

## **Обзор требований, предъявляемых к современному баннеру**

*Пряхина Екатерина Олеговна*

*Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема*

*студент*

*Симдянкина Елена Константиновна*

*Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема*

*студент*

*Лучанинов Дмитрий Васильевич*

*Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема*

*старший преподаватель кафедры информационных систем, математики и методик обучения*

### **Аннотация**

В статье описаны задачи, которые выполняют интернет-баннеры, рассмотрены основные виды баннеров и представлен обзор требований, предъявляемых к современным баннерам.

**Ключевые слова:** Интернет, баннер, реклама, изображение.

### **Review of requirements for a modern banner**

*Pryahina Ekaterina Olegovna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*student*

*Simdyankina Elena Konstantinovna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*student*

*Luchaninov Dmitry Vasilyevich*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*Senior lecturer of the Department of Information Systems, Mathematics and teaching methods*

### **Abstract**

The article describes the tasks performed by Internet banners, examines various types of banners and provides an overview of the requirements for modern banners.

**Keywords:** Internet, banner, advertisement, image.

Понятие «интернет-баннера» появилось уже давно. Баннером называется графическое изображение рекламного характера, которое служит для привлечения к себе как можно больше внимания. Основной целью рекламных интернет-баннеров является привлечение посетителей на сайт, рекламируемый таким баннером и побуждение желания узнать подробнее и перейти на сайт.

Задачами интернет-баннеров является:

1. Привлечение внимания – это первоначальный необходимый результат работы баннера. Для решения этой задачи необходимо правильно подобрать содержимое баннера.

2. Пробуждение у клиента интереса к рекламируемому товару или услуге.

3. Побуждение к переходу на сайт (достигается с помощью элемента недосказанности в содержании баннера).

4. Повышение узнаваемости бренда, значка продукта или логотипа компании.

5. Создание у посетителя положительного отношения к бренду, компании, продукту [2].

Интернет-баннеры бывают различных видов статичные и анимированные. Статичные баннеры – это рекламные изображения разного размера, которые имеют в основном jpeg-формат.

Jpeg-формат был создан для сохранения изображений и фотографий в файлах небольшого размера. Он хорошо подходит, чтобы создавать статичные графические баннеры с использованием фотографий. Главными достоинствами такого вида баннеров являются небольшой «вес» и возможность размещения практически на любом сайте. Недостатком является статичность.

Анимированные интернет-баннеры включают в себя gif и flash-форматы. Самые популярные и современные на данный момент – flash-баннеры, потому что именно они имеют более широкие возможности в отображении информации, их возможно сделать запоминающимися и яркими.

Основным плюсом использования gif-формата является возможность рисования анимированных баннеров. До широкого распространения flash-баннеров это был единственный формат, позволяющий создавать динамические баннеры без использования программирования.

Flash-баннер является наиболее молодым и перспективным видом. К основным преимуществам flash-технологий относится возможность создания яркой и полноценной анимации при минимуме затраченных усилий, простота создания интерактивных баннеров. Размер flash-анимации намного меньше похожих по внешнему виду, но реализованных с помощью, например, gif.

Также к преимуществу такого вида баннеров относится то, что они загружаются даже когда пользователь отключает отображение графических элементов. В таком случае эффективность flash-баннеров сильно возрастает,

т.к. на фоне полного отсутствия на странице графики яркий flash-баннер обязательно привлечет внимание [6].

Для создания интернет-баннеров существуют определённые требования, общие для всех сайтов.

1. У рекламного баннера должны быть видимые границы (т.е. обведен в рамку, которая не совпадает с цветом фона баннера), не допускается прозрачный фон баннера. У баннера для мобильной версии ширина рамки не должна быть более 1 пикселя и прозрачность цвета рамки должна быть не менее 50%.

2. Баннеры не должны иметь мигающие крупные графические или текстовые элементы и/или фон, с резким перемещением элементов, которое существенно отвлекает пользователя от взаимодействия со страницей сайта.

3. Текст на баннерах должен представлять из себя грамотные связные предложения или словосочетания без орфографических ошибок. Знаки препинания должны быть расставлены грамматически правильно.

4. Заглавные буквы необходимо использовать только в случае написания имен собственных и названий, также с заглавной буквы следует начинать заголовок рекламного материала.

5. Рекламные материалы, размещенные на сайте, не должны содержать никакой контактной информации (телефонов, адресов, сайтов, номеров ICQ, контактных данных для Skype и др.). Но есть и исключения, при рекламировании справочных служб, служб экстренного вызова, такси и других организаций, работающих только по телефонным заказам может быть указан только один номер телефона. Также можно указывать адрес сайта, только в случае рекламы интернет-порталов, информационных сайтов и интернет-магазинов [5].

6. Не допускается повторение в текстовых рекламных материалах одного и того же слова несколько раз подряд (например, распродажа, распродажа, распродажа).

7. Рекламная позиция «Объявление» состоит из «Заголовка объявления» и «Текста объявления». «Заголовок объявления» выполняет роль заголовка и содержит завершённое по смыслу предложение/словосочетание (чаще всего указывается название компании). Запрещено в «Заголовке объявления» и «Тексте объявления» размещать один и тот же текст.

8. Использовать необоснованное многоточие, зачеркивание, смайлы, знаки <sup>TM</sup> © ®, дублирование знаков препинания в тексте не допускается (Скидки... Скидки!!!). Специальные символы можно использовать только в случае, когда это часть названия рекламируемого объекта (например, гостиница «\*\*\*» учебный центр «5+»). Разрешается использовать спецсимволы действующих отраслевых стандартов (например, работаем 24/7, гостиница 5\*). Восклицательный знак допустимо использовать только один раз для всего текста, а наименования организаций необходимо заключать в кавычки [1].

9. Шрифт должен быть представлен в форме наиболее читабельного формата для потребителей, он не должен иметь начертаний (прямой нежирный шрифт). Запрещено использование в качестве шрифта основного текста полужирного начертания. Использование начертаний возможно только в случае выделения главных слов. Выделять их необходимо так, чтобы не отвлекать потребителя. При этом использование полужирного начертания возможно только при выделении заголовков и ключевых слов или фраз, на которые заказчик хочет обратить внимание. Курсивное начертание используется только при цитировании или ссылке на определенный документ, статью и прочее.

10. Любой интернет-баннер должен удовлетворять эстетической концепции сайта. Не допустимо использование элементов, выдающих себя за навигацию сайта, элементы интерфейса операционной системы, браузера или других программ, содержащих надписи двусмысленного характера или вводящих пользователя в заблуждение.

11. Необходимо, чтобы баннер соответствовал содержанию той страницы сайта, на которую ведет рекламная ссылка. Например, если в рекламе говорится о скидке, то ссылка обязана вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана [4].

При создании интернет-баннеров запрещается использовать:

1. Слова, которые написаны ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ. Текст, который набран таким способом, замедляет скорость чтения. Исключение: случаи с аббревиатурой, названия организаций/товарных знаков/товаров если право их написания заглавными буквами подтверждено документально.

2. Слова, написанные разреженным шрифтом.

3. Оскорбительную и ненормативную лексику, жаргон и лексику, связанную с трагическими событиями.

4. Выделение текста с помощью подчеркивания, которое ассоциируется со ссылкой.

5. Скрипты, самопроизвольно открывающие какой-либо адрес в текущем или новом окне браузера.

6. Какие-либо звуковые эффекты в баннере [3].

Таким образом, интернет баннер представляет собой небольшую картинку или анимацию, которая играет роль гиперссылки на рекламируемый ресурс. Технология изготовления интернет баннера является не произвольным процессом. Существуют ряд достаточно жестких правил и стандартов, которые следует выполнять при создании интернет-баннера.

## **Библиографический список**

1. Баннерная реклама. Требования к рекламным материалам. URL: [https://yandex.ru/legal/banner\\_adv\\_rules/](https://yandex.ru/legal/banner_adv_rules/) (дата обращения 23.06.2017).
2. Специфика восприятия баннерной рекламы на региональном рынке. URL: [http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0b65625a3ad69b5d43a88421316d27\\_0.html](http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0b65625a3ad69b5d43a88421316d27_0.html) (дата обращения 23.06.2017).

3. Требования к баннерам. URL: <https://theoryandpractice.ru/pages/23-trebovaniya-k-banneram> (дата обращения 23.06.2017).
4. Требования к оформлению рекламных материалов. URL: <http://law.2gis.ua/advert-rules/technical-requirements> (дата обращения 23.06.2017).
5. Требования к рекламным материалам. URL: <http://company.farpost.ru/advertising/requirements/> (дата обращения 23.06.2017).
6. Требования к рекламным материалам. URL: <https://yandex.ru/adv/requirements/flash> (дата обращения 23.06.2017).