

продуктов в виде листьев или же формы плода авокадо.

Создание визуальной концепции приложения на основании современных дизайн трендов, правил iOS, а также уникальной идентичности бренда является важным этапом, который определяет общий внешний облик приложения и его визуальное воздействие на пользователей. Для этого был разработан и реализован так называемый Style kit, который включал в себя не только правила использования цвета и шрифтов, но и подробные рекомендации по подбору фотографий и созданию малых графических форм, таких как иконки [1].

Эти правила были использованы в создании первых визуальных прототипов мобильного приложения для светлой и темной темы. Были разработаны экраны для основных этапов работы с приложением: обучение, каталог товаров, каталог ресторанов и магазинов, страница товара, экраны для доставки, оформления, заказа и аккаунта. А также основные дизайн элементы на них [2].

Основным принципом современного дизайна является консистентность, взаимосвязанность частей дизайна, их единообразие и постоянство. Консистентность позволяет использовать единый набор элементов и правил во всем дизайне. В сумме этот набор называют дизайн системой, набором элементов из которых создается итоговый прототип. Дизайн система позволяет легко вносить изменения в дизайн проект и легко его реализовывать.

#### Список использованных источников

1. Абрамович, Н. А. Актуальные тренды типографики / Н. А. Абрамович, А. С. Беляева // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. –Т. 2. – С. 105–107.
2. Попова, А. В., Нестерович, Н. Д. Принципы юзабилити современного дизайна веб-сайта для филиала «Витебскводоканал» УП «Витебскоблводоканал» / А. В. Попова, Н. Д. Нестерович // Тезисы докладов научно-практической конференции «Юзабилити в дизайне – дизайн для человека» / ФГБОУВО «СПГХПА имени А. Л. Штиглица», Санкт-Петербург, 2022. – С. 16–17.

УДК 74.01/.09

## РЕТРОДИЗАЙН В АЙДЕНТИКЕ

*Дударева Д. Д., доц., Гормаш А. В., студ.*

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

Ретро-дизайн в айдентике представляет собой процесс обновления и изменения дизайна логотипов, упаковок, брендов и других элементов идентификации компании или продукта с использованием стилистики прошлых эпох. Этот подход позволяет организациям создавать уникальные и запоминающиеся образы, которые вызывают ностальгию и привлекают внимание потребителей.

Основная цель ретро-дизайна в айдентике – сохранить историческое наследие бренда или продукта, но при этом придать ему современный вид, который будет соответствовать современным трендам и ожиданиям аудитории. Ретро-дизайн может быть использован как способ усиления узнаваемости бренда, так и как маркетинговый ход для привлечения новых клиентов. Бренды, которые хотят освежить свой образ или просто привлечь склонную к ностальгии аудиторию, часто используют ретро-стиль в дизайне и рекламе. Потребители подсознательно тянутся к ностальгическим продуктам и контенту, что позволяет привлечь их внимание.

Примером успешного ретро-дизайна в айдентике можно назвать компанию Coca-Cola, которая регулярно обновляет свой логотип и упаковку, сохранив при этом узнаваемость и традиции бренда (рисунок 1).



Рисунок 1 – Использование стиля ретро в айдентике компании Coca-Cola

Другим примером может служить бренд, который использует ретро-стилистику в своем дизайне, чтобы подчеркнуть свою историю и привлечь внимание молодого поколения.

Ретро стиль Levi's – это смесь классического американского джинсового дизайна с элементами винтажной эстетики, которая отражает богатую историю бренда (рисунок 2).



Рисунок 2 – Использование стиля ретро в айдентике компании Levi's

Таким образом, ретро-дизайн в айдентике является эффективным инструментом для создания уникального и запоминающегося образа компании или продукта, который будет привлекать внимание потребителей и помогать укрепить позиции на рынке.

#### Список использованных источников

1. Почему ретро-дизайн так популярен? / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.uprock.ru/articles/pochemu-retro-dizayn-tak-populyaren>. – Дата доступа: 17.04.2023.

УДК 18:687

## СЕМИОТИКА МОДЫ. ТРЕНД БАРБИ

**Тучак Е. И., студ., Самутина Н. Н., к.т.н., доц.**

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

Мода всегда использовала свои семиотические коды для того, чтобы передавать определенные сообщения и значения. Её символы играют огромную роль в создании идентичности, самовыражении и коммуникации. В настоящее время изучение семиотики моды, особенно в контексте модного тренда «Барби», имеет большую важность для различных аспектов общества, таких как политика, экономика и культура. Исследование семиотики моды включает анализ символических элементов, их дизайна и влияния на соответствие предпочтений различных групп людей. Кукла Барби стала иконой моды. Ее образ, фигура и стиль стали эталоном красоты и модных тенденций. С момента своего появления и по настоящее время кукла Барби продолжает влиять на восприятие женского образа, способствуя созданию идеального модуля красоты и женственности, являясь образцом элегантности и формируя представления о том, как должна выглядеть модная женщина, какова ее роль и статус в обществе. Тенденция к определению модных стандартов и стереотипов эволюционирует, отражая меняющиеся социальные ценности и культуру и указывает на скрытые социокультурные процессы. Куклы стали предметом критики в связи с вопросами женской идентичности, стереотипизации и репрезентации.