The trend of advertising design and its principles

Nodira YULDASHOVA¹

Tashkent State Technical University

ARTICLE INFO

Article history:

Received October 2021
Received in revised form
15 October 2021
Accepted 20 November 2021
Available online
15 December 2021

Keywords:

advertising design,
trend,
product,
principle,
information,
the formation,
the brand,
development,
artistic solved,
modern concept,
sketch.

ABSTRACT

This article discusses the features inherent in advertising design, the role of advertising as a means of information about a particular product or service. And also understands the process of creating an advertising design and the actions of the designer in this process.

2181-1415/© 2021 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss11/S-pp48-53>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Reklama dizaynining trendi va uning prinsiplari

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

reklama dizayni,
trend,
mahsulot,
tamoyil,
axborot,
shakllanish,
brend,
ishlanma,
badiiy yechim,
zamonaviy konsepsiya,
eskiz.

Ushbu maqolada reklama dizayniga xos xususiyatlar, reklamaning ma'lum bir mahsulot yoki xizmat haqida ma'lumot olish vositasi sifatidagi roli muhokama qilinadi. Shuningdek, reklama dizaynini yaratish jarayonini va bu jarayonda dizaynning harakatlarini tushunadi.

¹ Assistant of Tashkent State Technical University. Tashkent, Uzbekistan.

Тенденция рекламного дизайна и его принципы

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

дизайн рекламы,
тенденция,
продукт,
принцип,
информация,
формирования,
бренд,
разработка,
художественная решена,
современная концепция,
эскиз.

В данной статье рассматриваются особенности свойственные рекламному дизайну, ролю рекламы как средства информации об определённом товаре или услуге. А также разбирается процесс создания рекламного дизайна и действия дизайнера в этом процессе.

ВВЕДЕНИЕ

Рекламный дизайн похож на искусство оратора, который способен найти такие убедительные слова и факты, проникающие в сознание очень большой аудитории. Современные тенденции в искусстве рекламного дизайна включают постоянную работу над новым уникальным подходом, создание и внедрение креативных решений.

Создание тенденции рекламного дизайна – абсолютно креативный процесс. В условиях рыночной экономики значение рекламных услуг возрастает, а доля рекламных расходов в транзакционных издержках растёт. Реклама стала отдельной отраслью бизнеса и организовывается в соответствии со специальными правилами и законами.

ЛИТЕРАТУРА И МЕТОДОЛОГИЯ

Дизайн рекламы имеет ещё одну особенность, которую можно воспринимать неоднозначно – он может нравиться исполнителю, нравиться заказчику, но реклама оказывается не работающей, то есть не продающей. Все потому, что разрабатывая дизайн рекламы, кроме его торговых качеств должен учитываться и фактор эстетичности и художественные качества, это является одним из залогов эффективности будущего рекламного проекта. Говоря проще – продукт после дизайна должен быть лучше, чем до него, привлекать внимание потенциального потребителя не только своими торговыми качествами, но и представлять художественную ценность. Рассматривая рекламу с этой стороны, зачастую можно услышать мнение, что реклама не представляет собой никакой художественной ценности и вовсе не является искусством. Попробуем разобраться.

Дизайн в рекламе – это, на мой взгляд, тот простор творчества, который раскрывает искусство современности в новых гранях. Это что-то новое, что ранее не использовалось, что-то, что привлекает внимание, захватывает аудиторию, выходит за рамки. Дизайн в рекламе – это то, что становится неотъемлемой частью культурной и духовной сферы жизни общества, это то, что обращает на себя взгляд современного человека, живущего в мегаполисе и постоянно нуждающегося в какой-то информации, услугах, товарах, продукции, которые нам успешно преподносит реклама, так умело и эстетично вписанная в современное искусство.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Тенденция (ударение на вторую «е») – это направление развития какой-либо сферы жизни или отрасли экономики. Сегодня вместо «тенденции» часто употребляется более молодёжное модное слово «тренд». Тенденция это явление, складывающееся под влиянием общественных запросов, стиля жизни или экономических процессов.

Понятие тенденции и тенденциозности становятся тождественными в середине XIX века, то есть в период зрелости реализма и одновременно – первых признаков натурализма, поставившего под сомнение идейность искусства и ориентировался на «бесстрастие» естественных наук.

Иногда дизайнер направляет взгляд читателя с помощью сплошных или пунктирных линий, создавая как бы дорогу для взгляда и облегчая его работу. Иногда дизайнеру удастся найти более тонкий способ управления взглядом читателя и он добивается большей эффективности. Он может, например, повторять формы и размеры. Можно сказать, что этим создается воображаемый путь для взгляда. Дизайнер может создать такой путь с помощью градации элементов по размеру. В этом случае глаз будет двигаться от одной серии к другой. Последовательность представляет собой своего рода оптический ритм, она может развиваться и другими путями, включая в себе импульсы и паузы.

Реклама – информация о качестве товаров, преимуществах их покупки; это специальная информация о юридических и физических лицах или продуктах с целью получения прямой или косвенной выгоды (дохода).

Реклама встречается в прессе, радио, телевидении, мобильных устройствах, гаджетах, транспортных средствах, на улицах и во многих других местах. Реклама – это массовый вид информации на художественном уровне, который позволяет освещать бренды и технологии различных продуктов и услуг различными способами. Его значение возрастает, особенно в условиях усиленной конкуренции между производительными силами в обществе.

Реклама – одно из древних искусств, насчитывающее тысячи лет. Самые простые формы рекламы датируются веками до нашей эры. Первые рекламные объявления были устными, в форме призыва, громкого объявления, привлечения. В частности, даже на древнем Востоке искусство рекламы изначально было очень четким и практиковалось устно.

Прежде, чем переходить к проблемам разработки, производства и дизайна рекламы, необходимо определить, что такое реклама и что такое эскиз рекламы. Одни говорят, что реклама – это продажа с помощью средств массовой информации. Другие – что это убеждение с помощью средств массовой информации. Существует много других определений рекламы, и все они не противоречат истине, но ни одно все же не является исчерпывающим, так как не охватывает всей сферы деятельности рекламы. Однако для понимания проблем дизайна рекламы вышеприведенные формулировки вполне достаточны.

Творчество в рекламе и дизайне во многом определяется способностью находить связи между вещами, которые на первый взгляд не имеют ничего общего. Рекламисты говорят, что лучше всего процесс творчества начинать со «штурма мозгов». При этом методе собирается группа творческих работников и начинает разжигать друг у друга воображение, высказывая самые невообразимые фантазии.

Одна идея порождает другую, возникает возможность самых неожиданных ассоциаций. Члены этих «сеансов штурма мозгов» преследуют одну цель – найти интересное решение.

Нет ничего зазорного в том, что дизайнер изучает модели, аранжировку и дизайн других рекламных фирм, заимствует у них интересные элементы для своей рекламы. Каждый художник создает себе коллекцию вырезок реклам других художников, которые соответствуют его замыслу и восприятию. То, что он анализирует работы других, выделяет интересные образцы и собирает их, несомненно действует на его творчество. Художественные решения, которые дали хорошие результаты однажды, снова и снова появляются в работах других художников, и никто не считает это плагиатом.

Практически дизайном рекламы занимаются все рекламисты, которые планируют какую-то работу, но далеко не все делают это с должным мастерством. Эскиз – важнейшая часть в процессе создания дизайна рекламы и его исполняют специалисты: художник-оформитель или эскизист. Они должны хорошо знать рекламу, иметь разностороннее образование, не говоря уже о специальных навыках.

Дизайнер всегда должен искать лучшие средства для выражения своих замыслов. По мнению многих специалистов, новое и оригинальное в искусстве найти очень трудно. Каждый художник заимствует у другого, и цепочка заимствований бесконечна. Однако каждый вносит в свою работу что-то особенное, что и называется творчеством. Новое вырастает на основе старого. Иначе и быть не может.

С самого начала дизайнер должен решить, на каком элементе рекламы надо сделать ударение: на рисунке, заголовке или тексте. После принятия решения, он подыскивает пути концентрации внимания на нем. Он может выделить рисунок, защитив его от влияния других элементов. Дизайнер стремится извлечь из принципов максимальную пользу, но в каждую рекламу он включает что-то от себя, что не уместится в рамках принципов. Без этого индивидуального элемента дизайн рекламы может быть профессиональным, но безжизненным и скучным.

Принципы дизайна рекламы. Не все четко представляют себе, что значит слово дизайн. Дизайн – это целая четко спланированная структура, дизайн – основа всех видов искусства. Дизайн – это конструктивное мышление, это материализация идеи, выражение ее. Дизайнер в любой области деятельности не является в первую очередь художником. Он в первую очередь – творческая личность, которая по совпадению может оказаться и художником. Он просто выполняет на более интересном и сложном уровне то, что мы делаем ежедневно. Мы занимаемся дизайном, когда планируем что-то в определенном порядке, когда накрываем обеденный стол и т.д. Работа же дизайнера значительно сложнее, менее обыденна, в ней больше поиска, больше неизведанных путей.

Порядок, который дизайнер создает из хаоса рисунков, кусков текста, заголовков и белого пространства, поможет читателю прочитать и понять рекламу. Красота же дает читателю радость. Порядок в рекламе имеет прямое отношение к красоте. Красота заключается в простоте, но одновременно и в разнообразии.

Независимо от того, занимается ли художник дизайном или эскизом, он неизбежно следует принципам дизайна, которые в той или иной степени применимы к искусству вообще.

Эскизы. Эскизы по своему качеству бывают разными, от маленьких набросков до полностью отработанного дизайна рекламы. Если эскиз предполагается для художника, текстовика или печатника, то нет никакой надобности делать полный и точный эскиз. Для специалистов достаточно дать общие черты и данные для последующей работы. Полный эскиз обычно требует клиент, который платит за рекламу.

Дизайнер начинает работу с набросков, которые делаются в уменьшенном виде, но с соблюдением пропорций. Иногда эту стадию пропускают и сразу приступают к черновому эскизу. Черновой эскиз делается в натуральную величину рекламы. Элементы дизайна рекламы представлены в нем в общих чертах. Отработанный эскиз дизайна рекламы содержит полный заголовок, законченную картинку или фотографию, но текст обозначен только параллельными линиями. Компонировка элементов закончена. Отработан он до такой степени, что пометки на полях не требуются. Иногда для рекламодателя эскиз дизайна рекламы отрабатывается полностью. В полном эскизе представлены все детали. Заголовок пишется тушью, полностью воссоздается рисунок или дается фотография, полностью пишется текст.

Дизайнер и производство рекламы. Производство рекламы – это процесс превращения эскиза в печатную форму. Дизайнер непосредственного участия в изготовлении рекламных оттисков не принимает, но он должен хорошо знать процесс печати. Каждый процесс печатания имеет свои особенности и предельные возможности. Дизайнер, работая над дизайном рекламы, должен точно знать эти возможности. В основе любого сайта всегда лежит Информация: текстовая, графическая и мультимедийная.

Информация требует удобной подачи и хорошего графического оформления. Чем больше надо разместить информации, тем продуманней и разнообразнее должна быть структура сайта. Это внешнее устройство: навигация, контекстные ссылки, поиск, внутренние баннеры и т.п. А также внутреннее, например, структура базы данных. Чтобы сделать всё удобным и эстетичным, необходим хороший Дизайн. Это типографика, вёрстка, интерфейс, графический дизайн и многое другое. Информация, структура и дизайн – это три последовательно взаимосвязанных уровня разработки любого сайта. От объема одного зависит объем последующих. Бессмысленно делать следующий уровень без предыдущего. Каждому уровню необходимо уделить достаточно внимания.

Реклама по своей сути направлена на влияние мнения потребителя в отношении определённого продукта или идеи. Соответственно, любая реклама нуждается в систематизации работ в создании. Разработка концепции дизайн рекламного проекта выполняется после проведения всех подготовительных работ по сбору и анализу информации. По существу, основной целью работы креативного агентства является разработка концепции дизайна.

Разработка рекламного дизайна – процесс сугубо творческий. Современные концепции в дизайне предполагают постоянный поиск нового уникального подхода к дизайну, генерирование и внедрение креативных решений. Простое копирование при разработке концепции дизайна приведет к бессознательному включению потребителем продвигаемого продукта в массу безликих брендов. Без оригинальности и ассоциативной привлекательности бренда рекламная кампания может быть сведена к пустому информированию потребителя без формирования мотивации и осуществления побудительных воздействий к покупке продукта.

Разработка рекламного дизайна должна стремиться воплотить все то привлекательное, что приходит в голову потребителю относительно групповой принадлежности продукта, когда он слышит его название или видит фирменный логотип. В частности, это имеет место при оформлении упаковки. Узнайте подробности из материала: Дизайн упаковки товара и этикетки: разработка дизайна упаковки, цена. Пред проектное исследование проводится, в том числе, для того, чтобы подходящие ассоциативные образы выявить и успешно использовать.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Согласно наблюдениям, искусство рекламы является духовно ободряющим. Потому что человек хочет заботиться о себе, уделять внимание, улучшить свои жизненные условия, удовлетворять свои потребности. Искусство рекламы будет иметь большое значение, информируя общественность о проектах, подготовленных с учетом тех же потребностей. С одной стороны реклама помогает человеку ориентироваться в богатом мире товаров и услуг, однако с другой стороны реклама очень часто манипулирует сознанием человека.

Процесс рекламного дизайна заключается в непрерывном поиске новых средств, которые могли бы привлечь внимание читателя и заинтересовать его в предмете рекламы. Дизайн – процесс творческий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ:

1. Марк Тангейт. Всемирная история рекламы. – М.: Альпина Паблишер, 2015.
2. Гэри Дал. Реклама для чайников. – М.: Диалектика, 2006.
3. Трищенко Д.А. Разработка творческой концепции рекламного продукта // Учебное пособие, 2016. – С. 44–47.
4. Трищенко Д.А. Разработка творческой концепции рекламного продукта // Учебное пособие, 2016. – С. 82–101.
5. Буратова Т.Ю. Формирование дизайн-концепции в рамках курса художественное проектирование интерьера // Научная статья, Известия КГАСУ 2014. – №4 (30).
6. <https://www.advesti.ru/publish/design/nelson>.
7. <https://koloro.ua/razrabotka-reklamnoj-koncepcii.html>.
8. <https://pixmedia.ru/dizayn-koncepciya-proekta-razrabotka-koncepcii-dizayna>.
9. https://rus-media.pro/articles/kratkaia_istoriia_razvitiia_reklamy.
10. <https://adbuild.net/blog/istoriya-reklamy-ot-drevnosti-do-nashih-dnej>.