

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ 3D-ГРАФІКИ ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

Для підтвердження ефективності використання 3D-графіки для інтернет-реклами необхідно визначити основні характеристики інтернет-реклами, які будуть виступати критеріями оцінювання під час експертного опитування та виконати експертне опитування в обраній групі експертів. Для проведення дослідження підбираються експерти, які працюють у сфері реклами та мають досвід в області розробки реклами, а також розуміють специфіку застосування сучасних тенденцій дизайну та маркетингу для інтернет реклами. Це дизайнери, маркетологи та блогери, які активно використовують рекламу в соціальних мережах. До експертної групи входить 7 експертів різної вікової категорії, які відповідають переліченим критеріям. Вони здійснюють оцінювання трьох рекламних носіїв з різними методами реалізації: за допомогою фотозйомки та монтажу (1); з використанням засобів 2D графіки (2); з використанням засобів 3D графіки (3).

Деякі характеристики бажані, тобто чим більше, тим краще. Наприклад, «варіативність (легкість змін)», «залучення уваги», «швидкість створення реклами» тощо. А деякі небажані, тобто чим менше, тим краще. Наприклад, «розмір файлу», «ціна». Тому для експертів були підготовлені роз'яснення щодо оцінювання всіх характеристик для правильної фіксації результатів опитування. Також враховувалась достатній досвід та компетентність експертів для оцінювання досить суб'єктивних характеристик, таких як «практичний досвід дизайнера» або «оригінальність реалізації». Зробимо детальне порівняння всіх зразків. Перший рекламний зразок з фотоколажем набрав найменшу суму балів – 576. Майже всі експерти відзначили низькі можливості щодо варіації рекламної композиції та легкості реалізації ідеї. Це пов'язано з тим, що навіть майстерний фотограф не може сфотографувати всі необхідні сцени для створення будь-яких композицій за бажанням замовника. Іноді для реалізації дизайнерської ідеї необхідні досить складні реквізити чи прийоми фотозйомки. Це відбивається і на можливості анімації, яка реалізується тільки за допомогою відео або обробкою за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення. Процес це досить складний, займає багато часу і впливає на високу ціну реклами.

Далі за результатами опитування йде рекламний зразок, зроблений за допомогою 2D-графіки, тобто створений дизайнером в графічних редакторах. Він набрав 582 бала. Це пояснюється тим, що створюється статична картинка. Розробка 2D-анімації потребує спеціального програмного

забезпечення та практичного досвіду дизайнера. За ціною це більш дешевий варіант, тому що над таким рекламним продуктом працює тільки дизайнер. Таку рекламу відзначає можливість легко реалізувати будь-яку оригінальну ідею. Необхідна тільки професійність дизайнера. І перший, і другий зразки дозволяють реалізувати зображення з будь-якою детальністю. Ця характеристика не впливає ні на кінцеву ціну, ні на швидкість реалізації реклами.

Максимальну суму – 731 – за результатами експертного опитування набрав зразок 3. Це реклама, зроблена з використанням 3D графіки. Легкість реалізації анімації та варіативність мають максимальне значення. В той же час для створення 3D-моделі можна задати будь-який колір, текстуру, освітлення тощо. Це і забезпечує її велику варіативність.

У таблиці 1 представлено відранжовані критерії за сумарним балом.

Таблиця 1 – Ранжування показників

№ п/п	Характеристики оцінювання	Сума балів
1	Анімація (легкість реалізації)	70
2	Варіативність (легкість змін)	68
3	Використання кольорів	67
4	Легкість реалізації ідеї	66
5	Залучення уваги	66
6	Оригінальність реалізації	65
7	Швидкість створення реклами	64
8	Можливість використання звуку	64
9	Детальність зображення	62
10	Розмір файлу (невеликий)	60
11	Ціна (невелика)	53
12	Практичний досвід дизайнера	36

Підводячи підсумки, можна сказати, що в перенасичених сегментах ринку реклами, 3D-моделювання дозволяє легко реалізувати будь-яку дизайнерську ідею, це чудовий спосіб виділитися та запам'ятатися клієнтам.

Науковий керівник: ст.викл. Чеботарьова І.Б.