

В-седьмых, ракурс съёмки имеет важное значение, необычные и не часто используемые ракурсы позволяют концентрировать внимание на определённом изображении.

Выявленные приемы визуального воздействия оказывают влияние не только на восприятие контента целевой аудиторией бренда, но и на повышение узнаваемости fashion-брендов.

УДК 74.01

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ОСНОВА ДИЗАЙНА В РЕКЛАМЕ НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА ADOBE

Тимохович А.Н. к.пс.н., доц., Коробицина Е.С. студ.

Государственный университет управления,

г. Москва, Российская Федерация

Дизайн в рекламе начинается с фирменного стиля бренда, который является неотъемлемой частью рекламной кампании и рекламной коммуникации в целом. Визуализация креативных решений разрабатываемой рекламы строится на основе элементов фирменного стиля бренда, ценностей и опыта предыдущей коммуникационной активности.

Фирменный стиль представляет собой комплекс цветовых, графических и шрифтовых элементов, которые формируют единый узнаваемый образ бренда. Профессионально разработанный фирменный стиль обеспечивает не только эстетическую привлекательность и гармоничное сочетание его отдельных элементов, но также отражает философию и главные ценности бренда. Все визуальные решения при креативном планировании рекламных кампаний создаются в соответствии с фирменным стилем, от сочетания цветовой палитры до особенностей графики и шрифтов.

Базовая информация о фирменном стиле находится в брендбуке компании – официальном документе, в котором представлены концепция, атрибуты, позиционирование, информация о целевой аудитории и другие данные, которыми руководствуется отдел маркетинга для разработки коммуникационных кампаний. Также у некоторых компаний кроме брендбука есть гайдлайн – набор стандартов и инструкций по применению логотипов, фирменных знаков, их цветовому и шрифтовому исполнению, а также инструкции для корректного размещения на различных носителях.

Бренд Adobe является примером того, насколько важную роль играет корпоративная айдентика в продвижении и узнаваемости компании, ее продуктов и услуг. Айдентика Adobe отличается яркой лаконичной цветовой палитрой, сдержанной графикой и простым шрифтом.

Целевая аудитория бренда делится на профессионалов и любителей в возрасте от 18 до 35 лет. Это творческие люди, которые ценят свободу, любят получать новые знания, путешествовать. Они ответственные, выполняют любую работу качественно и стремятся к совершенству. Учатся на своих ошибках и не боятся рисковать. Клиенты Adobe выбирают продукцию, основываясь на своих потребностях. Самыми популярны-

ми продуктами линейки Adobe Creative Cloud среди потребителей является Photoshop, Illustrator, Premier и Acrobat.

С целью выявления влияния корпоративной айдентики на узнаваемость бренда Adobe в январе 2021 года был проведен опрос целевой аудитории. Выборочная совокупность составила 214 респондентов. В результате проведенного опроса были выявлены следующие особенности восприятия бренда Adobe целевой аудиторией. По данным опроса, о существовании Adobe знают 97 % респондентов. У большинства респондентов бренд ассоциируется с программой Photoshop, идентификация бренда в сознании аудитории происходит за счет заглавной буквы «А» на ярко-красном фоне. Бренд вызывает доверие у аудитории за счет качественных продуктов.

Сделаем вывод о том, что при разработке рекламной кампании на стадии визуализации креативных решений, основным показателем узнаваемости бренда для потребителей является его фирменный стиль, который должен быть отражен в концепции всей рекламной коммуникации.

UDC 7.012.185

FEATURES OF DESIGN OF MODERN WOMEN'S BLOUSES

**Kolosnichenko M., Doctor of Engineering, professor.,
Holovchanska Ye.O., assistant.**

*Kyiv National University of Technologies and Design
Kyiv, Ukraine*

Women's blouses are an integral part of modern women's wardrobe. Due to the range and style diversity, they are used in various situations and are included in such dress codes as creative black tie, semi-formal A5, dressy casual A5, casual, business traditional, business best [1, 2]. Research of features of modern blouses' design will allow the increasing quality of collections of models of the designed clothes.

The study of the features of modern design of women's blouses was carried out based on a collection of images of blouses of famous European and American designers (ready-to-wear collection) and popular brands, which numbered more than 250 models for 2010–2020. As a result of the form's analysis features, a silhouette, color, and compositional decisions were established.

The main styles in the design of women's blouses are classic, romantic, and ethnic [2, 3]. Women's blouses in the avant-garde style are relatively native but made in the classical and romantic styles can be used to create images in the avant-garde style. According to the degree of the volume of the form, blouses of medium and large degree predominate. The main silhouette of women's blouses in the period 2010–2020 is a "rectangle". The number of models with a rectangular silhouette is up to 54 % of the range. Another common silhouette in the design of blouses is the "trapeze" (24 %). Silhouettes of "inverted trapezoid", "circle", "oval" together occupy up to 20 % of products. Accordingly, there is an increase in the length of blouses to the thigh line and even below. Increasingly, blouses are worn without tucking into a skirt or pants.

If the models of women's blouses during the twentieth century and the first decade of