

Символ жемчужины в современной рекламе косметики и парфюмерии

Научный руководитель – Бороздина Ольга Андреевна

Бороздина Ольга Андреевна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра средств массовой информации, Ставрополь, Россия

E-mail: ol1oil@yandex.ru

Бороздина Ольга Андреевна

Студент

Северо-Кавказский федеральный университет, Гуманитарный институт, кафедра рекламы и связей с общественностью, Ставрополь, Россия

E-mail: ol1oil@yandex.ru

В современном мире реклама является неотъемлемой частью жизни человека. Она окружает нас повсюду: на улице, в транспорте, по радио, на телевидении и в Интернете. Рекламный текст - это уникальная система, соединяющая в себе множество элементов, способных воздействовать на потребителя и решать главную цель рекламодателя - продавать товар или услугу. Одним из таких эффективных приемов выступает использование в рекламных текстах символов.

Об использовании символов в рекламе говорит в своей статье А. А. Ермаганбетова, утверждая, что, к примеру, «в основе дизайна, в том числе, графического дизайна рекламы, практически всегда находится базисный символ, образ, цель». По ее словам, использование символа помогает «связать рекламные сообщения с коллективным бессознательным целевой аудитории» [1].

Этот вопрос также поднимает в своей диссертации «Символизация в рекламных текстах» Е. С. Сычева: «Обращаться к символам рекламу побуждает высокая степень эффективности рекламного сообщения с участием или на базе символа. . . Реципиент пытается интерпретировать значение символа, соотнося его с тем, что является содержанием его миропонимания, а символ в свою очередь постепенно проливает свет на свое содержание» [2].

Символ в рекламе есть способ воздействия на потребителя на уровне подсознания. Символы позволяют сжать вкладываемую в рекламное сообщение информацию, помогают разнообразить творческую сторону рекламы.

Для раскрытия символического значения жемчужины наиболее полно необходимо обратиться к словарю символов Джека Тресиддера, в котором символ жемчужины имеет следующие значения:

1. Жемчуг - среди драгоценных камней самый существенный символ, как света, так и женственности.
2. Его бледное сияние ассоциируется с полной луной, водное происхождение - с плодородием, скрытое от глаз развитие внутри раковины - с чудом рождения или возрождения.
3. Жемчужина считалась не только священными, но и целебным предметом. Древние римляне, которые носили жемчуг в честь богини Исиды, считали его талисманом от всех несчастий [3].

Таким образом, символ жемчужины - это образ, складывающийся на протяжении многих лет, который отражает представления о возвышенности и красоте, молодости и женственности. Применение символа жемчужины популярно в современной коммерческой рекламе, а, следовательно, при рекламировании косметики и парфюмерии.

Для рекламирования уходовой косметики используют символ жемчуга, так как именно экстракт жемчуга и его протеины используются для ее изготовления, а также в качестве основного средства для сохранения молодости и красоты.

Использование этого символа характерно для рекламы именно антивозрастной уходовой косметики. Одним из удачных примеров применения данного символа в телевизионной рекламе косметики является рекламный видеоролик 2014 года от фирмы «Черный жемчуг» - крем «INDILICA». Жемчуг в этой рекламе используется как в прямом своем значении: «... королевская ламинария, протеины жемчуга и морские минералы для молодости кожи...», так и в качестве символа морской силы, молодости и здоровья кожи, о чем свидетельствует слоган «*IDILICA - вся сила моря для молодости кожи*».

Еще одним ярким примером выступает телевизионная реклама от Nivea 2019 года, «Nivea - Омолаживающие жемчужины. Hyaluron Cellular Filler» с участием Моника Беллуччи. Символ жемчужины тут пронизывает не только текст: «*Секрет молодости кожи - жемчужины CELLULAR FILLER*», но и визуальную часть: структура этого крема состоит из шариков, напоминающих цвет и форму жемчужины.

Применение символа жемчужины в рекламе декоративной косметики можно рассмотреть на примере рекламы бальзамов для губ, помад, пудрениц и хайлайтеров. Во всех примерах декоративной косметики с символом жемчужины есть кое-что общее - слова, употребляемые в тексте. Например, такие фразы, как «*сияние жемчуга*» в рекламе бальзама для губ от «Nivea», «*пудра в жемчужинах*» от «Gosh», «*Я привыкла выглядеть блестяще!*» - помада «TanDe», «*жемчужное обольщение*» - помада от «Meibellin».

Символ жемчужины также активно используется в современной рекламе парфюмерии. Ее символика проявляется в изображении: форма флакона имеет схожую с жемчужиной округлую или раковинообразную форму и сияющий или перламутровый, белый цвет: «Divine», «Avon», «Noa». В названии парфюма: «My Perl», «Rare Perl». А также в рекламном тексте: «*жемчужина вашей парфюмерной коллекции*», «*нежный жемчужный аромат*» и так далее.

Таким образом, проанализировав несколько примеров использования символа жемчужины в современной рекламе товарной категории «косметика», можно сделать вывод о том, что наиболее часто и эффективно этот прием используется в качестве символа омоложения, обновления, уникальности и сияния рекламируемого объекта.

Источники и литература

- 1) Ермаганбетова, А. А. Роль и значение символов в современной рекламе // Молодой ученый. 2015. с.717-721.
- 2) Сычева Е. С. Символизация в рекламных текстах: диссертация кандидата филологических наук: Москва, 2008. 260 с.
- 3) Тресиддер, Д. Словарь символов / Д. Тресиддер; М., 2001. 448 с.