



ДОЦІЛЬНІСТЬ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ МЕДІА ВИДАННЯ ДЛЯ ДІТЕЙ

Гордєєв А.С., д.т.н., професор, кафедра КСiТ, ХНЕУ
Ярмілець Є.В., студент, кафедра КСiТ, ХНЕУ

Сучасний світ інформації переповнений контентом, тому для успіху недостатньо просто створити якісний продукт. Його потрібно зробити впізнаваним та виокремити на тлі конкурентів. Це твердження стає ще більш актуальним, коли йдеться про дитячий контент, адже увага маленьких слухачів мінлива, а їхні потреби специфічні. Саме тому розробка брендування через айдентику стає ключовим фактором успіху дитячого подкасту «Цікаво».

В умовах жорсткої конкуренції на ринку дитячих подкастів чітка й унікальна візуальна та аудіо ідентифікація є необхідною умовою для виокремлення подкасту «Цікаво». Розробка логотипу, фірмового стилю та заставки дозволить сформувати у юних слухачів чітке уявлення про продукт та зробити його запам'ятовуваним. Це стосується не лише візуальних елементів, але й аудіо складових, таких як музичний супровід, озвучка та інтонація ведучого. Створення емоційного зв'язку з аудиторією є одним з найважливіших аспектів успішного дитячого подкасту. Бренд «Цікаво» повинен не просто інформувати й розважати, але й дарувати дітям відчуття єднання та приналежності до спільноти. Це може бути досягнуто за допомогою:

Унікальні та захопливі персонажі, які з'являться в подкасті "Цікаво", стануть надійними супутниками для маленьких слухачів. Ці веселі герої відкриють для дітей нові світи, допоможуть їм розмірковувати над важливими питаннями та навчать розв'язувати життєві ситуації. Вони стануть не лише розважальними персонажами, але й позитивними прикладами, якими діти зможуть навчитися багатьом важливим навичкам і цінностям. Разом із ними, маленькі слухачі відчують радість від відкриття нового, будуть ділитися своїми переживаннями та здобувати неперевершений досвід.

Ігровий формат та веселі моменти зроблять подкаст не лише корисним, але й захоплюючим. Гумор та динаміка емоційно насиченого контенту допоможуть утримувати увагу дітей та мотивувати їх до подальшого прослуховування. Різноманіття форматів для інтерактивних рубрик, а також залучення відомих особистостей, які цікаві юній аудиторії, зроблять подкаст «Цікаво» ще більш привабливим та популярним.

Важливо пам'ятати, що емоційний зв'язок, інтерактивність та захоплення – це ключові фактори успішного дитячого подкасту. Професійний брендинг дитячого подкасту «Цікаво» є свідченням серйозності намірів його творців та гарантує батькам, що їхні діти отримують якісний та безпечний контент.



Бренд «Цікаво» може стати не просто назвою подкасту, але й платформою для розвитку нових проєктів. Візуальні та аудіо елементи бренду можуть використовуватися для: футболки, наклейки, іграшки та інші товари з логотипом подкасту стануть додатковим джерелом доходу та популяризують його серед широкої аудиторії.

Загалом, розробка брендування через айдентику є важливим етапом в створенні та розвитку дитячого подкасту "Цікаво", оскільки вона сприяє позиціонуванню та підсилює його привабливість для цільової аудиторії. Використання візуальних елементів та ідентичності допоможе побудувати міцний та успішний бренд, який зможе відзначитися серед інших на ринку дитячого контенту.

Список літератури

1. Айдентика: навіщо бренду візуальне «обличчя» і як його створити. <https://sendpulse.ua/blog/creating-a-brand-identity>.
2. Айдентика подкасту The Village Україна «Прийом». <https://cases.media/case/aidentika-podkastu-the-village-ukrayina-priiom>.
3. Айдентика бренду покроково. <https://www.k-a-m-a.com/news/aydentika-brendu-pokrokovovo-vid-brend-dizaynerki-shuri-gerasimenko/>.
4. Грабовський, Є.М. (2017). Специфіка міждисциплінарного підходу стосовно створення системи підтримки електронного навчання у вищій школі нового покоління, Системи обробки інформації, 4(150), 206-209.
5. Hrabovskyi, Y., & Kots, P. (2022). Methodology for designing a mobile application for people with an active lifestyle. Поліграфія і видавнича справа, 2(84), 22-35.
6. Hrabovskyi, Ye. (2021). Methods of creating a multimedia online gallery. Збірник наукових праць Харків-го нац-го ун-ту Повітряних Сил, 2(68), 102-107.
7. Hrabovskyi, Y. (2021) Methods of developing the event-agency site. Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил, 4(70), 70-76.