

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ

Голубь Ева Николаевна

студент Государственного Университета Управления (ГУУ), РФ, г. Москва

В 2025 году сфера графического дизайна в рекламе претерпевает значительные изменения под влиянием развития искусственного интеллекта и меняющихся потребительских предпочтений. Всё больше технологий проникают в креативную индустрию, усиливая потребность в аутентичности и человечности в дизайне. Графический дизайн становится комплексной дисциплиной на пересечении технологических инноваций, культурных кодов и социальных запросов, при этом поколение Z требует от брендов не только эстетики, но и глубокого смысла [1].

Ключевые направления в графическом дизайне 2025 года включают нейродизайн с интеграцией AI-инструментов, смелый минимализм с выразительной типографикой, тёмный брутализм с монохромными палитрами, сюрреалистичные коллажи, утилитарный дизайн с акцентом на информационную структуру, динамическую графику, новую аутентичность через переосмысление культурного наследия и градиентные текстуры. Важными остаются минимализм и функциональность, где каждый элемент несёт смысл и функцию, а цвета становятся сдержанными [1].

Влияние графического дизайна на продажи остаётся прямым, так как он доносит ценности бренда через цвета, шрифты и формы, создавая эффект ожидания и подталкивая к покупке. В 2025 году графический дизайн отражает разнообразие мира, отказываясь от безликих фигур и выбирая изображения, отражающие реальность [6].

История развития дизайна рекламы тесно связана с историей становления рекламы и развития графического дизайна, где с развитием технологий появлялись новые образы в визуальной составляющей рекламы.

Графическая реклама, включая плакаты и баннеры, получила широкое распространение во времена типографского бума, когда листовки и плакаты стали популярными формами рекламы [5].

В конце XIX века индустриальная революция принесла новые технологии, такие как литография и хромолитография, что позволило создавать яркие рекламные плакаты с детализированными изображениями. В XX веке советский конструктивизм применял «интеллектуальное производство» для создания утилитарных объектов, включая плакаты, ткани и логотипы, что оказало влияние на графический дизайн в рекламе.

Графический дизайн играет важную роль в рекламных кампаниях, влияя на успешное продвижение продукта через визуальную коммуникацию. Графическая реклама, включающая плакаты, баннеры и билборды, развивалась от простых черно-белых листовок до креативных цветных постеров благодаря изобретению литографии и цветной печати. Для того, чтобы лучше разобраться в том, как работает дизайн в рекламе и для чего он нужен, стоит обратиться к моровому опыту [4].

Графический дизайн играет ключевую роль в современной рекламе, используя текст, изображения и символы для формирования визуальных представлений и идей, которые могут использоваться в печати и цифровых медиа.

В конце 19-го века в Европе, особенно в Великобритании, произошло отделение графического дизайна от изобразительного искусства, что привело к первой официальной публикации печатного дизайна. В 1920-х годах советский конструктивизм применил «интеллектуальное производство» для создания утилитарных объектов, таких как плакаты, ткани, мебель и логотипы, демонстрируя влияние графического дизайна на различные сферы[4].

Современные графические дизайнеры используют новые инструменты и технологии для создания ярких рекламных проектов, но, в то же время, они осознают риски и этические аспекты использования графического дизайна в рекламе.

Также стоит обратить внимание и на российскую практику. Многие рекламные кампании хорошо демонстрируют то, как важен грамотный дизайн в продвижении продукции и услуг. Эффективный дизайн рекламы в России является продуктом творческого и целесообразного проектирования, учитывающим требования заказчика, потребности целевой аудитории и законодательство РФ. Графический дизайн вносит вклад в развитие социально-экономической и культурной сфер жизни, формируя визуальный ландшафт современности через модернизированные формы рисованной и печатной графики с использованием новых технологий[4].

Развитие пропорций, перспективы и композиции в графическом дизайне исторически отражалось в архитектуре, живописи и графике, а индустриальная революция и модерн также оказали значительное влияние на развитие рекламных плакатов и коммерческой продукции[2].

Несмотря на то, что данная сфера уже получила большой толчок в развитии, с развитием технологий, таких как искусственный интеллект и дополненная реальность, графический дизайн продолжает развиваться, предлагая дизайнерам новые инструменты для создания сложных и интерактивных проектов. В связи с увеличением количества онлайн-платформ и ростом цифрового маркетинга спрос на графических дизайнеров будет продолжать расти, так как компаниям нужны профессионалы, которые могут создавать качественный визуальный контент для привлечения и удержания клиентов[3].

Графические дизайнеры, обладающие навыками UX/UI, будут особенно востребованы для создания интуитивно понятных и удобных интерфейсов, улучшающих взаимодействие пользователей с продуктами и услугами[1]. Современные рекламные кампании все чаще ориентируются на персонализированный подход, требующий от дизайнеров умения адаптировать контент под разные аудитории и создавать различные версии рекламных материалов[3].

В первую очередь дизайн в рекламе служит дополнительным способом воздействия на потребителей: он делает информацию запоминающейся и увеличивает вовлеченность клиентов во взаимодействие с брендом. Умело подобранная цветовая схема в графическом дизайне может значительно усилить восприятие рекламы и оказать сильное эмоциональное воздействие на зрителей [2].

Коммуникационный дизайн формирует необходимую эмоцию и правильное представление о бизнесе, выстраивая взаимосвязь между брендом и клиентами. Графические дизайнеры создают визуальный контент, чтобы донести сообщение о бренде или бизнесе до общественности. В рекламе графический дизайн должен привлекать внимание покупателей и выделять продукцию среди аналогов конкурентов [1].

Все это поддерживает контакт с потребителем. Что в сфере рекламы является основным аспектом. Точки контакта - это все места, где потребитель "касается" вашего бизнеса, от первого взгляда на рекламу до обращения в службу поддержки. Точки контакта с клиентами включают в себя общение с целевой страницей, рекламой и даже чтение обзора на платформе[5].

Точки контакта важны для формирования репутации компании и повышения узнаваемости бренда. Графический дизайн в рекламе должен быть разработан таким образом, чтобы произвести приятное впечатление на клиента при каждом взаимодействии. Точки контакта

могут быть онлайн, например, выдача в поисковике, сайт, интернет-отзывы, блоги, или офлайн, такие как торговая точка, вывеска, наружная реклама, упаковка товара[5].

Список литературы:

1. Актуальные тенденции в графическом дизайне упаковки
https://www.kubsu.ru/sites/default/files/users/28337/portfolio/kurenkov_1_0.pdf
2. Визуальная коммуникация: как общаться с аудиторией через образы
<https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-vizualnaya-kommunikaciya/>
3. Возможности для графических дизайнеров в рекламной индустрии
<https://optima.college.ru/news/mozhливosti-dlya-grafichnih-dizayneriv-u-reklamniy-industriji>
4. Графический дизайн - Википедия https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD
5. Графический дизайн в рекламе как способ повышения эффективности
https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/129277/1/978-5-8295-0865-4_2023-48.pdf
6. Роль графического дизайна в разработке рекламных кампаний Болдырева Е.Я, Васильева О.А. <https://repository.rudn.ru/ru/records/article/record/169181/>