

Паришина Екатерина Сергеевна

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кубанский государственный университет»*

СВЕТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ РЕКЛАМЫ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Реклама представляет собой структурный компонент информационно-коммуникативного пространства современного общества и важный элемент массовой коммуникации. Она информирует людей о предстоящих событиях и мероприятиях городского пространства и его общественной жизни, создает связь между людьми, убеждает потребителя в необходимости приобрести тот или иной товар. Наружная реклама давно стала неотъемлемой частью городской среды.

Образ городской среды непрерывно меняется. Сегодня он состоит из трех аспектов чувства масштабности: первый - пути, второй – застройка, третий - объединение первых двух (реклама, скамейки, часы, цветы и т.д.). Каждый из носителей тяготеет к своей пространственной зоне: первый - к уровню земли, второй тянется вверх, третий - привязан к первым двум. И все три непосредственно участвуют в формировании городского пространства.

Ежегодно, городская среда подвергается модернизации. В основном это происходит за счет изменения дизайна городского оборудования (мебель, наружная реклама), жилых и коммерческих построек. Полное изменение предметного составляющего городского пространства происходит примерно каждые 20-30 лет – определяются новые бытовые процессы, новые приемы ландшафтного дизайна и малые архитектурные формы, увеличивается количество подземных и наземных переходов в связи с ростом количества



населения увеличения социальных групп (слабовидящие, инвалиды). Внешний вид оборудования интегрируется в среду города, которая определяется архитектурными формами и монументально-декоративными решениями, которые не всегда сочетаются друг с другом, а уличная реклама начинает доминировать над архитектурой фасадов построек [1].

На сегодняшний день все чаще можно заметить, что наружная реклама занимает практически все свободное пространство фасадов зданий, и из-за этого возникает множество проблем: во-первых, сами здания становятся безликими, теряются в обилии цветов, слоганов и изображений - город становится похож на большой магазин; во-вторых, общество начинает испытывать зрительный дискомфорт, поскольку вынуждено наблюдать такую картину ежедневно; в-третьих, расположение рекламных щитов не структурировано и это сводит ее эффективность к нулю.

Главным механизмом рекламы в будущем станет подсознательное воздействие на психику человека, ее неожиданность и неизбежность просмотра. Рекламные кампании уже сейчас используют особенности используемого пространства в свою пользу. Окружающая среда городского пространства подчиняется уже не бытовой, а рекламной логике и восприятию. Поэтому в качестве рекламного носителя становятся элементы уличной среды: эскалаторы, переходы и лестницы, канализационные люки, урны, турникеты, фонарные столбы, автобусные остановки, зеленые насаждения, уличная разметка, навигация и так далее. С каждым годом рынок рекламы стремительно меняется и развивается. Вместе с ним растут и требования заказчиков к эффективности и внешнему виду рекламы. В связи с этим появляются новые технологии в изготовлении рекламных конструкций.

Использование светового сопровождения в рекламе было и остается одним из самых эффективных видов коммуникации с потребителем. В дневное время суток световые вывески используются как информационные указатели, а ночью



преображают город, используя всю силу света. Сегодня редко где можно встретить хотя бы улицу, на которой не было бы световой рекламы. С появлением более экономичных источников света и материалов для светового оборудования стало возможным достигать нестандартных световых и цветовых эффектов. Появление светуправляемых систем дает возможность создавать необычные явления: эффект классического неона, контражура, объема. С помощью пленки «dual color» можно сделать так, что вывеска днем будет одного цвета, а ночью другого. Светоусиливающие, светорассеивающие пленки позволяют создавать световые эффекты за счёт изменения освещенности различных фрагментов вывески. С помощью светуправляемых пленок можно создавать множество различных комбинаций и получать все новые и новые эффекты [3].

На сегодняшний день самым популярным материалом, для изготовления световой рекламы, является неон. С момента своего появления на рынке рекламных технологий он завоевал весь мир. Ведь по долговечности и качеству неон превосходит все известные источники света, применяемые для изготовления наружной рекламы. Неон имеет самое яркое и равномерное свечение, а также обладает большим спектром цветов. При этом неон может принимать любую конфигурацию. Свет от неона заметен в любое время суток, по энергозатратам он очень экономичен, но несмотря на это обладает большой светоотдачей. У него большой срок службы и устойчивость к перепадам температур, поэтому он может быть размещен как на улице, так и в помещении.

В последнее время в качестве альтернативы неоновым трубкам стали использовать светодиодные ленты. Их улучшенные показатели относительно неона привлекают потребителей. В качестве подсветки рекламной установки используются светодиоды повышенной яркости белого свечения с широким углом обзора. Здания с нестандартными формами часто отказываются от



использования неона и других монтируемых осветительных систем в связи со сложным техобслуживанием.

Еще один вид светодиодного оборудования - светодиодные экраны. Они всегда заметны благодаря высокой яркости диодов, управление ими осуществляется с одного компьютера, что позволяет легко контролировать рекламную информацию. Кроме того, можно не только показывать видеоролики, но и организовывать прямые трансляции каких-либо знаковых событий, встреч, спортивных мероприятий и т. д. огромному числу людей. Технические возможности экранов позволяют демонстрировать качественное изображение в любое время суток и при любой погоде.

Для разрешения конфликта между фасадами здания и рекламными конструкциями можно использовать новую технологию под названием «медиафасад». Визуально это гермотрубка со светодиодной платой внутри, которая вставляется в направляющую ламель, жестко закрепленную на вертикальных несущих тросах с шагом 20-40 см. В результате сетка, смонтированная на фасад здания, абсолютно не обременяет его своим наличием. Медиафасад позволяет размещать изображения любых размеров с любым разрешением. Прозрачность конструкции составляет 80%, ее можно устанавливать на любые поверхности, в том числе ломаные. Управление такой технологией осуществляется так же, как и светодиодным экраном – с помощью одного компьютера. Если смотреть с улицы, то данная конструкция будет выглядеть как большой экран, а изнутри здания конструкция будет практически незаметна [2].

Сегодня невозможно представить городскую среду без наружной рекламы, и современное общество не в силах избежать контакта с ней. Однако, в каком виде она предстанет перед потребителем зависит во многом от знаний и опыта, полученный в процессе подготовки дизайнеров к профессиональной деятельности.

Список литературы:

1. Лаппо Г.М. Города на пути в будущее. – М., 1987.
2. Медиафасады – новое решение для фасадной рекламы // Наружка. - 2008. - № 96.
3. Световые вывески: уникальные технологии и красивые решения от компании ЗМ // Наружка. - 2009. - № 16.

