

5. Абрамович, Н. А., Беляева, А. С. Актуальные тренды типографики. Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Материалы докладов конференции. В 2-х томах. Витебск, 2021. – С. 105–107.

УДК 7.042

АВТОРСКАЯ ГРАФИКА В ПЛАКАТЕ: ИСКУССТВО ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ВЫРАЖЕНИЕ ИДЕЙ ЧЕРЕЗ ДИЗАЙНЕРСКИЙ ПОДХОД

Ворохобко М. В., ст. преп., Кривицкая И. С., студ.
*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрена роль авторской графики в создании плакатов как средства передачи сообщений.

Ключевые слова: плакат, авторская графика, социальное сообщение.

Плакат – это не просто средство информации, это мощный инструмент визуальной коммуникации, который способен передать эмоции, идеи и настроения в сжатой, но яркой форме. В исторической перспективе плакаты играли значительную роль в общественной жизни, включая рекламу, политические кампании, культурные мероприятия и социальные движения. Изучение и понимание различных культур и исторических периодов помогает художникам создавать плакаты, которые будут более точно передавать идеи и эмоции, а также эффективно коммуницировать с аудиторией. Понимание контекста позволяет выбирать подходящие цвета, формы, шрифты и композиции для создания максимально эффективного и выразительного графического произведения.

В этом контексте авторская графика становится важнейшим элементом, преобразующим обычный плакат в произведение искусства.

Использование рисованной графики в плакате придает широчайший диапазон художественных средств, создающих в своей совокупности неограниченные возможности для изображения и образного истолкования мира, которые несет конкретная тема. Ёмкость образа в плакате достигается экономией и концентрацией художественных средств, изобразительными графическими метафорами, что позволяет сравнивать графику и смысл сообщения. Поэтому, зачастую, в графике в плакате наряду с завершенными композициями самостоятельную художественную ценность имеют образы, несущие характер эскизных набросков, легкую художественную небрежность [1].

Техники и методы выражения идей в авторском плакате могут быть разнообразными и оригинальными, позволяя дизайнерам передать свое видение и концепцию через уникальный визуальный язык. Это могут быть оригинальные иллюстрации, графические элементы, абстрактные композиции или же коллажи, созданные с помощью различных приемов и материалов.

Другой важной методикой является выбор цветовой палитры, которая влияет на эмоциональное восприятие плаката и помогает подчеркнуть основные идеи и сообщения. Четкое сочетание цветов и их контрастность могут сделать плакат запоминающимся и привлекательным для зрителей, усиливая эффект визуальной коммуникации.

Также важно учитывать композицию и структуру плаката, чтобы передать идеи с максимальной ясностью и эффективностью. Правильное размещение элементов, использование пространства и шрифтов позволяют создать сбалансированную и выразительную композицию, способную привлечь внимание и вызвать интерес у зрителей. Авторский подход в графике представляет собой уникальную синергию между эстетическими принципами и функциональной задачей плаката как средства коммуникации. В отличие от традиционной графики, авторская работа включает в себя индивидуальный стиль художника, который становится основой для передачи конкретной идеи или сообщения.

Таким образом, авторская графика в плакате – это не просто эстетика, а продуманная и

целенаправленная визуальная коммуникация, в основе которой лежит глубокое понимание целевой аудитории и контекста. Каждый элемент чётко обоснован, и всё это вместе создает мощный инструмент для выражения идей.

На сегодняшний день многие художники и дизайнеры продолжают исследовать границы плакатного искусства, создавая работы, которые фокусируются на актуальных социальных вопросах. Серия плакатов, посвященная бездомным собакам с физическими особенностями, представляет собой яркий пример художественного решения социальной проблемы. Успех серии обеспечивается удачным сочетанием визуального языка и эмоционального посыла. Серия приурочена к благотворительной выставке с целью привлечения внимания к проблеме бездомных животных с физическими особенностями и популяризации идеи о том, что такие собаки могут стать верными и любящими друзьями (рис. 1–2).



Рисунок 1 – Серия плакатов И. С Кривицкой

Стиль графики создает эмоциональную связь со зрителями. Графика выполнена в нарочито наивном, почти детском стиле. Такой стиль создает ощущение уюта и доброты, смягчая потенциально отталкивающий эффект физических недостатков собак. Он делает образы более доступными и привлекательными для широкой аудитории, включая людей разных возрастов и культурного фона. Яркие цвета и немного грубоватые линии придают плакатам энергичность и оптимизм, противопоставляя это потенциальному унынию ситуации бездомных животных.

Изображения собак стилизованы, но в то же время сохраняют индивидуальность каждой из них. Физические особенности не скрываются, а наоборот, подчеркиваются, но представлены не как недостатки, а как часть их уникальности и истории. Выражения мордочек собак полны доброты и надежды, что вызывает эмпатию у зрителя.

Яркие, позитивные изображения собак противопоставляются более сдержанному и тревожному сигналу «SOS». Этот контраст подчеркивает диссонанс между жизнерадостностью

и желанием собак обрести дом и тяжелым положением, в котором они находятся. Это создает более сильный эмоциональный отклик. Зритель не просто видит милых животных, он понимает, что их ситуация действительно серьёзная, и они нуждаются в помощи.

Плакаты превращаются в произведения искусства, способные охватывать сложные идеи и передавать их широкой аудитории. Создавая визуальные образы, графические дизайнеры продолжают вдохновлять, образовывать и побуждать к действию, делая мир более понимаемым и красивым.

Именно благодаря авторской графике плакат становится мощным



Рисунок 2 – Благотворительная выставка

инструментом влияния на общество, выражая разнообразные идеи и ценности. Оригинальные зрительные образы, сочетание цветов, типографика, композиция – все это помогает создавать мощные и эмоциональные плакаты, способные оставить след в сердцах и умах зрителей.

Список использованных источников

1. Тарабуко, Н. И. Плакат: конспект лекций / Н. И. Тарабуко; УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – 19 с.
2. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие: пер. с англ. / Р. Арнхейм. – Москва: Прогресс, 1974.
3. Графический язык в дизайне. Абрамович Н.А., Столбанова Д.А. В книге: Тезисы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Витебск, 2022. – С. 171–172.
4. Абрамович, Н. А. Маскот как вид рекламного продвижения / Н. А. Абрамович, Е. С. Глусова // Материалы докладов 57-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2024. – С.194–196.
5. Абрамович, Н. А. Типографика / Н. Абрамович, М. В Ворохобко. – Витебск: УО «ВГТУ», 2024. – 123 с.

УДК 7.038

СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ПОРТФОЛИО. ВИЗУАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПУТИ

Ворохобко М. В., ст. преп., Крицкая Ю. В., студ.
*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрены вопросы создания портфолио, требования к портфолио, проведен анализ спроектированного личного портфолио.

Ключевые слова: портфолио, разворот, раздел, супрематизм.

Дословно с итальянского языка портфолио переводится как «портфель». По существу, это коллекция проектов, над которыми трудился специалист, демонстрирующих его профессиональные навыки и достижения. В некоторых профессиях портфолио значит больше, чем рекомендации или резюме: фотографу или визажисту, у которого нет примеров своих работ, будет крайне сложно получить работу [1].



Рисунок 1 – Раздел в портфолио
Крицкой Юлии «О себе»

Существует 3 вида портфолио:
– печатное (бумажное),
– цифровое (на Google Таблицах),
– онлайн-портфолио (на сайте или на Behance) [2].

Нет единых правил, как выглядит портфолио, но есть основные разделы, которые желательно выделять всегда: титульный лист, личная информация (рис. 1), примеры работ, подтверждение участия в выставках, конкурсах, прохождения курсов и так далее [3].

В первую очередь перед дизайнером стоит задача подобрать стиль оформления, который будет подчеркивать индивидуальность студента и его характер. На примере личного портфолио Крицкой Юлии можно заметить, что основой концепции стало оформление