

Большой театр проводит серию образовательных программ для молодежи. Руководство и артисты театра знакомят студентов университетов с особенностями работы театра со зрителями, а также с новинками в использовании современных технологий и других ресурсов в рекламе, рассказывают о творческих планах и масштабных проектах.

С 1989 года в здании Большого театра Беларуси действует детский музыкальный театр-студия. Создателями опер и балетов нередко предусматривается участие в них детей: в некоторых спектаклях – в качестве миманса, но гораздо чаще – в качестве детского хора, живого участника событий на сцене или уникальной тембровой краски для создания особой звуковой атмосферы. А в детских спектаклях юные воспитанники студии являются основными артистами и певцами.

Возможность увидеть театральное закулирье, удивиться разнообразию бутафорского реквизита, побывать на репетиции, посетить огромный живописный цех, познакомиться с музыкальными инструментами и закулисной жизнью театра, встретиться с артистами – это лишь малая часть того, что предлагает Большой театр Беларуси для популяризации любви к искусству музыки и танца.

Таким образом, Большой театр Беларуси проводит большое количество тематических мероприятий для зрителей, в том числе для детской аудитории. Тем самым он способствует социокультурной самореализации и развитию человека. Театр помогает личности в ее духовном самоопределении, обретении своего самосознания, утверждении своей неповторимой индивидуальности.

УДК 619:615.12

Студ. Ю. И. Анципович

Науч. рук. доц., канд. филол. наук Н. И. Шишкина  
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

### **СОРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОФОРМЛЕНИИ ВЕТЕРИНАРНЫХ АПТЕК**

В последнее время наблюдается рост интереса к ветеринарной медицине и уходу за домашними животными. Соответственно, ветеринарные аптеки стали играть все более важную роль в обеспечении здоровья и благополучия животных. Однако, помимо качественных медикаментов, владельцы животных также ожидают от ветеринарных аптек удобства и эстетичного оформления [1].

Для определения современных тенденций в оформлении ветеринарных аптек были рассмотрены ветеринарные аптеки «Доктор вет» и «Зообазар», ветеринарные клиники «Друг» и «Ветмир».

На фасаде ветеринарных аптек наблюдается размещение информационных вывесок с названием аптеки, контактной информацией и логотипом. Также используются печатные баннеры или постеры с изображением животных или рекламой товаров и услуг, которые предлагает аптека. При оформлении ветеринарных аптек используются изображения не только кошек и собак, но и других домашних животных – хомяки, попугаи. Это указывает на широкий ассортимент ветеринарной аптеки. Помимо этого, наблюдается создание серии изображений и текстовых сообщений, которые становятся целыми историями для каждого прохожего. Часто встречается оформление на определенную тему: к праздникам, торжественным событиям, сезонным скидкам. Что касается цветовой палитры, то акцент делается на спокойных голубых и зеленых тонах, также используются фирменные цвета торговых марок и нейтральный белый цвет. Также не допускается цветовое однообразие и использование большой цветовой гаммы.

В современном оформлении ветеринарных аптек важно создать привлекательный и запоминающийся образ аптеки, который будет не только привлекать внимание прохожих и вызывать желание зайти внутрь, но и оставаться в сознании потребителей [2].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кликс, Р. Р. «Витрина и интерьер современного магазина» / Р. Р. Кликс. – М.: Экономика, 2017. – 119 с.
2. Колышкина, Т. Б. Специфика наружной рекламы: коллективная монография / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Т. П. Куранова, Е. В. Маркова, С. В. Тарнуев. – Ярославль: РИО-ЯГПУ, 2020. – 215 с.

УДК 655.26

Студ. В.В. Воробьева

Науч. рук. преп.-стажер М.В. Макаrchук

(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

#### **РАЗРАБОТКА ИМИДЖЕВОГО КАТАЛОГА КОМПАНИИ «БОН КРУАССАН»: РЕДАКТОРСКИЙ АСПЕКТ**

**Введение.** Разработка имиджевого каталога является одним из важных этапов формирования бренда компании. Он представляет собой наглядное и креативное руководство по использованию фирменного стиля и созданию единого визуального образа компании, однако эффективность имиджевого каталога достигается не только красивыми и привлекательными изображениями, но и при помощи четкой и лаконичной текстовой составляющей. Редакторский аспект в этом процессе играет важную роль, так как редакторы помогают сформу-