



УДК 7.12.311.659

## АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ

КОЛІСНИК Олександра, ГУЛА Євген, БОЛДИРЕВА Ольга  
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна  
[leologan.sama@gmail.com](mailto:leologan.sama@gmail.com)

*Досліджено та проаналізовано функціональні та візуальні особливості дизайну реклами ігор, що розміщують на просторах Інтернету. Акцент зроблено на найпоширенішому виді Інтернет-реклами в сфері ігор – банерах. Виявлено головні аспекти дизайну та розміщення Інтернет-реклами. Проаналізовано їх вплив на сприйняття реклами користувачами та структуровано одержану інформацію у стислий інформативний текст.*

**Ключові слова:** дизайн, Інтернет, ігри, Інтернет-реклама, банер, Інтернет-банер.

### ВСТУП

Поширеним є трактування, що наразі популярним і не дуже витратним способом просування будь-якої продукції на даний момент є розміщення реклами в інтернеті. Це обумовлено тим, що інтернет надає великий спектр можливостей для успішного рекламування та допомагає слушній комунікації між компанією та споживачами. В час цифрових технологій, коли кожний третій мешканець планети має доступ до інтернету, переважна більшість звикла отримувати значну частину інформації про нову продукцію та пропозиції компанії завдяки різним тематичним інтернет-платформам. У сфері ігор використання таких платформ для реклами також є дуже важливим елементом маркетингу, який дозволяє збільшити шанси популяризації нових проектів.

Спираючись на соціологічні дослідження, зазначимо, що головним аспектом просування реклами є її грамотний дизайн та правильно обраний спосіб розміщення. Підкреслимо, що реклама – є традиційною сферою графічного дизайну, в якій вагоме місце успіху залежить від правильно розробленого дизайну-проекту. Головним завданням дизайнера є вдале розроблення концепції головної ідеї, яка здатна швидко ознайомити цільову аудиторію з конкретною інформацією про продукцію, а також відповідно представленим її візуальним образом мотивувати зацікавленість рекламованого товару чи послуги [2].

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Затребуваність інтернету як платформи для просування різних видів реклами спонукає на вивчення особливостей та аспектів філософії успішного маркетингу. Метою статті є дослідження аспектів дизайну реклами для інтернет-простору, а саме банерів до комп'ютерних ігор; аналіз успішності



використання певних дизайнерських прийомів; виявлення особливостей впливу дизайну та розміщення на сприйняття реклами споживачами.

### **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ**

Починаючи з 1997 року і до цього часу самим використовуваним недорогим форматом інтернет-реклами вважається банерна реклама. Особливо актуальне її використання для рекламування комп'ютерних ігор та розміщення важливої інформації щодо тимчасових акцій на тематичних сайтах. І. І. Спішкін зазначає, що кожен банер містить унікальне рекламне повідомлення, яке може мати вигляд статичного чи анімованого зображення, а також містити інтерактивні елементи для привернення уваги цільової аудиторії. Оголошення розміщують окремими блоками, і крім короткого актуального рекламного тексту також додають мініатюрне зображення рекламованого продукту чи персонажа [3].

В результаті аналізу наукової літератури по темі дослідження та аналогів рекламної продукції, можемо зазначити, що важливими аспектами дизайну інтернет-реклами, зокрема банерів, є: коректне масштабування у форматі, мінімум елементів, правильна добірка шрифту та сам зміст тексту [4], правильне використання простору та особливостей композиції, підбір кольорів, а у разі прив'язки банера до певного сайту, врахування його дизайну останнього [1].

Композиція є фундаментом будь-якого дизайн-проєкту. Комбінування знань про основи композиції, розуміння психології людини та правильного аналізу особливостей рекламованого продукту, дає можливість створити комерційно успішний проєкт, який спричинить бажаний ефект. Аналіз показав, що у випадку з рекламою ігор головним елементом банера завжди є персонаж. Від його розміщення на форматі залежить реакція користувачів, тому треба враховувати характеристики гри та самого персонажу при створенні композиції. Статичні та динамічні пози персонажів сприймаються по різному та можуть демонструвати характер персонажа і самої гри. Також не менш важливим є правильне компонування персонажа з текстовим повідомленням та співвідношення з іншими графічними елементами.

Проаналізувавши аналоги, було виявлено, що найпоширенішим видом композиції елементів в інтернет банерах до ігор є розміщення персонажа на форматі ліворуч або праворуч від зображення моментів гри чи тексту (рис. 1). Якщо банер містить додаткове зображення (рис. 2) текстове повідомлення розміщують переважно зверху або знизу, використовуючи при цьому жирний і зрозумілий шрифт. Для привернення уваги розміщують персонажів з гри одного чи обох статей, можуть збільшити їх кількість, щоб продемонструвати вибір зброї та стилю одягу для більшої зацікавленості користувачів. Також, як фон можуть додавати спеціальні локації з гри для передачі атмосфери і більш цілісного вигляду графічного зображення. Слогани зазвичай описують та підтримують те, що відбувається на зображенні гри, адже у випадку ігрового контенту для користувачів важливіша красива візуалізація, ніж текстові повідомлення, якщо вони не стосуються тимчасових пропозицій чи акцій, як на Рис.1, де текст також графічно виразний, як і персонажі. Отже, можна сказати, що домінуючим елементом, який привертає найбільше уваги, зазвичай є



персонаж, а потім вже все інше, що можна побачити на Рис.2. Винятком може бути рекламне повідомлення про знижки та спецпропозиції.

У випадку, коли на банері зображено персонажа та елементи ігрового процесу (рис.2), важливу роль грає масштабність персонажу щодо інших елементів композиції банера. Якщо персонаж за розміром буде пропорційний або менше зображення з гри, то зливатиметься і ефект головного елемента композиції втратиться.



**Рис. 1.** Банер зі спец пропозицією до гри «Naraka»



**Рис. 2.** Банер до гри «Forsaken World: Gods&Demons»

Підбір кольорів також важливий етап розробки будь-якого дизайн-проекту. Колір має психологічний вплив на людей, тому грамотне та гармонійне використання кольору в рекламі привертає більше уваги, покращує запам'ятовування та сприяє виклику певних емоцій в аудиторії, підкреслює окремі елементи реклами (у випадку з рекламою ігор – атмосферу гри та персонажів). Важливо привернути увагу та змусити перейти на сайт. На банері (рис. 1) завдяки правильно підібраній колірній гамі персонажі та текст виділяються, створюючи контраст, задній план не перетягує на себе увагу, а є гарним доповненням.

Також було зазначено, що дуже багато елементів може перевантажити композицію, адже варто враховувати невеликий розмір інтернет-банерів. Тому на форматі розміщують лише найголовніше, а кількість тексту скорочують для кращого сприйняття. Головна мета банера – привернути увагу до гри, спонукати людину перейти на офіційний сайт, а всю важливу інформацію щодо гри розміщують вже на ньому. Текстові повідомлення повинні приваблювати (наприклад, у випадку зі знижками, виділяючи відсотки, можна привернути більше уваги споживачів) чи підкреслювати зображене на банері, акцентуючи увагу на можливостях гри, а також мати гарний та зрозумілий шрифт. Текстове повідомлення на рис. 2 спонукає пограти та описує можливості персонажів гри до польоту, що демонструється у рамці з ігровим моментом.

Правильний вибір шрифту до рекламного тексту має значення. Текст є основним інструментом візуальної передачі та полегшення сприйняття потрібної інформації. Його роблять зрозумілим при прочитанні та приємним для очей. Використовуючи різні види шрифтів дизайнер може підкреслити індивідуальність гри та привернути більше уваги користувачів. Для цього існує



безліч видів шрифтів від гильветики до гротеску, які мають свої індивідуальні та цікаві особливості написання [5].

### **ВИСНОВКИ**

Підводячи підсумок можна сказати, що дизайн банерів для інтернет простору дуже простий і має зрозумілий шаблон, який використовують при розробці різні компанії. Головним при розробці є правильний вибір композиції, кольорів, елементів, що будуть розміщені на банері та підбір шрифтів. Якщо підійти до дизайну більш оригінально, то можна привернути більше уваги. Але якщо компанії треба розмістити банер на сайті, то підійде й простий шаблонний дизайн.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Басова С. Н. Психология дизайна рекламы и средств её распространения. *Молодой учёный*. 2012. №8. С.259-267.
2. Курушин, Владимир. *Дизайн и реклама. От теории к практике*. Litres, 2022. С. 14-19.
3. Епишкин И. И. Интернет-реклама как инструмент повышения экономического развития страны. *Вестник МГЭИ*. 2019. №. 1. С. 44.
4. Власюк Наталія. Дизайн банерної реклами: що важливо знати. 2019. URL:<https://marketer.ua/ua/banner-advertising-design-what-is-important-to-know/> (дата звернення: 22.03.2022)
5. Якушина В. В. Особливості шрифтів та їх застосування в композиції. В. В. Якушина; наук. кер. Є. П. Гула, О. А. Пільгук. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28 квітня 2017 р., Київ)*. К.: КНУТД, 2017. Т. 1: *Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення*. С. 548-549.

### **KOLISNYK O., BOLDUREVA O., GULA Y. ANALYSIS OF COMPUTER GAME ADVERTISING DESIGN FEATURES FOR INTERNET SPACE**

*The functional and visual features of the design of advertising games placed on the Internet were studied and analyzed. Emphasis is placed on the most common type of online advertising in the field of games - banners. The main aspects of the design and placement of online advertising are identified. Their influence on the perception of advertising by users is analyzed and the received information is structured into a concise informative text.*

**Key words:** design, Internet, games, online advertising, banner, Internet banner.