

**Ольховська О. В.***кандидат архітектури, доцент**кафедри ДАС**Київського національного університету будівництва і архітектури*

lolkhovska@gmail.com

orcid.org / 0000-0003-4982-5655

## **ФОРМУВАННЯ ЕКО-РЕКЛАМИ В СУЧАСНОМУ АРХІТЕКТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

Анотація: розглянуто формування екологічної реклами як однієї зі складових елементів дизайну архітектурного середовища, що впливає на якісні характеристики міста. Виявлено нові можливості творчого перетворення міського середовища, при якому використовуються як сучасні інноваційні технології, так і художні засоби, характерні для нових видів образотворчих мистецтв. Розглянуто екологічні проекти провідних рекламних агентств в цій сфері.

Ключові слова: еко-реклама, екологічний підхід в рекламі, дизайн архітектурного середовища, міське середовище, зелені технології.

Антропогенний вплив на оточуюче середовище та рівень деградації якості міського середовища ставить екологічну проблему в ранг найважливіших питань сьогодення, що передбачає вирішення низки питань в галузі дизайну архітектурного середовища.

Сучасне архітектурне середовище формується за допомогою численних складових, у тому числі рекламних повідомлень. Як один з елементів архітектурного середовища, рекламне повідомлення активно завойовує інформаційний простір сучасного міста, в результаті чого відбувається змістовне розмивання його просторових кордонів: реклама використовує різноманітні типові предмети інженерного й міського обладнання, інформаційні знаки і поверхні, переформатовує їх для вирішення комерційних та утилітарних завдань за допомогою прийомів, що запозичені як у традиційних і нових форм образотворчого мистецтва, так й у новітніх технологій, у тому числі екологічного спрямування.

Одна з перших рекламних агенцій, що застосувала виключно природні засоби для розробки рекламного повідомлення — це англійська медіа компанія Curb Media, що була заснована в 2008 році. Фахівці агенції інтегрують досвід мистецтва, науки і техніки, при якому екологічні матеріали та художні прийоми ленд-арту є головною засадою при розробці дизайну реклами. Так рекламна

кампанія "EX", що була розроблена Curb Media у 2009 році за допомогою спеціальних штампів на снігу, і досі приносить позитивний вплив на бренд (рис. 1). Відпечаток на піску та снігу є найпростішим із усіх методів використання природного матеріалу в рекламі. Застосовуючи спеціальну печатку, можна нанести зображення лише на деякий час ще й в залежності від погодних умов. Проте така техніка виконання рекламного повідомлення сприяє залученню громадськості: хоча відпечатки не довго триватимуть фізично, фотографії та відеоролики, які були створені під час проведення рекламної кампанії, можуть бути доступними для сприйняття роками, особливо після того, як вони потраплять до Інтернету.



Рис. 1 Рекламна кампанія "EX", розроблена Curb Media (2009)

Крім того, Curb Media використовує природні матеріали не тільки в міському середовищі, але й на полях, пляжах, скелях, створюючи величезні повідомлення, що можна побачити з великих відстаней, а іноді тільки з пташиного польоту, як це відбулося при розробці рекламного оголошення, виконаного на піску для супутникового каналу UKTV Gold Satellite channel, робоча поверхня якого склала близько 70 x 40 м, а час виконання роботи — сім годин.

Провідна теза агенції — це використання абсолютно безпечних технологій і природніх матеріалів для середовища. Протягом останніх років агенція виконує ретельно продумані скульптури з піску, різьблення по дереву, роботи, виконані за допомогою рослин та інших природніх матеріалів, таким чином агенція спеціалізується на виробництві екологічно чистих рекламних носіїв.

Робота агенції Fresh Green Ads (Нідерланди) також базується тільки на екологічно чистих способах подачі інформації. Як приклад незвичайного рішення можна навести рекламу океанаріуму SEA LIFE Scheveningen, логотип якого проявляється на поверхні тротуару тільки під час дощу. Такий

інноваційний спосіб повідомлення спеціалісти агенції визначили як RAINCAMPAIGN, і є екологічною зовнішньою рекламою, що використовує лише дощову воду (Рис. 2). Крім того агенцією була розроблена мультимедійна технологія WATER DROP ADVERTISING, що використовує водяні краплі як рекламний носій.



Рис. 2 Технологія «RAINCAMPAIGN», розроблена Fresh Green Ads.

Інша нідерландська агенція GreenGraffiti також розробляє нетрадиційні зовнішні рекламні повідомлення за допомогою природних методів, таких як зворотній графіті, відпечатки на піску, використання моху, молочної фарби, крейди тощо, які мають низький вплив на навколишнє середовище з високим впливом на аудиторію. Ця агенція спеціалізується на розробці рекламного повідомлення з рослин.

Майже двадцять років рекламна агенція Street Advertising Services (Шотландія) працює з місцевими органами з метою забезпечення економічно ефективною альтернативою звичайної реклами, допомагає порадами місцевим жителям і туристам відповідно культурних заходів, надає рекламні послуги за допомогою реверсивного графіті, що покращує стан міського середовища. Агенція також користується художніми засобами 3D графіті, який здобув чисельну популярність і відносну законність, завдяки чому зайняв свою нішу в просуванні брендів.

Рекламні проекти агенції JCDesaux мають екологічні, соціальні та громадські пріоритети. JCDesaux був заснований завдяки інноваційному маркетинговому рішенню: вуличні меблі фінансуються за рахунок реклами, що стало основою послуг агенції, що мають високі екологічні та функціональні характеристики та сприяють поліпшенню якості життя в містах. Так у Франції JCDesaux встановила резервуари для збору дощової води, яку згодом використовують при сервісному обслуговуванні об'єктів вуличних меблів.

В Україні екологічний напрям в дизайні середовища міста відбувається повільно, але спрямовано. Так взимку 2012 року у Києві було розроблено логотип компанії, яка виробляє консервовані продукти харчування, в дизайні якого був використаний сніг. У липні 2015 року екологічні заходи проводилися в Рівному, ініційовані Громадянською мережею ОПОРИ, інформаційним порталом ЖИТЛО та Екоklubом: креативна велосипедна реклама привертала увагу мешканців до проблеми енергозбереження та переробки вторинної сировини.

Агенція BigMedia, що працює на теренах України, активно просуває екологічні засоби реклами. Так восени 2013 року у центрі Києва з'явилась зупинка громадського транспорту з незвичайними панелями — BigMedia разом з Master AD Ukraine реалізували проект зі схожою технологією для бренду Сушия в Україні.

Сучасна еко-реклама перебуває в процесі структурування по всьому світу, а пропозиції щодо інноваційних зелених технологій та креативних засобів подачі рекламної інформації є такими, що в деякій мірі вирішують екологічні питання сучасного містобудівного середовища, об'єкти якого стають своєрідними медіа-майданчиками.

#### Література:

1. Джулер А. Дж., Дрюниани Б. Л. Креативные стратегии в рекламе. — СПб.: Питер, 2004.
2. Ольховская Е. В. Экологический аспект рекламы в дизайне архитектурной среды // Сучасні проблеми архітектури та містобудування. — Київ: КНУБА, 2013. — Вип. 33 — С. 112–116.
3. Родькин П. Новое визуальное восприятие. — М.: Юность, 2003.
4. Уперов В. В. Реклама — ее сущность, значение, историческое развитие и психологические основы // Гермес: Торговля и реклама. — СПб. 2004. — № 12.

#### Аннотация

Ольховская Е. В., кандидат архитектуры, доцент кафедры дизайна архитектурной среды Киевского национального университета строительства и архитектуры

#### **Формирование эко-рекламы в современной архитектурной среде.**

Рассмотрено формирование экологической рекламы как одной из составляющих элементов дизайна архитектурной среды, который влияет на качественные характеристики города. Выявлены новые возможности творческого преобразования городской среды, при котором используются как современные инновационные технологии, так и художественные средства,

характерные для новых видов изобразительных искусств. Анализируются приемы и подходы в дизайне рекламного сообщения, которые соответствуют экологически чистым технологиям.

Ключевые слова: эко-реклама, экологический подход в рекламе, дизайн архитектурной среды, городская среда, зелёные технологии.

#### Abstract

Olkhovska O. V. PhD arch., associate professor, Department of Design architectural environment, KNUCA.

#### **Formation of eco-advertisements in the modern architectural environment.**

Considered the formation of environmental advertising as one of the constituent elements of the design of the architectural environment, which affects the quality characteristics of the city when advertising uses various typical items of engineering and urban equipment, information signs and surfaces, reformats them to solve commercial and utilitarian tasks. Considered that the modern architectural environment is formed with the help of numerous components, including advertising messages. New possibilities of creative transformation of the urban environment are revealed, in which both modern innovative technologies and artistic means characteristic of new types of visual arts are used. Analyzed techniques and approaches in the design of the advertising message, which correspond to ecologically clean technologies. Considered the use of absolutely safe technologies and natural materials for the urban environment. Considered environmental projects leading advertising agencies in this area: Curb Media, Fresh Green Ads, GreenGraffiti, Street Advertising Services, JCDecaux, BigMedia, which use technologies such as CLEAN ADVERTISING, WATER DROP ADVERTISING, RAINCAMPAIGN, SAND PRINTER, SAND ADVERTISING, MOSS -GRAFFITI, 3D STREET ART ADVERTISING. Considered the ecological direction in the design of the environment of the city in Ukraine, which is slow, but directed and initiated by public organizations, which are supported by city administrations.

Keywords: eco-advertising, ecological approach to advertising, design of the architectural environment, urban environment, green technologies.