

УДК 531.7

СОЗДАНИЕ ИМИДЖЕВОГО ФОТОПРОДУКТА В РАМКАХ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Мандрик А.В., ст. преп., Захарчук Н.С., студ.
*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены вопросы значения имиджа и рекламы в fashion-индустрии, методы творческого развития студентов и формирование профессиональных компетенций в сопутствующих к проектированию костюма аспектах. Представлен научно-методологический подход к проектной деятельности, а также этапы создания рекламного продукта на конкурсной основе.

Ключевые слова: фотосъемка, дизайнерская деятельность, конкурс, рекламная съемка.

Участие в различных проектах для студента-дизайнера безусловно важно: это возможность для молодых креаторов заявить о себе, показать свой взгляд на развитие и юзабилити актуальных тенденций в авторском творчестве. Основной особенностью учебного процесса в УО «ВГТУ» является наполнение студентов направления «Дизайн» компетенциями различного уровня. Одним из примеров теоретических компетенций является преподавание лекционного и практического курса «Основы фотографии» студентам специализации «Дизайн швейных изделий».

Цель разработки – создание имиджевого рекламного продукта, как инструмента продвижения авторского бренда, развитие практического опыта работы в направлении фото-индустрии по техническому заданию.

Объект исследования – XXXII Республиканский фестиваль-конкурс моды и фото «Мельница моды».

Для выполнения финальных конкурсных работ номинации «Фото» XXXII Республиканский фестиваль-конкурс моды и фото «Мельница моды» объявлена тема «Время твоих возможностей». Генеральный партнер номинации – Минский часовой завод «Луч». В задании к конкурсным работам основным критерием является создание фотографических работ с использованием продукции предприятия, все остальные критерии выполняются в соответствии с общей тематикой конкурса и концепциями конкурсантов.

Согласно авторской концепции конкурсный фотопроект под девизом «Нитями времени соткана жизнь» является отражением исполнения детской мечты обрести определенную профессию. В качестве прообраза супергероев по исполнению мечты выбрана команда девушек Герл, которые помогают 6-летнему мальчику Никите исполнить мечту стать известным модельером. В результате, для стилизации образа отобраны модели из авторской коллекции женской одежды «Герлы» (рис. 1).

Согласно техническому заданию и конкурсной концепции к проведению рекламной фотосъемки для Минского часового завода «Луч» выбраны аналоги позировок, которые отражают пластику движения циферблата (рис.2).

На основе данных официального сайта института PANTONE проанализированы актуальные цветовые палитры на будущий сезон. Обзор тенденций выявил наиболее предпочтительные колористические



Рисунок 1 – Предложенные образы для съемки

решения, которыми стали все оттенки коричневого: от шоколадного до карамельного, кофейного. Классические цвета белый, серый и черный по-прежнему остаются в моде. Также приоритетными оттенками в будущем сезоне стали фуксия, желтый, бирюзовый, ярко зеленый. Выявлено присутствие сине-голубых оттенков в каждой актуальной цветовой гамме на сезон 2023/2024 года.

В качестве аналога выбрана палитра Ralph Lauren «Pink Pony» (рис. 3).



Рисунок 2 – Аналоги позировок

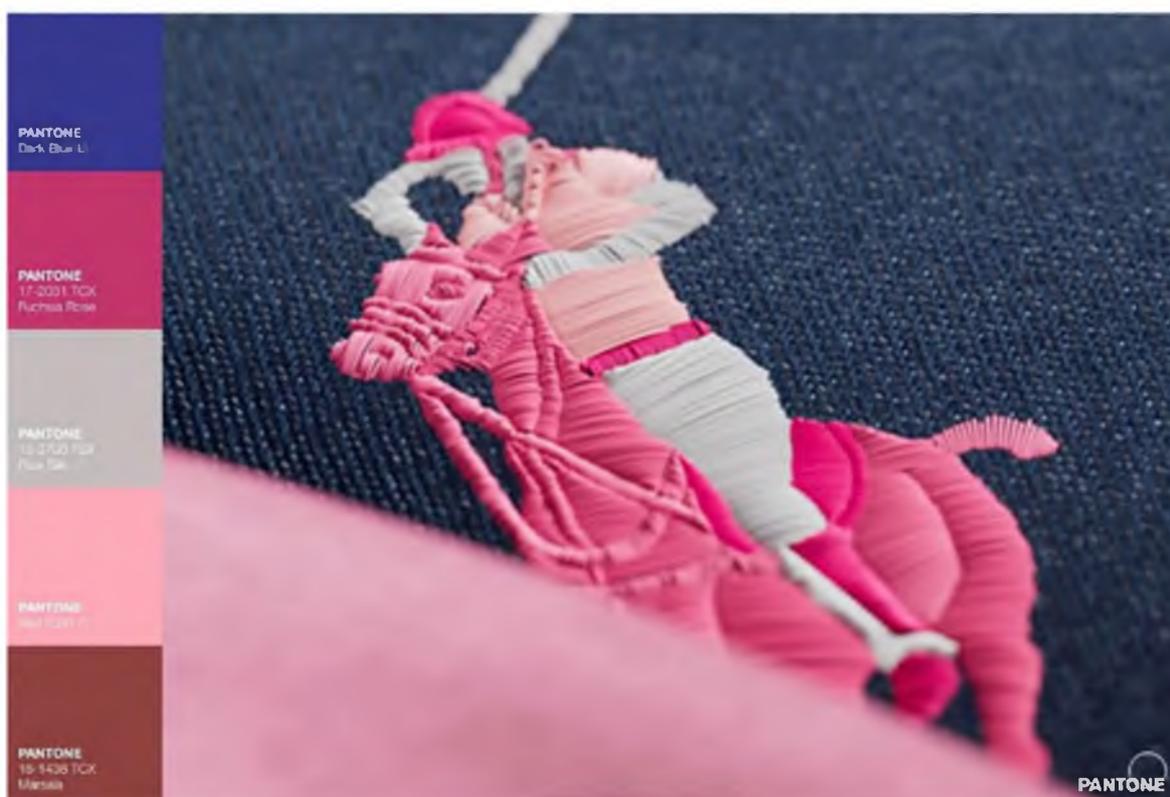


Рисунок 3 – Аналог цветовой палитры для фотосессии

В результате подбора и изучения аналогов и стилизации образа, выбрана основная цветовая палитра фотопроекта, введены графические элементы (принт горох) (рис.4).



Рисунок 4 – Цветовая палитра фотосессии

Практическая значимость: проведение рекламной фотосессии и создание имиджевого промо-ролика для Минского часового завода «Луч» для дальнейшего участия в XXXII Республиканском фестивале-конкурсе моды и фото «Мельница моды» в номинации «Фото». На рисунке 5 представлены результаты фотосессии.

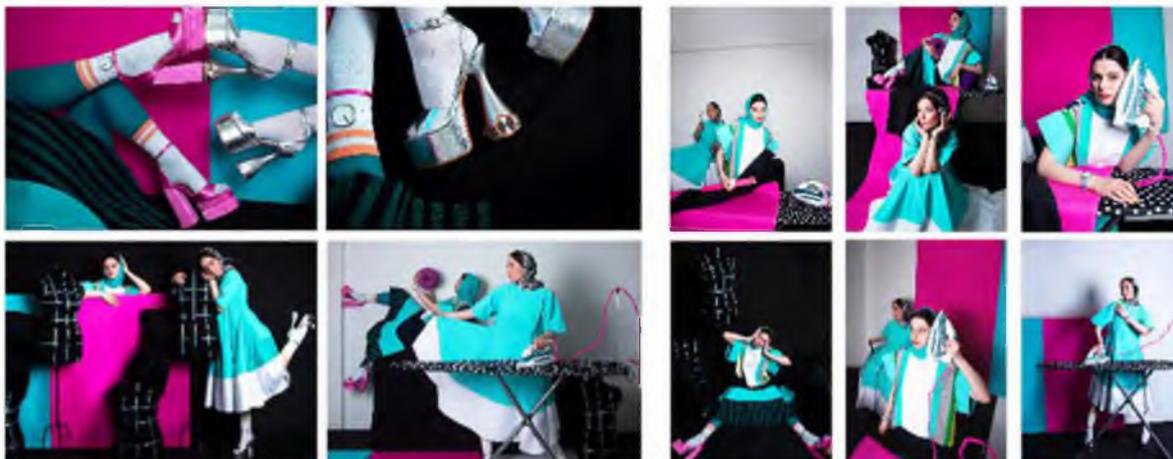


Рисунок 5 – Фотопроект «Нитями времени соткана жизнь»

Различные конкурсы и фестивали необходимы для дизайнеров как учётно-развивающиеся методы обучения студентов. Это бесценный опыт, который юный создатель не сможет получить нигде. В ходе исследования решены задачи конкурсов – познакомиться с процессами, происходящими в современной фотоиндустрии.

Конкурсы и фестивали подобного уровня достаточно специфичны, хотя предоставляют возможность студенту заявить о себе, что и является одним из главных критериев успеха будущего дизайнера как профессионала в различных видах деятельности [1].

Список использованных источников

1. Попковская, Л. В. Проектирование одежды на конкурсной основе / Л. В. Попковская, Н. С. Захарчук – материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов УО «ВГТУ», 2021. – 72–74 с.

УДК 531.7

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ФОТОГРАФИИ. ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В РЕКЛАМНОМ И ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Мандрик А.В., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрено применение современных методов фотографии в рекламном и графическом дизайне. Подробно описаны сами методы. Представлено создание серии постеров с фотографическим изображением.

Ключевые слова: фотосъемка, дизайнерская деятельность, контровое, силуэтное освещение, рекламный постер.

Графический дизайн в настоящее время является наиболее востребованной и актуальной формой дизайнерской деятельности. От качества графических материалов, используемых для разработки проектов, зависит финальный результат работы. Немаловажную роль в этой цепочке играет хорошая фотография. Фотография способна усилить восприятие любого рекламного продукта. С помощью использования правильных цветовых и световых схем можно достигнуть