



**Архетипы русских
сказок в рекламе**

Day

Архетип «Баба-Яга»

Наиболее знаменитый сказочный герой русских сказок, самый узнаваемый герой среди детей и взрослых, встречается во множестве сказок, при этом бывает и положительным и отрицательным героем.

Баба-Яга во всех сказках обладает тайными знаниями о том, что не ведомо другим, она лечит травами и помогает героям. Эти качества могут использоваться в рекламе. Наибольший эффект данный герой может вызвать в рекламе: турфирм (используется идея проводника по неизведанным землям); реклама детских игрушек; реклама мебели, реклама техники (интуитивно простой, что даже сама Баба-Яга сможет разобраться, или чудесной техники от которой избушка на курьих ножках может прерваться в ухоженный домик. Реклама индивидуального транспорта – героскутеров как прообраза ступы Бабы-Яги. Находим образ Бабы-Яги в рекламе Билайна.



Архетип – хозяйка Медной горы.

В продолжении женских образов Хозяйка Медной горы – она ведает тайным знаниями, она дарует молодым девушкам знания, сама управляет своей судьбой и награждает тех, кого считает достойным.

В рекламе ее образ можно эксплуатировать как независимую, красивую, богатую девушку, ее образ ассоциируется с богатством и красотой, поэтому наиболее эффективно ее можно использовать в рекламе изделий и украшений из драгоценных и полудрагоценных камней, женской косметики, средств по уходу за телом, изделия из меха.





Архетип - русский Богатырь

Богатырь обладает лучшими качествами: смелостью, силой, желанием помогать тем, кто попал в беду, верность, непобедим, могуч, он воплощение мужской силы.

Все это можно и нужно эксплуатировать в рекламе, образ богатыря можно применять практически во всех сферах рекламы от логотипа, слогана до образа в видео рекламе.

Можно применять в рекламе средств для мужчин по уходу за телом, лекарства для мужской потенции, реклама напитков, в том числе спиртных, реклама транспорта, реклама мебели, техники, автомобилей, реклама турагентств, школ единоборств и т.д.





Архетипы греческих мифов в рекламе



Архетип Зевс – главенствующий архетип отца.

Место Зевса на вершине, -- он наделен властью, авторитетом и правом управлять избранным царством, он создатель – творец, отец, герой и мудрый старец. Мужчины, играющие в реальной жизни роль "горних царей" и преуспевающие в этом деле, подобны Зевсу. Им свойственны те же черты характера и склонности; в основе их личности лежит архетип Зевса.

Он высший из греческих богов.

Все его качества и статус поможет прорекламирровать важность и статус рекламируемых товаров и услуг.

Этот архетип использовался во многих рекламах: от лего до мужской туалетной воды. Данный архетип можно эффективно применять в рекламе дорогих часов, авто, элитной мужской косметики и парфюмерии, агентств по недвижимости и турагентств, кибер играх и т.д.

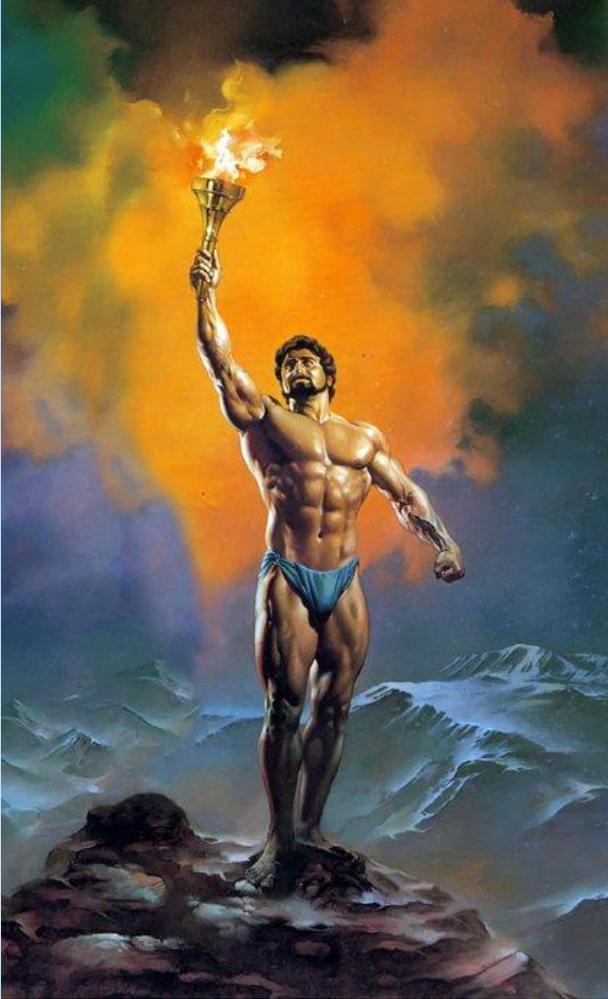


Архетип - Геракл

Геракл - этот величайший из легендарных героев не только самый известный мифологический персонаж, но также сложный образ, в каком можно выделить по меньшей мере четыре аспекта, один из которых архетипический. Архетип героя проявляется на всех уровнях: божественные родители, чудесное рождение, необыкновенная сила, неуязвимость, яростность, противостояние Матери, мучительная смерть. Чаще всего он используется в брендинге, примеры логотипов ниже.

При помощи архетипа героя победителя можно рекламировать множество групп от спортивных, охранных организаций до товаров для мужчин (уходовой косметики, парфюмерии, одежды и т.д.), автомобилей.





Архетип – Прометей

Прометей – образ проводника из мира теней к свету, героя-первопредка, добывающего культурные и природные объекты. Он бунтарь, смельчак и в то же время готовый пожертвовать собой ради других. Этот архетип широко и успешно используется в современном брендинге.

Чаще всего архетип используется в брендинге компаний, которые занимаются тепло услугами, сеть заправок, спортивных компаний, банков, компаний по пожарной безопасности, также используется при рекламе мужских средств для красоты и здоровому питанию.



Анализируя русские архетипы в рекламе можно отметить, что все они обладают уникальными способностями и знаниями, русский герой всегда готов помочь нуждающимся, он воплощение знаний и силы.

Представленные архетипы узнаваемы и позволяют через свой образ формировать положительное представление о рекламируемых товарах.

Архетипы греческой мифологии, которые представлены в презентации имеют общие характеристики – это сильные физически и духом мужчины-победители, которые помогают людям, порой жертвуя собой.

Эти архетипы переносят свой образ на рекламируемые товары и чаще всего используются в брендинге, при названии фирм, в логотипах и слогана. Их эффективность бесспорна, поскольку это узнаваемые яркие образы.