



Палітри інструментів поліграфічно-орієнтованого нотатора

структуровано, в результаті чого виділено окремі компоненти, поліграфічно-орієнтовані властивості яких відповідають однотипним фрагментам авторської нотації (рис. 1). Обумовлені компоненти покладено в основу цільових палітр інструментів (рис. 2) при проектуванні середовища нотного редактора для КВС, які забезпечують простий спосіб координації дій складальника при підготовці графічного образу фрагмента нотації та подальшого розташуванню як зв'язаного об'єкта в публікації музичного видання.



УДК 659.19

© Анастасія Сущенко, магістрантка, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: Т. А. Колесникова, канд. техн. наук, доц., ХНУРЕ

ОГЛЯД ТЕХНОЛОГІЙ АВТОМАТИЗАЦІЇ РОЗРОБКИ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЮ

Corporate branding is a key part of the organization's culture. Corporate branding helps customers relate to a business and identify a wide range of product offers over time. And, many different services were created for their development.

Метою роботи є огляд існуючих технологій і виділення їх основних якостей. Для цього їх можна поділити

на підгрупи, наприклад, векторні та растрові або універсальні та спеціалізовані. Спеціалізовані мають деякі опції універсальних редакторів і додаткові опції, які потрібні для розробки елементів корпоративного стилю.

Універсальним редактором є Adobe Photoshop — це багатфункціональний редактор для роботи з фото- й відеофайлами. Він оснащений великою кількістю можливостей для отримання високоякісних зображень: можливість створення багатшарового зображення з можливістю редагування кожного шару окремо; створення контурів і фігур різних форм; режим часткової та повної прозорості.

Одним з прикладів спеціалізованих редакторів є AAA LOGO — це програма для створення логотипів, також можна створювати візитки, бланки й робити дизайн кнопок для сайтів. Тут є велика кількість шаблонів практично для будь-якої сучасної галузі діяльності. Також розроблено кілька варіантів первинного дизайну, який можна редагувати на власний розсуд.

Пакети для автоматизованої розробки елементів корпоративного стилю мають велику кількість корисних елементів і значно полегшують роботу розробникам і простим користувачам.



УДК 004.915

© Анжела Ратушна, магістрантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: Ю. Ю. Віцюк, канд. техн. наук, доц., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕРЕЖЕВИХ ЗМІ

Generalized and formed the classification of network media in terms of technical component.

Сучасний стан розвитку технологій обумовлює необхідність систематизації вже створених видів видань, які

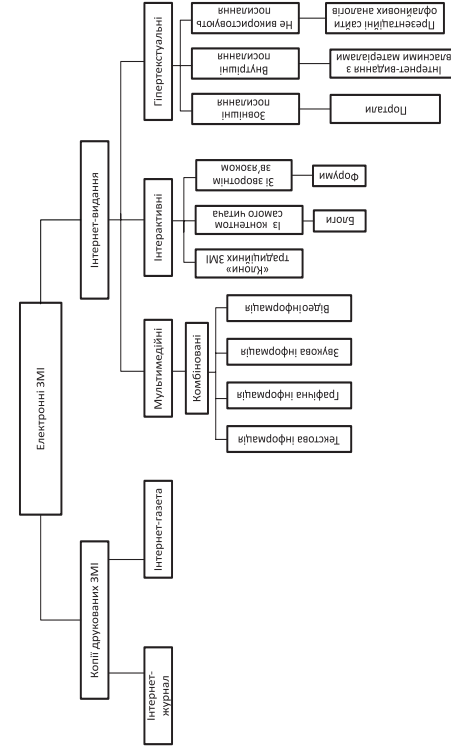
пройшли шлях трансформації від друкованої форми до електронної версії. Аналіз літературних джерел довів відсутність на сьогодні в Україні чіткої класифікації засобів масової інформації, які були інтегровані у мережу Інтернет. Актуальність цього питання полягає у тому, що й досі тривають дискусії щодо визначальних параметрів характеристики інтернет-видань, а також їх технічної складової.

У результаті огляду науково-фахової літератури щодо різних типів видань та їх способу представлення, у мережі розроблено класифікацію мережевих ЗМІ, наведену на рисунку.

Електронні ЗМІ у плані технічної складової, а саме форми подачі, елементів використаних у них та загальної інформації, можна поділити на два основних типи — це копії друкованих ЗМІ та інтернет-видання. У свою чергу, перші поділяються на інтернет-журнали та інтернет-газети, які або заголовками, або тезово викладають інформацію із своїх друкованих аналогів для того, щоб зацікавити та залучити читача до купівлі друкованого видання, а також може бути повністю представлений друкований зразок в електронному вигляді.

Представлена класифікація дозволяє узагальнити знання щодо структури подачі електронних ЗМІ, компонентів, які мають бути наявні у них, а також пояснити принципи взаємодії у вже раніше відомих ЗМІ.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновки, що інтернет-видання — це видання, які розпізнаються та ідентифікують себе через три головні складники: мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстувальність. Головна їх відмінність від інших електронних видань — це одночасне використання з можливістю поєднання та утворення цілісної структури у мережі Інтернет.



Класифікація мережевих ЗМІ

