

УДК 766:655.533:659

## СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ІЛЮСТРАЦІЙ І ОФОРМЛЕННЯ РЕКЛАМНИХ КАТАЛОГІВ

К.В. АНДРІЙЧУК, О.П. СТРИЖОВА  
Хмельницький національний університет

Каталоги за своїм призначенням і наповненням бувають: періодичні, іміджеві та рекламні. Рекламні каталоги є найбільш розповсюдженими об'єктами графічного дизайну. Рекламні каталоги завжди яскраві та привабливі, а також дуже інформативні поліграфічні видання, що добре принадять покупців чи клієнтів. Також, в них подають максимум корисної інформації потенційним чи постійним клієнтам, яка необхідна для прийняття рішення відносно придбання продукції з каталогу [1].

Рекламний каталог – одне з найбільш функціональних видань, а його виробництво здійснюється на основі сучасних дизайнерських, комп'ютерних, друкарських технологій, що дозволяє виготовляти такі екземпляри, які могли б задовольнити запити найвимогливіших замовників. Грамотно побудований та оформлений каталог буде викликати активну зацікавленість у потенційних та існуючих споживачів або клієнтів.

Сучасні комп'ютерні технології створення і оформлення графічних об'єктів та розвиток віртуального середовища сприяли появі нового виду рекламних каталогів – електронного. Разом із друкованими, графічні дизайнери розробляють цифрові аналоги рекламних каталогів (рис. 1).

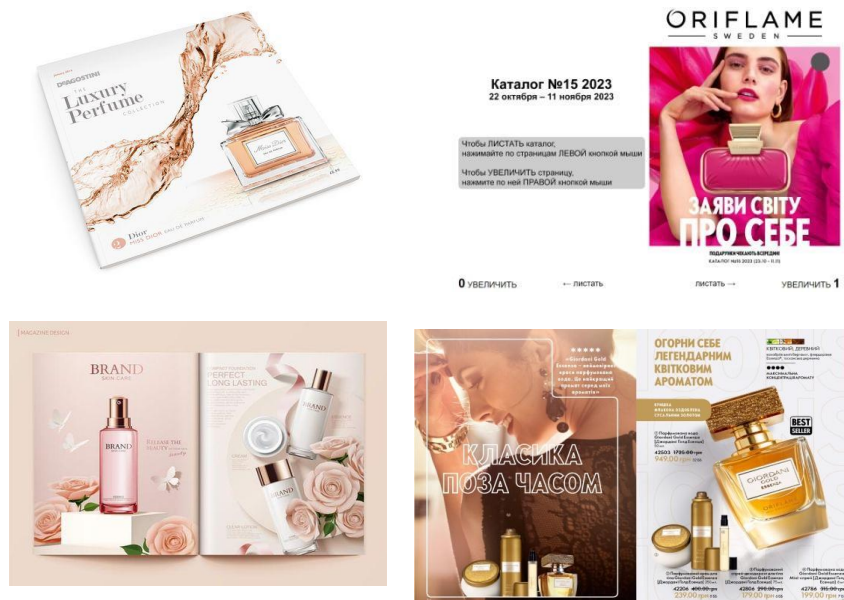


Рис. 1. Друковані рекламні каталоги та їх електронні аналоги

Для дизайну друкованих каталогів використовують фотографії предметної зйомки каталожних об'єктів (рис. 2, а), різні прийоми їх графічного оброблення та різні види колажів і зображувально-шрифтових композицій (рис. 2, б), працюють з шарами зображень за допомогою комп'ютерних графічних редакторів, використовують їх накладання, змішування, різні типи прозорості.

Перевагами друкованих рекламних каталогів є структурованість, креативні візуальні рішення, застосування вартісних матеріалів – високоякісний папір, картон, ефектні типи друку: офсетний, цифровий, ультрафіолетовий, з тисненням, з лазерним вирізанням, із спеціальним покриттям, напиленням чи матовою ламінацією (рис. 2, в).

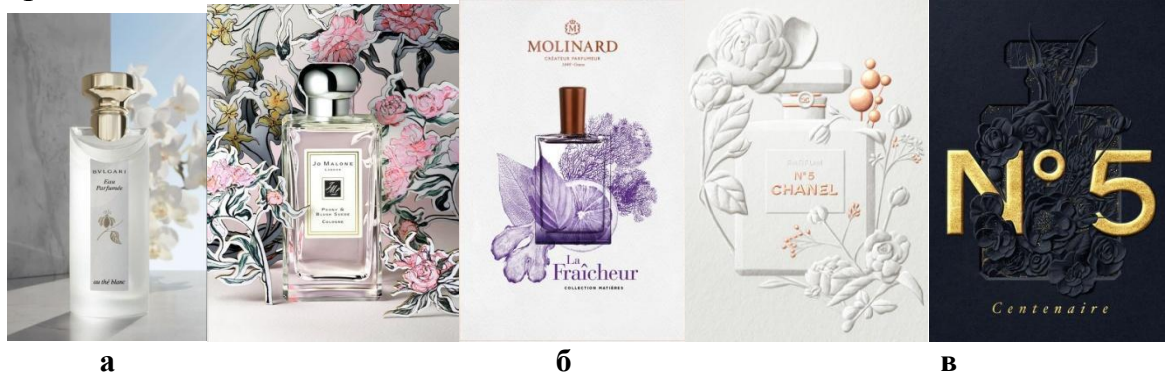


Рис. 2. Прийоми створення ілюстрацій і виготовлення сторінок друкованих рекламних каталогів: а) як фотографія предметної зйомки; б) як колаж; в) з тисненням та напиленням

Такий вид друкованих рекламних каталогів замовляють для виставок, їх презентують партнерам по бізнесу, також друковані каталоги можна побачити на інформаційних стійках чи презентаційних вітринах в офісах [1].

Електронні каталоги мають власну перевагу: високоякісна візуалізація та реалістичність, а також вони не потребують ресурсів їх друк і розповсюдження. Такі каталоги доступні через Інтернет-мережу.

Для створення ілюстрацій електронних рекламних каталогів також використовують фотографії, шрифти, інші елементи дизайну та комп'ютерні графічні редактори. Ілюстрації в електронних рекламних каталогах розробляють у вигляді 2D-зображень, або з ефектом об'ємності предметів і глибини кадру, як 3D-зображення (рис. 3).



Рис. 3. 3D-ілюстрації в електронних рекламних каталогах

Такі каталоги розміщують на сайтах компаній, які виготовляють чи продають продукцію з електронних каталогів.

Електронними рекламними каталогами можна вважати акаунти в соціальних мережах, наприклад, Instagram, на яких також розміщені фотографії товарів (рис. 4).



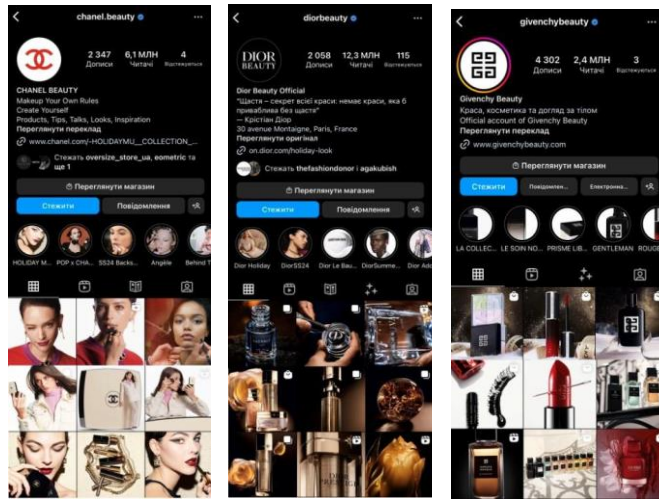


Рис. 4. Рекламний контент для електронних каталогів в соц. мережах

Також для створення рекламного контенту і оформлення електронних рекламних каталогів застосовують 3D-анімацію, яку розробляють у форматах, що підходять для мобільних додатків електронних ресурсів відомих брендів, які можна переглянути на телефоні (рис. 5).



Рис. 5. Слайди 3D-анімації електронного рекламного каталогу у форматі мобільного додатку для телефону

Інноваційними технологіями для створення ілюстрацій і зображень для рекламних друкованих та електронних каталогів є генерування зображень за допомогою AI-сервісів на основі штучних нейронних мереж [2]. AI-сервіси дуже зменшують час візуалізації та дають велику кількість художніх рішень для оформлення друкованих і електронних рекламних каталогів (рис. 6).



Рис. 6. Генерування візуалу для рекламного контенту за допомогою AI-сервісів

## Література

1. Каталог як поліграфічна продукція [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://306.com.ua/products/katalogi/>.
2. Дослідження можливостей використання штучного інтелекту у візуальному та комунікативному видах генеративного дизайну / О.Стрижова, Е.Базилук // Вісник ХНУ. – 2023(323).– №4. – С.307-309. DOI 10.31891/2307-5732-2023-323-4-307-3079. URL <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=18723>