

восприятия целевой аудиторией рекламных сообщений, а также следовать этапам креативного планирования рекламы.

Список использованных источников

1. Барри, П. Книга рекламных концепций. / П. Барри. – СПб.: Дитон, 2013. – 296 с.
2. Тимохович, А. Н. Креативное планирование рекламы. / А. Н. Тимохович. – М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2018. – 110 с.
3. Филенко, А. С. Влияние рекламы на счастье потребителя / А. С. Филенко. // Материалы Международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве»: сборник научных статей. – Гжель: ФГБОУ ВО «Гжельский государственный университет», 2020. – С.391–392.
4. Филенко, Ц. С., Щербакова, А. В. Визуальные образы в рекламной фотографии изделий легкой промышленности / Ц. С. Филенко, А. В. Щербакова. // Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2017». Всероссийский форум молодых исследователей «Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века». – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2017. – С. 202–204.

УДК 659

ДИЗАЙН-КОНЦЕПТ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ ДЛЯ ГОРОДА ВИТЕБСКА

Попова А.В., доц., Стасюк Д.А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрены вопросы проектирования наружной рекламы для города Витебска. Предложен дизайн-концепт основных носителей наружной рекламы, которые привлекут внимание жителей и туристов города.

Ключевые слова: наружная реклама, билборд, сити-формат, Витебск, бренд города.

Актуальность темы обуславливается тем, что в данный момент индустрия рекламы стремительно развивается, а наружная реклама – достаточно популярное средство рекламирования. Данный вид рекламы, грамотно выполненный и установленный в правильном месте, сыграет огромную роль в успешности продвижения. Так как наружная реклама ориентирована на массовость, то с её помощью большое количество людей могут узнать о рекламируемом товаре или услуге той или иной организации.

Цель проекта – изучить теоретические основы создания, оформления, размещения наружной рекламы, а также проанализировать тенденции развития наружной рекламы и спроектировать дизайн-концепт наружной рекламы для города Витебска.

Начиная с середины 1990-х, в городах стал наблюдаться рост наружной рекламы. Вывески и рекламные конструкции стали неизменными атрибутами центральных и периферийных улиц. На сегодняшний день, благодаря наружной рекламе, можно наблюдать формирование уникального, индивидуального лица любого города.

Сегодня она стала неотъемлемой частью урбанистического дизайна, много говорящей о состоянии отечественной и мировой экономики, о нашем сознании, о нашей культуре. Каждый раз, выходя из дома, человек сталкиваемся лицом к лицу с рекламой на сити-форматах, билбордах, вывесках. Все это оказывает влияние на человека, а он, в свою очередь, оказывает влияние на рекламу. Вообще наружная реклама – один из самых наиболее гибких и удобных способов рекламы, а кроме того – одна из удобнейших возможностей установить контакт с потребителем и донести до него конкретную информацию о товаре и его марке.

Наружная реклама, является особым направлением в сфере рекламных услуг. К наружной рекламе относятся:

- щитовая и световая реклама;
- растяжки;
- реклама на бортах транспортных средств и в салонах общественного транспорта;
- витрины магазинов.

Проектирование наружной рекламы – ключевой момент в синтезе наружной рекламы и

городского пространства. Такой подход к появлению информационных элементов, во-первых, увеличивает процент ее соответствия участку городского ландшафта, где она появляется, во-вторых, уменьшает круг задействованных некомпетентных лиц, в-третьих, рассматривает совокупность информационных элементов как систему, развивающуюся во времени и пространстве.

Особенности проектирования наружной рекламы:

- наружная реклама во всем своем едином комплексе графики, конструкции и окружения – это полноценный композиционный элемент городского пространства;
- наружная реклама, способна к работе с городскими объектами;
- изначальный учет носителей наружной рекламы в проектировании городского пространства – залог успеха взаимодействия, а не сосуществования;
- расширение круга участников проектирования наружной рекламы – это создание междисциплинарного подхода, учитывающего многочисленные аспекты проектного риска.

Особенности проектирования наружной рекламы в городском пространстве при выборе точки обзора играют ключевую роль. Если для архитектуры камерность, нюанс, недосказанность – это одни из важных принципов формирования определенных пространств, востребованных человеком, то для наружной рекламы наоборот. Информационные элементы должны быть на виду, должны восприниматься целевой аудиторией как работающий канал передачи информации. В этом отношении есть глубокое различие между наружной рекламой, объемно-планировочными элементами и архитектурно-планировочными.

В рамках проекта стояла задача разработать дизайн-концепты носителей наружной рекламы для города Витебска.

Главными составляющими в проектировании дизайн-концепции стали:

- разработка слогана для города Витебска;
- разработка стилеобразующих графических элементов;
- выбор шрифта;
- разработка цветового решения;
- проектирование носителей наружной рекламы.

В проекте спроектированы билборд, сити-формат и Стрит Твин баннер. Был определен слоган, который отражает дружелюбие города – «Наш. Твой. Мой!».

Наиболее распространенными медианосителями наружной рекламы в городе являются рекламные билборды и сити-форматы. Рекламный билборд представляет собой щит большого размера с металлическим каркасом и стойкой, размещаемый на оживленных трассах и дорогах, крышах, торцах и фасадах зданий. Более эффективно билборды реализуют себя при использовании большого изображения со слоганом либо контактными данными. Основным преимуществом билбордов является доступность и наглядность рекламы. Благодаря внушительным размерам и яркому дизайну участники дорожного движения имеют возможность запомнить необходимую информацию на ходу, не создав при этом помех другим водителям.

Были изучены и проанализированы инфраструктура города Витебска, его атмосфера, погода, цвета, исходя из этого, был сделан вывод, что он является очень красивым городом со своими традициями, но из-за своих погодных условий, а также из-за недостатка культурного формирования города, он является очень серым городом. Следовательно, эту проблему необходимо устранить визуальной частью – красивой картинкой. Чтобы показать Витебск с наилучшей стороны, в билбордах используются фотографии достопримечательностей, которые идентифицируют город, а также для передачи настроения и эмоционального посыла, в билбордах присутствуют яркие цветовые плашки – красный, желтый, зеленый, синий, для того чтобы «раскрасить город яркими красками».

Сити-форматы (от англ. city-format) – это отдельно стоящие конструкции наружной рекламы, павильоны ожидания транспорта. Сити-формат выделяется тем, что его можно разместить на узких пешеходных улицах, где нельзя поставить крупную конструкцию наружной рекламы. Дизайн сити-формата выполнен в единой концепции с билбордами (рис. 1).

Стрит Твин – это система крепления вертикальных баннеров к вертикальной опоре. Данное решение позволяет продемонстрировать 2 баннера целевой аудитории на оживленных автомагистралях и тротуарах. Дизайн данного рекламного носителя выполнен в единой концепции с проектом (рис. 2).

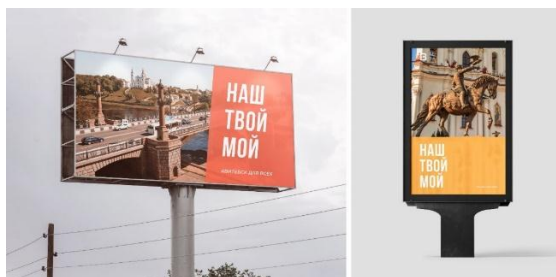


Рисунок 1 – Билборд и сити-формат для города Витебска



Рисунок 2 – Стрит Твин для города Витебска

Разработанный проект по созданию дизайн-концепта наружной рекламы для города Витебска получился ярким, запоминающимся, современным, что создаст привлекательный имидж города. Данный проект поможет городу Витебск выделиться, стать более атмосферным и интересным для жителей и туристов.

Список использованных источников

1. Абрамович, Н. А. Дизайн-концепт наружной рекламной установки / Н. А. Абрамович, Д. С. Данилюк // Научный журнал «Материалы и технологии», №1 (3) / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – 109 с. – С. 83–89.
2. Барановская, А. Д. Дизайн визуальной навигации / А. Д. Баранковская, И. Л. Кириллова // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). 2021. – № 1. – С. 751–753.
3. Кириллова, И. Л. Динамика кривых линий в композиции / И. Л. Кириллова // Тезисы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Витебск, 2020. – С. 195–196.
4. Скидан, А. А., Попова, А. В. Система визуальной навигации как инструмент ориентирования в пространстве на примере кафедры дизайна и моды Витебского государственного технологического университета / А. А. Скидан, А. В. Попова // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2021. – № 1. – С. 778–780.

УДК 659

КОМИКСЫ КАК ВИД ИСКУССТВА

Попова А.В., доц., Якухин Д.Э., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены вопросы актуальности понятия комикса как нового