

Грицай В.В.

Арич М.І., к.е.н., доц.

Національний університет харчових технологій, м.Київ, Україна

ДИНАМІЧНІ ЗОБРАЖЕННЯ В РЕКЛАМІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

В сучасному господарюванні візуальна комунікація відіграє одну з найважливіших роль у ефективній маркетинговій стратегії підприємства. Якісна візуальна комунікація допомагає підвищити впізнаваність бренду на ринку. Як джерело матеріалів у процесі виконання даної роботи були використанні статті та дослідження з інтернет-джерел. Для виконання роботи було застосовано методи аналізу, узагальнення, системного підходу.

В сучасних умовах, коли споживачів оточує безмежна кількість реклами, з'явилася необхідність пошуку нових, незвичайних способів візуальної комунікації, щоб звернути на себе увагу споживача та зацікавити його у своїй пропозиції. Для цього можна використовувати різні види візуальної комунікації: статичні зображення, динамічні зображення, рухомі зображення. Кожен із цих видів зображень ділиться ще на свої підвиди.

На сьогоднішній день динамічні зображення в рекламі набирають популярності, так як це хороший спосіб звернути увагу споглядача на зображення і змусити роздивлятися його. Динамічні зображення – це зображення, що мають елементи, які створюють ефект руху.

Прикладами реклами з динамічним зображенням можуть слугувати: реклама диснейленду з персонажами зоряних війн, реклама від ВВС із зображенням громадянської війни, реклама скотчу від 3M holds тощо. Дані приклади зображені на рис. 1 [1].



Рис. 1.1. Приклади використання динамічних зображень в рекламі як інструменту візуальної комунікації

Проаналізувавши дані приклади, можна зробити висновки, що реклама із динамічними зображеннями виглядає незвично та привертає на себе увагу. Тому використання такого способу візуальної комунікації допоможе більше зацікавити споживачів у бренді.

Отже, динамічні зображення – це цікавий спосіб привернення уваги споживача у візуальній комунікації. З його допомогою можна ще більше привернути увагу клієнтів та потенційних клієнтів до свого бренду. Також варто відмітити, що використання динамічних зображень в рекламі як інструменту візуальної комунікації є важливим та дієвим інструментом підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання як в Україні, так і для іноземних підприємств.

Список використаних джерел

1. 50 прикладів крутої реклами від справжніх геніїв: неймовірні фото. 24LIFE. Веб-сайт. URL: https://life.24tv.ua/50-prikladiv-krutoyi-reklami-vid-spravzhnih-geniyiv-ostanni-novini_n1510404

2. Амосов О. Ю., Діденко Н. В., Лебедева Ю., (2015). Брендинг як основний інструмент маркетингу в Україні. Інвестиції: практика та досвід. Київ. Вип. 12. С.10-12.

3. Удріс Н. Візуалізація комунікативної практики як домінанта соціальної комунікації першого десятиріччя XXI ст. / Наталя Удріс // Наукові праці: науково-методичний журнал. – Вип.199. Т.211. Соціологія. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. – С. 38–43.