

УДК 745/749

## ПРИЙОМИ КОМПОЗИЦІЇ СУЧАСНОГО РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТУ

Зимовець В. В.<sup>1</sup>, студ.,

Полюшкін С. С.<sup>2</sup>, канд. наук держ. упр., доц., Щедрова Т. Г.<sup>3</sup>, асист.  
ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»  
Українського державного університету науки і технологій

<sup>1</sup>[paporotnic2020@gmail.com](mailto:paporotnic2020@gmail.com), <sup>2</sup>[poliushkin.serhii@pdaba.edu.ua](mailto:poliushkin.serhii@pdaba.edu.ua),

<sup>3</sup>[shchedrova.tetiana@365.pdaba.edu.ua](mailto:shchedrova.tetiana@365.pdaba.edu.ua)

**Проблематика дослідження.** Необхідність визначення ефективних прийомів композиції у сучасному рекламному плакаті в умовах перенасиченості інформаційного простору. Сучасні споживачі щоденно піддаються впливу великої кількості рекламних матеріалів, що ускладнює їхнє сприйняття та запам'ятовування ключових повідомлень.

**Мета дослідження.** Аналіз і вивчення прийомів композиції сучасного рекламного плакату, а також їх вплив на сприйняття інформації споживачами. Дослідження також має на меті виявити ефективні стратегії, які використовуються дизайнерами для привернення уваги до рекламних продуктів та послуг.

**Результати дослідження.** Сучасні рекламні плакати використовують різноманітні композиційні прийоми, серед яких:

**Баланс.** Баланс в композиції означає гармонійний розподіл елементів на плакаті. Збалансовані плакати виглядають більш привабливо та професійно. Існують два типи балансу: симетричний (коли елементи розташовані рівномірно з обох сторін) і асиметричний (коли елементи різної ваги створюють візуальну рівновагу). Наприклад, плакати з симетричним балансом зазвичай створюють відчуття стабільності, тоді як асиметричні плакати можуть бути динамічнішими та привертати більше уваги.

**Контраст.** Контраст є потужним інструментом для виділення ключових елементів реклами, таких як заголовки або основні візуальні елементи. Застосування контрастних кольорів, шрифтів та форм допомагає підкреслити важливу інформацію і полегшити її сприйняття. Наприклад, яскраві кольори на темному фоні можуть привернути увагу до основного повідомлення, в той час як м'які відтінки можуть використовуватися для вторинних деталей.

**Ієрархія.** Ієрархія в композиції дозволяє організувати інформацію так, щоб споживачі могли легко сприймати її. Використання різних розмірів шрифтів, кольорів та стилів допомагає створити чітку структуру. Важливі елементи, такі як назва продукту чи заклик до дії, повинні бути найбільшими і найпомітнішими на плакаті. Дослідження показали, що чітка ієрархія підвищує шанси на запам'ятовування реклами та спонукає до дій.

**Візуальний ритм.** Візуальний ритм створюється шляхом повторення елементів, таких як кольори, форми або текстури, що допомагає направити увагу споживача по всьому плакату. Цей прийом може створити відчуття руху та динаміки, що робить рекламу більш привабливою. Наприклад, плакат, що містить повторювані графічні елементи, може викликати емоції та зацікавленість, забезпечуючи таким чином більш глибоке сприйняття інформації.

**Використання простору.** Ефективне використання негативного простору (порожнього простору) грає важливу роль у композиції. Воно дозволяє акцентувати увагу на ключових елементах і запобігає перевантаженню інформацією. Добре продумане розташування елементів у просторі може сприяти покращенню сприйняття та легкості читання.

**Типографіка.** Вибір шрифтів та їх комбінації є важливими складовими композиції рекламного плаката. Використання різних шрифтів може підкреслити стиль бренду та

передати емоційне забарвлення. Шрифти можуть бути використані для створення контрасту, додавання ієрархії та покращення загальної читабельності.

**Емоційна залученість.** Сучасні рекламні плакати часто використовують емоційні елементи, щоб залучити аудиторію. Візуальні образи, кольори та текст можуть викликати певні емоції, що підвищує ефективність реклами. Наприклад, використання зображень щасливих людей або яскравих кольорів може створити позитивний настрій та підвищити інтерес до продукту.



Рис. Приклади рекламних плакатів

**Висновок.** Прийоми композиції сучасного рекламного плаката є критично важливими для забезпечення ефективності реклами. Застосування вищезазначених прийомів дозволяє споживачам швидше сприймати інформацію та підвищує ймовірність запам'ятовування рекламного повідомлення. Успішна реклама не тільки інформує, але й емоційно взаємодіє з аудиторією, що в свою чергу впливає на рішення про покупку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бенедикт О. Основи графічного дизайну. Київ : Вид-во «Дизайн», 2022.
2. Ковальчук І. Реклама і комунікації : теорія та практика. Львів : Вид-во «Академія», 2023.
3. Сидоренко Т. Композиція в рекламі : стратегічні підходи. Одеса : Вид-во «Медіа», 2021.