

Роль визуального контента в имиджевой презентации модного продукта

Н.С. ЗАХАРЧУК, П.А. КУПРЕЕНКО

(Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь)

Кросс-дисциплинарный подход к проектированию в системе «Промышленная коллекция» предусматривает создание виртуальных и материальных инструментов PR и маркетинга готового продукта моды, что обеспечивает выработку имиджа коллекции и обеспечение ее успешного запуска [2].

Фотографический метод – самый распространенный пример графической подачи в модной индустрии, который в настоящее время считается одним из самых актуальных. Работа по реализации инструментов продвижения проводилась в следующей последовательности: определен вид съемки; выбран графический язык, раскрывающий художественную идею коллекции; проведен анализ аналогов; подобраны позирование и организация моделей в кадре, а также локация съемки; найдены соотношения форм и окружающего пространства; организация плоскости цветом, пятном и линией; проведен выбор наиболее подходящих кадров под идею коллекции; организация планшетного ряда с включением шрифтовой графики; компоновка планшетов в единую структурную композицию [6].

Учитывая оригинальность, неповторимость образов коллекции, фотосессия организована в фотолаборатории кафедры дизайна и моды УО «Витебский государственный технологический университет» в самостоятельно созданной локации по мотивам ДНК бренда «Pole kvetak». Обстановку дополнял подготовленный реквизит и конструкция световой системы. Фотосессия проходила с тремя дополнительными источниками света [3]. На рис. 1 представлен имиджевый фотопродукт до обработки.

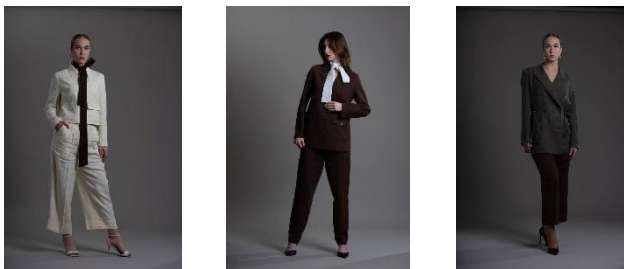


Рис. 1. Примеры фото в первичном этапе

Одним из самых востребованных направлений работы дизайнера является работа в графических программах, которые дают широкие возможности при разработке эскизов авторских коллекций одежды, обработке фотографий готовых моделей в материале и полиграфической презентационной продукции (рекламных объявлений, листовок, брошюр, буклетов, каталогов) [3].

Adobe Photoshop является мощным графическим редактором, занимающим первое место в рейтинге коммерческих продуктов для редактирования растровых изображений. Основная функциональная база Adobe Photoshop – палитра инструментов для работы с цифровыми изображениями или отсканированными фото.

В перечень возможностей программы входит цветокоррекция, сглаживание дефектов, ретушь, добавление специальных эффектов, настройка динамического диапазона [7].

Также набор функций графического редактора включает удаление объектов и ретуширование фотографий; начало работы с помощью шаблона; фотомонтаж; послойное создание элементов, части которых хранятся отдельно; работа с текстовыми блоками; применение объемных текстур и фонов; обработка фотографий для публикаций или распечатки; работа с эскизами [8].

На рис.2 представлен имиджевый фотопродукт в постобработке.

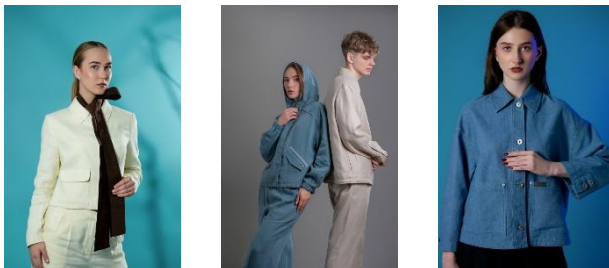


Рис. 2. Имиджевый фотопродукт для ОАО «Знамя индустриализации»

В контексте современной модной индустрии видеомаркетинг представляет собой одну из наиболее значимых составляющих маркетинговой стратегии брендов. При условии корректной реализации видеоконтента, он способен существенно повысить уровень вовлеченности аудитории, способствуя взаимодействию с брендом на различных цифровых платформах. Такой подход не только привлекает внимание клиентов, но и способствует формированию устойчивой лояльности к бренду.

На рис.3 представлены фрагменты имиджевого видеопrodukта, выполненного в редакторе Adobe After Effect.



Рис. 3. Имиджевый видеоподукт для ОАО «Знамя индустриализации»

Результаты научно-исследовательской работы «Инновационные технологии проектирования имиджевого продукта для предприятия легкой промышленности» продемонстрированы на различных мероприятиях и имеют практическую значимость: 4 декабря 2024 года на территории самого крупного предприятия легкой промышленности Республики Беларусь – РУПТП «Оршанский льнокомбинат» – состоялось расширенное заседание художественно-технического совета с приглашением зарубежных партнеров предприятия. В рамках мероприятия состоялся показ с демонстрацией результатов научно-исследовательской работы (рис.4)



Рис. 4. Расширенное заседание художественно-технического совета
РУПТП «Оршанский льнокомбинат» (04.12.2024 г., г. Орша)

Также результаты научно-исследовательской работы продемонстрированы в Оршанском Доме культуры в рамках мероприятий, приуроченных Выборам Президента Республики Беларусь, где коллекция получила положительную отметку от потенциальных потребителей продукции бренда «Pole kvetak».

Таким образом можно сделать вывод, что разработанный имиджевый продукт соответствует требованиям современной fashion-индустрии и специфике презентации разработок швейного производства. Результатом научно-исследовательской работы является эффективное использование разработки ОАО «Знамя индустриализации» в качестве имиджевого презентационного продукта с целью позиционирования достижений предприятия в сфере легкой промышленности на мероприятиях областного, республиканского и международного уровня. Проект демонстрирует создание инструмента самосовершенствования молодого поколения средством сотрудничества с молодым перспективным дизайнером и демонстрации выполнения исследования в СМИ и новых медиа. Данные условия соответствуют цели и задачам реализации молодежной политики Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Захарчук, Н. С. Авторская коллекция как система художественных образов / Н. С. Захарчук, Л. В. Попковская // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2024. – № 1. – С. 839-841. – EDN ABINPA.
2. Мандрик, А. В. Современные методы фотографии. Их применение в рекламном и графическом дизайне / А. В. Мандрик // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в двух томах, Витебск, 19 апреля 2023 года. Том 2. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 91-93. – EDN QPGFEG.
3. Захарчук, Н. С. Выявление ДНК бренда в разрезе авторского творчества / Н. С. Захарчук, Л. В. Попковская // Материалы и технологии. – 2024. – № 1(13). – С. 33-41. – DOI 10.24412/2617-149X-2024-1-33-41. – EDN RSDVUG.
4. Мандрик, А. В. Создание имиджевого фотопродукта в рамках учебного процесса / А. В. Мандрик, Н. С. Захарчук // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : В ДВУХ ТОМАХ, Витебск, 19 апреля 2023 года. Том 2. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 89-91. – EDN QECTJK.
5. Мандрик, А. В. Эволюция цифровой фотографии / А. В. Мандрик, А. А. Кожедуб // Тезисы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : Тезисы докладов, Витебск, 19 апреля 2023 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 205-206. – EDN GZXIOZ.