

*С.К. Луценко, С.М. Денисенко
(Національний Авіаційний університет, Україна)*

Сучасні мультимедійні технології в рекламі

Мультимедійні технології використовуються для інформаційного забезпечення різних сфер людської діяльності. У рекламній діяльності мультимедійні технології є технології створення рекламної продукції. За допомогою засобів мультимедіа створюються рекламні відео- та аудіоролики, розробляються логотипи та анімовані банери, оформлюються рекламні буклети.

Термін мультимедіа утворений зі слів «мульті» – багато, та «медіа» – середовище, носій, засіб повідомлення. Мультимедійні технології почали розвиватися порівняно недавно завдяки зростанню обчислювальних можливостей та розвитку технічних засобів ПЕОМ (великі обсяги пам'яті, швидкодія, звукові та відеокарти); появі та масовому впровадженню нових носіїв інформації, таких як CD- та DVD-диски. Важливу роль відіграла також розробка методів швидкого та ефективного стиснення даних.

Мультимедійні технології використовуються для інформаційного забезпечення різних сфер людської діяльності. У рекламній діяльності мультимедійні технології є технології створення рекламної продукції. За допомогою засобів мультимедіа створюються рекламні відео- та аудіоролики, розробляються логотипи та анімовані банери, оформлюються рекламні буклети.

Сучасні мультимедійні технології стали невід'ємною частиною реклами. Завдяки їм, компанії можуть ефективніше залучати увагу споживачів і передавати їм своє повідомлення. Ось кілька прикладів мультимедійних технологій, які використовуються в рекламі:

Відеореклама. Відеоролики можуть бути розміщені на різних платформах, таких як YouTube, Facebook, Instagram, та інші. Відеореклама дозволяє компаніям показувати свої продукти або послуги у дії, додати музику, звукові ефекти, ефекти візуалізації та інші елементи, що зроблять рекламу більш привабливою для споживачів.

Аудіореклама. Реклама у форматі аудіо може бути розміщена на радіо, потокових сервісах, аудіокнигах та інших платформах. Вона дозволяє компаніям передавати повідомлення в аудіальному форматі, що може бути особливо ефективним для брендів, які хочуть створювати атмосферу та емоції для споживачів.

Мобільна реклама. Мобільні технології, такі як мобільні додатки та веб-сайти, відкривають нові можливості для реклами. Реклама може бути розміщена на екранах мобільних пристроїв, додатків та ігор, які використовуються споживачами. Вона може бути налаштована на певну географічну область або на споживачів, які мають певні інтереси або хобі.

Розширена реальність (AR). Технології AR дозволяють компаніям створювати рекламні кампанії, які використовують додатки для смартфонів або планшетів, щоб створити інтерактивний досвід для споживачів. AR може допомогти компаніям показати свої продукти або послуги в реальних умовах, дозволяючи споживачам побачити, як продукт буде виглядати в їхньому середовищі або як можна використовувати послугу.

Віртуальна реальність (VR). VR може бути використана компаніями для створення іммерсивного досвіду для споживачів. Рекламні кампанії, створені з використанням VR, можуть дозволяти споживачам взаємодіяти з продуктом або послугою у віртуальному середовищі, створюючи більш глибокий та запам'ятовуваний досвід.

Інтерактивна реклама. Інтерактивна реклама дозволяє споживачам взаємодіяти з рекламним контентом. Наприклад, кнопки або елементи на рекламному банері можуть змінювати зображення або показувати відео. Це може допомогти залучити увагу споживачів та збільшити ефективність рекламної кампанії.

Ці технології дозволяють компаніям залучати увагу споживачів і створювати ефективні рекламні кампанії, що допомагає їм збільшувати продажі та розширювати свої бізнеси. Однак, важливо використовувати ці технології обережно та з уважністю до приватності споживачів, щоб не порушувати їхні права і не створювати негативне враження про компанію.

Проте, на сьогоднішній день також дуже важливо враховувати етичні аспекти використання мультимедійних технологій в рекламі.

Наприклад, захист приватності користувачів є важливою проблемою у сфері реклами, особливо коли йдеться про збір та використання даних про користувачів. Рекламодавці повинні дотримуватися відповідних правил та норм щодо збору та використання даних, а також повинні забезпечувати належний рівень захисту цих даних.

Крім того, важливо уникати обманливої реклами, яка може зводити користувачів в оману щодо якості чи характеристик продукту чи послуги, що рекламується. Рекламодавці повинні дотримуватися відповідних правил та норм щодо обманливої реклами, а також повинні забезпечувати належний рівень чесності та правдивості в рекламних матеріалах.

Отже, використання мультимедійних технологій у рекламі є важливим інструментом для залучення уваги споживачів та підвищення ефективності рекламної кампанії, проте важливо також дотримуватися відповідних етичних принципів та норм, щоб забезпечити захист прав користувачів та побудувати довіру між рекламодавцями та споживачами.

Сучасні мультимедійні технології в рекламі дозволяють рекламодавцям досягати більшої аудиторії та ефективно комунікувати з нею. Однак, наявність таких технологій також створює виклики і ризики, зокрема пов'язані з стикою та захистом приватності користувачів.

Один з основних етичних аспектів пов'язаних з використанням мультимедійних технологій в рекламі полягає в тому, що реклама не повинна бути обманливою або заблукуючою. Рекламні матеріали мають передавати правдиву та об'єктивну інформацію про продукт або послугу, що пропонується.

Також важливо, щоб реклама не була образливою або дискримінаційною до будь-яких соціальних груп або осіб.

Щодо захисту приватності, рекламодавці повинні бути обережними щодо збору та використання персональної інформації про користувачів. Наприклад, рекламодавці повинні дотримуватися законів щодо захисту персональних даних, таких як Загальний регламент про захист персональних даних (GDPR) в Європейському Союзі, та повинні надавати користувачам можливість контролювати, яку інформацію вони надають та як вона використовується.

З розвитком мультимедійних технологій з'явилася можливість виконання відеомонтажу та редагування відео за допомогою комп'ютера. Ця технологія отримала назву нелінійного монтажу, оскільки дозволила операторам безпосередньо звертатися до необхідних кадрів або фрагментів відео, записаних на жорсткий диск комп'ютера.

Інша цікава мультимедійна технологія, яку можна використовувати у рекламі, – це віртуальна реальність (VR). VR-технологія дозволяє створювати унікальні інтерактивні досліди для користувачів, які дозволяють їм поринути в інший вимір та відчутти продукт чи послугу на більш глибокому рівні. Рекламні кампанії можуть використовувати VR-технологію для створення віртуальних примірювальних або експериментальних зон, де користувачі можуть дізнатися більше про продукт та протестувати його у віртуальному світі.

Також можна використовувати технологію машинного навчання та штучного інтелекту для створення більш персоналізованих рекламних кампаній. Наприклад, алгоритми машинного навчання можуть аналізувати дані щодо поведінки користувачів в Інтернеті, щоб показувати їм більш релевантні рекламні оголошення на основі їхніх інтересів та переваг.

Крім того, мультимедійні технології можуть використовуватись для створення сучасних та креативних дизайнів рекламних матеріалів. Наприклад, використання 3D-анімації, спецефектів та цікавих графічних елементів може допомогти привернути увагу та утримати його на продукті чи послугі.

Загалом сучасні мультимедійні технології надають рекламодавцям величезні можливості для створення ефективних та креативних рекламних кампаній. Однак важливо не лише використовувати технології, а й розуміти, як вони працюють і які результати вони можуть дати. Тільки тоді можна створити рекламу, яка дійсно працюватиме і досягатиме поставлених цілей.

Крім того, ще однією сучасною мультимедійною технологією в рекламі є реклама, що таргетує. Вона використовує дані про поведінку користувачів, щоб показувати рекламу, яка найбільше відповідає їхнім інтересам та потребам. Це дозволяє скоротити витрати на рекламу та підвищити конверсію.

Ще одним прикладом сучасних мультимедійних технологій є використання віртуальної реальності. Рекламні кампанії можуть створювати віртуальні світи та дозволяти користувачам взаємодіяти з ними. Це може бути особливо корисним для компаній, які хочуть продемонструвати свій продукт у дії, наприклад, будівельні компанії, які можуть створювати віртуальні тури своїми об'єктами.

Також варто відзначити, що в даний час все більше компаній починає використовувати штучний інтелект і машинне навчання у своїх рекламних кампаніях. Ці технології можуть допомогти оптимізувати процес показу реклами, покращити націлення та підвищити ефективність кампаній.

Загалом, сучасні мультимедійні технології відіграють дуже важливу роль у рекламі та дозволяють компаніям створювати більш цікаві, ефективні та привабливі кампанії, які призводять до збільшення продажів та підвищення впізнаваності бренду.

Висновок: Термін мультимедіа утворений зі слів «мульті» – багато, та «медіа» – середовище, носій, засіб повідомлення. Мультимедійні технології почали розвиватися порівняно недавно завдяки зростанню обчислювальних можливостей та розвитку технічних засобів ПЕОМ (великі обсяги пам'яті, швидкодія, звукові та відеокарти); появі та масовому впровадженню нових носіїв інформації, таких як CD- та DVD-диски. Важливу роль відіграла також розробка методів швидкого та ефективного стиснення даних.

Список літератури

1. Сучасні мультимедійні технології в рекламі 06.04.2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trade.bobrodobro.ru/13474>.