

УДК 070.489:004:347.1+7.012

© **Светлана Хваленя**, студентка 4-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.

Научный руководитель: Н. И. Шишкина, канд. филол. наук, доц., БГТУ

ДИЗАЙН СОВРЕМЕННЫХ ШКОЛЬНЫХ СМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

In this article, the design of the Belarusian school mass-media is analyzed. Various specific features are highlighted, all being based on students' e-publications.

Целью данной работы является проанализировать оформительское исполнение газет и журналов, выпускаемых учащимися школ Республики Беларусь.

Школьные СМИ — современное развивающееся явление в нашей стране. Над изданиями трудятся учащиеся средних и старших классов, так что у них имеется творческая свобода в оформлении и форме выпуска.

Макет полосы школьной газеты имеет схожие элементы с любым «взрослым» СМИ. Так, в верхней части первой страницы размещается название, номер выпуска и название учреждения школы. Фон «потолка» может быть оформлен с использованием либо фото или логотипов, либо абстрактных иллюстраций. Для школьных изданий не свойственно наличие отдельной обложки. Первая полоса издания отводится для освещения основных тем и статей данного выпуска. Иногда эти анонсы сопровождаются тематическими фотографиями. Цветовое оформление страниц крайне разнообразно и может быть как школьным фирменным, так и различаться по времени выпуска, его тематике и т. д. Шрифтовые решения по большей части классические; широко используются стандартные, строгие гарнитур, такие как Times New Roman, Arial, Helvetica и др.

В целом, характер дизайнера изданий можно назвать красочным, полным мелких элементов, из-за чего полосы становятся перегруженными и слегка подавляю-



щими. Таким образом, данное оформление не способствует логической подаче информации. Однако, оно успешно справляется с другой важной задачей — привлечение внимания целевой аудитории.

УДК 7.012

© **Юлія Боровинська**, студентка 1-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: Ю. С. Бокарева, старш. викл., ХНУРЕ

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВЛИВ ГРАФІЧНИХ ЛІНІЙ НА СПОЖИВАЧА

Every product on the world market has a cover or 'summary'. Its main purpose is advertising: to interest the consumer and to stimulate the appropriate actions. All this has to happen in a few seconds. We will look at this phenomenon by the example of lines in the printing business.

Графічний дизайн — це образ, комбінація змісту та форми, унікального вираження і реалізації даних. Правильно підібране та продумане оформлення є потужною рекламою будь-якого предмета чи об'єкта.

Основною характеристикою, яка відображає ідею та настрої продукту є лінія, що лежить в основі будь-якої форми та створює враження. Лінія — це рух, динамічність, спокій, рівновага, зосередженість, впевненість, радість, смуток, самотність, роздратування, розквіт, зміни.

Товщина та напрямки ліній створюють певні асоціації, які багато в чому залежать від життєвого досвіду людини. Горизонтальні лінії створюють відчуття спокою або відпочинку. Вертикальні — відчуття висоти, польоту та легкості. Витягнуті перпендикулярні лінії — це багатство, пишність. Діагональні лінії створюють відчуття руху або спрямованості, оживляють зображення. Глибокі, гострі криві припускають сум'яття, хвилювання, і, навіть, божевілля. М'які, неглибокі — комфорт,

