

# ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

*Т. В. Бачурина,*

*магистр гуманитарных наук, старший преподаватель  
кафедры информационных технологий в культуре  
Белорусского государственного университета культуры и искусств*

Современные компьютерные технологии представлены огромным разнообразием программных средств, повлиявших на качественные изменения в современном рекламотворчестве. Рассмотрим основные направления использования компьютерных программ и особенности их правильного выбора.

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.

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

Каждый из вышеуказанных 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 трехмерная (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 web-сайтов. Adobe Illustrator – лидер в векторной графике. С помощью этой программы можно создавать логотипы, визитки, календари, рекламные листовки и другую рекламно-полиграфическую продукцию.

В отличие от четкой контурности вектра, растровые изображения делают акцент скорее на зрелищности и фотореалистич-

ности. Несомненным лидером в растровой графике 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. Это – программный пакет верстки, который служит для подготовки и макетирования полиграфической продукции, создания интерактивных PDF-презентаций и изданий; в рекламной деятельности применяется для верстки рекламных брошюр, брендбуков и буклетов.

Следующее «трэндовое» 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. 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.

Мощное средство монтажа и обработки видео и аудио в реальном времени – программа Adobe Premiere. Данный 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. 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.

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 компоузингом.

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 создавать 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.

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 про-

цесс подготовки рекламной кампании, соответствующей современным запросам, требует не только большого творческого потенциала, но и высокой квалификации в компьютерном дизайне.

1. *Бачурына, Т. В.* Способы создания визуальной рекламы / Т. В. Бачурына // Культура. Наука. Творчество : сб. науч. ст. / 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 ВНЕМУЗЫКАЛЬНЫХ СИМВОЛАХ В БАЛЕТЕ «МАКБЕТ» В. КУЗНЕЦОВА – Н. ФУРМАН**

***В. В. Беглик,***

*кандидат искусствоведения,*

*старший преподаватель кафедры теории музыки*

*Белорусской государственной академии музыки*

Исследователю, изучающему многообразные формы проявления символики в музыке, и в частности в музыкально-театральных произведениях белорусских композиторов, сложно пройти мимо опуса, жанр которого обозначен как балет-символ. Речь идет о балете «Макбет» композитора В. Кузнецова и Н. Фурман, выступившей в качестве либреттиста, хореографа и постановщика. Напомним, что работа над данным музыкально-хореографическим произведением, созданным по одноименной трагедии В. Шекспира, велась в 1999–2000 гг., в июне 2000 г. состоялась премьера спектакля на сцене НАБТ РБ (дирижер-постановщик О. Лесун, художник-постановщик Т. Корако).

«Макбет» тотально символичен. Символическому осмыслению подвергаются фактически все музыкальные и внемузыкальные составляющие содержания произведения. Относительная компактность балета указывает на проявление в нем такого свойства символа как содержательная емкость и концентрированность. Так же как и иные музыкально-театральные спектакли, отмеченные символическим содержанием, например большинство балетных опусов Р. Щедрина, «Макбет» отличает многослойность художественно-содержательного простран-