



УДК 659.127

СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ РІШЕНЬ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ НОВІТНІХ ТЕХНІЧНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Студ. А.О. Остапчук, гр. БДРск 1-16

Наукові керівники: ст. викл. Ю.П. Басанець

доц. М.В. Осипчук

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета. Проаналізувати можливості використання новітніх матеріалів нестандартних технічних рішень та новітніх мультимедійних засобів для покращення акцентування уваги споживачів під час рекламного процесу.

Завдання – проаналізувати можливості застосування новітніх технологічних досягнень при створенні рекламної продукції. Дослідити світовий досвід використання новітніх технологій при створенні рекламної продукції. Визначити шляхи перспективного розвитку застосування новітніх технічних досягнень для створення креативної рекламної продукції.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом є різноманітність дизайнерських рішень в сфері реклами. Предметом дослідження є можливості застосування новітніх технологій при створенні рекламного продукту.

Методи та засоби досліджень. Метод аналізу, метод аналітичного групування, метод статистичного дослідження.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Наукова новизна полягає в удосконаленні процесу створення рекламних макетів та інсталяцій за допомогою удосконалення підходів до вибору матеріалів з яких вони утворюються та застосування новітніх технічних засобів для візуалізації рекламної продукції. Практичне значення полягає в підвищенні ефективності впливу створення рекламної продукції на потенційного споживача.

Результати дослідження. Був проведений ґрунтовний аналіз можливостей застосування новітніх матеріалів та технічних засобів з метою удосконалення процесу впливу рекламної продукції на споживача та поліпшення сприймання інформації яка закладена в рекламну продукцію.

В результаті дослідження було виявлено низку нових та удосконалених можливостей які надають застосування новітніх матеріалів та методів під час створення рекламної продукції. А саме: поява новітніх поліполістеролових, металопластикових, вуглеволокнистих матеріалів та можливість застосування різного проєкційного обладнання надають можливості для створення об'ємної візуальної реклами, яка не тільки зображує об'єкт, а може відтворити різні його характеристики(форму, вагу, колір, візуалізацію у 3D форматі), що в свою чергу дозволяє привернути більше уваги потенційного споживача, а найголовніше залишити у нього довготривалі приємні відчуття від споживання такого рекламного продукту. Хоча застосування новітніх матеріалів та технічних засобів є новим кроком в дизайнерських рішеннях для створення реклами, базова основа для їх створення залишається незмінною.

Інформація, яка набула візуального вигляду, зчитується і засвоюється швидше ніж інші форми інформаційного кодування. Зазвичай рекламні оголошення виділяють за допомогою ілюстрацій.

Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення

Графічні зображення при створенні матеріалів та інших дизайн-об'єктів

Краще один раз побачити, ніж сто разів почути, а тим більше, якщо є можливість відчутти це на дотик. Зображення та інсталяційні форми мають бути змістовно пов'язані із загальною концепцією об'єкту реклами.

Принципи створення успішного рекламного дизайну: привернути увагу, бути відміченим, виділятися на загальному фоні.

Головною задачею дизайну в рекламі є в першу чергу привернення уваги до об'єкту реклами. Пам'ятаєте, що ваша реклама конкурує з безліччю інших комерційних повідомлень і статей.

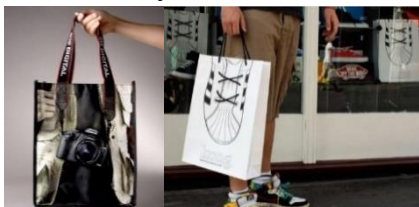
Прорватися через інформаційний хаос допомагають мистецтво і дизайн. Правильно підібране зображення миттєво передає ідею і настрій реклами. Воно здатне швидко привернути увагу споживачів, але не повинно обмежуватися рішенням даної задачі.

Одним з найвдаліших рекламних проєктів на даний час є відтворення візуальної реклами за допомогою відеопроєкторів та різноманітних гаджетів у місцях масового скупчення людей.

А також реклама на часто вживаних господарських речах наприклад сумках.

Зазвичай на господарські сумки наносять логотип самого магазину або компанії, що поставляє продукцію в той або інший магазин.

Bagvertising (похідний термін від слів “bag” – сумка і “advertising” – реклама) набирає популярність протягом останніх років. Суть полягає в тому, щоб використовувати сумки і пакети як маркетинговий інструмент, привертаючи увагу потенційних покупців.



Приклад Bagvertising



Відео реклама у торговельних центрах

Висновки. Підсумовуючи результати роботи можна зробити такі висновки поява нових матеріалів(полістероли, поліволокно, металопластик та ін.) дозволяє суттєво урізноманітнити можливості рекламного дизайну та створювати досить довговічні 3д моделі рекламованих об'єктів.

Застосування додаткових можливостей які надають технічні засоби(відеопроєктори, гаджети різного об'єму) дозволяє з більшою ефективністю залучати увагу потенційних споживачів та зробити рекламу ще й досить корисною.

Поєднання новітніх матеріалів з технічними засобами відкриває багато нових можливостей для створення абсолютно нових та креативних дизайнерських проєктів.

Ключові слова. Дизайн реклами, дизайнерські рішення, нові матеріали, гаджети.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник для студ ВНЗ, які навчаються за спец. «Дизайн» / В.Я. Даниленко. – Х. : Вид-во ХДАДМ, 2003. – 320 с.
2. Черняк Л.В. Естетика товарів та дизайн : навч. посібник / Л.В. Черняк, Ю.М. Яценко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 227 с.
3. Ключев М. Графічний дизайн. Властивості використовуваних матеріалів. – Київ, 2006. – 53 с.