

Реклама спрямована на те, щоб за декілька секунд візуального контакту залучити й утримати клієнта, саме в цьому її мета, для досягнення якої, у дизайні застосовуються такі прийоми:

1. Представлення ключової інформації в рекламі звуком, візуальним та чуттєвим зображенням об'єктів.
2. Максимально ефективне компоновання ілюстрацій та тексту для ефективного виділення ключової інформації.
3. Використання психології сприйняття людиною кольору та шрифтів.

УДК 004.92

© **Максим Криворучко**, студент 1-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.  
Науковий керівник: І. С. Табакова, канд. техн. наук, доц., ХНУРЕ



### НЕГАТИВНИЙ ПРОСТІР У ДИЗАЙНІ ЛОГОТИПІВ

*Cause of an enormous rivalry in all spheres of trade and services, there is a demand of fresh decisions about brand identity. Main purpose of this work is to show one of the best way of creation an interesting and profitable logo.*

Основний механізм використання негативного простору є таким, що незаповнені місця, що утворюються після нанесення малюнку, мають набути зміст. На негативному просторі отриманого образу треба відшукувати будь-які образи зі списку асоціацій. Після вдалого або безуспішного закінчення цього процесу необхідно спробувати теж саме із іншим основним образом.

Наведений вище спосіб фокусує увагу виконавця саме на важливих елементах (таких, як ідея, форма) й не дозволяє другорядним факторам (таким, як колір) заважати процесу. Також, перевагою є велика кількість



Логотип для Бренду української молоді

змісту в логотипі, що допоможе підкреслити його особливості та універсальність знаку у використанні (через його простоту).

На рисунку наведена моя робота для Бренду української молоді (БУМ). У роботі поєднані такі пункти із асоціативної карти бренду: типографічна складова із слов'янськими рисами (аббревіатура БУМ); відповідальність за майбутнє країни, національний символ України (корона, що одночасно нагадує український тризуб); прагнення до розвитку, цілеспрямованість, динамічність (стрілка, що утворена в негативному просторі).

Таким чином, використання негативного простору для підсилення змістовності й індивідуальності логотипу є актуальним та вигідним.

УДК 659.11

© **Алеся Воронечкая**, студентка 4-го курсу, УО «БГТУ», г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.  
Научный руководитель: Н. И. Шишкина, канд. филол. наук, доц., УО «БГТУ»

### СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

*This article defines Indore advertising and its advantages, describes its main features and trends.*

