

3. Томас Наст[Электронный ресурс]: Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Наст, Томас](https://ru.wikipedia.org/wiki/Наст,_Томас) (дата обращения: 30.03.2022).

4. Оруэлл Джордж. 1984. – М.: Аст, 2021, 216 с.

ӘОЖ 712.41.3

ТҮСТІҢ СИПАТТЫҚ-ӘСЕРЛІК МӘНІНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ: ТҮСТІК АССОЦИАЦИЯЛАР

Жарылқапберген Назерке Базаралықызы

jarylqapbergen@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ-нің 1 курс студенті,

Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Ғылыми жетекші- Бегімбай К.М

Қасымыздағы адамның қандай түстерді ұнатанына қарап, біз оның жан дүниесінен хабар ала аламыз. Неліктен деп ойлайсыз? Себебі, түстер психологиямен тығыз байланысты. Түс біздің күнделікті өміріміздің ажырамас бөлігі. Айтарлықтай байқалмаса да түстер адамның көңіл-күйіне, тәбетіне, шабытына, өзі-өзі жақсы сезінуіне, түсінуіне, жалпы психологиялық жағдайына қатты ісер етеді. Түстің адам психологиясына әсеріне байланысты оны маркетингте, яғни, жарнамада ұтымды қолдану жолдары көп. Түстерді қабылдау психологиясы — адамның түстерді теңестіру-ұқсату арқылы қабылдап, атау қабілеті.

Көк түс – жан тыныштығын, молшылықты, татулықты білдіреді. Ол адамдар мен қоғамды байланыстыратын негізгі дәнекер іспетті, бірлік, көпшілік сезімнің, сенімнің түсі. Сондай-ақ, көк түсті ұнататындар өкпелегіш, сары уайымға салынғыш болып келеді. Әсіресе, көк түсті молшылықтың нышаны болғандықтан семіз келген адамдар ұнатады. Көк түсті таңдағандар – тыныш ортаны, мазасыздық пен сотқарлықтан, келіспеушіліктен алыс болуды қалайтындар. Олар бір-біріне деген сенімді қалайды және өзгелердің де оларға сенуіне әбден болады.

Сары түс – жеңілдік пен қуанышты, сабырсыздықты, нұр сәулені білдіреді. Қуаныштың, күн шапағатының нышаны. Сары түс адамды болашаққа бағыттайды, жаңалыққа талпындырады, заманауилыққа, дамушылыққа құштар етеді. Бұл түсті таңдаған кез келген адам қиындықты тезірек жеңуге құлшынып, тезірек босап шығудың амалын іздеп тұрады. Өзгерісті жиі қалап тұрады, сары түске құмар адамға тұрақсыздық тән.

Қызыл түс адамның энергияға толы екенін көрсетеді. Өмірлік күшті, белсенділікті, нәтиже, сәттілікке қол жеткізу үшін барлық мүмкін болған талпынысты, бейімділікті, албырттықты, жеңіске деген жігерді, құлшынысты білдіреді. Бұл түсті таңдағандар - кез келген қиындыққа мойынсұнбайтын, күрескер, батыл адамдар

Жасыл түс – еркіндікке деген жігерлікті, табандылықты, мақсаткерлікті, өзімшілдікті, «Мен» деп өзіне жоғары баға берушілікті білдіреді. Бұл түсті таңдағандар – өзінің құндылығына деген сенімді жоғарылатқысы келетіндер, айналасындағы адамдардан мақтаулар, жақсы пікірлер күтетін адамдар. Сондай-ақ, бұл түс тәкаппарлықтың нышаны.

Күлгін түс - адамның тілегені мен қиялындағысы ақиқатқа айналады деген үміттің нышаны. Асыл арман мен көркем қиялдың түсі. Бұл түсті таңдағандар тек өзгелерді таң қалдырғысы немесе сүйсіндіргісі келмейді, өзін де таң қалдырғандығын қалайды. Сондай-ақ, бұл түсті мектеп оқушылары, аяғы ауыр әйелдер таңдап жатады. Оларға әлем сиқырлы, бар нәрсеге қол жеткізуге болатындай болып көрінеді.

Сұр түс – еркіндіктің нышаны. Бұл түсті таңдағандар – белгілі бір жүктелетін міндеттен ада болғысы келеді. Ештеңеге араласқысы келмейді, көпшілік ортаны ұнатпайды. Ортада оның бары, жоғы байқала бермейді. Адамдар оларды тез жалықтырғыш, іш пыстыратын жаратылыс ретінде қабылдайды.

Қара түс – абсолютті шекара, өмірдің тоқтайтындығының белгісі. Ол ғайып болу, өлім ойын көрсетеді. Қара түс – соңы, енді ештеңе болмайтындықтың нышаны. Десе де, қара түсті

таңдаған адам тағдыр ағысына қарсы тұра алады. Ақ түс – таза парак, онда әлі де талай тарих жазылады. Пәктік, тазалық нышаны. Ақ түс әділдікті білдіреді. Еш бояуы жоқ ақ түс кіршіксіз сезімді көрсетеді. Пәк қалыңдықтар ақ көйлекті осы себеппен де киеді. Халықаралық зерттеулерге сәйкес, 85% жағдайда түс сатып алу туралы шешім қабылдауға әсер етеді. Адамдар қара жарнамаларға қарағанда түсті жарнамаларға 26% жиі назар аударады. Түс - бұл маркетингтің қуатты қаруы. Сіз клиенттің назарын 3 секунд ішінде өзіңізге аудартуыңыз қажет. Сондықтан жарнама жасау барысында түс таңдау ұзақ уақыт пен кәсіби біліктілікті талап етеді. Түстердің адам психологиясына әсері күшті. Себебі, адамдарда түстермен байланысты ассоциациялар мен эмоциялар жиынтығы бар. Жарнама жасаушылар клиенттердің назарын өздеріне аудару үшін белгілі бір түстерді қолданады. Дұрыс таңдалмаған түс брендтің беделіне нұқсан келтіріп, сатылымды төмендетуі мүмкін. Жарнамадағы немесе брендтің корпоративті стиліндегі түс эмоцияларға, шешім қабылдауға, тұтынушының брендке және тұтастай оның өнімдеріне қатынасына әсер етеді. Мұның бәрі сана-сезім деңгейінде болады. Маркетолог пен дизайнердің міндеті - сіздің белсенділігіңізбен байланысты болатын түстерді таңдау және конверсияны жоғарылату, керісінше емес.



1. Түстер ассоциациялары мен түсті логотиптер

Қорытынды: барлық жағдайларда қолайлы түсті қолдануға арналған рецепттің болуы мүмкін емес. Өйткені, түс қабылдау жасына, жынысына және т.б. байланысты, ол сондай-ақ ұлттық және мәдени дәстүрлерге байланысты. Түстер әр халықтың мәдениетінде әртүрлі мағынада қолданылуы мүмкін.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Бегімбай К.М. Түстану. Оқу құралы.-Астана : ЕҰУ , 82б
2. WIKIPEDIA-Түстер психологиясы. https://kk.wikidea.ru/wiki/Color_psychology
3. DonbassWeb- Маркетинг пен жарнамадағы түс психологиясы. <https://donbassweb.ru/sozdanie-razrabotka/marketing-pen-zharnamadagy-tus-psikhologiyasy-tusterdin-kabyldau-men-emociyalarga-seri/doneck-dnr-lugansk-lnr>