

## АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ТРЕНДІВ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В МУЛЬТИМЕДІЙНИХ СИСТЕМАХ

Викладач II кваліфікаційної категорії О.Г. Нестерук, студентка А.О. Бабич, Відокремлений структурний підрозділ «Полтавський політехнічний фаховий коледж Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», м. Полтава

Ми живемо в часи нестабільності, і це відбивається в багатьох сферах життя, в тому числі і дизайні. Тренди відображають дух епохи, наші цінності і прагнення. Деякі з них короткострокові, а інші довго зберігають актуальність. Розглянемо найбільш популярні:

– Елементи природи. У графічному дизайні спостерігається тенденція до використання форм та кольорів, натхнених пейзажами, деревами, листям і тваринами.

– Абстрактність. Чіткі форми і лінії поступово відходять у минуле, а їх місце займають абстрактні елементи. Вони відмінно контрастують із суворим макетом і привертають увагу глядача.

– 3D-типографіка. Тривимірні букви різних форм, кольорів і розмірів, як анімовані, так і статичні, виглядають дуже ефектно. Вже зараз їх можна побачити всюди: на сайтах, білбордах і в друкованих виданнях.

– Символи. Символи використовувалися ще в доісторичні часи, задовго до появи графічного дизайну. Зараз вони використовуються, щоб розкрити ідею і представити продукт. Зазвичай вони представлені значками, іконками та словами і допомагають долати мовний бар'єр.

– Монохромність. Чорно-білий фон відмінно поєднується з текстом, а також графікою, символами і зображеннями.

– Ретрофутуризм. Цей стиль викликає ностальгію за часами, коли люди мріяли про повністю автоматизованому майбутньому з літаючими машинами та дослідженнями далеких галактик.

– Геометричні форми. Навіть прості геометричні форми можуть додати велике значення дизайну. Геометричні форми відмінно підходять як для 2D, так і 3D-дизайну.

– Класичні вінтажні шрифти. Останнім часом випускається все більше елегантних шрифтів в вінтажному стилі. Наприклад, Glamour Absolute, який підійде для різних проектів. Ці шрифти додають приємний ефект старовини в дизайн.

– Емоджі. Соціальні мережі впливають не тільки на наше повсякденне життя, але і на тренди графічного дизайну. Так як емоджі - популярний спосіб візуалізувати емоції і душевний стан, дизайнери почали застосовувати їх при створенні сайтів і упаковки продуктів.

Всі тренди, що були розглянуті - це реакція на швидко мінливий світ навколо нас. Ми точно знаємо, що в даний час користувачі перевантажені інформацією і контентом. Їм потрібні більш прості, мінімалістичні рішення з

інтуїтивним інтерфейсом, смайликами і розмитими елементами, які підказують, куди дивитися.

## **АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РЕКЛАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

Викладач С.М. Марченко, студент М.О. Матвієнко, Відокремлений структурний підрозділ «Полтавський політехнічний фаховий коледж Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», м. Полтава

За допомогою сучасних технологій інтернет-реклама може бути представлена в різноманітних форматах та видах, цілі яких також полягають у тому, щоб донести інформацію до споживачів, досягти більшого рівня впізнаваності компанії, створити її позитивний образ та підвищити лояльність клієнтів віртуальне середовище.

Одним із найпоширеніших форматів реклами є медійна. Медійна реклама є переважно банери, які впливають на користувача за допомогою свого емоційного змісту, спрямовані на зорове сприйняття. Банерна реклама має тісну подібність із зовнішньою рекламою та рекламою в пресі. Крім банерів, можна побачити і текстові посилання в ролі медійної реклами. Метою є привернути до себе увагу, зробити так, щоб таку рекламу помітили. Щоразу під час знаходження в Мережі майже на всіх сайтах ми стикаємося з величезною кількістю банерів різних форм, стилів та змісту.

Бувають випадки, коли медійна реклама зовсім не пов'язана з певним сайтом. Прикладом може бути реклама сезону розпродажів у певному магазині або текстові повідомлення (у формі медійної реклами) про вигоди, низькі ціни із зазначенням номера телефону, завдяки якому виникає негайний відгук клієнтів у вигляді дзвінків. У користувача просто не виникає необхідності переходити на сайт, якщо на банері представлена вся необхідна інформація.

Відповідно до специфіки різноманіття банерної реклами, існують такі типи:

– Графічні неанімовані банери у форматі GIF, JPEG-картинок та анімовані Flash-банери;

– Rich-media - Flash-банери, що відкриваються поверх вмісту сторінки. Такі банери за допомогою спеціальних технологій можуть набувати абсолютно різних форм (плаваючі зображення, розхлопуються («розхлопи») і банери, що відкриваються, відкриваються куточки, банери, що стежать за мишкою і т.д.), завдяки чому така реклама є інтерактивною.

– Top-line - рекламні смуги (розтяжки), що розташовуються над основним матеріалом сторінки та займають всю ширину вікна браузера. Найчастіше, коли йде завантаження сайту, реклама виглядає як великий банер на весь або майже весь екран, але після повного завантаження сторінки, банер набуває вигляду розтяжки.