

НОВЫЕ ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА: КРАТКИЙ ОБЗОР

Т. В. Бачурина,

*старший преподаватель кафедры информационных технологий
в культуре Белорусского государственного университета
культуры и искусств*

С развитием компьютерных технологий в современной рекламе, как и в других сферах общественной жизни, произошли серьезные качественные изменения.

Рынок компьютерных технологий представлен огромным разнообразием программных средств. Но для организации успешной рекламной кампании необходимо выбрать для дальнейшего использования более функциональные программы, о правильном выборе которых и пойдет речь в данной статье.

Профессиональные художники и дизайнеры создают в графических редакторах логотипы, фотоколлажи, афиши, открытки, элементы оформления для полиграфической продукции (рекламных объявлений, буклетов, визиток, листовок, брошюр), для веб-дизайна, для мультимедийных презентаций, киноиндустрии и анимации [1, с. 488].

На профессиональном рынке дизайнеров рекламного бизнеса отлично себя зарекомендовали такие пакеты, как CorelDraw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop и Adobe Photoshop Lightroom, Adobe Animate, Adobe InDesign, Adobe Premiere, Autodesk 3ds Max, Autodesk Maya, 3D Adobe After Effects, Maxon Cinema 4D и др.

Каждый из названных пакетов ориентирован в основном на свои направления в рекламной деятельности. Поэтому охарактеризовать их целесообразнее именно с этой точки зрения.

В сфере полиграфической рекламной продукции можно выделить три ведущих направления: векторная графика, растровая графика и 3D графика.

CorelDraw и Adobe Illustrator – самые функциональные редакторы в создании векторной графики. Corel Draw используется при создании заготовок телезаставок, рекламы, в оформлении презентаций, создании веб-сайтов. Adobe Illustrator – ли-

дер в векторной графике. С помощью этой программы можно создавать логотипы, визитки, календари, рекламные листовки, другую рекламно-полиграфическую продукцию.

Следующее направление в полиграфической рекламе – растровая графика. Растровые изображения, в отличие от четкой контурности вектора, делают акцент скорее на зрелищности и фотореалистичности. Несомненным лидером здесь является Adobe Photoshop – самый популярный графический редактор, лучшая программа для работы с растровыми изображениями. Возможности его практически безграничны: от рисования до создания коллажей; от ретуширования фотографий до подготовки изображений к печати. Его «соратник» – Adobe Photoshop Lightroom – создан для работы с цифровыми фото, без него сложно представить работу с фоторекламой. Пакет используется для «проявки» «цифровых фотонегативов», для ретуши уже отснятой фоторекламы и организации фотокаталога, прошедшего пакетную обработку.

Рекламу важно не только зрелищно оформить, но и правильно сверстать и скомпоновать макет. Здесь лидирующую позицию занимает Adobe InDesign. Adobe InDesign – программный пакет верстки, который служит для подготовки и макетирования полиграфической продукции, создания интерактивных PDF-презентаций и изданий. В рекламной деятельности Индизайн применяется для верстки рекламных брошюр, брендбуков и буклетов.

Следующее «трендовое» направление компьютерных технологий – 3D графика. Среди ведущих программ этой индустрии можно назвать следующие: Autodesk 3ds Max, Autodesk Maya, 3D Adobe After Effects, Maxon Cinema 4D, Lightwave 3D. Подробнее на них останавливаться не стоит, поскольку, имея практически аналогичный функционал, данные программы направлены на создание и моделирование трехмерных объектов, применение к ним различных материалов, настройку их освещения и спецэффектов. Кроме того, программы имеют довольно мощный инструментарий для таких сфер функционирования рекламы, как телевидение, киноиндустрия и анимация.

Программа Adobe Premiere является мощным средством монтажа и обработки видео и аудио в реальном времени. Дан-

ный редактор был создан для нелинейного монтажа рекламного видео. Благодаря своему функционалу, программа обеспечивает точный контроль практически за каждым этапом создания видеорекламы. Без Adobe Premiere сложно представить создание современных телезаставок, трейлеров, рекламных роликов, анимированных логотипов и т. д.

Анимационные эффекты динамичны, образны, зрелищны, а значит, и действенны с точки зрения воздействия на потребителя. Так что можно смело говорить, что анимационная реклама – очень эффективный прием рекламирования товаров или услуг. Здесь необходимо упомянуть программу Adobe Animate, направленную на создание всех типов анимации в рекламной среде.

Организация рекламной кампании – процесс достаточно сложный, требующий временных, финансовых и эмоциональных затрат, использующий большое количество профессионалов в своей подготовке. При организации рекламной кампании специалисты часто прибегают к использованию различного программного обеспечения. Поэтому стоит отметить, что процесс подготовки рекламной кампании, соответствующей современным требованиям, требует не только большого творческого потенциала, но и высокой квалификации в компьютерном дизайне.

Вместе с тем современные графические средства разрабатываются таким образом, чтобы предоставить возможности для создания и обработки изображений не только профессионалам, но и обычным пользователям, не имеющим специальной подготовки в области художественного дизайна [2, с. 20].

Специальные компьютерные эффекты для рекламы требуют для своего создания 3D-моделирования с последующим просчетом отдельных элементов композиции или целой сцены, либо двумерного моделирования, которое тесно смыкается многослойным композитингом.

Кроме того, анимационные рекламные проекты могут содержать экзотические декоративные элементы в виде сканированных фрагментов рукописных текстов, рисунков, выполненных в ручной технике, и т. п. В проектах все эти приемы придают рекламному продукту своего рода эксклюзивность, а преимущества новых технологий позволяют не только быстро соз-

давать разнообразный рекламный продукт, но и оперативно, гибко вносить в них изменения, что является значительным отличием от докомпьютерных технологий.

Обзор средств, используемых в рекламных кампаниях, показал, что компьютерные технологии применяются во всех рекламных средствах. Стоит отметить, что организация рекламных кампаний в современном техногенном обществе не существует без использования компьютерных технологий.

Белорусский рекламный рынок требует качественного, профессионального продукта, с наименьшими временными и финансовыми затратами. Анализ возможностей и особенностей современных программных средств позволил выбрать программные пакеты, которые наиболее приемлемы для создания качественного рекламного продукта.

1. *Бачурына, Т. В.* Способы создания визуальной рекламы / Т. В. Бачурына // Культура. Наука. Творчество : сб. науч. статей / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: В. М. Черник (пред.) [и др.]. – Минск, 2016. – С. 488–492.

2. *Вэн Дам, Э.* Пользовательские интерфейсы нового поколения / Э. Вэн Дам // Открытые системы. – 1997. – № 6. – 127 с.

О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ТЕКТНИЧЕСКИХ И АРХИТЕКТНИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ В ПОЛИФОНИЧЕСКОМ МНОГОГОЛОСИИ

Н. Н. Беличенко,

*кандидат искусствоведения, доцент, докторант кафедры теории
музыки Харьковского национального университета искусств
имени И. П. Котляревского*

Целью работы является обнаружение общенаправляющих факторов в организации неимитационного и имитационного многоголосия на тектоническом и архитектурном уровнях композиции в исторически сложившихся полифонических жанрах-формах. В связи с поставленной целью возникает необходимость в предварительном определении коррелятивных понятий «тектоника» и «архитектоника», заимствованных из