

## SOCIALINIŲ REKLAMŲ EFEKTYVUMO DIDINIMAS, IŠNAUDOJANT GRAFINIO DIZAINO METODŲ POTENCIALĄ

**Kristina Petraitytė<sup>1</sup>, dr. Inga Valentinienė<sup>2</sup>**

*Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Menų akademija*



**Adresas:** A. Mackevičiaus g. 60, Kaunas  
**E. puslapis:** <https://www.kaunokolegija.lt/muf/>  
**E. paštas:** kristina.pet192@go.kauko.lt  
**Telefono nr.:** +370 612 00000  
**Tyrimų kryptis (-ys):** V 003 Dizainas P02

**Tyrimo tikslas.** Atskleisti maksimaliai visuomenę veikiančios, sukurtos taikant grafinio dizaino metodus, socialinės reklamos bruožus

**Reikšminiai žodžiai:** dizainas, grafinis dizainas, grafinės iliustracijos, socialinės reklamos

**Tyrimo metodai.** Pasitelkiama mokslinė literatūros analizė, išskiriant socialines reklamos kategorijas, grafikos metodus, sklaidos būdus. Vizualinių grafinių elementų vertinimas, kompaktiškumas, jų vaidmuo pasitelkiant komunikacijos principus, siekiant atskleisti įtakos aspektus. Suteikiant mokslinių tyrimui svarumo, kokybės, objektyvumo – formuojant grafinių iliustracijos principų poveikimo modelius, su socialinės reklamos atstovais.

**Rezultatai ir / arba išvados.** Tyrimo metu išanalizuotos socialinių reklamų kategorijos ir sklaidos būdai, išnagrinėta kokios yra dažniausiai naudojamos meninės priemonės socialinėse reklamose, taip pat išnagrinėti grafiniai iliustravimo metodai ir jų įtakos rezultatai. Pagal gautu tyrimo rezultatus sukurti eskiziniai efektingos socialinės reklamos prototipai, taikant grafinio dizaino metodus.

**Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas.** Gyvename technologijų laike, jos vystosi ir keičiasi sparčiu tempu. Dėl tokio gyvenimo spartumo, perkraunamos informacijos sklaidos dažnai tampa nepastebimos. Siekiant socialinių reklamų efektyvumo, grafinio vaizdo informacija perteikiama suprantamai, perduoda aiškų pranešimą ir edukuoja vartotojus. Dažniausiai svarbią žinių perduodama žaisminga grafika, kuri gali dinamiškiau ir organiškiau informuoti visuomenės nuomonę. Šiandiena socialinės reklamos apima didelį dalį visų reklamų, pavyzdžiui apie vairavimą išgėrus, narkotikus, ar kitus žalingus įpročius, taip pat skatina saugoti gamtą, rūšiuoti šiukšles, skatina tikrintis sveikata profilaktiškai, tėvus ragina atkreipti dėmesį, smurtą prieš vaikus artimoje aplinkoje ir t.t. Siekiant sumažinti ar net užkirsti kelią šioms susiformavusioms ir besivystančioms problemoms, specialistai pasitelkia įvairius grafinius iliustracijos metodus, tačiau vis dažniau susiduria su sunkumais, jog vaizduojamos vizualios priemonės nepasiekia atitinkama visuomenės dalį ir nėra visapusiškai efektyvi.

Socialinės reklamos nėra išnaudojamos visapusiškai, vizualinių detalių nenagrinėjamas, nėra ieškoma vaizdinių, grafinių metodų šioms reklamų problemos efektyviau spręsti. Šiame darbe analizuojami grafinės iliustracijos ypatumai, nulemiantys socialinės reklamos efektyvumą.

<sup>1</sup> Kristina Petraitytė, [kristina.pet192@go.kauko.lt](mailto:kristina.pet192@go.kauko.lt), Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakulteto Menų akademija, Dizaino (grafinio) studijų programos II kurso studentė. Menų sritis, Dizaino kryptis.

<sup>2</sup> Dr. Inga Valentinienė, [inga.valentiniene@go.kauko.lt](mailto:inga.valentiniene@go.kauko.lt) (vadovė). Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakulteto Menų akademija, docentė, Menų sritis, Dizaino kryptis