

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

внимание своей сбалансированностью и гармонией. Симметрия может быть геометрической, где элементы полностью симметричны, или асимметричной, где симметричные элементы различаются в размере или форме.

Третий принцип – это контраст. Создание паттерна с помощью контраста обеспечивает уникальность и выделение элементов на фотографии. Контраст может быть создан с помощью цвета, яркости, текстуры или формы элементов. Он подчеркивает различия между элементами и создает яркие акценты, привлекающие внимание.

Масштаб – четвертый принцип. Варьирование масштаба элементов на фотографии позволяет создать паттерн, привлекающий внимание и создающий глубину. Использование элементов различного размера или масштаба добавляет визуальные интересы и позволяет зрителю оценить глубину и перспективу в фотографии.

Пятый принцип – ритм. Создание паттерна с помощью ритма представляет собой аналогию к музыке, где повторяющиеся элементы создают определенные визуальные ритмические узоры. Это может быть последовательное размещение элементов или использование шаблона, который повторяется в фотографии. Ритмический паттерн создает чувство движения, равновесия и гармонии.

В целом, принципы создания паттерна в фотографии – повторение, симметрия, контраст, масштаб и ритм – позволяют фотографу создать эстетически привлекательные изображения. Они помогают подчеркнуть главную идею фотографии, захватить внимание зрителя и создать впечатляющие визуальные композиции. Овладение этими принципами открывает широкие возможности для экспериментов и творчества, помогая фотографу создавать уникальные и запоминающиеся работы.

Список использованных источников

1. Современные методы фотографии. Их применение в рекламном и графическом дизайне / Мандрик А. В. // Материалы докладов // 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ», – Витебск, 2023. – С. 91–94.

УДК 007.51

ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ ВИЗУАЛЬНОГО СТИЛЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СЕРВИСА ПО ДОСТАВКЕ ВЕГЕТАРИАНСКИХ ТОВАРОВ И ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Абрамович Н. А., к.т.н., доц., Нестерович Н. Д., студ.

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

Одним из важных компонентов в формировании дизайна любого продукта, включая приложения, сервисы, товары, услуги и даже личности, является создание бренда. Бренд – это не просто символ или название, это комплексное отражение ценностей, идентичности и обещаний, которые связаны с продуктом или услугой. Основная цель брендинга – это передача информации о продукте или услуге, образов, ассоциируемых с ними, и истории, которая лежит в их основе.

Бренд также стремится создать эмоциональную привязанность и преданность у пользователей, что может привести к установлению долгосрочных отношений между брендом и клиентами. Поддержание единства бренда, его последовательности и оригинальности имеет решающее значение для установления доверия и лояльности со стороны аудитории. Кроме того, брендинг может стать ключевым инструментом для выделения продукта или услуги на рынке, делая его уникальным и запоминающимся среди конкурентов. Визуальная концепция и стилистика нашего сервиса разработаны с учетом основных эмоциональных аспектов и элементов, соответствующих вегетарианским товарам и географии сервиса. В первую очередь это логотип, совмещающий в себе элементы современности, экологичности и истории. С помощью элементов традиционного белорусского орнамента, линий и лучевой симметрии, а также стилистики вегетарианских