

# ***Мультипликация в рекламе***



Шафоростова Анна  
5 группа, 5 курс, ФУ

**Мультипликация** представляет собой технологический прием, очень сильный, хорошо воздействующий на сознание зрителей. У нее есть отдельные плюсы, присущие только ей – в частности, со стороны психологии. Реклама многих раздражает, но удачный мультфильм вызывает доброжелательное отношение, привитое с детства.



Особенности и возможности мультипликационного жанра позволяют добиться необыкновенной образности и выразительности. И эта особенность обеспечивает лучшую доходчивость и запоминаемость такой рекламы, не вызывая раздражения своей навязчивостью.



## ***Психологические преимущества :***

Как известно, многие относятся к рекламе весьма негативно. Однако наличие забавного мульт-персонажа в ролике может легко снять раздражение одним своим появлением, а впоследствии даже увлечь оригинальным сюжетным исполнением. И если телезрителю показывают мультики - его как бы развлекают, а не учат жить или навязывают покупку того или



## ***Технические преимущества:***

Создание анимированных персонажей - процесс достаточно трудоемкий, но зато он имеет замечательное преимущество - позволяет воплотить сценарий без каких-либо ограничений. Герои мультипликации могут терпеть любые "издевательства" и вытворять всевозможные немыслимые трюки для того, чтобы ролик стал по-настоящему зрелищным, динамичным, а, следовательно,



## **Экономические преимущества:**

Зачастую анимационный ролик оказывается дешевле, чем видеоролик. Одно дело - искать настоящее животное, а другое - создать его прямо в студии, не выходя из-за компьютера. И при этом вы можете использовать его как вашей душе угодно и даже не сомневаться в том, что нарисованное животное окажется намного послушней, дешевле и эффектней своего живого прототипа.



Сейчас широко используется **3D-анимация**, с помощью которой можно создавать более реальные ролики. Она является наиболее благополучным и дорогим решением, например, если требуется сделать сверкающие геометрические фигуры или передать материал изделия у живого персонажа.

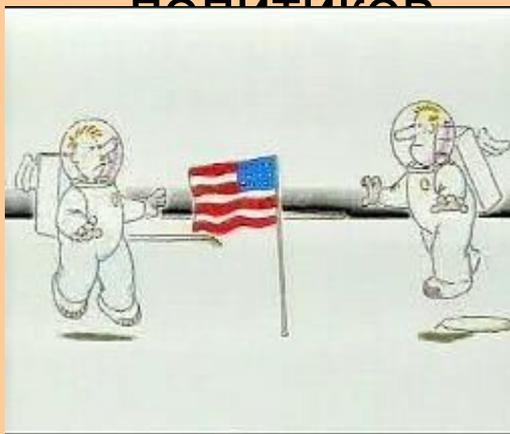


Основой ролика является **сценарий** – его лучше всего заказывать у профессионалов и не жалеть на это средств. На этапе создания сценария уже можно представить, понадобится ли мультипликация и в каких количествах. Требуется также определить размер ролика – он не должен быть слишком коротким или слишком длинным. Немаловажно также тщательно прорисовать персонажей, добавить звук и текст – и Ваша реклама может выходить на экраны.



По своей сути анимация - набор очень мощных и эффектных приемов, которые расширяют возможности воздействия созданного ролика на аудиторию. На сегодняшний день в России мультипликация активно используется в рекламе не только детских товаров, продуктов питания, средств связи, компьютерных салонов, мебели, предметов быта, но и гигантских ликеро-водочных заводов, авиакомпаний, банков и даже

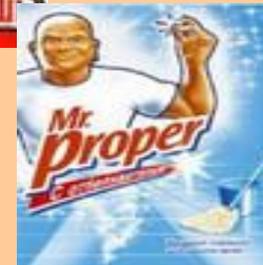
ПОЛИТИКОВ



В некоторых случаях мультипликационный персонаж использованный в рекламе становится «лицом» бренда. Например, человечек из рекламы шин *Michelin*



В последнее время спрос на анимационную рекламу возрос в десятки раз. Многие ведущие компании во всем мире подметили преимущества анимационной рекламы и активно используют в рекламных целях своих корпоративных “мультяшных” персонажей, создают рекламные ролики, презентации компаний и предоставляемых товаров и услуг, разрабатывают имиджевые поздравительные открытки и скринсейверы.



# Спасибо за внимание!

