

# Дизайн рекламы



В. В. Тулупов



# Задачи и возможности зрительных элементов

1. Показ товара в определенной обстановке или в процессе пользования, фокусирование внимания на упаковке или этикетке.
2. Демонстрация товара в работе, показ возможностей и результатов его применения.
3. Привлечение к одной или нескольким особенностям товара.
4. Концентрация внимания на преимуществах товара, таких как удобство, приятные ощущения, удовлетворение собственного «я», одобрение со стороны общества.





# Задачи и возможности зрительных элементов

5. Создание проблемы, ситуации, которой необходимо избежать.
6. Показ разрешения проблемы.
7. Представление пользователей, знакомство с типом людей, пользующихся товаром (обобщенный образ пользователя).
8. Создание образа марки, придание ей индивидуальности.
9. Создание образа изготовителя, магазина или организатора услуг, образа фирмы.





# Функции иллюстраций

Иллюстрации в рекламных объявлениях:

- *информируют*
- *акцентируют внимание*
- *ориентируют*
- *являются средством художественного оформления*

Вместе с текстом иллюстрации представляют собой содержательное единство, раскрывая тему объявления, усиливая друг друга





# Привлечение внимания иллюстрациями

1. В рекламе, предназначенной для женщин, изображайте женщин.
2. В рекламе, предназначенной для мужчин, изображайте мужчин.
3. Покажите свой товар в действии.
4. Покажите конечный результат.
5. Используйте прием «до-и-после».
6. Используйте комиксы.
7. Иллюстрация всегда должна сопровождаться текстом.
8. Дети и животные нравятся всем.
9. Интересный фон делает товар привлекательнее.
10. Фотография запоминается лучше, чем рисунок.
11. Цветные иллюстрации привлекают больше читателей, но вызывают меньше доверия, чем черно-белые.
12. Вызовите любопытство.
13. Людям интересны люди.



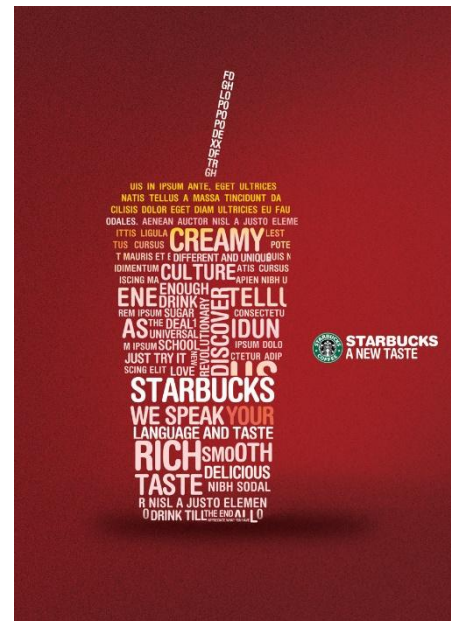
# Привлечение иллюстрациями

14. Покажите лицо заказчика.
15. Поместите заголовок под иллюстрацией.
16. Завоюйте внимание целевой аудитории.
17. Будьте проще!
18. Проиллюстрируйте пользу от своего предложения.
19. Если необходимо, используйте диаграммы, таблицы или графики.
20. Люди на фотографиях должны смотреть на читателя.
21. Поместите иллюстрацию вверху рекламного объявления.
22. Логотипы, как правило, не очень удачно смотрятся в качестве иллюстрации.
23. Покажите, что вы счастливы.
24. Используйте заголовок (как графическое изображение).
25. Намеренное несоответствие между текстом и графикой.



# Функции шрифта в рекламе

- *Коммуникативная* (функцию передачи информации от одного индивида к другому)
- *Историко-культурная функция шрифта* (каждый шрифт несет в себе формальные признаки той или иной эпохи).
- *Имиджевая функция* (реализуется, в большинстве своем, в логотипах и торговых марках)





# Функции цвета в рекламе

- Привлечь внимание к объявлению (товару).
- Содействовать интерпретации товара, вызвать положительные ассоциации.
- Придать живость и привлекательность объявлению.
- Подчеркнуть или выделить товарный знак или символ.
- Показать рекламируемый предмет с новой точки зрения, «отстранённо», чтобы потенциальный покупатель товара увидел этот предмет как бы впервые.
- Придать рекламному посланию качество произведения живописи, то есть доставить эстетическое удовольствие зрителю.







# Выбор цвета

Помимо самостоятельного значения, на выбор цвета в рекламе влияют:

создаваемый образ

характеристики аудитории

характер объекта рекламы

характер общего цветового фона.





# Макет

Для макета важна:

- *сбалансированность (формальная или неформальная)*
- *контрастность (размеров, форм, плотностей, цветов и др.)*
- *пропорциональность*
- *направленность*
- *целостность*

Учитываются соотношения между объектами и фоном (иллюстрация – текст – заголовок – основной текст – опознавательный знак).

Дизайнер создает *графическую композицию* из шрифтов, иллюстраций, фона, линеек, украшений и пробелов.





# Литература

- Базыма Б. Психология цвета: теория и практика. СПб, 2007.
- Волкова В. В. Дизайн рекламы. М.; Ростов/Д., 1999.
- Головко Б. Н. Теория и практика фоторекламы / Б. Н. Головко. СПб., 2005.
- Денисов В. Восприятие цвета. М., 2008.
- Корнилова Е. Е., Гордеев Ю. А. Слово и изображение в рекламе. Воронеж, 2001.
- Назайкин А. Н. Иллюстрирование рекламы. М., 2005.
- Павловская Е. Э. Дизайн рекламы: Поколение NEXT. СПб., 2003.
- Пронин С. Рекламная иллюстрация: Креативное восприятие. М., 2003.
- Реклама: история, теория, практика. Т.1-4. Воронеж, 2010.
- Тулупов В.В. Техника и технология СМИ. Бильдредактирование. М., 2019.
- Ульяновский А. В. Мифодизайн рекламы. СПб., 1995.

