

ВЕКТОРНІ ЗОБРАЖУВАЛЬНІ СКЛАДОВІ ЯК ОСНОВА РЕКЛАМНИХ ЗВЕРНЕНЬ

Правдіна Т.Р., Кузнєцова М.О., Глібко О. А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Структура рекламних звернень традиційно складається з вербальної і образотворчої компонент. Остання, завдяки психологічним особливостям людського сприйняття, найбільш активно впливає на споживача. В комерційній рекламі в багатьох випадках необхідно описати рекламований товар або послугу, вигідно представити їх переваги та унікальність. Особливістю соціальної реклами є добре відома тематика, що не дуже потребує вербальної підтримки. Її найбільш ефективна лексична складова - слоган, як правило, одне коротке речення. Тому зростає роль образотворчих елементів, що несуть головне смислове навантаження.

В цих умовах використання векторної графіки дає певні переваги. Насамперед це можливість реалізувати будь-який задум автора, без необхідності застосування фотографічних зображень реальних об'єктів, оскільки образи створюються безпосередньо на основі його фантазії та ідеї рекламного звернення. Векторна графіка надає можливість необмеженого збільшення отриманого зображення без втрати його якості. Крім того, у разі, коли рекламне звернення є частиною рекламної кампанії, виникає можливість створення в подальшому анімованих продуктів на основі його графічних складових.

В даній публікації представлені роботи студентів 1 курсу Механіко-технологічного факультету, надані на Міжнародний зимовий дистанційний бліц конкурс з веб-дизайну та комп'ютерної графіки «Молодь за здоровий спосіб життя», що проходив у 2017 р. у Вінницькому національному технічному університеті.



Правдіна Т.Р. група МТ466
(III місце)



Кузнєцова М.О. група МТ46а

Ефективним є також реалізований у одній з робіт прийом застосування систем піктограм з метою донесення задуму автора до спостерігача в інтуїтивно зрозумілій стислій формі.