър
	Жълто оранжев	Стимулиращ, енергичен, слънчев, вкусен, топъл, бодър
	Светло кафяв	Приятелски, топъл, слънчев, весел, здрав

Табл. 5 Асоциации на жълтото

4. Особености на черното и бялото.

Черното и бялото са особен случай на цветност. Те могат да бъдат възприемани и са възприемани двойко. Бялото бива схващано или като “все още безцветно”, или като свършено сливане на всички цветове от светлинния спектър. /Бидерман/ То, подобно на неговия противоположен цвят

– черното, може да се намира в двата края на цветовата гама. Тъй като бялото е абсолютно и нюансите му варират единствено от матово до блестящо, то означава ту отсъствие, ту сбора от цветовете. Така бялото стои ту в началото, ту в края на дневния живот и на проявения свят, което му придава идеална, асимптотична стойност. /Шевалие, Геербрант/

Черното, макар и противоположен цвят на белия, му е абсолютно равностоеен в качеството си на абсолютна категория. Подобно на бялото, той може да бъде разположен в двата края на цветовата гама като граница било на топлите, било на студените цветове; според матовостта или блясъка си той представлява липсата или сбора от цветовете, тяхното отрицание или техен синтез. /Шевалие, Геербрант/

Бялото е цветът на прехода – на завършека на живота и преминаването към смъртта, на границата между видимото и невидимото, на преминаването на девойката в омъжена жена. То е предпочитан цвят при обредите за преход.

Бялото на запада е матовобелият цвят на смъртта, която поглъща съществуването, и го въвежда в лунния, студен и женски свят; то води до отсъствието, до нощната пустота, до изчезването на съзнанието и на дневните цветове. Бялото на изтока е цветът на възвръщането – това е белият цвят на разсъмването, когато небосводът се появява наново, все още безцветен, но наситен с потенциала от проявление, с който микрокосмосът и макрокосмосът са се презаредили подобно на батерия по време на престоя в нощната утроба – източник на всяка енергия. Единият цвят помръква от блясъка до матираността, другият се избистря от матираността до блясъка. Сами по себе си тези два мига, тези две белоти са празни, висящи между отсъствието и присъствието, между луната и слънцето, между двете лица и двете страни на свещеното. Цялата символика на белия цвят и на обредните му приложения произтича от това наблюдение на природата, въз основа на което всички човешки култури са изградили философските си и религиозни системи. /Шевалие, Геербрант/

Бялото бива схващано като символ на ненакърнената и непомрачена невинност на праисторическия рай или като крайна цел на пречистения човек, у когото това състояние е възстановено. В много култури белите или чисто и просто нецветените дрехи са духовническа одежда като олицетворение на

чистотата и истината. Бели са и дрехите на папата, символизиращи преображение, достолепие и път към небесата. /Бидерман/

Но макар и основно положителен цвят, в символотезанието бялото има и отрицателни аспекти и то най-вече поради побледняването на смъртния одър. В сънищата “белият кон” често се свързва с изживяването, с предусещането на смъртта. “Ездачът на белия кон” се появява там, където някой може да умре. В много култури призраците биват виждани като бели фигури., донякъде съотносими със сенките. /Бидерман/

В традиционната символика на Китай бялото е цветът на старостта, на есента, на Запада и на нещастieto, ала също така на девствеността и чистотата. По принцип в Китай бялото е траурният цвят, но с него всъщност се има предвид “безцветността” на нецветените траурни дрехи. /Бидерман/

Във всяка символна мисъл смъртта предхожда живота, тъй като всяко раждане е прераждане. Поради това първоначално бялото е било цветът на смъртта и траура не само в Изтока (както е и до днес), но и в Европа – поточно във френския кралски двор. /Шевалие, Геербрант/

Бялото е цветът на чистотата, който първоначално е не положителен цвят, показващ, че нещо е предприето, а неутрален и пасивен цвят, показващ само, че все още нищо не е извършено – тъкмо такъв е и първоначалният смисъл на девствената белота.

В дневното си значение бялото – инициационен цвят, се превръща в цвета на откровението, на благодатта, на преобразяването, което заслепява, тъй като едновременно пробужда разума и го надхвърля – това е цветът на теофанията, която оставя около главите на позналите Бог следа във вид на лъчист ореол, който е наистина сборът от цветовете. /Шевалие, Геербрант/

В ислямските традиции бялото е цвят на праведността, на истината, на справедливостта, на Обединението, на вечността, на дрехите за след-живота, на дрехи за края (цвет на дрехата на покойника), за пръстта. То е символ на светлината, на невинността, на чистотата – телесна и духовна, на Слънцето (в Древен Рим, Древна Гърция и Древен Египет). То е цвят на дрехата и булото на булката в българските и балканските сватби - символ на ритуална чистота, на девственост, на сексуалното брачно обединение, на женската плодовитост и майчинство, на женското начало, но и на високите качества на мъжкото начало, на брачната женска подчиненост на мъжа. В кабала бялото

е символ на изкуплението, изразен чрез доминацията на бялото в дрехите на свещениците, обслужващи древни обичаи, както и символ на най-високата сефира (Кетер или Корона) – несмесено и непроменливо бяло, абсолютната Милост на Божеството. /Алмалех, 2007/

От гледна точка на символиката най-често черното се разглежда като студен цвят с отрицателен заряд. Противоположен на всички останали цветове, той е свързан с първичния мрак, с началната неразграниченост. В този смисъл се доближава до значението на неутралното бяло, на “празното” бяло и служи като основа на аналогични символни изображения, каквито са конете на смъртта – ту бели, ту черни.

Черното обикновено е разположено отдолу, а бялото отгоре, черното – при ада, бялото – при рая. Така, разположен под света, черният цвят изразява пълното бездействие, състоянието на завършена и непроменяема смърт. Следователно черното е цвят на траура, но не като бялото, а по един много по-потискащ начин. В бели траур има нещо месианско. Той бележи отсъствие, предопределено да бъде премахнато, една временна липса. Бялото е траурът на царе и богове, които задължително ще се възродят. За сметка на това би могло да се каже, че черният траур е безнадежден, той е окончателна загуба, безвъзвратно пропадане в небитието. Черното е цвят на непоправимата присъда, то се превръща освен това и в цвета на отказа от човешката суета и поради това в християнството и исляма черните връхни дрехи са знак за религиозност – черното облекло на монасите, черното облекло на свещениците, черното облекло на мевляните (танцуващите дервиши), които ги събличат и започват своя въртелив танц в бяла роба – символ на възраждането им за божественото. /Шевалие, Геербрант/

Черното е свързано със Злото, т.е. с всичко онова, което пречи или забавя развитието на нещата според желанието от Бога ход. То напомня за така наричаното от индусите Невежество, за “сянката” на Юнг, дяволската Змия-Дракон от митологиите, които трябва да победим вътре в самите себе си, за да бъде сигурна метаморфозата ни, но които непрестанно ни преследват. Черното е цвят, който бележи тъгата, песимизма, огорчението или нещастията и се среща непрестанно в ежедневието ни в изрази като: “черен ни е животът”, “обземат ни мрачни мисли”, “в мрачно настроение сме” и пр. /Шевалие, Геербрант/ Черното е цвят на опечалеността и покаянието, но

същевременно е и обещание за бъдното възкресение, по време на което той през сивото просветлява в бял. Черното често е и цвят на редица страховити божества – напр. Махакала (букв. “великият черен”) в индийската митология. /Бидерман/

Макар повечето асоциации, които предизвиква черното да са негативни, той може да има и положително значение. Образ на смъртта, на земята, на гроба, на “нощното пътешествие” на мистиците, черното е също така с обещанието за възобновен живот, така както нощта съдържа обещанието за изгрева, а зимата – за пролетта. Черното отговаря на китайското женско начало ин, земно, инстинктивно и майчинско. Редица богини Майки, редица Деви са черни; Диана от Ефес, хиндуистката Кали или Изида са изобразявани в черно; на Палатинския хълм черен камък олицетворявал Magna Matera – Великата Майка; Каабата в Мека е куб от черен камък, а по цяла Европа безброй поклонници почитат черни Богородици. /Шевалие, Геербрант/

В ислямската доктрина черното се възприема като “блестяща светлина в тъмен ден”, то е скрито в неговия (собствения му) блясък, чрез светещия черен цвят някой може да открие скритите страни на Божественото; черното е унищожаване на нещото, то е предреквизит на реинтеграция, черното е цвят на Бога. В Кабала черното е идеалното чисто черно, което е същина от светлина, която достига до цвят само от нахлуването на вмъквачи се светлини; черното е един от цветовете символи на последната, десета сефира. В стара Европа то е символ на плодовитост. /Алмалех, 2007/

Съчетанието от бяло и черно е свещен съюз; от него произлиза междинното сиво, което при цветовете изразява центъра, т.е. човека. В Далечния изток двойствеността на черното и бялото е, общо казано, тази на сянката и светлината, на деня и нощта, на знанието и невежеството, на ин и ян, на Земята и Небето. /Шевалие, Геербрант/

5. Цветовете в еротичните реклами.

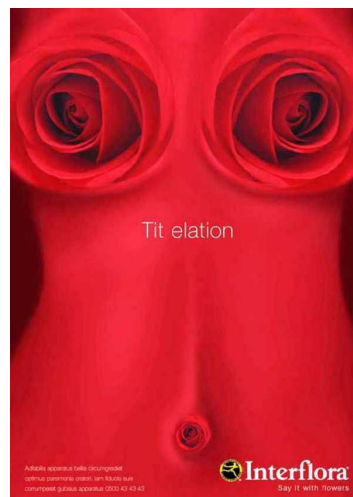
Тук искам да обърна внимание на значението и функциите на цветовете като типични индексални знаци за означаване на сексуалност и еротика в рекламите. Както вече отбелязах, различните цветове носят и внушават определени, културно съгласувани значения. Рекламите, които

ползвам и анализите, които правя, са на база знаковостта на цветовете, възприета в нашата (българска и европейска) култура.

5.1. Червеното.

Червеното безспорно е цветът на секса и еротиката. Той е привличащ, завладяващ, експресивен. Той е цветът на любовта (червената роза го изразява най-добре), но го свързваме и с огъня, бурните сексуални страсти, кипежа на кръвта. Той е идеалният цвят за изразяване на еротичност.

В следващата реклама (сн. 6) перфектно са се възползвали от цялата знаковост на червеното. Чрез метонимия на голото женско тяло, рекламистите са показали страстта, която се крие в него - то (особено някои специални части от него) е изобразено като букет от червени (страстни) рози. Така е изразена и разцъфналата сексуалност на “главозамайващото девойче” (Tit elation).

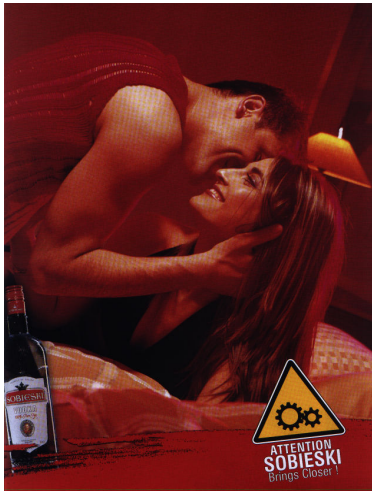


сн. 6

Червеното със своята изразена еротичност е идеално при рекламирането на алкохол. Често то е и брендов цвят. От неговата знаковост са се възползвали в рекламата на водка Sobieski (сн. 7), където цялото изображение е окъпано в червено (използван е червен филтър). Допълнително еротика е вкарана чрез позите на телата и обстановката – няма как да сгрешим до какво води използването на рекламираната водка.

За рекламите на една друга водка – Flirt, червеното е брендов цвят, но той активно се използва и в изображенията (сн. 8). Съвсем не случайно колата на страстта (безспорно е случващото се в нея) е червена! Внушението за сексуални действия е подсилено и от съмнително белият ангел, който

отбелязва бройката на прелъстените, както и от среднощният фон. Слоганът е просто едно дискретно присъстващо допълнение на цялата картина.



сн. 7

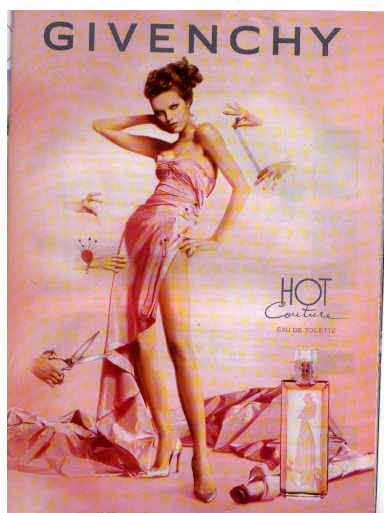


сн. 8

5.2. Розовото.

Розовото е цвят на романтиката и младостта, на пъпките на плодните дръвчета, на пролетта. Той е типично женски цвят. В него се съчетава еротичността на червеното с невинността на бялото. Той активно се използва за комуникиране на скрита, момичешка (даже почти детска) еротика.

В рекламата на Givenchy (сн. 9) всичко е в розово – от флакона на рекламирания парфюм, през роклята на модела, до фона. Девойчина невинност, но и еротика, подчертана от предизвикателната поза (осъзната сексуалност), разголеността, от безбройните анонимни ръце, които искат да се докоснат до момичето – само, за да го обслужат (във всякакъв смисъл), както и не на последно място от името на парфюма - Hot.



сн. 9

Sisley както винаги са заложили на по-откривена сексуалност в рекламата си (сн. 10). Розовото при тях е доста далече от романтиката, но подчертава младостта. Красиво е и розовото на голата кожа, която цветово по-често кореспондира с оттенъци на жълтото. Тази реклама безспорно привлича вниманието на младежкия таргет на марката!



сн. 10

Розовото в рекламата на Echo (сн. 11) е младо, романтично и пламенно, не случайно и флакона на парфюма е поставен на мястото на сърцето – влюбено, готово на изхвърчи.

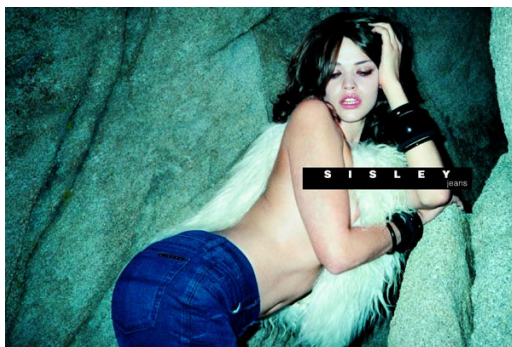


сн. 11

5.3. Синьото.

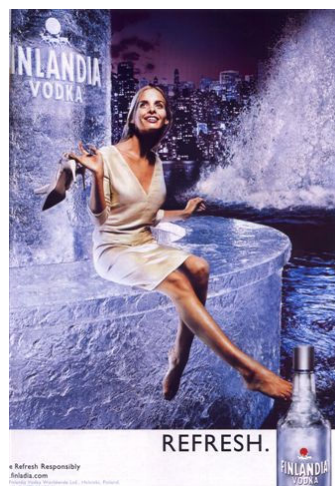
Синьото и синьо-зеленото, със студенината в някои негови нюанси, освен абстрактно понятие /Алмалех, 1997/ за живот, вода и небе, се свързват с въздуха и свободата, които те носят и от там - с ефирния секс (често в рекламните сексапилни момичета са поставени върху син фон). Те биха могли да бъдат както закачливо младежки и жизнени, така и студено сексуално високомерни...

Такъв е случаят и с рекламата на Sisley (сн. 12), където полуголата сексапилна красавица е полегнала върху сиво-синкава скала (студенина, гордост, непристъпност). Младежката аудитория е предизвикана и от сините джинси, добре изпънати върху изваяното и дупе. Розовата бледост на кожата и устните леко съживяват тази непристъпна ледена принцеса.



сн. 12

Студена (синкаво-бяла) хубост, но и ефирност (свързана с пръскащата вода, женското), както и чистота (бялата рокля, светлината) и освободена еротичност, свързана с босите крака на модела – усмихнат и жизнен, въпреки заобикалящия го лед – това са цветовете внушения в рекламата на водка Finlandia (сн. 13).



сн. 13

Водата е един от най-добре работещите женски символи, затова тюркоазеното (асоциация с мощта на морските вълни) в следващата реклама (сн. 14), свързваме с мощната женска сексуалност и жизненост (особено, ако е цвят на сексапилно женско бельо). Зелената природност на фона и белотата на дивана допълват чистотата и жизнеността на жената.



сн. 14

Синьото е и цветът на истината, доверието и чистотата. В следващата реклама (сн. 15) на Frog news по доста творчески начин са използвали това. Внушението трябва да бъде, че новините, които тази станция представя, са будещи доверие и толкова истинни, колкото откровената голота и сексуалната разкрепостеност, която виждаме на изцяло синята реклама.



сн. 15

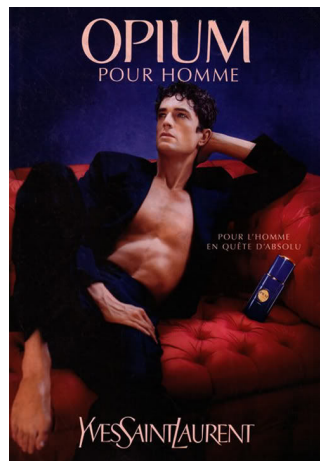
А Dior в своята реклама (сн. 16) са използвали едно мистичното синьо (с доста червено в него), за да внушат усещане за обреченост и вечност, несъмнено подчертана и от името на рекламирания продукт – Midnight poison, както и от мъртвешки тъмния грим на модела.



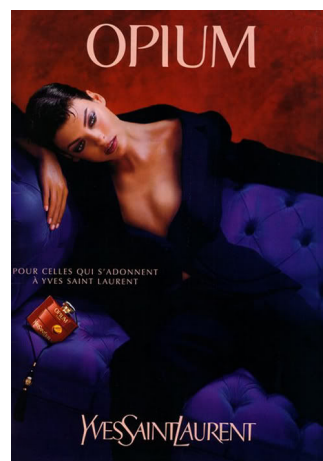
сн. 16

5.4. Виолетовото.

Виолетовото е най-мистичният сред цветовете. Еротиката, която той внушава, е именно такава – мистична, донякъде ориенталска, страстна и чувствена. Това особено добре се свързва с усещането, което трябва да буди парфюмът на Yves Saint Laurent – Opium. Това е и основен цвят в неговите реклами (сн. 17, сн. 18, сн. 19, сн. 20). Присъствието на червеното и черното вкарва допълнителна сексуалност в тях.



Сн. 17



Сн. 18

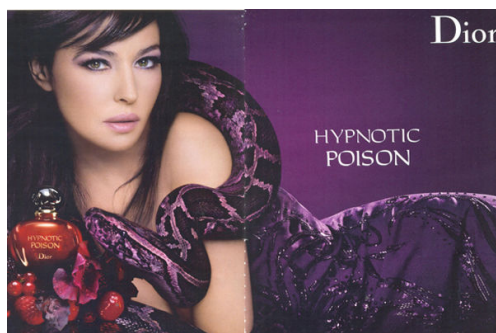


Сн. 19



Сн. 20

Dior също са използвали мистичната знаковост на виолетовото, за да рекламират парфюма си *Hipnotik poison* (сн. 21). Допълнителното усещане за еротика и съблазън се получава от змията (хипнотична), използвана в рекламата им – символ на изкушението, но и на мъдростта и естествено – източник на отрова (*poison*).



сн. 21

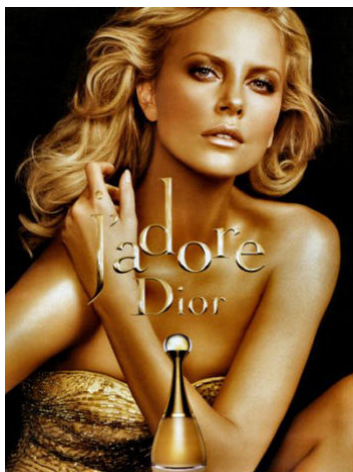
5.5. Жълтото и златното.

Жълтото – слънчево и весело, символизира пролетните лъчи на слънцето, младият огън, плодовитостта на есенните ниви. То е един изключително жизнен и забележим цвят и като такъв се използва в еротичните реклами, където се търси именно тази му знаковост. Огнена страстност, но може би и доза изпепеляваща ревност, ни внушават от Lanvin (сн. 22) в една реклама, която не може да бъде отмината, именно поради забележимостта на жълтото (особено на тъмния, нощен фон). Асоциацията с огън се допълва и от формата и размаха на дрехата на модела.

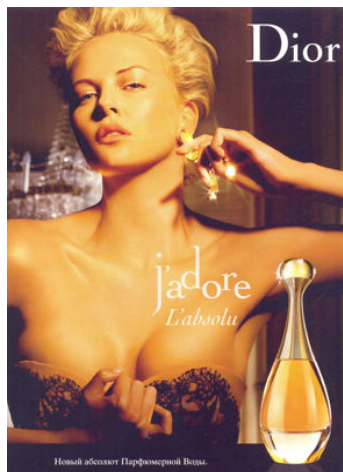


сн. 22

Жълтото е и цветът на един от най-ценните метали – златото. Златото свързваме с парите, богатството, лукса, силата и властта и от там – със секса и красивите прелъстяващи момичета, които са неизменни спътници на богатите. Именно внушението за сексапил, свързан с богатството, са използвали в серията реклами на Dior (сн. 23 и сн. 24). В тях всичко блесни в златно – от флакона и течността в него, до дрехите, косите и дори кожата на моделите. Предизвикателните пози допълват еротичните апели, които се комуникират.



сн. 23



сн. 24

Отново апелите за лукса и богатството (жълтите плюшени завеси, златната картина, усещане за замък) актуализират от Sisley (сн. 25). Рекламата им както обикновено е шокираща, леко в садо-мазо стил, говореща за “извратената” сексуалност, вървяща с богатството.



сн. 25

5.6. Бялото.

Свикнали сме да възприемаме бялото като символ на девственост (бялото е цветът на булката), на духовна и телесна чистота, на невинност, но и на скрита еротика, на младежки непокварен сексапил... Именно това усещане за чистота и девствена непоквареност са търсили в рекламите си от Calvin Klein (сн. 26) и Dior (сн. 27). Бялото в тях е ефирно, по-скоро безцветно и безплътно, но привличащо вниманието, сексуално.



сн. 26



сн. 27

За разлика от горните две реклами, бялото на Yves Saint Laurent (сн. 28) и Dolce&Gabbana (сн. 29) е крещящо – то е контра на черното, показва, привлича с яркостта и излъчването си. Това е едно изискващо бяло, изпълнено с цвят и живот, изпълнено с еротичен заряд.



сн. 28



сн. 29

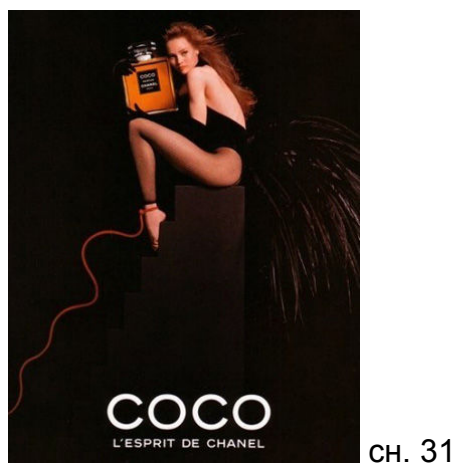
5.7. Черното.

Черното е цвят на смъртта, но и на сексапила носен от черната дантела на бельото, на нощта, но и на сладта идваща с нея... Черното е дълбоко, студено, но еротично и могъщо сексуално. Черното е цвят на лукса (особено в съчетание със златно), но и цвят на садизма, на потайното.

От Chanel са избрали именно черно, за да комуникират изискаността на своя най-класически парфюм - №5 (сн. 30). Апелите за лукса и сексуалността са допълнени и от скъпите бижута, топ-актрисата, която рекламира продукта, златистите цветове на косата, кожата, самия парфюм.



Подобно е излъчването и в рекламата на друг техен продукт - Сосо (сн. 31). Тук нов елемент, комуникаращ привързаност (в пряк и преносен смисъл), е връзката, с която е завързан крака на модела, както и ембрионалната (предпазна) поза. Усещането е за птица (еротична красавица) в златен кафез.

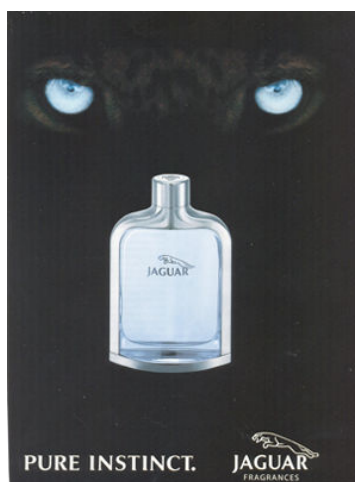


Друга изискана марка - Yves Saint Laurent (сн. 32), отново използва черното, за комуникиране на тежък лукс и изключителна еротичност. Полуголият модел в предизвикателна поза, огледалата и червеното на флакона допълнително актуализират сексуалните апели в тази реклама.



сн. 32

А ето и едно мистично, едно първично и силно черно – Pure Instinct на Jaguar (сн. 33). Студенината е подчертана от ледено синьото на флакона и особено на очите на ягуара – запазен знак на марката. Еротиката е на границата с опасността, с риска, с високия адреналин.



сн. 33

А черното на следващата реклама (сн. 34) е черното на жестокостта, черното на потайния, абнормален секс, черното на садизма. Ножът, позите, свещите и цялата обстановка допълват това усещане, утвърждават това знание.



сн. 34

6. Заключение.

Както се вижда, знаковостта на цветовете е базова и всеобхватна – те са една от най-важните знакови системи! Функциите им и цветовете интерпретации са многостранни. Тяхната символност влияе директно върху нашето подсъзнание и оказва влияние върху нашите възприятия и от там – върху нашите действия. Тълкуванията им могат да варират в различните култури и области на знанието и познанието. Всичко това трябва да бъде добре съобразено от рекламистите, за да бъде перфектна тяхната работа!

Използвана литература:

АЛМАЛЕХ, Мони. Езикът на цветовете. Аскони-издат, С., 2007

АЛМАЛЕХ, Мони. Цветовете в балканския фолклор. С., Университетско издателство “Св. Кл. Охридски”, 1997

БИДЕРМАН, Ханс. Речник на символите, Рива, С., 2003

ДИНЕВ, Евгени. Символика на цветовете, 2001, статия в интернет: <http://www.evgenidinev.com/mind/2001/11/22/> (юни 2010)

КАФТАНДЖИЕВ, Христо. Образът на жените в рекламата. С., Princesp, 1998

КАФТАНДЖИЕВ, Христо. Хармония в рекламната комуникация – презаредена. С., Сиела. 2003

СТОЙКОВ, Любомир. Теоретични проблеми на модата. София, Национална художествена академия 2006, 226-227

ШЕВАЛИЕ, Жан, Ален Геербрант. Речник на символите, том I, ИК "Петриков".
С., 2000

ШЕВАЛИЕ, Жан, Ален Геербрант. Речник на символите, том II, ИК "Петриков".
С., 2000

ШИФФМАН, Харви. Ощущение и восприятие, Питер, 2003

AJIT, Mookkerjee. Tantra Asana, Paris, 1971

Favre & November. Color & Communication. Zurich, 1979

KANDINSKY, Vassili, Du spiritual dans l'art, Paris, 1954

MELLA, Dorothee. Language of Color. Warner books, 1988

MVENG, E. L'art d'Afrique noire, Paris. 1964

PORTAL, Frederic. Des couleurs symboliques dans l'Antiquite, le Moyen Age et les
Temps, Paris, 1837

POSENER. G., (en collaboration avec Serge Sauneron et Jean Yoyotte),
Dictionnaire de la civilization Egyptienne, Paris, 1959

VAN GULIK, La vie sexuelle dans la Chine ancienne, Paris, 1971

WESTERMARCK, E., Ritual and Belief in Maroko, 2 vol. London, 1926.