

## ВПЛИВ КОЛЬОРУ І СВІТЛА В ДИЗАЙНІ РЕКЛАМНИХ ВИВІСОК НА СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДУ

Мотузов Ю. В., студент, e-mail: [yurii.motuzov@kname.edu.ua](mailto:yurii.motuzov@kname.edu.ua)

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

**Актуальність дослідження.** Дослідження впливу кольору і світла в дизайні на сприйняття бренду реалізовано на прикладі рекламних вивісок, що використовуються компаніями для просування своїх товарів та послуг. Вивіски включають різні елементи дизайну, такі як форма, колір, типографія, освітлення тощо.

Предмет дослідження базується на наступних аспектах:

- Кольорова гама: як певні кольори впливають на емоційне сприйняття споживачів, викликаючи певні асоціації з брендом (теплі або холодні кольори, яскраві або пастельні відтінки).

- Освітлення: яким чином різні види освітлення (динамічне, статичне, інтенсивність світла) впливають на привертання уваги до вивіски та підвищують запам'ятовуваність бренду.

- Сумісність кольору і світла: як поєднання освітлення і кольорів впливає на створення позитивного або негативного образу бренду.

- Психологічні аспекти: дослідження того, як кольори та світло стимулюють купівельні рішення та впливають на емоційний стан споживачів.

Ці аспекти можуть бути ключовими для розуміння того, як дизайн рекламних вивісок впливає на загальне сприйняття бренду і залучення споживачів.

Зовнішня реклама – графічна, текстова, або інша інформація рекламного характеру, яка розміщується на спеціальних тимчасових і / або стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг або на них самих, а також на автозаправних станціях [1].

Зовнішня реклама – це носії реклами, які розташовуються поза приміщеннями, впливаючи на широку аудиторію. Це ефективний засіб, спрямовано в основному на просування споживчих товарів і послуг, брендів і розраховане на сприйняття широкими верствами населення.

Виробництво зовнішньої реклами – це виготовлення, стилістика, дизайн, монтаж рекламних носіїв на будівлях і на вулицях міста. До зовнішньої реклами відносяться: вивіски, зовнішні плакати, рекламні щити, брендмауери, світлові установки, перетяжки, козирки [2].

Варто відзначити, що зовнішня реклама не є початковим етапом рекламної кампанії, вона її продовжує. Зовнішня реклама повинна виконувати наступні функції:

- привертати увагу, перебуваючи постійно на видному місці.
- швидко «схоплюватися»;
- залишитися в пам'яті людини при мінімальному контакті;
- забезпечити високу частоту показів.

Засоби зовнішньої реклами досить різноманітні. Стосовно до міського середовища – це різні носії рекламних повідомлень, що розміщуються на території міста і розраховані на візуальне сприйняття з міського простору, а саме: дахові установки, електронні табло, панно, рекламні щити, мультимедійні установки, кронштейни, маркізи, штендери, перетяжки і т. п.

**Мета дослідження.** Відчуття інформаційного та рекламного шуму створюється, в першу чергу, через велику кількість стандартних рекламних рішень. Однак сучасні технології відкривають перед рекламодавцями принципово нові можливості, дозволяють істотно скоротити кількість рекламних площ і одночасно підвищити ефективність повідомлень за рахунок їх оригінальної подачі. Йдеться про пристрої для трансляції відеореклами – світлодіодні відеоекрани.

Світлодіодний відеобілборд, або брендмауер, призначений для чергування повідомлень декількох рекламодавців. Яскрава і барвиста відеореклама кидається в очі, а значить, виконує

свою основну задачу, забезпечення зростання впізнаваності бренду. Інноваційність, нестандартність такого майданчика, а також ємність інформаційного каналу роблять світлодіодний екран не тільки ефективним рекламоносієм, але і привабливим елементом міського пейзажу, а в деяких випадках навіть своєрідною пам'яткою.

Саме тому дослідження присвячено колірному впливу на сприйняття бренду через світлодіодний рекламний екран.

**Основні матеріали дослідження.** Розрахунок освітлювальної установки рекламних конструкцій ведеться з розрахунку висоти букв інформаційних написів і відстані, з котрої ці букви вже повинні бути помітні спостерігачем.

Розрахунок висоти букв установки залежить у першу чергу від дальності бачення, на яку розрахована реклама. Саме тому розрахунок проводився для відстані розрізнення світних букв зоровим аналізатором людини. Для того, щоб розташувати світлодіодні модулі в екрані, скористалися програмою Dialux EVO, це дозволило розрахувати яскравість лицьової панелі, а також скорегувати кількість елементів, що світять. Алгоритми програми допоможуть за наведеними числовими значеннями яскравості рівномірно розташувати світлодіоди у тілі коробу рекламної установки.

Результати світлотехнічних розрахунків показали, що розрахована освітлювальна система зовнішньої рекламної світлодіодної установки задовольняє нормативним вимогам до яскравості лицьової панелі рекламного екрану, що досягається при використанні світлодіодних модулів Philips. На освітлення витрачається близько 40% від загального енергоспоживання міста. Використання інтелектуальних систем управління рекламним освітленням дозволяє скоротити енергетичні та експлуатаційні витрати. Зменшення енергоспоживання в розмірі 30-50% важливо не тільки в економічному плані - це реальний внесок у вирішення проблеми зміни клімату та ефективного використання ресурсів.

**Висновок.** В рамках даного дослідження розроблено світлодіодний екран на сонячних батареях, що являє собою екологічне високотехнологічне обладнання для відображення зображень. Він використовує енергію сонячного світла для забезпечення енергією світлодіодний екран. Даний екран може бути встановлений в будь-якому місці, він не має ніяких кабельних з'єднань до джерела живлення. Також даний екран простий у догляді і установці. Це є відмінним вибором на заміну звичайного світлодіодного екрана.

Світлодіодний екран на сонячних батареях служить для відображення інформації на національних дорогах, високошвидкісних трасах, на міських дорогах, на вулицях, аеропортах, вокзалах, залізничних станціях та ін.

Щодо композиції, даний світлодіодний екран складається з панелі сонячних батарей, батареї, контролера зарядки і розрядки, монітора батареї, підтримуючої бази для панелі сонячних батарей, захисної коробки та ін.

Даний екран має електролюмінесцентний джерело живлення низької напруги. Даний екран відрізняється довгим терміном служби, високою ефективністю, чистотою кольорів, високою стабільністю, безпекою, низьким коефіцієнтом споживання енергії, стійкістю до шоківим навантажень і ін. Завдяки невеликому споживанню енергії, даний світлодіодний екран використовує кабелі невеликого діаметру. Вартість джерела живлення нижче на 30%, ніж вартість звичайного з кабелями звичайного діаметру. Завдяки сонячним батареям, світлодіодний екран дозволяє економити енергію і зберігати навколишнє середовище.

Даний світлодіодний екран може має дистанційний контроль, які забезпечує автоматичне налаштування яскравості і також може здійснювати контроль реального часу.

#### ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Світлотехнічні розрахунки. навч. посібник / Л.А. Назаренко, Т.В. Можаровська, В.С. Чернець ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. – 142 с.