

Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между людьми. Интерактивная сторона общения заключается в организации взаимодействия между индивидами, т. е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями. Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания.

Вербальная и невербальная коммуникация при общении играют огромную роль в социуме.

Вербальная коммуникация является осознаваемой и подразумевает под собой использование устной или письменной речи, а невербальные сигналы считаются намного более автоматическими и неосознаваемыми. Индивид редко специально планирует собственные жесты и телодвижения во время беседы, но, как правило, продумывает то, что планирует произнести либо написать. Невербальная коммуникация не в каждом случае оказывается абсолютно ясной и определяемой точными правилами, так во время вербальной коммуникации [2]. Поэтому, как следует из определений, отличия вербального общения от невербального состоит:

- в способе передачи информации;
- в восприятии информации.

В своей деятельности люди обмениваются между собой различными знаниями, идеями, интересами, настроениями и т. п. Это и есть информация человеческой коммуникации, которая не просто отправляется, а и формируется, уточняется, развивается.

Таким образом, при сравнении вербальной и невербальной коммуникации можно сделать следующий вывод: особенностью вербальной коммуникации является то, что она присуща только человеку, подразумевает использование устной и письменной речи, а невербальная коммуникация присуща не только человеку, но и животным. Невербальная коммуникация не в каждом случае оказывается абсолютно ясной и определяемой точными правилами, как вербальная. Невербальное общение для человека может иметь большую эффективность при нахождении в другой стране. Вербальное общение может быть лживым и неискренним, а невербальное нет.

#### Список использованных источников

1. Кириллова, И. Л., Ильна, В. В. / Вербальная коммуникация как элемент культуры // Тезисы докладов // 52 Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – Т. 2. – С. 200.
2. Чем отличается вербальное и невербальное общение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-verbalnoe-obshhenie-ot-neverbalnogo/>. – Дата доступа: 10.03.24.
3. Понятие общения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://logoprofy.ru/articles/view/ponatie-obshenia>. – Дата доступа: 18.03.24.

УДК 659.1

## ПАБЛИК-АРТ КАК ИНСТРУМЕНТ БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ

*Оксинь С. А., доц.*

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

В рамках дисциплины «Графика в рекламе» для курсового проектирования было предложено проанализировать особенности искусства инсталляций и паблик-арта, создать макеты, позволяющие выразительно брендировать территорию УО «ВГТУ». Идея о том, что искусство инсталляции не ограничено пространством выставочных залов, очень хороша, так как любой прохожий на улице может прикоснуться к искусству. Любой арт-объект в общественном пространстве несет социальную функцию. Современное искусство подталкивает людей к творчеству, заряжает креативностью и создает идентичность места. Образовательная среда университета – неотъемлемый элемент учебного процесса. Эстетические и эргономические свойства пространства университетов являются одним из

сильнейших стимулов, подстегивающих желание молодежи в них поучиться.

При разработке концептов для УО «ВГТУ» было выявлено, что самой удачной с точки зрения креатива является идея с ростовой фигурой и задним фоном. Один из персонажей – это студент, который может использоваться не только в наружной рекламе, но и может быть внедрен в айдентику университета, для него была отрисована карта эмоций. В первом варианте предложено совместить фигуру со скамейкой, во втором – разместить изображение наклейкой на окне. В обоих случаях придуманы авторские слоганы («talанты рождаются здесь», «будь осторожен, искусство кружит голову», «креативим в любое время суток»). Данный проект решает проблему отсутствия мест отдыха вблизи корпуса и создает фотозону. Следующая концепция построена на объемных фантазийных идолах, которые символизируют тайну, силу, сакральность. Каждый идол наделен особенным символом, который обозначает ту или иную специальность кафедры дизайна и моды. Конструкция может располагаться как полукругом на зеленой зоне университета, так и разбросана на разных локациях. Примечательно, что абитуриенты могут принять участие в квест-игре. Например, чтобы добраться до конкретного идола специальности, нужно передвигаться с помощью навигационных знаков и подсказок. В качестве бонуса, абитуриенты могут отправиться на поиски клада (сувенирная продукция), который спрятан на территории университета.

Еще одним из замыслов стало создание удобных зон отдыха и общения с использованием графики, выполненной в чертежном стиле, который органично увязывается со спецификой технологического университета. Были разработаны два рекламных персонажа (девушка и юноша) – студенты дизайнеры. Они обладают творческими и интеллектуальными образами, выраженными в деталях одежды и мелких предметах, которые они используют в своей профессии. Концепция заключается в создании мест отдыха в форме лестницы и дополнением в виде фотозоны. Лестница – динамический символ поступательного движения, духовного восхождения, трансформации. В стиле конструктивизма был разработан персонаж, который будто выглядывает из-за двери в корпус, приветствует и зовет студентов на занятия; серию подобных стикеров можно использовать на стенах и дверях внутри корпуса, таким образом происходит коммуникация студентов с факультетом. Арт-объект «Свой путь» для газона возле учебного корпуса совмещает два направления – концептуальное и этническое. «Свой путь» – это инсталляция, которая состоит из 4-х дверей, каждая из которых – это отдельный мир, который имеет свой цвет и содержание. Двери – это портал в другой мир, отсылка к четырем специальностям, которые предлагает факультет дизайна, в ночное время дверные рамы светятся неоном.

УДК 531.7

## **ПАТТЕРН В ФОТОГРАФИИ**

***Мандрик А. В., ст. преп., Мажугина П. Л., студ.***

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

Паттерн – это эстетически привлекательный и организованный способ организации элементов в фотографии. Он помогает создать визуально привлекательное и удовлетворительное изображение, захватывая внимание зрителя и подчеркивая главную идею фотографии.

Создание паттерна в фотографии основывается на нескольких принципах, которые помогают обеспечить гармоничное взаимодействие элементов на фото.

Первым принципом является повторение. Повторение одного или нескольких элементов создает паттерн и придает фотографии ощущение порядка и системности. Это может быть, например, повторение рядовок, оконных рам или форм на поверхности. Повторяющиеся элементы создают впечатление единства и привлекают внимание зрителя.

Второй принцип – симметрия. Когда элементы на фотографии симметрично размещены относительно определенной точки или оси, это создает паттерн, который привлекает