

УДК 070.489:004:347.1+7.012

© **Светлана Хваленя**, студентка 4-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республика 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 разниться по времени выпуска, его тематике и т. д. Шрифтовые решения по большей части классические; широко используются стандартные, строгие гарнитуры, такие как Times New Roman, Arial, Helvetica и др.

В целом, характер дизайна 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 настрій 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,



безпеку, зрозумілість, розслаблення. Якість лінії теж є візуальною мовою. Жорсткі, ретельно виведені лінії є прикладом клопотів, агресії, а м'які відображають обізнаність, насолоду, спокій.

Таким чином, можна стверджувати, що лінії майстерно передають почуття, ідеї та залишають враження.

УДК 659.1.012.12

© **Карина Короленя**, студентка 4-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.

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

ДИЗАЙН РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОКОН



This article analyzed the advertising materials of industrial enterprises that manufacture windows. After that, the main error of advertising was highlighted and a more effective way of promoting their brands was proposed.

Целью работы является исследование рекламных материалов промышленных предприятий, которые занимаются производством оконных профилей, и поиск оптимального решения для продвижения их брендов.

Актуальность изучения этой темы заключается в том, что на данном этапе развития рыночной экономики роль рекламы в популяризации товаров и услуг крайне высока. От того, насколько правильно используются средства пропаганды, зависит эффективность функционирования предприятия в целом.

В ходе исследования рекламных мероприятий промышленных компаний была выявлена основная ошибка — узконаправленная популяризация брендов. Продукция позиционируется лишь на строительных выставках. Реклама на радио, телевидении и в прессе

практически отсутствует. Печатная реклама представляет собой каталоги с описанием производимой продукции, фирменные блокноты, папки и визитки. Поэтому самым действенным шагом рекламной кампании может стать создание и распространение наружной рекламы.

Для такого вида рекламы характерно то, что время контакта с пропагандируемой информацией в среднем составляет всего 5–10 секунд. Поэтому при ее создании необходимо учитывать следующие факторы: компактность сообщения, контрастные цвета и крупные кегли, читабельность макета, один ключевой способ контакта, фокусировка на одной идее рекламы.

УДК 655.3.06

© **Валерія Світлична**, студентка 4-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

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

ДИЗАЙН ЕТИКЕТКИ

A label is a graphic or text sign, applied in the form of a sticker, tag or coupon for a product or any other production product, indicating the manufacturer's trademark, name, production date, expiration date, and so on. Simply put, a label is a sign that it is a sales product.

У сучасному світі, створення етикетки є цілою галуззю поліграфії, а сама вона — витвір мистецтва. Дизайн етикетки є правильним поєднанням маркетингового розрахунку і творчої ідеї дизайнера.

Етикетка — це переважно друкована продукція, що містить текстову або графічну інформацію і виконана у вигляді наклейки на будь-який продукт виробництва. У загальному випадку на ній зазначаються: назва товару (або виробу), торгова марка виробника, дата виробництва, термін придатності продукту та інша важлива для споживача інформація. Простіше кажучи, етикетка — це позначення того, що це продукт продажів.

